МЕДІАПРОСТІР

Збірник наукових статей

Спецвипуск № 8 журналу «Літературний Тернопіль»
грудень 2015 р.

Спільний проект Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка, Тернопільської обласної організації Національної спілки письменників України і видавничого дому «Вільне життя плюс»

Редакційна рада:

Наталія Поплавська — *доктор філологічних наук, професор (головний редактор)*

Іван Крупський — *доктор історичних наук, професор*

Олександр Александров *— доктор філологічних наук, професор*

Ярослав Козачок *— доктор філологічних наук, професор*

Любов Струганець — *доктор філологічних наук, професор*

Тетяна Вільчинська — *доктор філологічних наук, професор*

Наталія Дащенко — *кандидат філологічних наук, доцент (заступник головного редактора)*

Петро Гуцал — *кандидат історичних наук, доцент*

Наталія Фурманкевич *— кандидат наук із соціальних комунікацій (відповідальний секретар)*

Оксана Кушнір *— кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент*

Тетяна Решетуха *— кандидат наук із соціальних комунікацій*

Ганна Йордан *— кандидат технічних наук (технічний редактор)*

ЗМІСТ

НОТАТКИ З ІСТОРІЇ КАФЕДРИ ЖУРНАЛІСТИКИ Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка …… 3

Теорія та історія національної публіцистики

Віталій *МАЦЬКО.* НАЦІОНАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ АНАТОЛІЯ ПОГРІБНОГО В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТІВ, РОЗБУДОВИ ОСВІТИ В УКРАЇНІ …… 17

Анна *ЗАЙЦЕВА*. ІДЕЙНО-ХУДОЖНІЙ ДИСКУРС ПУБЛІЦИСТИКИ ОЛЕНИ ПЧІЛКИ…….... 25

Олександр *МІРОШНИЧЕНКО.* «ЛИСТИ ДО ЛУЖНИЦЬКОГО СТАРЦЯ» Г. Ф. КВІТКИ-ОСНОВ'ЯНЕНКА В ІДЕЙНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ КОНТЕКСТІ ДОБИ……. 29

Теорія та історія соціальних комунікацій

Олександр ХОЛОД. ІНМУТАЦІЯ СУСПІЛЬСТВА ПІД ВПЛИВОМ ІНМУТАЦІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ…… 35

Парасковія ДВОРЯНИН. УКРАЇНСЬКОЦЕНТРИЧНА ПАРАДИГМА НОВИННОГО МЕДІАВИРОБНИЦТВА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ……... 42

Теорія та історія журналістики

Wojciech CISAK, Ryszard KOWALCZYK . ZADANIA CZASOPISM REGIONALISTYCZNYCH WE WSPÓŁCZESNEJ POLSCE..... 50

Оксана КУШНІР. ДІАЛОГ КУЛЬТУР У МІЖНАРОДНОМУ МЕДІА-СПІЛКУВАННІ: УКРАЇНСЬКО-СЛОВАЦЬКИЙ ПРЕСОВИЙ ДИСКУРС…… 57

Дарина ПОПІЛЬ. НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕЦЕПЦІЇ ПОСТМОДЕРНІЗМУ В УКРАЇНСЬКИХ ТА ПОЛЬСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ …….. 64

Катерина ВАЛЬКОВА. МАРШРУТ У КНИЗІ ПОДОРОЖНІХ НАРИСІВ ІЛЛІ ІЛЬФА ТА ЄВГЕНІЯ ПЕТРОВА «ОДНОПОВЕРХОВА АМЕРИКА»…… 70

Ілля ХОМЕНКО. ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМ АКУСТИЧНОГО МИСТЕЦТВА У КОМУНІКАЦІЙНОМУ ВИМІРІ РАДІОМОВЛЕННЯ (НА ПРИКЛАДАХ КЛАСИЧНОЇ РАДІОДРАМИ, СУЧАСНОЇ МУЗИКИ ТА ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИХ СЕРІАЛІВ УКРАЇНСЬКОГО РАДІО)... 76

Рецензенти:

Володимир Демченко *— доктор філологічних наук, професор, декан факультету систем та засобів масової комунікації Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара*

Любов Василик *— доктор наук із соціальних комунікацій, професор, завідувач кафедри журналістики Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

Микола Ткачук *— доктор філологічних наук, Професор, завідувач кафедри теорії і методики української та світової літератури Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*

Комунікаційні технології в мас-медіа

Сергій СЕРБІН. ПАРАМЕТРИ МАНІПУЛЯЦІЇ ІНТЕРВ'Ю В КІНО-, ТЕЛЕМИСТЕЦТВІ…… 83

Медіавиховання

Оксана БІЛОУС. ТЕЛЕБАЧЕННЯ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНИХ ПЕРЕКОНАНЬ ДІТЕЙ…… 92

Сучасні ЗМІ: реалії та перспективи

Ірина КИРИЧ. ІСТОРИКО-МОТИВАЦІЙНЕ ПІДҐРУНТЯ СТВОРЕННЯ СУСПІЛЬНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ: ДОСВІД ПОЛЬЩІ В ПРОЕКЦІЇ НА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ 99

Марія МАСЛОВСЬКА. РАДІОМОВЛЕННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ…….. 104

Медіакритика

Ігор МИХАЙЛИН. ЖУРНАЛІСТИКА І ЮРБА В КОНЦЕПЦІЇ СЕРЖА МОСКОВІЧІ……. 107

Мова у сучасному медійному просторі

Олена ПАНЧЕНКО. РЕКЛАМНОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ КАК СЖАТЫЙ ТЕКСТ…….. 116

Сергій ПАНЧЕНКО. ЯЗЫК КВН КАК ОСОБЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН……. 120

Історія та сучасні тенденції розвитку видавничої справи

Тетяна РЕШЕТУХА. «ПОДІЛЬСЬКА ТЕАТРАЛЬНА БІБЛІОТЕКА» ВОЛОДИМИРА МАРТИНЕВИЧА У ВИДАВНИЧІЙ СПАДЩИНІ ТЕРНОПОЛЯ 20-30-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ…… 124

Інна ГОРБЕНКО. ОЦИФРУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ БІБЛІОТЕК……. 129

Оксана ЛІВІЦЬКА. ТОМАС СТЕРНЗ ЕЛІОТ – РЕДАКТОР…... 134

Magisterium

Катерина ДЕЙКУН. БУКТРЕЙЛЕР ТА БУККРОСИНГ – НОВІТНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ У ПРОМОЦІЇ КНИГИ……. 139

Марина КОНОНЕНКО. ПАТОГЕННІ ТЕКСТИ НА ШПАЛЬТАХ МІСЦЕВИХ ГАЗЕТ……... 144

Рецензії

Василь ЛИЗАНЧУК. ПРАВДА – ВИЗНАЧАЛЬНИЙ СТАНДАРТ У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ…… 148

Медіапростір : збірник наукових статей із соціальних комунікацій / ред. кол. : Н. Поплавська та ін. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2015. – Вип. 8. – 158 с.

Збірник присвячено 10-літтю кафедри журналістики ТНПУ ім. В. Гнатюка

Друкується за ухвалою науково-методичної ради Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка від 16 грудня 2015 р. (протокол № 4)

НОТАТКИ З ІСТОРІЇ КАФЕДРИ ЖУРНАЛІСТИКИ
Тернопільського національного педагогічного університету

Рис.1 Логотип кафедри журналістики виконано студентами спеціальності

Специфіка підготовки майбутніх журналістів у вищих навчальних закладах невіддільна від вимог часу. Навчальні програми, за якими студенти освоюють професію, вимагають постійного оновлення та модернізації. Колектив кафедри намагається відповідати сучасним запитам у царині вищої школи та журналістики.

Підготовку студентів за спеціальністю «Журналістика» у Тернопільському національному педагогічному університеті імені Володимира Гнатюка розпочато у 2004 р. при кафедрі теорії літератури, порівняльного літературознавства та журналістики (завідувач – доктор філологічних наук, професор Роман Теодорович Гром'як). Випускову кафедру журналістики створено у серпні 2005 р. (наказ по університету № 236 від 31.08.2005 р.)

Упродовж 2005-2009 рр. кафедру очолював кандидат філологічних наук, доцент Петро Степанович Федоришин. З травня 2009 р. керівництво кафедрою здійснює доктор філологічних наук, професор Наталія Миколаївна Поплавська. 5 жовтня 2011 р. кафедру перенесено із вулиці Петриківської у головний корпус університету (ауд.110).

Основним науковим напрямком роботи кафедри є актуалізація теоретичних принципів сучасної моделі соціальних комунікацій та трансформація їх в універсальні комунікативні технології. У цьому контексті окреслено нову тематику колективної роботи: «Публіцистична комунікація: теорія та історія».

Викладачі кафедри є співавторами монографій, посібників, енциклопедій, призначених не тільки для загальноосвітніх закладів різного типу, але й для вищої школи. Професор Н. Поплавська – співавтор «Історії української літератури : у 12 т.» Т. 2 (Інститут літератури ім. Т. Шевченка АН України), «Історії української літератури XIX ст. (70-90-ті роки)»; доцент П. Гуцал – співавтор видань «Енциклопедія історії України» (Інститут історії України, НАНУ), «Енциклопедія сучасної України» (Інститут енциклопедичних досліджень НАНУ); Г. Йордан – співавтор навчального посібника «Технологія окантування корінців книжкових блоків».

У 2013-2015 рр. кафедра журналістики брала участь у міжнародному проекті «Крос -медіа та якісна журналістика», який реалізується за підтримки програми TEMPUS IV. За цей час викладачі та студенти неодноразово проходили стажування та навчання у м. Сібіу (Румунія) та м. Пассау (Німеччина).

Вагомі публікації працівників кафедри

1. Поплавська Н. Полемісти: риторика переконування (Українська полемічно-публіцистична проза кінця XVI – поч. XVII ст.) : монографія. – Тернопіль : ТНПУ, 2007. – 379 с.

2. Йордан Г. Основи поліграфії : навчальний посібник [для студ. вищ. навч. закл.] ; за ред. С. Гавенко. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2007. – 176 с.

3. Федоришин Є. Медійний простір Північної Америки: становлення та розвиток : монографія. – Тернопіль : Збруч, 2011. – 186 с.

4. Федоришин П. С. У водовертях Серету: десять новел з мого дитинства на теренах історії села Біла Чортківського району : науково-популярне видання. – Тернопіль : ТзОВ «Терно-граф», 2012. – 1120 с.

5. Мистецтво магістра. Magister atrium : посібник [для студентів спеціальності «Журналістика»] / Н. Л. Дащенко, Н. М. Фурманкевич, П. З. Гуцал. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2013. – 160 с.

6. Фурманкевич Н. Рекламний дискурс в електронних мас-медіа України: соціологічні особливості, форми творення в Інтернеті : монографія. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2013. – 174 с.

7. Крос-медіа та якісна журналістика. Зміст модулів базової навчальної програми CuQ (проект). – Суми : СДУ, 2014. – 117 с.

8. Кушнір О. Преса українців Словаччини: літературно-мистецький і публіцистичний журнал «Дукля» (Пряшів, 1953-2004 рр.) : монографія. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2015. – 180 с.

9. Федоришин П. С. Важкий кожух, але свій: додрук. сторінки історії с. Біла Чортківського р-ну та оповідки й новели із його життя : науково-популярне видання. – Тернопіль : ТзОВ «Терно-граф». – 2015. – 832 с.

10. Дащенко Н. Науковий текст: оформлення і редагування : навчальний посібник. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2015. – 432 с.

11. Підручник з крос-медіа ; видавці: І. Н. Крецу, М. Гузун, Л. Василик. – Bonn-Sibiu : Printed bay Alfoldi Nyomda, 2015. – 140 с.

Викладацький склад кафедри журналістики

Поплавська Наталія Миколаївна

Доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики.

Закінчила Кам'янець-Подільський педагогічний інститут ім. В. Затонського (1979) та аспірантуру в Інституті літератури ім. Т. Шевченка Академії наук України (1986).

У 1987 р. захистила кандидатську дисертацію «Українська сатира XVIII ст. Традиції та жанрова своєрідність». У 2008 р. захистила докторську дисертацію «Українська полемічно-публіцистична проза кінця XVI-XVII ст.: сучасна рецепція та реінтерпретація».

Член науково-методичної комісії з журналістики МОН України. Член двох спеціалізованих рад: Запорізького класичного приватного університету і Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка (заступник голови). Координатор від університету міжнародного проекту ТЕМПУС IV «Кросмедіа і якісна журналістика». Учасниця семінарів цього проекту «Teache the Teacher (м. Сібіу, Румунія; м. Пассау, Німеччина). Редактор збірника наукових праць із соціальних комунікацій «Медіапростір». Є автором понад 100 наукових та навчально-методичних праць, учасником багатьох всеукраїнських та міжнародних наукових конференцій. Стажувалася на кафедрі реклами і зв'язків з громадськістю Класичного приватного університету (м. Запоріжжя) (2015).

Під її керуванням захищені кандидатські дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук: Т. Пастущак («Жанрова семантика дилогії «Гуси-лебеді летять…», «Щедрий вечір» Михайла Стельмаха», 2009 р.); Л. Олійник («Українська проповідницька проза першої половини ХУІІ ст.: ґенеза, жанрові моделі та художня специфіка», 2013 р.); О. Мединська («Модус національного у художній структурі роману-хроніки Валерія Шевчука «Тіні зникомі», 2013 р.).

Наукові зацікавлення: теорія, історія та наративні аспекти української публіцистики.

Федоришин Петро Степанович

Кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, головний редактор газети «Вільне життя плюс», заслужений журналіст України (2004). Співзасновник кафедри журналістики ТНПУ ім. В. Гнатюка, її завідувач у 2005-2009 рр. Майстер спорту СРСР із самбо (1976), володар чорного пояса з карате (1990).

Закінчив факультет журналістики Львівського державного університету ім. І. Франка (1976). У 1996 р. захистив кандидатську дисертацію «Українська журналістика періоду національно-визвольних змагань 1917-1920 рр.». Стажувався у відділенні «Науково-дослідний центр періодики» при Львівській науковій бібліотеці ім. В. Стефаника НАН України (2008); у відділі періодичних видань ім. Мар'яна та Іванни Коців Львівської національної наукової бібліотеки ім. В. Стефаника (2015).

Автор низки книг, зокрема: «Карате-до для всіх» (1989, 1991), «Відгомін століть» (1997), «Преса і українська державність» (1998), «І великі мали гроші» (1999), «Словник українських імен біблійного походження» (2001); «У водовертях Серету» (2012); «Важкий кожух, але свій» (2015). Автор літературно-критичних статей, нарисів у збірниках, обласній і всеукраїнській пресі.

Наукові зацікавлення: історія розвитку і ставлення української незалежної преси, періодика української еміграції англомовних країн.

Дащенко Наталія Левківна

Кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики з 2005 р.

Закінчила філологічний факультет Тернопільського державного педагогічного інституту ім. Я. Галана за спеціальністю «українська мова та література» (1991).

У 1996 р. захистила кандидатську дисертацію «Паронімічна атракція в українській поезії 60-80 рр. ХХ ст.». Вчене звання доцента присвоєно 2004 р.

Член оргкомітету Всеукраїнської наукової конференції «Християнство в українській історії, культурі й освіті» (21-22 вересня 2000 р.); Всеукраїнської науково-практичної конференції «Теоретичні і практичні аспекти культури мови» (14-15 жовтня 2004 р.); Міжнародної наукової конференції «Публіцистична комунікація: теорія, історія, сьогодення» (24-26 жовтня 2013 р.).

Літературний редактор Наукових записок ТДПУ ім. В. Гнатюка серії «Педагогіка» (1999-2002 р). З 2003 р. – член Наукового товариства ім. Т. Шевченка. Заступник головного редактора збірника наукових праць із соціальних комунікацій «Медіапростір».

Автор близько 60 наукових та методичних публікацій, учасник міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій. Пройшла стажування на кафедрі радіомовлення і телебачення Львівського національного університету ім. І. Франка (2005); на кафедрі журналістики Одеського національного університету ім. І. Мечникова (2010); на кафедрі реклами і зв'язків з громадськістю Класичного приватного університету (м. Запоріжжя) (2015). У серпні 2012 р. пройшла курс навчання у Школі з медіаосвіти, організованій Інститутом інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки, молоді і спорту, Академією української преси, Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України.

Наукові зацікавлення: лінгвістика тексту, стилістичні особливості та редагування текстів різних стилів, медіакультура.

Гуцал Петро Зеновійович

Кандидат історичних наук, доцент кафедри журналістики.

Закінчив історичний факультет Львівського державного університету ім. І. Франка (1980). У 2005 р. захистив кандидатську дисертацію «Українська еміграція США і Канади та національно-визвольний рух на західноукраїнських землях (1914-1923)». На кафедрі журналістики з 2006 р.

Член Національної спілки журналістів України та Національної спілки краєзнавців України (2003), Наукового товариства ім. Т. Шевченка (2010).

Автор низки історико-біографічних нарисів про видатних діячів українського культурного процесу і державотворення першої половини ХХ ст. Співавтор видань «Енциклопедія історії України» (Інститут історії України, НАНУ), «Енциклопедія сучасної України» (Інститут енциклопедичних досліджень НАНУ), «Юридична енциклопедія» (Інститут права НАНУ). Учасник всеукраїнських і міжнародних наукових конференцій. Стажувався на кафедрі української журналістики Львівського національного університету ім. І. Франка (2007), на кафедрі теорії та історії держави і права Тернопільського національного економічного університету (2015).

Наукові зацікавлення: українська преса періоду українських визвольних змагань (1914-1920 рр.), історичне краєзнавство та біографістика, українська публіцистика Галичини.

Кушнір Оксана Василівна

Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики.

Закінчила філологічний факультет Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка та магістратуру Національного університету «Києво-Могилянська академія» (2002), магістр філології. Працює на кафедрі журналістики з 2005 р.

У 2008 р. захистила кандидатську дисертацію «Журнал «Дукля» (Словаччина, 1953-2004 рр.): організаційний, проблемно-тематичний та жанровий аспекти».

Автор понад 30 наукових та навчально-методичних публікацій, монографії. Учасник всеукраїнських та міжнародних наукових конференцій. Стажувалася на кафедрі реклами і зв'язків з громадськістю Класичного приватного університету (м. Запоріжжя) (2015).

Наукові зацікавлення: історико-журналістські дослідження, регіональна періодика та преса українців за кордоном, літературна критика та публіцистика у медіадискурсі.

Синоруб Галина Петрівна

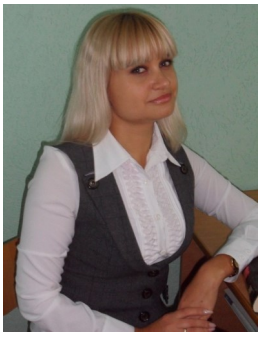
Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики.

Закінчила психологічний факультет Тернопільського експериментального інституту педагогічної освіти (1998). Здобула кваліфікацію магістра психології, викладача психологічних дисциплін у Тернопільському національному педагогічному університеті ім. В. Гнатюка (2006).

У 2009 р. захистила кандидатську дисертацію «Поняття конфліктного наповнення діяльності мас-медіа в теорії соціальних комунікацій (контекст формування поведінки аудиторії)». На кафедрі з 2011 р.

Автор понад 30 наукових та методичних публікацій. Учасник міжнародних та всеукраїнських наукових, науково-практичних конференцій. Стажувалася на кафедрі журналістики Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича (2014).

Наукові зацікавлення: конфліктне наповнення діяльності мас-медіа, особливості та типологія інформації в інтернет-медіа, міжособистісна інтернет-комунікація, онлайн-конференції та їх застосування у навчальному процесі, специфіка роботи кросмедійного ньюзруму, мультимедійні історії та їх формати.



Фурманкевич Наталія Михайлівна

Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики.

Закінчила філологічний факультет Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка (2006); факультет журналістики Львівського національного університету ім. І. Франка (2007); аспірантуру Інституту журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка (2009).

У 2009 р. захистила кандидатську дисертацію «Рекламний дискурс в електронних мас-медіа України: соціолінгвістичні особливості, форми творення в Інтернеті». На кафедрі з 2010 р.

Автор понад 40 наукових публікацій, навчально-методичних рекомендацій для студентів, монографії. Учасник міжнародних та всеукраїнських наукових, науково-практичних конференцій. Відповідальний секретар збірника наукових праць «Медіапростір». Стажувалася у відділі періодичних видань ім. Мар'яна та Іванни Коців Львівської національної наукової бібліотеки ім. В. Стефаника (2014).

Наукові зацікавлення: комунікаційні технології: рекламні, іміджеві, ПР, інформаційні війни; вплив ЗМК на громадську думку; теорія та історія соціальних комунікацій.

Йордан Ганна Мирославівна

Кандидат технічних наук, викладач кафедри журналістики.

Закінчила Українську академію друкарства (1998) за спеціальністю «Технологія поліграфічного виробництва», інженер-технолог поліграфічного виробництва. Захистила кандидатську дисертацію «Технологія та обладнання для мікрохвильового висушування книжкових блоків» (2009). На кафедрі з 2011 р.

Автор понад 30 наукових та науково-методичних публікацій, монографії, навчальних посібників. Учасник міжнародних та всеукраїнських наукових, науково-практичних конференцій. Стажувалася на кафедрі журналістики Чернівецького національного університету ім. Ю. Федьковича (2014).

Нагороджена знаком «Відмінник освіти України», дипломом Лауреата обласної премії ім. І. Пулюя; має патенти і свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір. Технічний редактор наукового збірника «Медіапростір».

Наукові зацікавлення: архітектоніка сучасних ЗМІ, дизайн сучасних ЗМІ, новітні медіа, оцінка якості друкованих ЗМІ, сучасні технології газетного і журнального виробництва.

Вільчинський Олександр Казимирович

Кандидат наук із соціальних комунікацій, викладач кафедри журналістики.

Закінчив факультет журналістики Львівського державного університету ім. І. Франка (1985). Асистент кафедри з 2005 р. Стажувався у журналі «Книжник review» (м. Київ) на посаді заступника головного редактора (2007).

У 2012 р. захистив кандидатську дисертацію «Преса Тернопільщини 1985-1991 років: структурно-змістовий аспект».

Автор понад 10 статей у фахових виданнях. Учасник міжнародних та всеукраїнських наукових конференцій. Лауреат Всеукраїнського конкурсу романів та кіносценаріїв «Коронація слова 2002», володар гран-прі і першої премії «Коронація слова 2003». З 1995 р. – член Національної спілки письменників України, з 2002 р. – Асоціації українських письменників. Очолював газету «Тернопіль вечірній». Починаючи з 2004 р., пише колонки у тернопільських газетах «RIA плюс» і «20 хвилин».

Наукові зацікавлення: сучасна українська публіцистика, історико-журналістські дослідження, становлення національної ідентичності, формування громадянського суспільства.

Решетуха Тетяна Василівна

Кандидат наук із соціальних комунікацій, викладач кафедри журналістики з 2012 р.

Закінчила факультет економіки і управління Тернопільського інституту народного господарства (1992); філологічний факультет Львівського державного університету ім. І. Франка (1996); аспірантуру Інституту журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка за спеціальністю «Теорія та історія видавничої справи та редагування» (2011).

У 2011 р. захистила кандидатську дисертацію «Видавнича справа Тернопілля кінця XIX – першої третини XX століття (на матеріалі українськомовних видань)». На кафедрі з 2012 р.

Автор понад 20 наукових та навчально-методичних праць. Учасник міжнародних та всеукраїнських наукових, науково-практичних конференцій. Стажувалася на кафедрі реклами і зв’язків з громадськістю Класичного приватного університету (м. Запоріжжя) (2015).

Наукові зацікавлення: історія та сучасний стан видавничої справи Тернопільщини, історія журналістики Тернопільщини кінця XIX – першої третини XX ст.

Мединська Олеся Ярославівна

Кандидат філологічних наук, викладач кафедри журналістики з 2013 р.

Закінчила філологічний факультет Тернопільського державного педагогічного інституту (1997), аспірантуру ТНПУ ім. В. Гнатюка.

У 2013 р. захистила кандидатську дисертацію «Модус національного у художній структурі роману-хроніки Валерія Шевчука «Тіні зникомі».

Автор близько 20 наукових публікацій, учасник міжнародних та всеукраїнських наукових, науково-практичних конференцій.

Наукові зацікавлення: теорія та історія публіцистики, медіадискурс, нові медіа, культура мови журналіста.

Кирич Ірина Володимирівна

Кандидат наук із соціальних комунікацій, асистент кафедри журналістики.

Закінчила факультет журналістики Львівського національного університету ім. І. Франка (2006) та магістратуру Тернопільського національного економічного університету (2007). Магістр менеджер-управитель державних установ та організацій. Працювала програмним директором ТОВ «Радіо ТОН». У 2013 р. закінчила аспірантуру Львівського національного університету ім. І. Франка. На кафедрі з 2008 р.

У 2014 р. захистила кандидатську дисертацію «Суспільне радіомовлення: моделі функціонування та шляхи реалізації».

Наукові зацікавлення: фото- і зображальна журналістика, радіожурналістика, збереження авторського права в інтернет-ЗМІ, використання комунікативних технологій у практичній діяльності журналіста.

Янець Надія Володимирівна

Асистент кафедри журналістики.

Закінчила філологічний факультет, магістратуру (2007), аспірантуру (2010) Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка.

З 2008 р. – автор і ведуча програм «4 квартал», «Коліжанка», «Вулицями славетних», «Місто любові й краси» (ТОВ «TV-4»).

Наукові зацікавлення: публіцистика, телевиробництво, аналітично-публіцистичне телевізійне мовлення.

Винокур Юлія Миколаївна

Викладач кафедри журналістики з 2005 р.

Закінчила Харківський інститут радіоелектроніки (нині технічний університет) (1982), факультет журналістики Київського інституту політології та соціального управління (1991).

Заслужений журналіст України, член Національної спілки журналістів України, Незалежної асоціації телерадіомовців України, лауреат премії «Людина року 2007» (Тернопіль). Генеральний директор телекомпанії «TV-4»

Має чисельні нагороди та подяки за професійну діяльність та громадську роботу. Двічі обиралася членом правління Незалежної асоціації мовників України, двічі – до складу експертної ради Всеукраїнської премії в галузі телебачення «Телетріумф» (2008 -2010), депутатом Тернопільської міськради.

Стажувалася в телекомпанії WFIE NBC (США, 2002), в Національному прес-центрі США (2005), в Польщі (2002, 2005). Учасник всеукраїнських та міжнародних конференцій, громадських слухань.

Наукові зацікавлення: менеджмент і маркетинг телекомпаній, законодавчі аспекти управління у медіа, громадська журналістика в Україні.

За десятирічний період кафедра залучала до навчання студентів таких провідних журналістикознавців і науковців: проф. Володимира Здоровегу, проф. Івана Крупського, проф. Олександру Сербенську, проф. Миколу Тимошика, проф. Інну Пенчук, проф. Сергія Горевалова, доц. Юрія Романишина. У різний час на кафедрі працювали: канд. філол. н. Юрій Завадський, к. н. із соц. комунікацій Євген Федоришин, журналісти-практики: Ігор Бенцал, Лілія Костишин, Світлана Борисевич, Олег Удич.

Лаборант кафедри – Наталія Особа. Інженери медійної студії – Андрій Малко, Ігор Мельник. У минулі роки лаборантами були Наталія Сліпець, Анна Мацейко, Ольга Пелешок, інженером – Михайло Крамар.

Особливістю творчої роботи більшості членів кафедри є співпраця з місцевими та всеукраїнськими ЗМІ, з якими укладено близько 40 угод про співпрацю. Викладачі та студенти регулярно організовують зустрічі з провідними фахівцями ЗМІ (В. Бурма, В. Городецька, журналісти радіостанції «Українська хвиля», А. Куликов, Н. Лазука, Я. Штокало-Пархомчук, Ю. Мостова та ін.), громадськими та мистецькими діячами (Д. Павличко, М. Матіос, М. Левицький, І. Ісіченко, М. Хмурич, В. Гоцко, Т. Волинець); ініціюють студентські акції та проекти (ток-шоу «Редакційна політика: об'єктивність чи маніпуляція»); відвідують щорічний книжковий форум у Львові; ініціюють проведення соціальних проектів та організовують їх (благодійні акції до дня св. Миколая), проводять дні кафедри, зустрічі з випускниками спеціальності та багато інших заходів.

Студенти спеціальності беруть участь у всеукраїнських студентських олімпіадах: у 2010 р. С. Андріїшина здобула диплом ІІ ступеня (Харків), у 2011 р. учасниками такої олімпіади були О. Черемшук та В. Маньовська (Суми), у 2012 диплом ІІІ ступеня отримала К. Швець (Херсон), у 2013 учасниками олімпіади були М. Зварич й Т. Самонюк (Херсон).

Навчальні, творчі й наукові проекти кафедри журналістики

Навчальна газета «На 100%». Проект розпочато з ініціативи асистента кафедри Ігоря Бенцала. 14 травня 2008 р. колектив студентів представляв власну газету «На 100%» на Всеукраїнському конкурсі студентських засобів масової інформації у Запорізькому національному університеті.

ПроТеЖе. Студентське навчальне видання, започатковане кафедрою журналістики 2013 р. Керівник проекту – Олександр Вільчинський.

Навчально-виробнича телестудія «ТЕМР-TV». Проект розпочато у 2015 р. з ініціативи Наталії Поплавської, керівник проекту – Надія Янець. Навчально-виробнича телестудія дає змогу пробувати студентам створювати власний телепродукт – інформаційні сюжети про важливі події в університеті (знімати, монтувати), реалізувати власні творчі ідеї у роботі студентського телебачення.

«Українську книгу – грузинським дітям». Ініціатор благодійного проекту Тамта Ґуґушвілі, керівник проекту – Олександр Вільчинський. У 2009 р. за посередництва посольства України в Грузії зібрані студентами книги було передано гімназії у м. Тбілісі, де факультативно вивчають українську мову.

«Провесінь Тернопілля». З грудня до травня 2011 р. кафедра була партнером обласної бібліотеки для молоді щодо реалізації грантової програми зі створення відеоподкасту «Провесінь Тернопілля». У рамках співпраці виготовлено відеоподкасти: серію відеороликів про молодих літераторів краю. Автор ідеї – Леся Гук (директор ТОБМ), автор сценаріїв – Ірина Чіпак, науковий керівник – Наталія Дащенко. Відеоподкасти розміщено на сайті обласної бібліотеки для молоді.

«Відомі люди нашого краю». Творчий конкурс для випускників шкіл, коледжів та усіх, хто хоче у майбутньому обрати професію журналіста, проведений 1 березня – 28 травня 2013 р. Відповідальні – Наталія Поплавська, Галина Синоруб.

Круглий стіл «Районна преса Тернопільщини: тенденції та перспективи розвитку». З ініціативи кафедри 15 квітня 2011 р. відбувся круглий стіл, на якому учасники обговорили проблеми місцевої преси, зокрема проект Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації». У заході взяли участь викладачі, студенти-журналісти, редактори районних газет, зокрема: Богдан Дичко, редактор газети «Вісті Придністров'я» (Монастириський р-н); Любомир Габруський, редактор газети «Голос народу» (Чортківський р-н); Оксана Крегель, редактор журналу «Земля Підгаєцька» (Підгаєцький р-н); Юлія Винокур, директор телекомпанії «TV-4», Петро Федоришин, головний редактор газети «Вільне життя плюс».

«Публіцистична комунікація: теорія, історія, сьогодення» – Міжнародна наукова конференція. Конференція проходила 24-26 жовтня 2013 р. У її рамках працювали секції «Актуальні проблеми теорії та історії національної публіцистики», «Актуальні проблеми теорії та історії соціальних комунікацій», «Актуальні проблеми теорії та історії журналістики», «Жанрова парадигма сучасного медіатексту», «Медіаосвіта та медіавпливи на аудиторію», «Міжкультурна комунікація», «Сучасні ЗМІ: реалії та перспективи розвитку», «Історія та сучасні тенденції розвитку видавничої справи», «Функціонування мови у сучасному медійному просторі України», «Реклама та PR у контексті сучасних соціальних комунікацій».

Участь у молодіжних фестивалях

«Допоможемо разом» – студентський PR-проект. 21 листопада 2011 р. група студентів (О. Вербило, Л. Гнатишин, М. Зварич, О. Ковалковська, В. Король, С. Кондра, М. Мельничук, Т. Самонюк, А. Сокальська, Н. Чайка, С. Чихарівська) представила проект на Міжнародному конкурсі студентських комунікаційних проектів «Мас-медіа-перспектива-2011» (Вища школа журналістики та масових комунікацій СПбГУ за підтримки Комітету з молодіжної політики і зв'язків з суспільними організаціями управління Санкт-Петербурга), де став фіналістом. У рамках проекту упорядковано та видано збірку поезій Наталії Лютак – вихованки Тернопільського комунального будинку-інтернату для дітей шкільного віку. Проведено захід «Свято поезії, краси і таланту», на якому відбулася презентація збірки «На крилах мрій» та вручення її авторці. Керівник проекту – Галина Синоруб.

«Скажи енергетику "Ні!"». Груповий проект рекламної кампанії, який зайняв 2-ге місце на Всеукраїнському медіафестивалі у Запорізькому національному університеті (2012). Керівництво творчою групою студентів – Галина Синоруб.

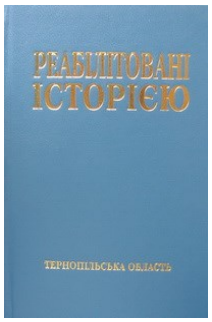
«Любов потрібна всім…». Рекламний відео-ролик, який зайняв 1-е місця на І Всеукраїнському молодіжному фестивалі реклами «GranArt» (Запоріжжя, 2013). Керівництво творчою групою студентів – Наталія Фурманкевич.

«Чистий світ – чистий ти». Рекламний відео-ролик, який зайняв 3-є місце на І Всеукраїнському молодіжному фестивалі реклами «GranArt» (Запоріжжя, 2013). Керівництво творчою групою студентів – Галина Синоруб.

«Інший погляд» (Одеса-Варшава) – IV-V Міжнародні молодіжні фестивалі соціальної реклами. Студенти та куратори виступили авторами й виготовили п'ять рекламних роликів, одну зовнішню рекламу та соціальний проект. Загалом до конкурсу соціальної реклами долучилось понад 20 студентів. Наставники творчої групи студентів – Наталія Фурманкевич, Галина Синоруб.

Участь у спільних наукових і навчальних проектах

Історія української літератури. Проект відділу української літератури XX ст. Інституту літератури НАН України. Мета проекту – синтетичні дослідження літературного процесу, присвячені вивченню динаміки жанрової структури української літератури XX ст., еволюції авторських стилів і стильових течій залежно від індивідуальних психологічних рис творчої особистості та загальнокультурних чинників. Результатом проекту стала 12-томна академічна «Історія української літератури». Автор розділу «Полемічна проза» – Наталія Поплавська (Історія української літератури : у 12 т. – Київ : Наукова думка, 2014. – Т. 2. – С. 98–154).



Реабілітовані історією. Державна програма Національної академії наук, Інституту історії України НАН України, Служби безпеки України, спільно з Державним комітетом із преси, Українським історико-просвітницьким товариством «Меморіал» імені В. Стуса, Всеукраїнською Спілкою краєзнавців. Метою діяльності є створення науково-документальної серії книг, покликаної ґрунтовно висвітлити трагічні події в історії України, повернути незаслужено забуті імена державних діячів, науковців, митців, робітників і селян. Станом на липень 2015 серія складається зі 100 томів. Учасник – Петро Гуцал.

Міжнародний проект TEMPUS 4 «Крос-медіа та якісна журналістика» (2012-2015). Проект ініційований Університетом Пассау (Німеччина), має академічний характер і спрямований на створення навчально-методичного, науково-методологіч-ного та матеріально-технічного підґрунтя для підготовки в Україні фахівців зі спеціалізацією «Крос-медіа». Учасники проекту – Наталія Поплавська, Наталія Дащенко, Галина Синоруб, Ірина Кирич, Ольга Пелешок.

Літні школи з журналістики

У рамках проекту TEMPUS IV «Кросмедіа і якісна журналістика» кафедра журналістики провела літні школи:

- у червні 2014 р. під загальною темою «Свобода». Програма літньої школи складалася з двох блоків – теоретичного і практичного. В інтерактивній формі, використовуючи найсучасніші інформаційні технології, розглянуто суть кросмедійної журналістики, її переваги, небезпеки, особливості роботи універсального журналіста, а також конкретні схеми побудови публікацій на різні медійні платформи: блог, Youtube, Instagram, Google+, Twitter, Facebook, онлайн-радіо, телебачення, інтернет- та друковані видання. Практичний блок передбачав створення медійного продукту (газети, інфографіки,

фотографій, аудіоподкасту, відеосюжету) відповідно до обраної тематики за допомогою найновіших технічних програм, таких як: Adobe Audition, InDesign, Photoshop, Adobe Premiere та ін.

- у липні 2015 р.: «Відірвані від дому» (автор ідеї – Галина Ніженко) – таку назву отримав соціальний проект, у якому висвітлено проблеми переселенців в Україні і який німецькі куратори програми визнали кращим серед проектів, виконаних у літніх школах України у цьому році.

Куратори літніх шкіл – Наталія Поплавська, Галина Синоруб, Наталія Дащенко.

Випускники кафедри

Із 2008 р. кафедра має своїх випускників. Вони поповнили ряди журналістів у різних ЗМІ Тернополя, області та поза її межами. Ось вибірковий перелік перших місць праці молодих фахівців.

Випускники -2008

Анна Золотнюк – журналіст всеукраїнської газети «Вільне життя плюс»
Олена Киричук – кореспондент, ведуча програм тернопільського телеканалу TV-4
Наталія Шевчук – прес-секретар Тернопільської міської ради
Вікторія Матола – працівник прес-служби Дердспоживстандарту України (Київ)
Ірина Ноженко – журналіст газети «20 хвилин»
Надія Огородник – журналіст газети «Тернопіль вечірній»

Випускники -2009

Віра Перун – журналіст, оглядач всеукраїнської газети «Вільне життя плюс»
Юлія Бохенок – журналіст, ведуча програм тернопільського телеканалу TV-4
Інеса Голояд – керівник прес-служби Головного управління міністерства доходів у Тернопільській області
Уляна Коропецька – завідувач відділу журналу «Літературний Тернопіль»
Лілія Музя – журналіст, телеведуча, редактор Тернопільської обласної державної телерадіокомпанії
Ірина Шуптарська – журналіст, ведуча програм тернопільського кабельного телеканалу ІНТБ

Випускники -2010

Зоряна Гарасимів – журналіст газети «Номер один»
Марія Ігнат – кореспондент відділу новин, автор та ведуча програм тернопільського телеканалу TV-4
Вікторія Кравець – журналіст тернопільського кабельного телеканалу ІНТБ
Надія Максимова – редактор районного часопису «Газета для Вас» (м. Городок Львівської обл.)
Тамта Ґуґушвілі – кореспондент всеукраїнської газети «День»

Випускники -2011

Олена Брода – журналіст, телеведуча Тернопільської обласної державної телерадіокомпанії
Юлія Валах – журналіст, редактор, радіоведуча Тернопільської обласної державної телерадіокомпанії
Наталія Єднак – журналіст тернопільського кабельного телеканалу ІНТБ
Мар'яна Судова – – журналіст тернопільського телеканалу TV-4
Надія Турчин – журналіст, радіоведуча Тернопільської обласної державної телерадіокомпанії

Випускники -2012

Вікторія Маньовська – журналіст всеукраїнської газети «Вільне життя плюс»
Ірина Худоба – журналіст тернопільського кабельного телеканалу ІНТБ

Ганна Татарин – журналіст, радіоведуча Тернопільської обласної державної телерадіокомпанії

Випускники -2013

Олена Юрик – журналіст тернопільського кабельного телеканалу ІНТБ

Випускники -2014

Ольга Вербило – керівник прес-служби Блоку Петра Порошенка «Солідарність»
Віталіна Запорожець – журналіст Івано-Франківського обласного телеканалу «РАІ»
Мар'яна Зварич – працівник прес-служби Тернопільської міської ради
Світлана Чихарівська – працівник прес-служби Тернопільської обласної державної адміністрації
Олена Рожко – редактор сайта «Сорока»
Тетяна Колеснік – головний редактор інформаційного ресурсу «Львів Тернопіль щоДенно» (LTDaily.info).

Упорядкувала нотатки з історії кафедри Наталія Дащенко

Віталій МАЦЬКО
доктор філологічних наук,
професор кафедри української мови і літератури
Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії

УДК 821.161.2-6.09

НАЦІОНАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ АНАТОЛІЯ ПОГРІБНОГО В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТІВ, РОЗБУДОВИ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Автор статті є учнем А. Погрібного. Залучивши власні спостереження, вперше оприявнює його національні педагогічні ідеї як гуманістичні. У своїй практиці професор визнавав цінність людини як особистості, її право на свободу, щастя, розвиток і вияв свого хисту, вважав принципи рівності, справедливості, людяності бажаною нормою відносин між людьми. Пропагуючи національну ідею, гуманні цінності в українській педагогіці, він керувався основними принципами любові до людей, поваги до людської гідності. А. Погрібний, навчаючи журналістів, розумів, що входження України до європейських і євроатлантичних структур вимагатиме осмислення власної ідентичності, включення системи національно-державних пріоритетів, які спроектовані на досягнення прекрасної української перспективи. Саме остання загрунтована на тисячолітній історико-культурній, освітній традиції.

Постановка проблеми та аналіз досліджень. Історія української журналістики ще недостатньо поповнилася працями вітчизняних дослідників про публіцистичну і педагогічну майстерність професора, академіка Академії наук вищої школи України (з 1996), Академії оригінальних ідей (1993), Української вільної академії наук (з 1999 р., США) Анатолія Григоровича Погрібного (1942-2007). Щоправда в Києві 2011 р. Всеукраїнське товариство «Просвіта» надрукувало колективну працю (спогади) про науковця під назвою «Життя і чин Анатолія Погрібного», в якій колеги, друзі, колишні студенти більше звертають увагу на громадську, просвітницьку працю А. Погрібного. Серед авторів є й педагоги, зокрема професори Г. Онкович (Київ), О. Вишневський (Дрогобич), Г. Токмань (Переяслав-Хмельницький), які звернули увагу на суто гуманістичні ідеї, комунікативні здібності науковця, проте педагогічних ідей ученого в системі національної освіти ніхто з них не торкається, не розкриває.

Мета статті – через маловідомі факти з біографії А. Погрібного, власні спостереження виявити публіцистичну майстерність науковця, вийти на простір розвитку освіти в Україні останньої чверті ХХ ст. й у такий спосіб відтворити національні пріоритети професора Інституту журналістики столичного університету як гуманістичні, спроектовані в сьогодення, трансформовані на прекрасну перспективу, на кращі європейські цінності.

Виклад основного матеріалу. Насамперед треба сказати, що власні спостереження за педагогічною практикою А. Погрібного, як і свідчення його колег у колективному збірникові, зокрема П. Кононенка, В. Дончика, Г. Семенюка, М. Тимошика, О. Мукомели, В. Святовця [1], дають підстави об'єктивно потлумачити провідні,

основоположні національні ідеї А. Погрібного. До слова, серед моїх викладачів тодішнього факультету журналістики Київського університету були відомі педагоги-науковці Дмитро Прилюк, Алла Коваль, Олег Бабишкін, Олександр Мукомела, Георгій Почепцов, Олександр Пономарів, Павло Федченко, Анастасія Мамалига, Марія Каранська, Раїса Слободянюк, Василь Яременко, Ольга Пазяк, одначе найбільше врізалася в пам'ять постать доктора філологічних наук, професора Анатолія Григоровича Погрібного. Він читав курс сучасної української літератури (на той час літератури ХХ ст.). Випускник філологічного факультету столичного державного університету добре засвоїв педагогіку й психологію, володів особливим підходом до кожного студента, був уважний у спілкуванні, мав добру пам'ять і бездоганно знав творчі здібності кожного свого вихованця.

Його студії заворожували присутніх в аудиторії, ніхто під час лекції не смів говорити не тому, що професор міг зробити зауваження, а тому, що він читав курс, як кажуть, з голови і кожен спішив усе мовлене занотувати в конспект. Трохи вище середнього зросту, русявий чуб, акуратно зачесаний догори. Професор заходив в аудиторію стрімко, поклавши руки на трибуну, диктував тему, план лекції і поволі приступав до викладу матеріалу. Уже тоді, в радянські часи, відчувалась у його голосі внутрішня демократичність, розкутість думки. Про реабілітованих письменників-неокласиків М. Зерова, П. Филиповича, М. Драй-Хмару говорив чимало такого, що у звичайних підручниках ніколи не прочитати. На екзамені у нього відповідав чітко та конкретно на поставлені питання і завжди отримував відмінну оцінку. Довідавшись, що мене цікавить публіцистика й літературознавство, звів із редактором відділу критики журналу «Вітчизна» Наталею Черченко, дав адресу дружини репресованого письменника Григорія Косинки Тамари Мороз-Стрілець, порадив поїхати у Харків й поговорити про літературний процес 30-х років із патріархом українського письменства Костем Гордієнком, який був другом Миколи Хвильового. Як на той час, то з боку професора це було подвижництво, прогрес у національній освіті. Усі зібрані матеріали згодом лягли в основу моєї книжки «Злотонить» (1994).

У період маланчуківщини поміж студентами ходили легенди, що факультет журналістики був найдемократичніший в альма-матер. Досить назвати випускників різних років, серед яких Вадим Крищенко, Юлія Мостова, Борис Олійник, Василь Симоненко, дисидент Михайло Скорик, Герой України В'ячеслав Чорновіл, Костянтин Стогній, народні депутати України кількох скликань Андрій Шевченко, Віталій Шевченко та інші. Дехто з них проходив студії з української літератури у професора А. Погрібного і пригадують, як його голос в аудиторії звучав владно, переконливо і не лише під час лекцій, а й аналітичних пояснень художнього твору.

Професорові належали новаторські тенденції методики викладання університетського курсу української літератури. Він був послідовником актуальних традицій вітчизняної педагогіки, її славних представників К. Ушинського, Г. Ващенка, В. Сухомлинського. А. Погрібний читав напам'ять уривки з кіноповісті «Зачарована Десна» О. Довженка, тексти новел М. Хвильового, О. Гончара, Г. Тютюнника, В. Симоненка та інших письменників. І студенти виходили з аудиторії, як зі свята: врочисті, усміхнені, не стомлені, захоплені високоефективною лекторською майстерністю молодого професора, дивуючись: «Та він читає без жодного папірця!» Своїм педагогічним хистом він не лише дивував, а й заохочував студентську аудиторію до діалогу. Його пояснення до твору було незвичним, не трафаретним, не за відомими приписами, а за наявності конструктивної проблемності, отож, на його заняттях ніколи було нудьгувати.

Ми назвали його молодим професором. Саме так, бо у свої 39 років захистив докторську дисертацію «Проблема художнього конфлікту в теорії і практиці сучасної прози (1981). Як на той час, то це був рідкісний випадок, бо переважно професором можна було стати після 50 років, у передпенсійний вік. Йому ж доручили очолити кафедру історії літератури і журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка (1983-1992), звідки пішов працювати в Міністерство освіти України, обіймаючи посаду заступника міністра (1992–94). За суму ідей, наполегливу працю удостоївся звання академіка Академії наук вищої школи України (1996), Української вільної академії наук у США (1999), був дійсним членом Наукового товариства ім. Т. Шевченка (з 1998 р.), а також деканом факультету україністики Українського вільного університету (Мюнхен, Німеччина), провідним науковим співробітником Інституту українознавства МОН України. З 1989 р. – член Центрального правління Всеукраїнського товариства «Просвіта» ім. Т. Шевченка. До речі, саме на правлінні ВУТ «Просвіта» з А. Погрібним ми зчаста зустрічались, сфотографувалися 1999 р. в день святкування 60-річчя з дня народження Павла Мовчана. Під час засідання правління ВУТ «Просвіта» Анатолій Григорович завжди сидів у президії разом із професором О. Пономарівим та П. Мовчаном.

Характерна риса педагога – він не був гордим, ніколи не відштовхував від себе співрозмовника, а, навпаки, наближав, не забував своїх вихованців, при потребі завжди міг підтримати чи просто дати добру пораду. Так і зі мною було. При зустрічах цікавився моїми справами (хоч сам завжди був у клопотах громадських і державних), зрідка листувались, обмінювались книгами. Їх завжди дарував з автографом, наприклад, у книзі вибраних його філологічних студій «Літературні явища і з'яви» зробив таку дедикацію: «Віддячуючи за попередні Ваші книжки, а особливо за приємно несподіваного для мене «Квітня» Віталієві Мацьку з великою шанобою, з побажанням подальшої високої творчості. 05.05.2007 р.» Ще один запис: «Нехай якомога скорше виборена буде нами та Україна, про яку мріємо! «Захочеш – і будеш!» – так ніби просто, а насправді складно... Високошановному та невтомному Віталію Мацьку на щастя. Анатолій Погрібний. 05.06.2007 р.» Цей запис зроблено автором на титульній сторінці його книжки «Захочеш – і будеш!» [4], створеної в рамках науково-освітніх програм Всеукраїнського педагогічного товариства ім. Г. Ващенка та інших установ Міносвіти та науки України. На жаль, це були його останні записи, бо через кілька місяців, 9 жовтня 2007 р. професор Погрібний назавжди пішов у інший світ. Він надто невтомно працював і до нестями любив Україну. Оскільки брав на свої плечі болі рідного народу, то його ранній відхід у засвіти вважаю самоспаленням.

Професор Погрібний не замикався в академічній аудиторії, із запальним словом виходив на всеукраїнську аудиторію, вів цикл радіопередач зі Шевченковим докором «Якби ми вчились так, як треба!» І тут педагогічні ідеї зазвучали свіжо, нетрафаретно, доступно кожному свідомому громадянинові України. Його публіцистика була гостро дискусійною, філософське мислення пломеніло національною ідеєю, якою намагався дійти до сердець кожного слухача, читача. Як слушно резюмує Г. Онкович, він намагався достукатися до сумління кожного, бо «його кликала до очищення сама природа душі, кликала тисячолітня історія нашого народу» [1, с. 163].

Прикметно, що в річницю перепоховання Тараса Шевченка, 22 травня 1997 р., вийшла в ефір перша передача А. Погрібного, потім було ще кілька. Голос професора переконливо залунав із приймачів, і на адресу Хрещатик, 26 почали надходити листи з усієї України. Відчувши підтримку слухачів, Анатолій Григорович не розлучався з ними майже до кінця своїх днів. На цю небуденну подію В. Лизанчук відреагував так:

«З-поміж інших авторських радіопередач [«Якби ми вчились так, як треба...»] виявилася найтривалішою не тільки тому, що має безпрецедентно міцний зворотний зв'язок через тисячі й тисячі листів від радіослухачів, а й тому, насамперед, що несе заряд великої та щирої стурбованості надзвичайно напруженою, драматичною для українства ситуацією у духовно-культурній та мовно-освітній політиці держави» [3].

Зауважимо, що власне його педагогічна діяльність побудована у формі діалогу з аудиторією. Публіцистичні, літературознавчі та педагогічні думки спершу лунали в діалозі зі студентами, а згодом він вийшов із філософсько-публіцистичними роздумами на всеукраїнську аудиторію, їх він цитував у своїх передачах, зафіксував на папері у вигляді статей, книг «Розмови про наболіле, або Якби ми вчились так, як треба...» (1999), «По зачарованому колу століть» (2001), «Мовний досвід світу та українські реалії (2002), «Про паспортну наругу та піар-спектакль...» (2002), «Раз ми є, то де?» (2003), «Поклик дужого чину» (2004), «Жива душа донбасівського краю» (2006), «Дещо про національні пріоритети і стратегію націєвбивства» (2006), «Найперше з Києва питати: про мовну ситуацію в столиці» (2006), ««Умію та не хочу», або Про фальш одного етикету» (2006), «Захочеш – і будеш» (2007). Усі думки наскрізно пронизані покликом до патріотичного чину і, найголовніше, ідеєю утвердження української України. Він боляче сприйняв події 18 липня 1995 р. на Софійському майдані: «Це – країна, де шовініст-обруситель не тільки не відчуває жодних державних стримувань чи упокорень, а й звільняє українців з праці за їхню відданість своїй державі, за патріотизм, а то й віддає наказ про масове побиття, покалічення українців, як то було 18 липня 1995 року на Софійському майдані в Києві, коли було бито там... саму Україну, саму Українську державу, саму українську ідею, саму українську віру, саму українську мову, – все, власне, що об'єднується словом «українство». І хто спростує, що то був цинізм, поглум з боку не окремих службових осіб – буднікових і т. ін., а саме з боку, може, і нечуваної в історії модифікації держави – саме з боку України навпаки?» [8, с. 6-7].

Якось у розмові із М. Наєнком згадали А. Погрібного. Михайло Кузьмович раптом каже: «Ми часто стрічалися з Анатолієм. Якось я його запитав: «Навіщо ти вдарився в публіцистику, навіщо ти стільки в цій ділянці книг випустив, коли ти є літературознавцем, то писав би про літературу». Погрібний відповів коротко: «То потреба часу». Але причину звернення до публіцистики, на мою думку, ємкіше розкрив сам А. Погрібний: «Не дон-кіхотство це, звичайно, а прагнення змінити неприродний стан справ в Україні, зокрема і в культурно-мовній сфері, на таки природний, нормальний» [10, с. 240]. По-перше, а по-друге, не варто забувати, що Анатолій Григорович працював в Інституті журналістики і своїм прикладом надихав і студентів, які завтра візьмуть на свої плечі відповідальність за майбутнє України. У кожному з них він бачив патріотів, високих професіоналів, знавців своєї справи.

Увінченість лаврами його не тішила, бо таке визнання прийшло не від доброго життя. Про таке сам скрушно резюмував: «І хоч вона (публіцистика. – *В.М.*) достатньо помічена громадськістю, пошанована Національною премією України ім. Т. Шевченка, все ж я вважаю, що вона у мене (і чи тільки в мене) не від доброго життя. Просто перед лицем новітньої крайньої небезпеки, в якій опинилась Україна в добу – який то парадокс! – своєї номінальної незалежності, якісь суто наукові, літературознавчі інтереси втрачали у своїй першоважливості й ціні, поступалися тому, що І. Франко називав «горожанською повинністю» [9, с. 3]. У запальній публіцистиці професор порушував мовні проблеми, як і спекуляції довкола мови, функціонування національного інформаційного простору, його також хвилювали проблеми освіти та суспільно-політична ситуація. Усе це поставало в комплексі, у взаємозв'язку, бо розумів, що

такий синкретизм має національні аспекти. Публіцистичні роздуми А. Погрібного увиразнені актуальністю, полемічністю, аналітичністю, емоційністю, патріотичністю, майстерним володінням словом, виховним потенціалом. Запальним словом він твердо вірив у повносилля справжньої суверенної, демократичної України, а не України-навпаки.

На початку 90-х років А. Погрібний захопився ідеями Г. Ващенка, демократизацією, гуманізацією освітнього простору України. Якось він завітав до Хмельницького, не оминув обласного інституту удосконалення кваліфікації вчителів, де я на той час працював. Там ми і зустрілися, разом зайшли до заступника директора Людмили Миколаївни Малинич. Заступник міністра освіти А. Погрібний, привітавшись, лагідно сказав: «Пишайтесь, у Вашому колективі трудиться мій колишній студент. На нього можете завжди покладатись, він не підведе». Для мене таке одкровення було несподіваним, але й приємним, бо почути з уст чиновника, безпосереднього керівника, таку характеристику, високу оцінку, все ж таки приємно. Тоді А. Погрібний залишив кілька праць Г. Ващенка, а Л. Малинич радила курсантам читати про оновлення освітнього простору в світлі демократичних основ, спрямованих на інноваційні процеси, європейські цінності. Г. Ващенко зацікавив А. Погрібного як автор ряду педагогічних праць, зокрема «Загальні методи навчання», «Виховання волі і характеру», «Основи естетичного виховання».

Аналіз передач А. Погрібного на Всеукраїнському радіо переконує в тому, що автор наповнював інформаційний простір, як і студентську аудиторію, саме ідеєю українства, забезпечення всебічного і гармонійного розвитку природи людини високими патріотичними ідеалами, любов'ю до рідної мови, культури, України. Але таке виховання, за задумом автора, повинно ґрунтуватися на науковому розумінні природних і соціальних процесів, узгоджуватися із загальними законами розвитку суспільства, яке взяло курс на євроінтеграційні, цивілізаційні та демократичні процеси. Не все так швидко виходило, професор усвідомлював, що подвійна мораль, двовекторний курс держави на Схід і Захід до добра не доведуть, тому й невипадково в дедикації скрушно зазначив : «Захочеш – і будеш!» – так ніби просто, а насправді складно...» Незакінчена думка вказує на розуміння автором гальмування демократичних та євроінтеграційних процесів в Україні. Саме ці гальмівні процеси схвилювали все суспільство і вивели в грудні 2013 р. мільйони людей на вулиці і майдани, призвели до кровопролиття.

Виховний ідеал А. Погрібного трансформовано в його численних педагогічних та літературознавчих працях. Пам'ятав, що ще Ж.-Ж. Руссо метою виховання визначав не підготовку фахівця в певній галузі практичної чи теоретичної діяльності, а високий і нормальний розвиток природних властивостей людини. Розвинена людина зуміє потім оволодіти будь-яким фахом. Вона не лише має знання та гуманні почуття, а й здібності до праці, і то не лише розумової, але й фізичної, мусить володіти певним ремеслом [2, с. 194-295].

При розв'язанні проблем розумового виховання А. Погрібний був схильний до ідеї виховання розуму студента в процесі активної самостійної діяльності, не заперечував й іншої – виховання особистості повинно ґрунтуватися на узагальненому досвіді людства, сконцентрованому в науці, техніці, культурі, мистецтві, а найпаче засобами художнього слова. У цьому показував власний приклад, яким доводив: прищепити любов до рідного слова, художньої літератури можна без зазубрювання підручників, посібників (хоча без них не обійтись), а знати важливі філософські істини, мати міцну історичну пам'ять, оберігати християнські цінності, а найважливіше – розум мусить керувати всією духовною діяльністю людини, відтак виникає потреба виховання розуму. Моральне виховання особистості – лейтмотив педагогічних ідей А. Погрібного. А ще під

високим патріотичним гаслом у царині освіти для професора було виховати українську молодь для доброчинності. Йдучи за Г. Ващенком, професор Погрібний засобами публіцистичного слова прищеплював молоді тверду волю, цілісність характеру, прагнення об'єднання довкола національної ідеї.

Двадцять років тому А. Погрібний, виступаючи на відкритті Всеукраїнського конгресу педагогічного товариства ім. Г. Ващенка, закликав освітян лікувати нашу національну пам'ять [5, с. 2]. Згодом професор присвятить й інші праці Г. Ващенку, ідеї якого всіляко поширював [6; 7]. Як педагог-новатор, професор А. Погрібний усвідомлював, що входження України до європейських і євроатлантичних структур вимагатиме осмислення власної ідентичності, включення системи національно-державних пріоритетів, які спроектовані на досягнення прекрасної української перспективи. Саме остання заґрунтована на тисячолітній історико-культурній, освітній традиції.

Висновки. Проведений аналіз праць науковця, особисті спостереження уможливлюють висловити основоположні національні та освітні концепти А. Погрібного, а саме:

1. Науковець і педагог був активним будівничим національної освіти, борцем за українську Україну: викладач української літератури в Київському університеті, блискучі лекції якого приходили послухати і студенти з інших курсів та факультетів, довкола себе згуртовував ініціативні групи, з яких зросло Товариство української мови ім. Т. Шевченка («Просвіта»).

2. А. Погрібний був активним в громадському житті: у 1990 р. (як депутат першого демократичного скликання Київради) піднімає над Хрещатиком український прапор, координує акції допомоги голодуючим студентам.

3. Як освітянин, як державний діяч, він після проголошення незалежності «українізує» Міністерство освіти, виступає одним із ініціаторів створення Конгресу української інтелігенції, очолює Всеукраїнське педагогічне товариство ім. Г. Ващенка. На початку дев'яностих років минулого століття був один із тих, хто підтримав становлення й розвиток Інституту українознавства: спочатку як чиновник Міносвіти, а згодом – як завідувач відділу української літератури, провідний науковий співробітник відділу української мови, незмінний учасник і доповідач на всіх організованих Інститутом міжнародних конгресах і наукових форумах.

4. Великому педагогові, вченому із світовим ім'ям, А. Погрібному хотілося бачити нас справжніми українцями. Задля цього він завзято боровся палкими публіцистичними виступами із «малоросійством», українськими духовними лінощами, почуттям меншовартості, байдужістю й лякливою поміркованістю. А. Погрібний прагнув, щоби кожен українець «сповнився волею бути національно самим собою», переконував, що «альтернативи будівництву національної держави з українськими пріоритетами у всіх без винятку сферах життєдіяльності просто не існує. Інакше – загроза катастрофи, можливий крах усіх наших національних сподівань,» – бив він на сполох в останній своїй книжці, написаній у час хвороби (і спільної нашої надії на диво), закликаючи «захотіти – і бути» Українцями» [11, с. 96].

5. Його найважливіші педагогічні думки – ідея українства; всебічний і гармонійний розвиток природи особистості високими патріотичними ідеалами, любов'ю до рідної мови, культури, України; виховання патріотичного чину школярів та студентів на науковому розумінні природних і соціальних процесів, які узгоджуються із загальними законами розвитку суспільства, що взяло курс на євроінтеграційні та демократичні процеси; навернення до історичної пам'яті, до вшанування українських героїв, без чого, вважав, не може існувати національна освіта.

6. Національні ідеї А. Погрібного базувалися на орієнтації особистісної моделі побудови взаємодії зі студентами; на творені процесу навчання й виховання з максимальним залученням механізмів функціонування особистості студента (мотивацій, цінностей, «Я-концепції», суб'єктивного досвіду), а також на формуванні освітнього процесу, враховуючи гуманістичні цінності, які на зорі незалежності в 90-х роках XX ст. набирали всебічного розвитку. Це принцип свободи, створення ненасильницького розвивального соціально-педагогічного середовища, насичення життєдіяльності освітньої установи новим толерантно орієнтованим змістом. Не зникав із поля зору професора принцип особистісного підходу до всіх учасників освітнього процесу. Педагог-новатор добре знав, що метою освіти є не формування особистості із заздалегідь визначеним завданням, характеристиками, а створення умов для повноцінного вияву й розвитку власне особистісних функцій студента. З його уст все частіше лунають словосполучення «національна українська педагогіка», «національна ідея». А. Погрібний був педагогом-державником, відкидав казарменне виховання А. Макаренка, на практиці відходив од консервативного педагогічного крила, натомість розвивав ідеї виховання волі і вибору свободи, самоцінності й неповторності кожної окремої особистості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Життя і чин Анатолія Погрібного: наук. розвідки, ст., спогади. – К. : Просвіта, 2011. – 488 с.

2. Коменский Я. Педагогическое наследие / Я. А. Коменский, Д. Локк, Ж-Ж. Руссо, И. Г. Песталоцци ; сост. В. М. Кларин, А. Н. Джуринский. – М. : Педагогика, 1989. – 416 с.

3. Лизанчук В. Утвердження українсько-го життєвого середовища / В. Лизанчук // Українське слово. – 2006. – № 10. – 8–14 березня.

4. Погрібний А. Захочеш – і будеш: публіц. ст. / А. Погрібний. – К. : ВЦ «Просвіта», 2007. – 484 с.

5. Погрібний А. Лікуймо національну пам'ять: вступне слово на відкритті Всеукраїнського конгресу педагогічного товариства ім. Г. Ващенка / А. Погрібний // Освіта. – 1995. – № 47. – С. 2.

6. Погрібний А. Виховний ідеал педагога-державника: 120 років від дня народження Григорія Ващенка / А. Погрібний // Освіта. – 1998. – № 29-30 (22-29 квітня). – С. 1-3.

7. Погрібний А. Григорій Ващенко (1868-1967) «Бог і Україна» // Освіта. – 2003. – № 1. – С. 2.

8. Погрібний А. Розмови про наболіле, або Якби ми вчились так, як треба. – К. : ВЦ «Просвіта», 2000. – 317 с.

9. Погрібний А. Літературні явища і з'яви (Статті. Портрети. Силуети. Наближення) / А. Погрібний. – Ніжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2007. – 628 с.

10. Погрібний А. Раз ми є, то де? (З розмов про наболіле) / А. Погрібний. – К. : Український письменник, 2003. – 293 с.

11. Погрібний Анатолій Григорович [некролог] // Слово і час. – 2007. – № 11. – С.96.

Виталий Мацько

Национальные приоритеты Анатолия Погрибного в системе подготовки журналистов, развития образования в Украине

Автор статьи является учеником А. Погрибного. Привлекая собственные наблюдения, впервые раскрывает его национальные педагогические идеи как гуманистические. В своей практике профессор признавал ценность человека как личности, его право на свободу, счастье, развитие и проявление своих способностей, считал принципы равенства, справедливости, человечности желаемой нормой отношений между людьми. Пропагандируя национальную идею, гуманные ценности в украинской педагогике, он руководствовался основными принципами любви к людям, уважения к человеческому достоинству. А. Погрибный, обучая журналистов, понимал, что вхождение Украины в европейские и евроатлантические структуры потребует осмысления собственной идентичности, включения системы национально-государственных приоритетов, которые спроектированы на достижение прекрасной украинской перспективы. Именно последняя основывается на тысячелетней историко-культурной, образовательной традиции.

Ключевые слова: публицистика, информационное пространство, педагогические идеи, гуманизация, демократизация, аудитория, идеи Ващенко, воспитательный идеал.

Vitalii Matsko

National Priorities Anatoliy Pogribnyi in Training Journalists Development of Education in Ukraine

The author is a student of A. Pogribnyi and attract the observation, uncovered national pedagogical ideas as humanistic. In the practice professor recognized the value of human beings, their right to freedom, happiness, development and expression of their talent, considered the principles of equality, justice, humanity desirable norm relationships. Promoting national idea, humane values in Ukrainian pedagogy, he was guided by the basic principles of love for people, respect for human dignity. A. Pohribnyy teaching journalists understood that Ukraine's accession to European and Euro-Atlantic structures will require understanding of identity, including the system of national government priorities, which are designed to achieve the beautiful Ukrainian perspective. And just last millennial grounded in historical and cultural, educational traditions.

Keywords: journalism, information Space, teaching ideas, humanization, democratization, the audience, ideas Vashchenko, educational ideal.

Анна ЗАЙЦЕВА
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики
Східноукраїнського національного університету
імені Володимира Даля (м. Луцьк)

*УДК 821.161.2–*3.09+929

ІДЕЙНО-ХУДОЖНІЙ ДИСКУРС ПУБЛІЦИСТИКИ ОЛЕНИ ПЧІЛКИ

Статтю присвячено дослідженню ідейно-художнього діапазону публіцистичного доробку Олени Пчілки. На конкретних прикладах проаналізовано специфічні ідейні особливості творчості письменниці. Показано коло проблем, що хвилювали Олену Пчілку і які вона висвітлювала на сторінках українських періодичних видань, зокрема «Рідного краю».
***Ключові слова**: публіцистика, дискурс, стаття.*

Публіцистика Олени Пчілки (Ольги Петрівни Косач, 1849–1930), репрезентована на сторінках редагованого нею журналу «Рідний край» та додатку до нього «Молода Україна», вражає різноплановістю тем і вагомим смисловим навантаженням. Ця особливість зумовила певний ідейно-художній дискурс, що стане предметом подальшого аналізу.

Р. Декарт розглядав термін «дискурс» у широкому значенні, вбачаючи в ньому вчену розмову на філософську, політичну, літературну, релігійну тематику тощо [9, с. 3]. У лінгвістиці це поняття має більш конкретизоване визначення: «Дискурс» належить до набору норм, переваг і сподівань, що пов'язують мову з контекстом» [10, с. 358]. С. Павличко відзначила, що цей термін значно розширив своє значення і, на думку дослідниці, «є мовою, котра розуміється як висловлювання і відтак включає суб'єктів, які говорять або пишуть, а також слухачів або читачів, які є об'єктами дискурсу» [3, с. 21]. З огляду на смисл поняття, загальний ідейно-художній дискурс публіцистики Олени Пчілки має ряд специфічних особливостей, дослідження яких, на наш погляд, є перспективним.

Мета статті – дослідити ідейно-художній дискурс публіцистики Олени Пчілки.

Заснований у 1905 р. М. Дмитрієвим тижневик «Рідний край» з 1907 р. переходить під керівництво Ольги Петрівни Косач, яка була не лише його редактором, а й видавцем. Попри утиски і перешкоди, яких зазнавала, займаючись видавництвом часопису, вона протягом тривалого часу продовжувала випускати його власним коштом, адже щиро «вірила, що «Рідний край» перестане бути справою окремих людей і стане справою громадською, він сприятиме пробудженню національної свідомості як освіченого громадянства, так і широких народних мас, що вже виявили бажання читати книжку, газету, журнал рідною мовою і почали вимагати через своїх представників ширших національних прав» [2, с. 25]. Дійсно, цей тижневик «відіграв величезну роль у розвитку громадської думки, літературному процесі, а головне – був органом, що спрямовував промінь просвіти у народну темряву, служив поглибленню національної єдності українців» [1, с. 14]. Саме на сторінках часопису «Рідний край» найповніше постають провідні ідеї Олени Пчілки як педагога-просвітителя, активного захисника української державності.

Упродовж тривалого часу часопис «Рідний край» був політичною трибуною Олени Пчілки, яка порушувала болючі питання, що стосувалися державних справ. Вона покладала надію на те, що діячі, які ввійдуть до складу державного органу («Вибори до Державної Думи»), боротимуться за національне, соціальне звільнення українського народу, відстоюватимуть право на освіту дітей рідною мовою, вирішуватимуть проблеми кожного народу відповідно до обставин і потреб. Проте серед членів Державної думи не знайшлось діячів, які хотіли б вирішити українське питання, тому воно залишалось відкритим.

Мисткиня щиро відгукнулася на події, що відбулися в селі Сорочинці у грудні 1905 р., коли представники влади покарали учасників демонстрації. Пережите лягло в основу її статті «Сорочинська справа»: «Се більше, ніж драма, се трагедія, що постигла той тихий, неначебто такий затишний куточок Полтавщини…» [7, с. 554]. Авторка пише про свавілля і звірства властей, з вини яких «на майдані сорочинському полилася кров, полягли мертві тіла; 20 сорочинців поклали свої голови, більше 50 зостались покалічені; у зневазі, у приниженні стояли на колінах сорочинські люди серед свого майдану, повалені в сніг та дожидаючись розправи від хижої руки» [7, с. 555]. У статті гнівно засуджено розгул реакції, який зумовив людські втрати, висловлено думку про те, що український народ має право на конституцію. Ідеї, репрезентовані авторкою статті, так і залишились нереалізованими, бо влада вбачала в українцях лише робочу силу, яка не мала права на голос. Але Олена Пчілка продовжувала невтомну боротьбу з безправним становищем українського народу.

Багато уваги Олена Пчілка зосереджувала на проблемах освіти. Думки та погляди про виховання молодого покоління вона виклала в статті «Праця виховальна»: «діти – се наш дорогий скарб, се наша надія, се – молода Україна [5]. Основну роль у вихованні дітей письменниця відводить сім'ї: «Чи дитина виросте приятелем, чи ворогом України – се багато залежить од виховання, од того, що їй буде защеплено в сім'ї» [5]. Олена Пчілка звертається до сумної статистики, котра свідчить, що вихованню в молодого покоління національної свідомості, прищепленню любові до рідного краю, його народу й слова надають неналежної уваги: «На жаль, треба признатись, що наша українська сім'я до сієї пори здебільшого не давала національної свідомости дитині, не розвивала в дітях любові й поваги до свого, рідного, як ми бачимо в сім'ї інших племен» [5]. Для прикладу авторка використала зразок польської родини, яка теж мала багато перепон у національному розвитку, проте діти ще змалку знали про свою національну належність, шанобливо ставились до всього рідного.

У справі прищеплення молодому поколінню відповідної національної української освіти вона надіється на товариство «Просвіта». Його гуртки повинні «зосібна дбати про національно-свідоме виховання дітей наших, отже сей гурток просвітянський повинен добувати дитячі книжки українські, повинен влаштовувати зібрання дитячі, щоб діти промовляли на тих ранках, чи вечірках, вірші кращих наших письмовців, співали гарних пісень народних» [5]. На думку Олени Пчілки, закиди про відсутність відповідної лектури для дітей українською мовою безпідставні. Вона констатує наявність читанки Б. Грінченка, збірок байок Є. Гребінки, Л. Глібова, М. Старицького, вказує на широкий діапазон дитячих творів, поданих на сторінках журналу «Молода Україна». Авторка доходить висновку, що за бажання «можна знайти і літературний знадібок для дітей, і силу, котра піклуватиметься тим вихованням дітей – щоб надати йому національний напрям, щоб діти ще змалку були свідомими Українцями» [5].

Бажання Олени Пчілки донести до широкого загалу перлини народної творчості зумовили видання фольклорних матеріалів. Розвиток фольклористики як науки був позначений різноманітністю підходів до вивчення народної творчості. В українській

фольклористиці поширилася історична школа, найяскравішими представниками якої були П. Чубинський («Труды этнографическо-статистической экспедиции в Западно-Русский край»), Я. Головацький («Народные песни Галицкой и Угорской Руси»), М. Драгоманов («Малорусские народные рассказы и предания»), Олена Пчілка та ін.

Фольклористичні розвідки Олени Пчілки та інші її студії мають значну наукову вагу. У статтях з фольклористики вона також порушує питання виховання національно свідомих громадян, важливу роль відводить освіті рідною мовою. Так, у статті «Старосвітські «думи» в новому виконанню і поясненню» авторка картає «Общество первоначального образования», яке організовує літературно-артистичні вечори в Києві переважно російською мовою. Письменниця дорікає співвітчизникам, які проміняли рідну українську мову на діяльність, спрямовану на «обрусения» кіл» [6].

У статті «Українські колядки» [4] Олена Пчілка осмислює роль народу в збереженні та відтворенні рідної мови. Сторінки історії, до яких вона звертається, засвідчують вплив інших націй на українську, що міг, на її думку, спричинити знецінення національних принципів і прищепити нашим предкам відчуття меншовартості. Письменниця констатує прикре явище, притаманне сучасному їй суспільству: ігнорування інтеліген-цією української мови. Така ситуація засмучувала її. На думку авторки, сучасним і майбутнім поколінням варто брати приклад з історичного минулого нашого народу, який попри негаразди та перепони не зрікся й не відцурався українського слова.

В етнографічно-літературному нарисі «Українська гумористика» зазначено, що «гумором іскриться в нас вся мова народня, вся та, назвемо її так, усна народня словесність» [8, с. 13]. Цю тезу підтверджено конкретними прикладами, особисто зібраними й записаними авторкою в різноманітних куточках України. Розвідка Олени Пчілки залишилась незакінченою, проте з тієї частини, що збереглась до нашого часу, чітко простежується провідна думка твору: донести читачам, що вся українська мова, фольклор і художня творчість пронизані гумором – однією з найяскравіших рис української нації.

Висновки. Представлена в різноманітних періодичних виданнях України публіцистика Олени Пчілки, спрямована на поліпшення становища українського народу, пробудження його національної свідомості, сприяла просвіті народних мас. Для досягнення цієї мети письменниця не полишала невтомної боротьби із представниками влади, репрезентуючи у своїх статтях негативні сторони її діяльності або бездіяльність загалом («Сорочинська справа», «Вибори до Державної Думи»), звертала увагу на справи освіти («Праця виховальна»), де порушувала проблему ролі «Просвіти» в піднесенні національної свідомості. Вагомого значення надавала навчанню українською мовою, бо найважливішу роль у відродженні української нації відводила молодому поколінню.

Етнографічно-фольклористичні статті Олени Пчілки («Українські колядки», «Українська гумористика» та ін.) подають багатий фольклорний матеріал, засвідчують вагому роль усної народнопоетичної творчості в духовному житті людини. На думку авторки, обізнаність з історією, культурою, літературою свого народу сприяє виробленню патріотичних почуттів, пробуджує у справжніх громадян прагнення творити й працювати для добра своєї держави.

Перспективи нових досліджень творчості Олени Пчілки вбачаємо у вивченні специфіки творчої манери письменниці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Новаківська Л. Олена Пчілка: частіше доторкатися до народного джерела / Л. Новаківська // Рідна школа. – 1998. – № 4. – С. 14–16.

2. Новаківська Л. Подвижницька діяльніть Олени Пчілки на ниві українського просвітництва : посібник / Л. Новаківська. – Ніжин : Науковий світ, 2001. – 48 с.

3. Павличко С. Дискурс модернізму в українській літературі / С. Д. Павличко ; 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Либідь, 1999. – 447 с.

4. Пчилка Олена. Украинские колядки. (Текст волынский) / Олена Пчилка // Киевская старина. – 1903. – Т. 80 (январь). – С. 152–175. – Т. 81. – (апрель). – С. 124–160; (май). – С. 192–230; (июнь). – С. 347–394.

5. Пчілка Олена. Праця виховальна / Олена Пчілка // Дивослово. – 1999. – № 6. – С. 56.

6. Пчілка Олена. Старосвіцькі «думи» в новому виконанню і поясненню / Олена Пчілка // Рідний край. – 1908. – № 4. – С. 11–14.

7. Пчілка Олена. Твори / Олена Пчілка. – К. : Дніпро, 1988. – 582 с.

8. Пчілка Олена. Українська гумористика / Олена Пчілка // Рідний край. – К., 1911. – № 4. – С. 13–15 ; № 6. – С. 6–8 ; № 7. – С. 17–20 ; № 13. – С. 26–28.

9. Descartes R. Discours de la méthode. La dioptrique. Météores. La Géométrie. – Leyde, 1637. – 413 p.

10. International Encyclopedia of Linquistics : 4 vol. – New York ; Oxford, 1992. – Vol. 1. – 429 p.

Анна Зайцева

Идейно-художественный дискурс публицистики Олены Пчилки

Статья посвящена исследованию идейно-художественного диапазона публицистического наследия Олены Пчилки. На конкретных примерах проанализированы специфические идейные особенности творчества писательницы. Показан круг проблем, волновавших Олену Пчилку и которые она освещала на страницах украинских периодических изданий, в частности «Родного края».

Ключевые слова*:* публицистика, дискурс, статья.

Anna Zaitseva

The Ideological and Artistic Discourse of Publicism of Olena Pchilka

The article studies the ideological and artistic range of journalistic heritage of Olena Pchilka. In specific examples analyzed the specific ideological features of the creativite of the writer. Showing a range of issues that agitated Olena Pchilka and it covered the pages of Ukrainian periodicals, including “Native Land”.

Keywords*:* publicism, discourse, art.

ОЛЕКСАНДР МІРОШНИЧЕНКО
здобувач кафедри журналістики
Одеського національного університету
імені Іллі Мечникова,
науковий керівник –
доктор філологічних наук, професор
Олександр Александров

УДК 812.161.2.811Квітка-Основ'яненко.92

«ЛИСТИ ДО ЛУЖНИЦЬКОГО СТАРЦЯ» Г. Ф. КВІТКИ-ОСНОВ'ЯНЕНКА В ІДЕЙНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ КОНТЕКСТІ ДОБИ

В статті аналізується малодосліджений ранній літературно-публіцистичний твір Григорія Квітки-Основ'яненка. Написані у добу становлення національної публіцистики, коли вона остаточно ще не відокремилася від інших видів творчості, «Листи до Лужницького старця» характеризуються відсутністю прямого вираження авторської думки. Реконструкція ідейно-публіцистичного контексту дозволила встановити, що ідеологічною основою авторської позиції «Листів» є просвітительський лібералізм.

Ключові слова: *українська публіцистика, просвітительський лібералізм, Квітка-Основ'яненко, Каченовський, «Вісник Європи».*

Науковою проблемою, один із аспектів якої вирішується в цій статті, є встановлення авторської позиції в літературно-публіцистичних творах Г. Квітки-Основяненка 1820 – початку 1830 рр. Вона імпліцитно сформульована в «Листах до видавців» (1816–1817), «Листах до Лужницького старця» (1822), «Супліці до пана іздателя» (1833). Загалом у них йдеться про необхідність етнокультурної ідентифікації, представлено широкий спектр оцінок соціокультурного стану суспільства та перспектив його подальшого розвитку. Питання, які поставив Квітка в листах у 1830–1840 рр. багато в чому визначали зміст ідеології слов'янофільства та західництва – важливих чинників суспільно-політичного розвитку Росії.

Досягнення **мети цієї праці** – висвітлення ідейного змісту російськомовних «Листів до Лужицького старця» Квітки, надрукованих у московському журналі «Вісник Європи» в період загострення ідейно-публіцистичної боротьби між періодичними виданнями, які виражали різні напрямки громадської думки, – передбачає реконструкцію публіцистичного контексту, журналів та персоналій, які були задіяні у полемічних «битвах» того часу. Необхідність розгляду листів у контексті пояснюється тим, що вони створені в добу становлення як української, так і російської публіцистики, коли вона ще не відділилася від інших видів вербальної творчості: релігійних творів, літературної та театральної критики, художньої літератури, філософії та філології. Тому суспільно-політична авторська позиція висловлюється в таких творах почасти не прямо, а опосередковано, що є родовою ознакою публіцистики.

«Листи до Лужницького старця» – епістолярні за своєю жанровою формою, а за змістом становлять своєрідний гібрид оповідання автора про власне життя, тобто автобіографії, та нарисового опису побуту і звичаїв провінційного дворянства.

У цій статті теоретичні засади дослідження «Листів» Квітки як літературно-публіцистичних творів базуються на виокремленні жанрової форми та жанрового змісту, які можуть знаходитися в художньо-публіцистичних творах у різних взаємозв'язках. Наприклад, О. Александров пише про відсутність жорсткої взаємообумовленості між жанровою формою та жанровим змістом у подорожньому нарису [2, с. 30–31]. Виходимо з припущення, що і в епістолярному (епістолографічному) творі, який тут досліджується, ці зв'язки також мають специфічний характер.

В епістолярній жанровій формі діалогічна природа публіцистики, яка чітко відмежовує її від монологічної пропаганди, виявляється зі всією очевидністю. У публіцистичних листах діалогічність жанрової

форми втілена у структурі суб'єктної сфери твору. Обов'язковим елементом його, крім автора (оповідача), є образ читача. Прикладів такої «присутності» образу читача у текстах періоду виникнення та становлення української епістолярної публіцистики більш ніж достатньо. Це – послання афонськогоченця Івана Вишенського, надруковані у його «Книжці» (1599–1601); «Листи до видавців» (1816–1817), «Листи до Лужницького старця» (1822) та «Супліка до пана іздателя» (1833) Григорія Квітки-Основ'яненка, а також «Листи з хутора» (1862) та «Зазивний лист до української інтелігенції» (1882) Пантелеймона Куліша та ін.

У цих епістолографічних творах спостерігається подвоєння адресата; за конкретним читачем, справжнє або вигадане ім'я якого вказується, завжди стоїть абстрактна публіка, власне реціпієнти, серед яких суспільно-політичні опоненти, однодумці та ті, хто не має власної позиції. Лист може бути написаним від імені біографічного автора, який інколи прикривається якоюсь комунікаційною маскою, що дозволяє завуалювати свою позицію. В цьому випадку створюється комунікаційна ситуація, яка надає спілкуванню автора з читачами амбівалентності. Діапазон публіцистичної комунікації тут досить широкий: від спокійного спілкування однодумців до гострої полеміки.

Теоретичних праць, присвячених листу як журналістському жанру, небагато, але у них є окремі цікаві спостереження та висновки, які можна використати при дослідженні текстів епістолярної публіцистики. Так, у праці Є. Прохорова «Епістолярна публіцистика» необхідною умовою становлення листа як журналістського жанру називається виклад у них ідей, що мають важливе значення для тисяч та навіть мільйонів ідей [12]. Звернувши увагу на таку специфічну ознаку епістолярію, як можливість безпосереднього звернення до адресата, Є. Прохоров вказав на притаманну епістолярній публіцистиці рису – високий рівень довіри читача до автора листів.

Спостереження Є. Прохорова розвинуті та вписані у сучасний науковий дискурс російським ученим Л. Кройчиком, який відносить лист до «оперативно-дослідницьких» жанрів, але залишає його у сфері публіцистичної творчості. Дослідник, зокрема, пише: «Лист – епістолярний жанр публіцистики у формі публічного звернення до конкретної особи або колективу, у якому піднімаються актуальні проблеми, що вимагають негайного вирішення» [8, с. 156]. На думку вченого, максимально актуальним робить лист його персональна адресність у поєднанні з проблемами, які вимагають негайного вирішення. Жанрові рамки епістолярного твору допускають можливість створення образу біографічного або вигаданого автора (посилання на факти власної біографії, згадка про якісь епізоди із життя адресата). Щоправда, така специфічна риса епістолярної публіцистичної комунікації залишилася поза увагою дослідника, але вона цілком логічно випливає із думки вченого про те, що при вирішені проблеми, яку обговорює автор з читачами листів, враховуються усі «за» та «проти».

Жанрова форма репрезентована в «Листах до Лужницького старця» суб'єктами спілкування. Твір розпочинається із нагадування його «автором» Фалалеєм Повинухіним читачам про листи, надруковані колись ним в «Українському віснику» [7, с. 34]. Так створюється модель читача масового, позбавленого будь-яких конкретних прикмет. Після цього відтворюється образ конкретного адресата – Лужницького старця, який «своє й чуже писання відправляє до друку до *Вісника Європи»* [7, с. 35]. Далі мова йде про авторів взагалі, точніше про тих дописувачів журналів, листами яких видавці розпалюють каміни. Фалалей пропонує Старцеві створити щоденний часопис, щоби друкувати в ньому такі рукописи за плату. Дистанціюючись від таких авторів, Фалалей звертається до «високочтимого Старця» з надією, що його лист потрапить до «Вісника Європи», а не до щоденного часопису, проект якого він сам і запропонував. Таким чином моделюється ще одна комунікаційна пара: Лужницький старець, завдяки якому лист може бути надрукований у «Вісника Європи», – видавці інших журналів.

Сказане дозволяє констатувати, що суб'єктна сфера листів Старцю, так й наступних трьох амбівалентна: «низьке» та «високе» на рівні автора, читача та видавця розмежовані, але тісно пов'язані, що дозволяє «вписати» в епістолярну жанрову форму амбівалентний зміст.

У «Листах» описується побут і звичаї провінційного дворянства, але це опис публіцистичний, який має підвести читача до певної думки, опис-алюзія, за яким прихована авторська позиція. Твір Квітки характеризується «відсутністю елементів прямої публіцистики», що властиво, на думку Є. Журбіної, нарису. «Листи» повністю потрапляють під спостереження дослідниці: «Насищення нарису публіцистичною думкою дано не прямо. Воно складає немовби його контекст. Нарис виступає у вигляді картини» [5, с. 155].

Дійсно, за своїм жанровим змістом описи усіх чотирьох листів нарисові. При цьому автор листів, Фалалей Повинухін, розповідає також про своє життя та про своїх рідних. Він викладає своєрідне продовження історії своєї родини, драматичний початок якої читач пам'ятає з «Листів до видавців». Йдеться про повернення у власну садибу, яка п'ять років разом із землею та селянами знаходилася під опікою за борги, яких наробив управляючий-француз, скориставшись наївною довірливістю Фалалея.

Саме наратив, історія родини пов'язує нарисово-описові сегменти листів у ціле. Таких сегментів у творі Квітки три. За своєю вербальною природою вони однотипні, а за змістом різні. У них публіцистична думка автора викладена не в логіко-понятійній, а в образній формі.

Картина, яка постала перед очима Повинухіна після повернення в рідний маєток після п'яти років поневірянь (це перший нарисово-описовий сегмент об'єктної сфери твору), – утопічна за своїм характером. Після втечі француза сталося чудо відродження. Поміщик не впізнав своє господарство: млини, токи, клуні – все у найкращому стані. Скирди хліба, селяни розбагатіли, а у нього самого шістдесят три тисячі карбованців на рахунку. Причини змін не пояснюються, хто і як тут управляв у роки відсутності Фалалея не повідомляється. Публіцистична оцінка, яку дав автор цій утопічній «картині», зводиться до короткої інвективи в сторону французів: «І це не французьке управління!» [7, с. 35].

Своєрідним поясненням разючих змін виступає зображення суспільно-політичного життя в повіті. У другому листі Фалалей, розповідаючи про місцеве дворянство, протиставляє теперішній та «наш час», сьогодення та минуле. Він вважає, що тепер усе не так, як колись, після створення намісництва. Раніше дворянство користувалось своїми свободами в повній мірі. Тепер тільки й розмов про «загальну користь», яка велить здійснювати благородні вчинки, тягне гроші із кишень на училища, лікарні, притулки для обездолених. І все це змінилося, коли всі взялись за просвіту.

Ставлення Фалалея до такої моделі державного та суспільного устрою негативне, але він – фігура сатирична, людина нерозумна, прототипом якої є не лише персонаж публіцистики опонента Катерини Другої Миколи Новікова, а й дурень народно-сміхової культури [10]. Позиція самого Квітки аж ніяк не співпадає з думкою вигаданого автора листів, незадоволеного життям за законами «суспільної користі».

Другий нарисово-описовий сегмент «Листів» 1822 р. – це сатиричне зображення жіночого виховання, яке, за словами Фалалея, «дійшло до досконалості». Часто тут іронія переходить у сарказм, а гіперболізація межує з гротеском. У третьому листі Фалалей розповідає, що його Євдокія Григорівна повернулась іншою людиною із міста М. (Москва?), де займалася торгівлею у модній крамниці. Від «великого світу» вона перейняла французьку мову, знання поезії, а головне – моральні правила, які тепер весь час проповідує.

Удома дружині Фалалея допомагає прийомна донька Дуня, яка провела кілька років у пансіонаті мадам Сан-Дан, звідкіль вийшла, за словами автора листа, «козир-дівкою». Фалалей згадує свої відвідини цього виховного закладу і зображає сценки тамтешніх звичаїв із наївністю дурня-простака, з якою він за часів, описаних у «Листах до видавців», ставився до француза-пройдисвіта. Принципи та засоби виховання тут далекі від двох основних просвітницьких концепцій людини з їх культом розуму або почуттів. Головна увага звернена не на розвиток інтелекту або душі («серця»), а на формальні речі: вміння одягатися, «зашнурувавшись» так, щоб спина була прямою, зробити реверанс, на танці.

Третій нарисово-описовий сегмент «Листів до Лужницького старця» – зображення побуту та звичаїв родини Фалафея після повернення у власний маєток. Отримавши господарство у прекрасному стані та шістдесят три тисячі карбованців, сім'я розпорядилася цим багатством далеко не прагматично: на російський, а не на французький лад.

Признавшись, що не любить мати свою думку, Повинухін звертається до Старця з проханням порадити, як жити. «Тільки та біда, що не знаєш, до якої думки пристати. Хтось кричить: «Добре робить Памфіл Іванович, що батьківський маєток не промотує і все його багатство, на відсотки придбане, приумножує торговими оборотами, підрядами, поставками; він залишить діткам хліб насущний» [7, с. 40]. Інший навпаки проповідує: «Якщо хтось вміє жити, так це Трифон Степанович. Батько його киснув в селі, копив гроші, а він-то користується життям. Як переїхав до міста, дім не дім, стіл не стіл, гості не гості! На що ж гроші ховати? Гроші річ загальна та кругла: катай їх по білому світу, живи у своє задоволення, не відмовляй собі ні в чому; зідрав усе з мужиків бери в борг, продай голодранців та доживай вік. Нехай ті страдають, кому ти заборгував; а вмер, тоді хоч вовк траву їж!» [7, с. 40].

Фалалей приймає другу версію життєвої філософії. Він повідомляє Старцю, що проживає доходи «самим веселим та блискучим чином». Таке «марнування життя» не має нічого спільного з європейсько-буржуазним прагматизмом. Епікуреїзм та гедонізм як філософія життя гарантують сімейству повернення до тієї «боргової ями», з якої воно щойно вибралося.

Для з'ясування ідейного змісту «Листів» та авторської позиції Квітки, а їх публіцистичний характер не викликає сумнівів, потрібно здійснити хоча б побіжну реконструкцію ідеологічних течій суспільства першої чверті XIX ст. та вказати на друковані органи, які були їх виразниками.

А. Мінаков вказує на те, що наприкінці XVIII – на початку XIX ст. існували три основні ідеології: консерватизм, радикалізм та лібералізм [11].

Домінантною ідеологією у період 1815–1830 рр. у Росії стає консерватизм. Особливого розвою він набуває після переможної війни 1812 р., коли патріотичний підйом був настільки високим, що нерідко переходив у націоналізм. Російському консерватизму того часу, який згодом переросте у так звану «офіційну народність», властивий культ монархічної держави, православної церкви та релігійної моралі, самобутньої національної культури, дисципліни та порядку. Провідними ідеологами консерватизму, навколо яких об'єдналися в основному представники правлячої еліти, були М. Карамзін, А. Шишков, Ф. Ростопчин, С. Глінка, С. Уваров та слов'янофіли. Радикальну ідеологію, яка інколи теж переходила в

націоналізм, втілили в практику політичної боротьби декабристи, значення яких для прогресивного розвитку країни було абсолютизоване радянською історичною наукою. Традиційно до його представників, крім декабристів, відносять А. Радищева, О. Пушкіна та М. Сперанського. Лібералізм як ідейна течія не набув чітких організаційних форм: як ідеологія просвітительського космополітизму, він був репрезентований лише на рівні публіцистичної полеміки.

Лідером серед консервативно-патріотичних періодичних видань упродовж цих років був журнал «Російський вісник» С. Глінки. Рупором радикально-революційної ідеології вважається альманах декабристів «Полярна зірка». А лібералізм у його просвітительському розумінні сповідував журнал «Вісник Європи», редагований М. Каченовським.

Листи Фалалея Повинухіна (Квітки) адресовані Лужницькому старцю. Це псевдонім Михайла Трофимовича Каченовського, який був редактором журналу Московського університету «Вісник Європи» з 1815 по 1830 рік. Каченовський був сином харківських міщан, який рано залишився сиротою. Людина високих здібностей, самоука, він досяг висот науки (заснував історичну школу «скептиків»), зробив блискучу, як для різночинця, чиновничу кар'єру (був, зокрема, ректором Московського університету). А його «Вісник», який тривалий час був надзвичайно популярним, – фактично перший суспільно-політичний російський журнал європейського зразка.

Лужницький старець – літературна містифікація, пародійно-гротескна маска, яку М. Каченовський створив за зразком англійських журналів XVIII – початку XIX ст. Як відомо, Лужники – місцевість у Москві, на той час болотиста. М. Каченовський, якого опоненти звинувачували у літературному старовірстві, використав образ Старця для персоніфікації критичного розділу свого журналу. Фігура Лужницького старця скріплювала журнал в одне ціле [4].

Лист до видавця – журналістський жанр, який можна знайти» практично у кожному номері «Вісника». За його допомогою М. Каченовський вів своєрідну гру зі своїми противниками. На думку Г. Зикової, листи Лужницького старця були гібридом нарису, що описував побут та звичаї, й критичної статті [4, с. 92]. Автором листів був як сам М. Качановський, так і його прихильники й опоненти. Листи -містифікації «приходили» з інших міст Росії, наприклад, із Вологди. Деякі були підписані іменем «Юнака із Білого міста», які атрибутують М. Польовому та Квітці-Основ'яненку [4, с. 100].

Історики журналістики по-різному оцінюють редакторську та суспільно-політичну діяльність М. Каченовського. Амплітуда цих оцінок коливається від «реакціонера» та «націоналіста» до «космополіта». Проте сучасна незаангажована дослідниця пише: «Журнал Каченовського був практично єдиним місцем, де російський націоналізм критикувався публічно, друковано» [4, с. 70]. А комплексне дослідження багатогранної діяльності М. Качановського дозволило Ю. Євдошенку зробити висновок, що його світогляд був просвітительським за основними категоріями [6, с. 24]. У часи, коли російське суспільство переживало розчарування в ідеалах Просвітництва, М. Каченовський залишався його прихильником і проповідником.

У М. Каченовського та його журналу було багато противників. Наприклад, у 1819–1820 рр. в журналі «Благонамеренный» П. Яковлев надрукував «Оповідання про Лужницького старця та мої спогади про нього», спрямовані проти М. Каченовського, які 1828 р. були видані окремою книгою [4, с. 97]. Але основним опонентом Каченовського та його журналу у період публікації в ньому «Листів» Квітки був колишній автор «Вісника» А. Воєйков – на той час співредактор М. Греча – видавця петербурзького журналу «Син Вітчизни». Полеміка Каченовського та Воєйкова досягла апогею у 1821 р., який передував друку епістолярних творів українського публіциста (можливо, саме тому Квітка написав свої «Листи», перший із них датовано кінцем 1821 р.). М. Греч дотримувався патріотично-консервативної політичної позиції, ставлячи на перше місце релігію, про що свідчить його формула «Бог. Віра. Вітчизна», яку сучасники сприймали як альтернативу гаслу Великої французької революції «Свобода. Рівність. Братство».

Реконстртрукція ідейно-публіцистичного контексту, в якому варто розглядати «Листи» Квітки, потребує залучення до нього ключової фігури журналістики тієї пори – С. Глінки та його журналу «Російський вісник». У радянській історії журналістики цей журнал класифікувався як реакційний та розглядався лише побіжно. З актуалізацією в останні десять-п'ятнадцять років в сучасній Росії проблем, зв'язаних із монархізмом як рисою національної ментальності, постать С. Глінки стала предметом спеціального дослідження. Розроблена А. Мінаковим системна наукова концепція російського консерватизму першої чверті XIX ст. дозволила Н. Лупаревій конкретизувати ідейно-політичну позицію редактора «Російського вісника». На її думку, за своїми політичними поглядами С. Глінка був послідовним прихильником самодержавної монархії та жорсткої суспільної ієрархії, а релігії відводив лише роль морального стабілізатора суспільного життя. Редактор «Російського вісника» був переконаний у повній безперспективності реалізації в країні лібералізму як політичної платформи та займав відверту антифранцузьку позицію [9].

Висновки. Аналіз образного прошарку «Листів до Лужницького старця» Григорія Квітки-Основ'яненка в ідейно-публіцистичному контексті дозволяє стверджувати, що нарисово-описові «картини» в них варто розглядати як алюзії, що відсилали читача-сучасника до основних ідеологій доби та періодичних видань, які ці ідеології сповідували.

Перший нарисово-описовий сегмент тексту, утопічний за своїм змістом, є розлогою алюзією до просвітницької ідеології з її теорією суспільного блага, котра включала проекти державного та суспільного ладу, при якому зберігалась нерівність людей, оскільки вони різні за своїми природними здібностями та можливостями діяльності, але усі члени суспільства повинні мати доступ до освіти та рівні виборчі права. Будь-якого відтінку сатири чи навіть легкої іронії у зображенні життя поміщицького господарства та селян тут не спостерігається. Антифранцузька сатирична спрямованість другого сегмента Старцеві, навпаки, характеризується негативним ставленням не до ідеології Просвітництва, з якою виховання у пансіонаті не має нічого спільного, а до принизливого запобігання перед зовнішньою формою чужої культури. Констатуємо, що авторська позиція публіциста в описах традиційних національних звичаїв російських поміщиків (третій сегмент) чітко не сформульована. Але патріотичною, тим паче, націоналістичною, її ніяк не можна вважати.

«Листи» свідчать про те, що Квітка був у центрі літературно-публіцистичного життя того часу, відчував себе його повноправним учасником та розмірковував над актуальними проблеми сучасності. А щира повага, з якою Фалалей звертається до Лужницького старця, свідчить про те, що Квітці близька була ідейно-публіцистична позиція просвітницького лібералізму редактора «Вісника Європи».

Співвідношення епістолярної жанрової форми та жанрового змісту твору дозволяє говорити про гомогенність відповідних структур. Подвоєння образів автора, видавця та читача, при усій умовності діалогічності форми, слугує базою структуралізації змісту. Діалогічність на цьому рівні набуває форми прихованої, але гострої полеміки автора з ідейними опонентами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Александров Л. Г. Редакционная политика «Вестника Европы» М. Т. Каченовского в период доминирования патриотических тенденций в русском обществе / Л. Г. Александров. // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – №13 (228). – Сер.: Филология. Искусство. – Вып. 54. – С. 5-11.

2. Александров О. Подорожній нарис: «пам'ять жанру». Стаття перша. На перетині видів масової комунікації / О. В. Александров. // Діалог: Медіа-студії : збірник наукових праць / відп. ред. О. В. Александров. – О. : Астропринт, 2015. – Вип. 20. – С. 8–35.

3. Александров О. Массово-комунікаційні моделі «Листів до любезних земляків» Григорія Квітки-Основ'яненка / О. Александров // Діалог: Медіа-студії : збірник наукових праць / відп. ред. О. В. Александров. – О. : Астропринт, 2014. – Вип. 18–19. – С. 16–26.

4. Зыкова Г. В. Журнал Московского университета «Вестник Европы» (1805-1830): разночинцы в эпоху дворянской культуры / Г. В. Зыкова. – М. : Диалог – МГУ, 1998. – 130 с.

5. Журбина Е. И. Теория и практика художественно-публицистических жанров. Очерк. Фельетон / Е. И. Журбина. – М. : Мысль, 1969. – 399 с.

6. Евдошенко Ю. В. М. Т. Каченовский в общественно-идейной жизни России первой трети XIX столетия : автореф. … канд. истор. наук / Ю. В. Евдошенко. – М., 2001. – 24 с.

7. Квітка-Основ'янеко Г. Письма к Лужницкому старцу / Г. Ф. Квітка-Основ'яненко : тв. у восьми томах. – К. : Дніпро, 1970. – Т. 8. – С. 34–42.

8. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста : учебник / ред.-состав. С. Г. Корконосенко. – СП. : Знание, 2000. – С. 125–168.

9. Лупарева Н. Н. Общественно-политическая деятельность и взгляды Сергея Николаевича Глинки : автореф. … дисс. канд. истор. наук / Н. Н. Лупарева. – Воронеж, 2010. – 25 с.

10. Мірошниченко О. Автор та його комунікаційні маски в «Письмах к издателям» (1816–1817 рр.) Григорія Квітки-Основ'яненка / О. В. Мірошниченко // Діалог: Медіа-студії : збірник наукових праць / відп. ред. О. В. Александров. – О. : Астропринт, 2015. – Вип. 20. – С. 57–67.

11. Минаков А. Ю. Русский консерватизм в первой четверти XIX века : автореф. … докт. истор. наук / А. Ю. Минаков. – М., 2011. – 40 с.

12. Прохоров Е. П. Эпистолярная публицистика : учебно-методическое пособие / Е. П. Прохоров. – М. : Изд-во МГУ, 1966. – 60 с.

Александр Мирошниченко

«Письма к Лужницкому старцу» Г. Ф. Квитки-Основяненко в идейно-публицистическом контексте эпохи

В статье анализируется малоисследованное раннее литературно-публицистические произведение Григория Квитки-Основяненко. Написанные в эпоху становления национальной публицистики, когда она окончательно еще не отделилась от других видов творчества, «Письма к Лужницкому старцу» характеризуются отсутствием прямо выраженной авторской мысли. Реконструкция идейно-публицистического контекста позволила определить, что идеологической основой авторской позиции «Писем» является просветительский либерализм.

Ключевые слова: украинская публицистика, просветительский либерализм, Квитка-Основяненко, Качановский, «Вестник Европы».

Alexander Miroshnichenko

«Letters to Luzhnitskiy ancient» by G.F. Kvitka-Osnovyanenko in the Ideological and Gournalistic Context of the Day

The article analyzed an insufficiently investigated early literary publicist work by Grigoriy Kvitka-Osnovjanenko. Written in the period of national publicism formation, when it wasn't separated from other types of creation, «Letters to Luzhnitskiy ancient» are characterized by absence of direct expression of the author's opinion. The reconstruction of the ideological publicist context enabled to determine that the ideological basis of the author's point of view is educational liberalism.

Key words: Ukrainian publicism, educational liberalism, Kvitka-Osnovjanenko, Kachenovskiy, «Visnyk Evropy».

Олександр ХОЛОД
доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри журналістики та
міжнародних відносин
Київського національного університету
культури і мистецтв

УДК 007 : 304 : 001 + 004.9

ІНМУТАЦІЯ СУСПІЛЬСТВА ПІД ВПЛИВОМ ІНМУТАЦІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті йдеться про погіршення якості продукції масової комунікації (зокрема продукції засобів масової інформації) та зміну моделей поведінки аудиторії та індивідів. Результатами такої інмутації, на думку автора, є поява аудиторії інмутованих інмутантів, поведінка яких зумовлена процесами інмутації суспільства під впливом інмутації масової комунікації.
***Ключові слова**: інмутація масової комунікації, масифікація, журналістика, мас-медіа.*

Постановка проблеми. У суспільстві нині відбувається інтенсивна інмутація (зміна моделей поведінки на гірше) масової комунікації. Ознаками такої інмутації є зниження якості продукції масової комунікації (зокрема продукції засобів масової інформації), зміна моделей поведінки аудиторії та індивідів. На жаль, достеменно невідомо, які механізми та процеси відповідають за процеси інмутації масової комунікації і до яких наслідків може призвести інмутація. Спираючись на викладену проблему, ми *передбачили*: суспільст во пот ерпає від інмут ації масової комунікації через появу інмутованих інмутантів

Мета статті – визначити суть і наслідки процесів інмутації масової комунікації.

Виклад основного матеріалу. Декларовану гіпотезу далі ми доводимо, звертаючись до уточнення поняття «масова комунікація». На думку авторів, масову комунікацію (англ. mass communication) варто розглядати «мінімум у двох аспектах: 1) як процес передачі інформації групі людей одночасно за допомогою спеціальних засобів – мас-медіа; 2) як дисципліну, яка вивчає різні засоби, за допомогою яких окремі люди й організації передають інформацію через засоби масової інформації великим сегментам населення одночасно» [6]. Аналіз визначення дає нам право стверджувати, що основною характеристикою масової комунікації є *передавання інформації великій кількості людей одночасно*.

У визначенні, яке запропонував В. Різун (представник соціальних комунікацій), знаходимо: масовою комунікацією слід вважати «здатність людей володіти особливою формою соціального зв'язку, який дозволяє окремим людям, що виражають інтереси або політичних сил, або бізнесу, або релігійно-культурних осередків, або влади чи інших суспільних інститутів, впливати на інших людей, які є представниками різних соціальних груп чи є окремими індивідами, для масифікації їхньої свідомості й керування поведінкою мас» [8, с. 55]. Автор послуговується термінами і поняттями соціології,

аби розтлумачити значення обговорюваного поняття. При цьому головним елементом визначення є *процес масифікації свідомості представників різних соціальних груп*.

Представник соціології С. Бориснєв пропонує вважати масовою комунікацією «процес повідомлення соціальної інформації за допомогою засобів комунікації великій кількості людей, що розташовані у просторі (масовій аудиторії)» [2]. Наведене визначення масової комунікації також має головну ознаку – велику кількість людей просторово розташованих. Така ознака збігається у трьох визначеннях, наведених вище.

Представник літературознавства і журналістикознавства І. Михайлин пропонує визначати масову комунікацію через вказування на те, що вона є «широким (у яке втягнуте все населення) і всебічним (яке стосується усіх соціально важливих тем) спілкуванням», і називає масову комунікацію «масовим діалогом, здійснюваним через журналістику» [7, с. 240]. На думку Н. Лумана, масовими медіа можна вважати тому, що «тільки машинне виробництво носіїв комунікації потягнуло за собою розвиток масмедій» [4, с. 8; 5]. Аналізуючи обидва визначення, зазначимо, що *визначальним фактором* ідентифікації комунікації як масової є здатність *транслювати (множити) інформацію через технічні засоби й розповсюджувати її на велику масу споживачів (слухачів, користувачів, телеглядачів тощо)*.

Як повідомляють автори електронної енциклопедії «Вікіпедія», «наприкінці XIX – початку XX століття Чарльз Кулі засобами масової комунікації (далі – ЗМК) називав *газети, пошту, телеграф, залізні дороги, освіту* [6]. Нині діапазон ЗМК змінився. До них належать: «*друкована, аудіовізуальна, електронна преса, масові довідники, кіно-, відео-, аудіоносії інформації, супутникові, кабельні, комп'ютерні мережі* – усе, що може нагромаджувати й передавати важливу для суспільного життя інформацію». Самі ЗМК є «спеціалізованими установами для відкритого, публічного передавання будь-якої інформації будь-якими засобами за допомогою спеціального технічного інструментарію» [3]. Отже, значення поняття «засоби масової комунікації» змінилось із часом. Змінились і процеси формування, трансляції інформації через ЗМК, їхні види і форми, змінились форми і темпи впливу ЗМК. Згадані реалії і поняття, форми, види і процеси ЗМК нині достатньо активно вивчають. На жаль, маловивченими є негативні зміни і їхні наслідки для суспільства, зумовлені впливом ЗМІ та ЗМК. Зовсім не досліджуються проблеми, пов’язані з утворенням і закріпленням, укоріненням й інституалізацією негативної інформації, що змінює поведінку суспільства (інмутація).

Інмутація відбувається не як бажання однієї або декількох осіб, інмутація й не ідентифікується об’єктивно. Вона не вимірюється об’єктивними параметрами, а тільки суб’єктивними критеріями й одиницями (оцінками, визначеннями, думками, позиціями, твердженнями, питаннями, сумнівами, перевагами, домінаціями, висловлюваннями лідерів думки тощо). Нині наукове товариство не звертає уваги на те, що на початку XXI ст. виникли так звані інмутовані інмутанти: люди, інформаційний та інтелектуальний фонди яких формують переважно інші люди (частіше фахівці, які відповідають за інформаційну політику суспільства), число яких є невеликим, суб’єктивним. Такі особи здійснюють підсвідомий відбір інформації, формують її та, компілюючи, дають дозвіл на трансляцію гіпертрофованого (або гіпотрофованого) інформаційного утворення. Іншими словами, аудиторія (споживачі інформації), сотні мільйонів простих людей, отримують уже відібрану гіпертрофовану (або гіпотрофовану) інформацію. Автори такого відбору є продуктом процесів інмутації суспільства. Самі інмутовані, вони подають суспільству інмутовану інформацію: таку, яка є результатом сприйняття і рефлексії людей, моделі поведінки яких уже змінені процесами інмутації суспільства в певну епоху, історичний період). Отже, інмутовану інформацію отримують члени інмутованого суспільства і виходить, що відбувається нашарування: інмутація інмутованих

індивідів веде до нової хвилі інмутації аудиторії (суспільства). Пропонуємо називати тих, хто сприймає інмутовану інформацію, *інмутованими інмутантами*. Далі наводимо три приклади, які ілюструють нашу думку. Приклади наводимо за принципом «від простого до складного», від побутового і зрозумілого всім до системно-наукового, складного і зрозумілого, можливо, тільки фахівцям соціальних комунікацій, соціологам, філософам.

Приклад 1: простий, побутовий, «на пальцях».

П'ятнадцятирічний хлопчик Олесь збирає камінці зі всього світу. Як тільки він дізнається, що хтось із його знайомих від'їжджає до якоїсь країни або міста України, просить привезти йому дрібний камінець. Не важливо, де саме виконавець прохання знайде камінець: на дорозі, на березі моря, в аеропорту, в пустелі, на ранчо тощо. Важливо, щоби камінець був справжній і дійсно з далеких країн або міст. Юнак, який був не спроможний мандрувати, але дуже хотів того, з роками сформував уявлення про країни світу саме за формами і кольорами, навіть за запахом, камінців, які ретельно зберігав удома в своїй чудернацькій колекції. Адже кожний, хто привозив з далекої країни «сувенір», розповідав, де лежав камінець. Олесь підписував камінці і запам'ятовував їхню «історію» (хто, звідки привіз камінець і де він знаходився, коли його підібрали). Через багато років у Олеся назбиралась велика колекція камінців зі 124 країн світу.

Про незвичайну колекцію одного разу дізнався сусід, який працював кореспондентом програми новин на відомому в країні телеканалі. Журналіст запропонував Олесеві, на той час уже дорослому чоловікові, показати колекцію в новинах і взяти у колекціонера інтерв'ю. Олесь з радістю погодився: адже його покажуть по телевізору і він зможе розповісти про своє захоплення всій країні.

Під час зйомок інтерв'ю Олесь захоплено розповідав про «сірий із полиском камінець із Нью-Йорка, який підібрали біля місця скоєння терористичного акту 11 вересня 2001 року», про «білий камінець із червоною прожилкою з одного із вулканів Камчатки», про «сріблясті лінії на камінці, який узято біля барака № 5, з місця розстрілу полонених-євреїв у концентраційному таборі Аушвіц, що розташований біля польського міста Ошвенцим»… Олесь під час інтерв'ю розповідав проникливо, впевнено й емоційно. Він свято вірив у те, що камінці дійсно привезено з тих місць і вони пов'язані з тими подіями і місцями, про які знає весь світ. Ніхто — ані Олесь, ані ті, хто привозили з далеких країн камінці, не міг підтвердити, що розповідь колекціонера є правдою. Олесь був упевнений у власній правоті. Він вірив!

Аналіз прикладу 1. Олеся могли обманювати ті, хто привозив для нього камінці зі всього світу. Наприклад, дехто Н. після прильоту з Нью-Йорка згадав про прохання Олеся. Зізнаватись, що забув про прохання, не хотілось, тому взяв камінець біля місцевого аеропорту. Тобто камінець не був «автентичним». Олесь і не здогадувався, що камінець насправді не з Нью-Йорка, а його обманули. Але той, хто дарував, розповів Олесеві захопливу історію про те, як працівники митниці не хотіли пропускати його через кордон із камінцем у кишені, тому що камінець «принижував» гідність служби безпеки США, яка не змогла гарантувати спокій країни. Цю історію Олесь запам'ятав, не підозрюючи, що її видумано спеціально для нього. Олесь інмутував. Його поведінка змінилась на гірше, хоча сам він про неправдивість історії «камінця з Нью-Йорка» не знав.

Через багато років Олесь в інтерв'ю натхненно переказав брехливу історію каміння з Нью-Йорка. Несвідомо інмутований Олесь свідомо інмутував телеглядачів. Вони сприйняли історію як правдиву. Отже, відбулась інмутація інмутації.

Приклад 2: середній, ускладнений, зорієнт ований на предмет обговорення (інмутація масової комунікації).

Журналістка К. одного з рейтингових каналів України звернулась до професора Д., який її навчав в Інституті журналістики Київського міжнародного університету, який серед інших навчальних дисциплін читав лекції з прикладних соціально-комунікаційних технологій. Розповідав про те, як завдяки, наприклад, умілому налагодженню зв'язків із громадськістю під час виборів можна створити імідж такого кандидата в депутати Верховної Ради України, який буде потрібний на певний час певному соціальному прошаркові населення країни. Журналістка К. надовго запам'ятала лекції професора Д. Через два роки після закінчення університету вона звернулась до професора з проханням узяти участь у створенні телевізійного проекту в жанрі журналістського розслідування. Професор повинен був дати інтерв'ю, яке журналістка збиралась вмонтувати в майбутню телевізійну передачу про те, як нинішні політики обманюють людей завдяки соціально-комунікаційним технологіям. На розсуд журналістки, інформація, про яку вона хотіла розповісти, повинна була стати сенсацією-викриттям деяких нинішніх політиків.

Журналістка приїхала зі знімальною групою на місце зйомок, взяла інтерв'ю у професора, його студентів і колег. Змонтувала матеріал і подала редакторові. Ознайомившись із матеріалом, той залишився незадоволеним змістом і акцентами, які запропонувала журналістка. У результаті готовий матеріал зазнав подальшої критики головного редактора і продюсера телеканалу. Журналістський матеріал у вигляді готової передачі на 44 хвилини був заборонений до ефіру.

Аналіз прикладу 2. У наведеному прикладі ілюструється інмуація системи ЗМІ в Україні, яка була зафіксована в таких фрагментах:

- прикладні соціально-комунікаційні технології, про які професор Д. розповідав під час лекцій, за два роки змінились, трансформувались у нові форми; журналістка К. не вивчала згадані технології і коли їй на думку спала інформація дворічної давнини, ситуація з передвиборчими соціально-комунікаційними технологіями змінилась. Отже, уявлення журналістки про передвиборчі соціально-комунікаційні технології залишилось на попередньому рівні, що доводить зміну моделей поведінки на гірше у суспільстві, тобто підтверджує факт інмутації суспільства (можна говорити й про інмутацію моделі поведінки самої журналістки К., яка є часткою суспільства і постійно транслює через новини змінені зразки поведінки інших членів суспільства);

- отримавши соціальне замовлення на інформацію (прохання журналістки К. дати інтерв'ю для відомого телеканалу), професор Д. почав готуватись: згадав результати останніх своїх досліджень щодо використання передвиборчих соціально-прикладних технологій, перечитав роботи колег по фаху, звернувся до деталізації нинішньої ситуації; прискіпливо почав переглядати новини й політичні ток-шоу на всіх відомих йому телеканалах, цілеспрямовано аналізував новини провідних українських та англомовних сайтів. Очевидною є зміна моделі поведінки професора Д. на гірше, який не займався справами сім'ї, новою монографією, яку писав, магістерським роботам, якими керував тощо. Іншими словами, в поведінці професора Д. відбулась інмутація;

- знаючи про те, що інформація про використання передвиборчих соціально-комунікаційних технологій під час останніх виборів в Україні може стати сенсацією, професор Д. не став «фільтрувати» те, про що можна розповідати в інтерв'ю і про що не варто інформувати суспільство. Ergo, професор Д. цілеспрямовано прагнув інмутації суспільства;

- записавши інтерв'ю з професором Д., почувши, про що відверто говорили сту-

денти на імпровізованому занятті, оцінивши їхню критику чинної влади і її нечистих методів під час останніх виборів, журналістка К. не стала цензурувати отриманий і записаний матеріал, а навпаки, вип'ятила його, прагнучи зробити його більш сенсаційним. Цим вона цілеспрямовано досягла того ступеня порушення етики, який погіршив моделі поведінки керівників проекту і каналу (вони не дозволили передавати його в ефірі). Ergo, відбулась інмутація як моделі поведінки журналістки К., так і моделі поведінки головного редактора проекту, продюсера і генерального директора телеканалу;

- здійснений аналіз яскраво ілюструє: *інмутація професора* Д., який прискіпливо й необ'єктивно аналізував ситуацію з використанням передвиборчих соціально-комунікаційних технологій на останніх виборах в Україні, *нашарувалась на інмутацію журналістки* К., яка мала «стару», тобто необ'єктивну, інформацію про передвиборчі соціально-комунікаційні технології, що використовувались під час останніх виборів в Україні. Відбулась інмутація уявлень журналістки К. під впливом інмутації прискіпливості професора Д., тобто інмутація інмутації;

- подальший аналіз дає підґрунтя стверджувати, що інмутація інмутації спровокувала *третю хвилю інмутації*, а саме: змінена під впливом професора Д. модель поведінки журналістки К., яка подала в своєму матеріалі інформацію, що могла б змінити моделі поведінки аудиторії телеканалу, змінила модель поведінки редактора проекту, головного редактора і генерального продюсера телеканалу. Іншими словами, маємо приклад потрійної інмутації: *інмутація інмутації, що спричинила нову інмутацію*;

- нарешті, продовжуючи опис послідовності інмутацій, варто занотувати, що наступною ланкою стала інмутація колег журналістки К. Вислухавши її розповідь про цензуру на телеканалі, вони змінили свою поведінку: частина журналістів злякалась за свої посади і перестала шукати інформацію і знімати матеріал про політиків та їхню важку, але «брудну» роботу; інша частина, навпаки, посилила пошуки компромату на політиків і прагнула «вмонтувати» провокаційний матеріал в свої сюжети, репортажі, нариси. Ergo, у ланцюгу зміни моделі поведінки членів суспільства (тобто ланцюгу інмутацій суспільства) відбулась чергова «ланкова» інмутація, або, йдучи за логікою нашого викладу, інмутація суспільства четвертої хвилі.

Приклад 3: сист емно-науковий, складний і зрозумілий, можливо, тільки фахівцям соціальних комунікацій.

Аспірантка Д., що навчалась за спеціальністю «теорія і історія соціальних комунікацій», завершила написання кандидатської дисертації, присвяченої аналізу електронних щоденників – блогів, які писали люди, що живуть із ВІЛ/СНІД (далі – ЛЖВ). Дисертантка доводила припущення про те, що блоги мають ознаки ЗМК і виконують роль ЗМІ. За встановленою процедурою подала текст дисертації на розгляд своєму науковому керівникові, який зробив зауваження як фахівець із соціальних комунікацій. У робочому порядку назвемо їх «зауваження *першого* рівня».

Урахувавши зауваження першого рівня, аспірантка подала дисертацію до спеціалізованої вченої ради, у якій збиралась захищатися. Для здійснення наукової експертизи текст кандидатської дисертації було віддано трьом докторам наук, професорам, двоє з яких вивчали проблеми журналістики. Один із професорів був фахівцем у галузі соціології. Перші два висловили свої зауваження й аспірантка врахувала їх. Такі зауваження назвемо «зауваження другого рівня».

Третій професор, соціолог, висунув стільки зауважень, що в результаті поставив аспірантці умову: або вона змінить тему дисертації, або він відмовиться підписати експертний висновок. Такі зауваження назвемо «зауваження третього рівня».

Після розгляду дисертації аспірантки Д. членами експертної комісії спеціалізована вчена рада із соціальних комунікацій призначила офіційних опонентів, серед яких

був доктор наук із соціальних комунікацій – фахівець із проблем електронних ЗМК. Зауваження останнього назвемо «зауваження четвертого рівня». До них аспірантка Д. також прислухалася.

Після врахування зауважень чотирьох рівнів дисертаційна робота набула зовсім іншого змісту: ідея дослідження була змінена, акценти, які дисертантка вважала головними, стали другорядними, а деякі думки взагалі було усунуто через критику.

Аналіз прикладу 3. Цей випадок яскраво ілюструє зміну моделі поведінки (інмутацію) людини (аспірантки Д. – майбутнього фахівця з теорії та історії соціальних комунікацій), яка потрапила під вплив інших людей – фахівців із соціальних комунікацій, зокрема з медіазнавства (наукового керівника, членів експертної комісії спеціалізованої вченої ради, офіційного опонента). Останні вже були інмутовані раніше шляхом засвоєння істин, прописаних у багатьох наукових джерелах із медіазнавства (дисертаціях, монографіях, наукових статтях, рефератах, доповідях тощо). Аспірантка Д. потерпала від інмутації вже інмутованих фахівців і після багаторазової правки тексту дисертації з проблем медіазнавства набула статусу інмутованого інмутанта, або того, чия вже змінена модель поведінки ще декілька разів змінилася.

Зазначимо, що, аналізуючи приклад 3, ми «виходимо» на інший рівень усвідомлення як ролі інмутованих інмутантів під впливом науки про медіа, так і інмутації методологічних принципів та законів, якими послуговується представник будь-якої галузі знань. Мова йде про експерта-соціолога спеціалізованої вченої ради. Назвемо його соціолог Х. Маючи величезний досвід соціологічних досліджень, будучи провідним фахівцем у своїй галузі, він, здогадуючись про існування методологічної бази в соціальних комунікаціях, але не знаючи їх, не захотів аналізувати дослідження аспірантки Д. із синтетичних позицій соціальних комунікацій і соціології.

Висновки. Отже, висунуту нами на початку статті гіпотезу, що суспільство потерпає від інмутації масової комунікації через появу інмутованих інмутантів, повністю доведено. Дійсно, вплив на суспільство масової комунікації, яка вже є інмутованою, породжує явище, яке в робочому порядку ми назвали «інмутація інмутації». Індивіди, що складають суспільство, яке потерпає від згаданого явища, перетворюються на інмутованих інмутантів.

Після доведення висунутої нами гіпотези з'являється необхідність прискіпливого аналізу ґенези явища інмутації інмутації, перш за все з методологічних позицій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бессознательное: природа, функции, методы исследования : в 5 т. / А. С. Прангишвили, А. Е. Шерозия, Ф. В. Бассин и др. – Тбилиси : Мецниереба, 1978–1985. – Т. 1 : Основные критерии рассмотрения бессознательного в качестве своеобразной формы психической деятельности, 1978. – С. 71–83.

2. Бориснев С. В. Социология коммуникации : учеб. пособ. / С. В. Бориснев. – М. : ЮНИТИ, 2003. – 270 с.

3. Засоби масової комунікації: поняття, концепції діяльності, функції [Електронний ресур]. – Режим доступу : http://ukrref.com.ua/?id=MTAxMjY%3D

4. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации : в 3 ч. / В. Ф. Иванов. – К. : Академия Украинской Прессы, 2009. – Ч. 2 : Массовая коммуникация.

5. Луман Н. Реальність мас-медіа / за ред. В. Іванова та М. Мінакова. / Н. Луман. – К. : ЦВП, 2010. – 158 с.

6. Масова комунікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Масова_комунікація

7. Михайлин І. Л. Комунікація масова / Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. – Х. : Прапор, 2009.

8. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. [для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація»] / В. В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008.

Александр Холод

Инмутация общества под влиянием инмутации массовой коммуникации

В статье идет речь об ухудшении качества продукции массовой коммуникации (в частности продукции средств массовой информации) и изменении моделей поведения аудитории и индивидов. Результатами такой инмутации, по мнению автора, является появление аудитории и инмутированых инмутантов, поведение которых предопределено процесами инмутации общества под воздействием инмутации массовой коммуникации.

Ключевые слова: инмутация массовой коммуникации, массификация, журналистика, масс-медиа.

Alexander Kholod

The Inmutation of the Societyunder the Influence of Inmutation Mass Communication

To research speech goes about worsening of quality of products of mass communication (in particular, to the products of mass media) and change of models of behavior of audience and individuals. By the results of such inmutation, in opinion of author, there is appearance of audience and inmutatis of inmutatis, behavior of that is predefined the process of inmutation societies under act of inmutation of mass communication.

Keywords: inmutation of mass communication, massification, journalism, mass-media.

Парасковія ДВОРЯНИН
асистент кафедри радіомовлення і телебачення Львівського національного університету імені Івана Франка

УДК 007 : 304 : 659.3

УКРАЇНСЬКОЦЕНТРИЧНА ПАРАДИГМА НОВИННОГО МЕДІАВИРОБНИЦТВА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Осмислено соціокультурні складові української журналістики, українськоцентричну ідеологію і політику. Окреслено структуру соціогуманістичних потреб реципієнтів. Описано запропоновану автором статті соціокультурну модель новинних випусків регіонального телебачення.

Постановка проблеми. Різке зростання ролі інформаційних та інтелектуальних ресурсів зумовлено переходом від «індустріального суспільства» до «суспільства інформаційного». Його ще називають постіндустріальним. Знання та інформація нині є стратегічною основою всебічного розвитку кожної національної спільноти. Водночас через інформаційно-технологічний пресинг триває «масштабний наступ на національні цінності народів і держав, сфери їх національних інтересів» [15, с. 3].

Громадяни України зазнають подвійного інформаційно-психологічного тиску: від процесів глобалізації світу та багатовікової російської антиукраїнської політики. Адже вся історія творення Російської держави – це водночас історія переплавлення різних ідентичностей в одну – російсько-православну, російсько-імперську, російсько-азійську [10].

Отже, у стрімкому потоці світових інформаційних процесів до національного потрібно ставитись як до феномена і вічного джерела ідентичності. Утвердження ідентичності найвище за умов адекватності (природної комфортності) інформаційного середовища – мови, культури, моралі, духовності, позитивних звичаїв, які творять життєдайну соціокультурну історично зумовлену людську спільноту. Вона «об'єднана спільними ідеями, діями, традиціями, культурою і оформлена у своєму розвитку різними соціальними системами. Журналістика – одна з таких систем, що має свої традиції і новації, яка відображає і творить дійсність» [7, с. 19].

У XXI ст. бінарна функція засобів масової комунікації набула нового змістового наповнення у зв'язку з техніко-технологічним удосконаленням передання соціальної інформації, які внесли зміни у репродукування (відображення) і продукування (творення) дійсності. Електронні ЗМК своєрідно впливають на формування ціннісних орієнтацій в інформаційному просторі України. Адже значно побільшало «комунікаційних майданчиків». Нині особа, яка потребує інформації, має широкий спектр платформ, де її можна знайти. Інтернет-агенції, соціальні мережі, блоги тощо дозволяють користувачу ставати частиною соціуму та впливати на контент. Існує беззаперечна можливість бути творцем новин.

Однак зростання інтернет-ресурсів не відсунуло на задній план телебачення. За даними А. Кавалерова, 82% респондентів зазначає, що найбільш потужний вплив на їхні цінності має не навчальний процес, а телебачення [8, с. 73]. Сучасна людина в середньому (дані за 2006 р.) щодоби витрачає 9,5 години на засоби масової комунікації. Кожен житель Фінляндії щодоби в середньому витрачає 33 хвилини на читання журналів, 49 – газет, 167 хвилин користується телебаченням, 33 – інтернетом. Аналогічна тенденція простежується серед норвежців і данців: читання журналів – 16 та 14 хвилин відповідно, читання газет – 48 та 24 хвилини, перегляд телепередач – 166 та 162 хвилини, інтернету – 25 та 18 хвилин [16, с. 9]. Результати експериментальних досліджень лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології АПН України (за 2008 р.) засвідчують, що перегляд телепередач як основне дозвільне уподобання визнало 80% опитаних респондентів, читання преси – 45% [1].

Новітнє осмислення інформаційно-емоційного і змістовно-тематичного потенціалу новин в епоху глобалізації набуває особливої актуальності, оскільки різноманітні інформаційні потоки (в тому числі ворожі) пронизують інформаційний простір України і загрожують національній ідентичності, соборності держави. Досі цю проблему на засадах україноцентризму не досліджували.

Мета статті – наукове осмислення новинного медіавиробництва на регіональному телебаченні з позиції україноцентризму.

Для досягнення цієї мети потрібно виконати такі **завдання**: схарактеризувати суспільно-політичні умови функціонування регіонального телебачення; проаналізувати тематику і зміст новинних випусків телеканалів Автономної Республіки Крим, обласних центрів – Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум, Харкова; означити аксіологічні параметри поширення регіональними телевізійними новинами ціннісної морально-духовної інформації; створити модель новинних випусків на регіональному телебаченні, яка поєднуватиме регіональні (локальні), всеукраїнські та загальнолюдські цінності.

Виклад основного матеріалу. Переважання в телеефірі України, важливим сегментом якого є регіональні телеканали, розважальних, часто-густо низькопробних російськомовних передач, вихолощує у глядачів мотивацію інтелектуального, естетичного, морально-духовного збагачення. Тим часом до найважливіших функцій телебачення належать просвітницька, виховна, інтегруюча. Ще на початку 60-х років минулого століття В. Саппак наголошував, що телебачення є не лише засобом організації відпочинку аудиторії, а насамперед – це «вікно у великий світ», бо за допомогою телебачення дізнаємося стільки нового, що будь-який інший засіб інформації важко порівняти з ним. За його допомогою глядач стає свідком події в момент, коли вона відбувається. Телебачення достовірне, бо людина може самостійно міркувати про подію, яку бачить на екрані, та дійти певних висновків про неї. Телебачення інтимне, адже будь-кому здається, що саме до нього звертаються з екрана телевізора, отже, воно – рентген особистості, рентген характеру людини [12, с. 6-7].

Телебачення – це невід'ємна частина життя кожної людини, засіб впливу на соціальний і культурний розвиток суспільства. Т. Кузнєцова назвала телебачення «особливим аксіологічно-інформаційним механізмом» [9, с. 39], який володіє потужними виражальними засобами, транслює широкий спектр як позитивної, так і негативної інформації та за певних умов може активно впливати на зміну соціокультурних цінностей у суспільстві.

Інформаційна і військова агресія Російської Федерації проти України загострила наукові і публічні дискусії про природне призначення, функції, принципи діяльності

телебачення (як і усіх ЗМК), його вплив на реципієнтів, соціогуманістичні засади новинної телевізійної журналістики, зокрема регіональної.

Нинішня світова криза в усіх сферах суспільної діяльності безпосередньо впливає на функціонування ЗМК, створюючи особливу інформаційну атмосферу, яка може призвести до поглиблення інформаційного колоніалізму України. На думку Н. Желіховської та В. Різуна, це «виявляється в поширенні інтелектуально спрощених та примітивних зразків масової культури, розрахованої на примітивний, естетично нерозвинений рівень сприйняття і мислення» [6, с. 15]. Тому надзвичайно важливо науково осмислювати функціонування не лише центрального, а й регіонального телебачення, як і всіх ЗМІ, з позиції україноцентризму, адже не можна заплющувати очі на вияви геноциду словом і зображенням. У цьому контексті глибокого наукового дослідження потребують новинні повідомлення як всеукраїнських, так і регіональних телеканалів. Адже «близько 90% новин люди дізнаються саме завдяки телебаченню, – зазначив генеральний директор Київського міжнародного інституту соціології, доктор філософських наук В. Паніотто. – Часто, прочитавши щось в інтернеті, українці чекають на «офіційне» підтвердження цієї інформації в телевізорі» [5]. Це твердження підкріплює думку почесного президента Асоціації європейських журналістів Д. Карседо, що блогосфера відіграє важливу роль для медійного простору, але недоречно зараховувати соціальні мережі до журналістики. «Блоги збагачують ЗМІ різноманітністю ідей, але це не журналістика. Наша професія постійно змінюється і завжди еволюціонує разом із політичною, економічною і соціальною сферами. Часом такий розвиток технологій заважає нашій роботі, але ми маємо адаптуватися до роботи в інтернеті» [13], – пояснює автор.

Відомо, що новина є поточною інформацією про факти, події, явища соціальної значущості, яка оформлена для ЗМІ за певними вимогами. (До речі, слово «газета» колись у німецькій мові мало значення «новина»). Серед вимог до новинного повідомлення – обов'язкове відокремлення інформації від оцінної думки журналіста. Нам імпонує позиція менеджера зі світових зв'язків проекту «Синдикат» Д. Гоффмана, який відзначав, що «сьогодні роль журналістики полягає в тому, щоб надавати новинам певного сенсу» [11]. Таке розуміння суті новин заперечує запропоновану всесвітніми службами телерадіокомпаній «спрощену модель подачі новин» [4, с. 8].

Сказавши студентам – молодим журналістам: «майбутнє журналістики – смерть новини» [3], – відомий журналіст Віталій Портников пояснив, що про події дізнаються із блогів тоді, коли ЗМІ про них ще навіть не знають. «Тому репортерська робота в класичному її розумінні вже не має великого значення. Телерепортер – це та людина, яка видасть якісний з точки зору журналістики продукт. Тут ідеться вже не про швидкість, а про якість подачі інформації» [3]. Має рацію О. Вартанова, що «наріжний камінь на телебаченні та радіо – це новинарна анатомічна складова» [14].

Враховуючи українські реалії, на першому плані журналістської діяльності має безпомильно господарювати «патріотичний професіоналізм» [2], який є головною передумовою інформаційної безпеки. За таких умов регіональне телебачення, як і всі ЗМІ, набуде важливого статусу соціально-національної цінності та відіграватиме активну роль у формуванні одухотвореного національного буття, яке, говорячи словами Г. Сковороди, наповнене совістю – високою людською цінністю.

Спираючись на методологію відображення, схарактеризовану Ю. Шаповалом, та на результати опитування львівських і сумських репортерів, вважаємо, що під час творення новинного повідомлення потрібно дотримуватися таких методичних вимог:

- правильно вичленовувати суспільний факт, не ізолюючи його від соціального середовища, яке визначається єдністю загального, особливого й одиничного;

- не порушувати органічної достовірності факту відбором тих чи інших (суттєвих чи несуттєвих) зв'язків;

- не розглядати факт відірвано від інших фактів певної галузі знань, тобто розглядати його з погляду загальних закономірностей, що визначають явище;

- враховувати спадковість фактів, відображених на телеекрані, що дає змогу певним чином синтезувати знання про дійсність;

- активно відображати регіональну дійсність у контексті всеукраїнських і загальнолюдських соціогуманістичних інтересів.

Щоби новина була оприлюднена через ЗМІ, в тому числі регіональними телеканалами, вона має бути свіжою, раніше невідомою, близькою аудиторії, незвичайною, персоніфікованою, захопливою, важливою, власною (редакційною).

Аналіз новинних випусків регіональних телеканалів, опитування глядачів – студентів факультету журналістики Львівського національного університету ім. Івана Франка – свідчать, що комунікативної ефективності новин можна досягнути за умови дотримання певних методичних вимог. Їх частково схарактеризував Є. Прохоров:

- новина має містити оригінальні, небанальні відомості. Найпростіший вияв небанальності – новизна інформації, наявність у повідомленнях знань, ідей, цінностей, про які ще не знає глядач. Небанальними є також новини, які покликані відновити у пам'яті факти, події, ідеї та спонукають активно використовувати раніше одержані відомості для кращого розуміння проблем, що виникли, дають відповідь на актуальні запитання;

- новина має бути доступною і легко декодуватися, не повинна викликати труднощів при сприйманні. Порушення цієї вимоги призводить не лише до нерозуміння повідомлення, а й до пізнавально-інформаційних втрат;

- новина має містити цінні, вагомі відомості, що відповідають національним потребам та інтересам аудиторії. Рушійним стимулом у звертанні аудиторії до новинних повідомлень є її суб'єктивні інтереси. Знання інтересів аудиторії і вміння зробити об'єктивно необхідну інформацію суб'єктивно важливою становить істотну умову ефективного впливу новин на реципієнтів.

Недотримання хоча б однієї зі схарактеризованих вимог позбавляє новинне повідомлення потрібної національно-гуманістичної насиченості, надто обмежує спектр очікувань глядачів. Результати нашого дослідження підтверджують, що найголовніші складові спектра очікувань в нинішніх умовах пов'язані з російською інформаційною і військовою агресією. Громадян нашої держави насамперед хвилює проблема консолідації української нації, основою якої є подолання ціннісного розколу між населенням різних регіонів України. Адже тривалий час роздмухували регіональні відмінності, що призвело до міжрегіонального протистояння, яке стало потужним чинником легітимності місцевих еліт в очах населення, які на свій розсуд ним маніпулювали.

Огляд, аналіз, осмислення новинних передач Автономної Республіки Крим, Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум, Харкова дає підстави стверджувати, що тематично-змістова насиченість новин, їхня зображально-текстова напруженість і ненапруженість прямо залежать від суспільно-політичної ситуації в області, Україні та світі. Оцінюючи новинні випуски регіональних телеканалів, беремо до уваги відмінності історичного розвитку (тривалий час Україна була розділена між двома імперіями, різними державами), які також впливають на тематично-змістову спрямованість новинних передач.

На телеканалах Автономної Республіки Крим, Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум, Харкова за 2012–2013 рр. 38% новин – це повідомлення про участь керівних осіб найвищого рангу у різних заходах (засіданнях, сесіях, зборах), про їхні виступи,

обіцянки «виправити ситуацію», критику підлеглих. Майже 20% інформації займали звіти керівників різних департаментів, відділів. На всіх моніторених телеканалах широко висвітлювали спортивну тематику, інформували про трагічно-драматичні випадки (смерть, каліцтво, грабування, вбивства, пошук злочинців, покарання, підтоплені присадибні ділянки тощо). Лише 10% ефіру займали повідомлення, що стосувалися питань промислового і сільськогосподарського виробництва, будівництва і транспорту, науки, соціальної сфери. Близько 7–8 % ефіру займали сюжети про культуру, літературу, мистецтво. На львівських телеканалах ці питання висвітлювалися ширше і повніше. Частіше транслювали сюжети, які стосувалися національно-визвольної боротьби українців проти царської і радянської Росії, нацистської Німеччини та інших загарбників. Інформаційні матеріали, що пов'язані з Великою Вітчизняною (термін «Друга світова війна» не використовували) і громадянською війнами, їхніми героями переважали у новинних передачах Автономної Республіки Крим, Сум, Харкова. Випадковими можна вважати матеріали про взаємовідвідування людьми різних областей, а також історично-пізнавального характеру. Така ситуація пов'язана з тим, що професійно-громадянські цінності працівників телебачення не завжди збігаються із суспільними, всеукраїнськими цінностями.

Регіональні телевізійні канали, конкуруючи в умовах невеликих територій та однакових подій, дуже часто виконують функцію «хлопчиків-помагаїв», не дотримуються стандартів творення новинної продукції з урахуванням антиукраїнської інформаційної і військової агресії. Під час нашого дослідження яскравіше відкрилося загрозливе явище для журналістського професіоналізму. Суть цієї загрози полягає в тому, що редакції регіонального телебачення намагаються перетворити, з одного боку, на всеохоплюючого диспетчера, який має відповідати на всі запити, а з другого – на спеціаліста широкого профілю, що знає або мусить добре знати відповіді на всі запитання. Якщо власник телеканалу ще й має намір активно ангажуватися в політику, то диспетчерська служба телеканалу набирає обертів. А регіональним новинам все частіше не вистачає власне новин, тим паче – органічного поєднання в новинах регіональних, всеукраїнських і загальнолюдських цінностей.

Концептуально значно інша тематично-змістова насиченість новинних випусків регіональних телеканалів Вінниці, Дніпропетровська, Львова, Сум і Харкова за 2014–2015 рр. Порівняно з 2012–2013 рр. у новинах зменшилася кількість роз'єднуючих компонентів до 20%, нейтральних до – 29%, а об'єднуючих зросла – до 51%. Стосовно окремих телеканалів ці цифри дещо інші: більший відсоток роз'єднуючих і нейтральних, а менший об'єднуючих компонентів і навпаки.

Осмислення і переосмислення журналістами, керівниками телекомпаній функцій регіонального телебачення, яке репродукує і продукує, тобто відображає дійсність і впливає на її творення, зумовило, що новинні випуски за останні два роки більше включаються у процес формування ціннісних орієнтацій в соціогуманістичному просторі України.

Суспільно-політична ситуація в Україні і світі спричинилася до того, що 30–35 % новинних повідомлень містять інформацію про бойові дії в зоні АТО, путінський цинізм і підступність, реакцію української громадськості на агресію Російської Федерації, волонтерський рух в Україні та за її межами, героїзм і самопожертву громадян у війні за українську незалежність. До 15-17 % зросла кількість матеріалів про взаємини, взаємовпливи, взаємопізнання жителів різних регіонів України, в тому числі ставлення переселенців до корінних жителів і корінних жителів до переселенців (дорослих, молоді, дітей), які зі значними морально-психологічними проблемами вписуються у середовище громад, де вирішили проживати.

Дуже повільно (лише на 4–6% за останні два роки) на дніпропетровських, сумських і харківських телеканалах зростає кількість новинних матеріалів, пов'язаних зі складними історичними подіями національно-визвольної боротьби українців проти московсько-російських, польських, німецьких, румунських, угорських та інших агресорів у минулому. Ще не згасла війна стереотипів у телевізійному ефірі, у масовій свідомості східних, південних і північних українців. Зокрема, багато журналістів не подолали негативного сприйняття суті мазепинців, петлюрівців, бандерівців і не всі жителі заходу позбавилися негативізму стосовно східняків, малоросів, москалів.

У журналістів регіональних телеканалів за 2014–2015 рр. зріс інтерес до культурологічної, мистецької тематики на 10 %; життєдіяльності дітей, підлітків, юнацтва і молоді, сімей і родин – на 12 %. Майже однакова кількість матеріалів (7–9 %) була у 2012-2014 рр., яких стосується 6 «С» і 1 «Г». Значна частина новинної інформації ще не вчить розрізняти добро і зло, правду і брехню, доброчинність і підлість, не спонукає морально думати, формувати у собі національно-громадянські цінності.

Висновки. Наукове осмислення соціокультурних складових журналістики, схарактеризованих професором М. Житарюком, українськоцентричної ідеології та політики, які є основою формування національно-громадянської ідентичності та зміцнення соборності України, й аналіз творчої практики телевізійних репортерів стали передумовою рекомендованої автором статті методики створення соціокультурної моделі регіональних новинних випусків, до якої мають входити такі соціокультурні цінності:

абсолютні: віра, надія, любов, працелюбність, шляхетність, доброта, чесність, справедливість, щирість, гідність, милосердя, прощення, досконалість, краса, свобода, нетерпимість до зла, великодушність, мудрість, правда;

національні: українська ідея державотворення, самопожертва в боротьбі за свободу нації, національна гідність, історична пам'ять, пошана до національних символів, утвердження в усіх сферах життя державної української мови, любов до національної культури, протидія антиукраїнській ідеології;

громадянські: суспільна гармонія, соціальна і міжетнічна справедливість, культура соціальних і міжетнічних відносин, повага до закону, рівність громадян перед законом, самовідповідальність людини, її права, суверенність особи, право на свободу думки і слова, повага до демократичних виборів та влади, а влади – до громадян, толерантне ставлення до чужих поглядів, які не суперечать українським національним ідеалам та утвердженню соборної української України;

сімейні: піклування про дітей (батьків), пошана предків, злагода в сім'ї, демократичність стосунків, здоровий спосіб життя, збереження і примноження українських національних традицій і звичаїв;

особисті: орієнтація на пріоритет морально-духовних і національних цінностей, внутрішня свобода і відповідальність за свої вчинки, особиста і національна гідність, воля, самоконтроль, рішучість, доброзичливість, поміркованість.

Оприлюднений журналістом соціально важливий факт інтерпретується у підсвідомості телеглядача, а відтак, належно оцінений, на свідомому рівні реалізується у помислах, діях, вчинках та існує як самодостатня одиниця сукупно з іншими інформаційними повідомленнями, що творять структуру соціогуманістичних потреб, яку ми розробили, враховуючи думки Ю. Килимника та О. Білоус.

Щоби потреби як соціально-психологічні чинники зумовлювали під впливом телепередач виникнення, зміцнення, утвердження національної ідентичності, що органічно вбирає регіональні, всеукраїнські і загальнолюдські цінності, потрібно:

- знати: правдиву історію України і свого краю, українську та інші мови, здобутки української культури, літератури, мистецтва у європейському та світовому контекстах;

- вірити: у Господа Бога, свої духовні сили, морально-психологічну перемогу над агресором, національно-громадянське одужання України, її щасливе майбутнє і заради цього здобувати знання, сумлінно працювати, самовіддано захищати соборність Вітчизни;

- шанувати: батьків, свій рід, борців за незалежність України усіх часів, національні державні символи, людей різних національностей, які люблять Україну, працюють заради її розвитку і захищають від ворогів;

- любити: сім'ю, рідну оселю, село, місто, край, Україну, українську мову, прогресивні українські звичаї й традиції, природу;

- думати: на задах україноцентризму аналізувати, осмислювати минуле, сучасне життя краю, України, всього народу, політичні, культурні, соціально-економічні події в контексті світової реальності;

- впливати: на створення здорового морально-психологічного клімату в сім'ї, родині, навчальному закладі, на виробництві, в установі, селі, місті, справедливості у суспільстві, розповсюдження правдивої інформації засобами масової комунікації;

- утверджувати: культурні, національні, громадянськіжиттєдайні засади розвитку суспільства, дух злагоди, міжрегіональне порозуміння, дружбу між людьми різних національностей, свободу дій і сувору відповідальність за вчинене;

захищати: правду, справедливість, людську і національну гідність, друзів, національну ідею державотворення, соборну Українську державу, національно-громадянські цінності, суспільні інтереси.

Осмисливши різні трактування дослідників про новину та узагальнивши досвід репортерів регіональних телеканалів, вважаємо, що *телевізійна новина – це відібрана, впорядкована і втілена в певну форму соціально важлива інформація про факти, події, явища, що спеціально розрахована на сприймання зором і слухом. За своєю суттю телевізійна новина є аудіовізуальним відображенням дійсності, в основі якого поєднані слово і зображення.* Підгот овка новинного повідомлення – одна з найважливіших операцій у процесі діяльності телевізійного журналіста.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баришполець О. Г. Стан медіа-культури дорослих і молоді України: результати масового опитування / О. Г. Баришполець, Г. В. Мироненко // Наукові студії з соціальної та політичної психології. – К., 2008. – Вип. 19. [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/SecGum/Nsspp/texts.html.

2. Герасим'юк О. «На першому плані інформаційна безпека» / О. Герасим'юк // День. – 2014. – 11-12 лип.

3. Гордійчук А. Віталій Портников: майбутнє журналістики – це смерть новин / А Гордійчук // День. – 2010. – 9-10 лип.

4. Гресько О. В. Міжнародна журналістика в контексті глобальних суспільних трансформацій : автореф. дис. … канд. філол. н. : 10.01.08 – Журналістика / О. В. Гресько. – К., 2004. – 18 с.

5. Гривінський Р. ТБ: дорога в нікуди. Українські соціологи розповіли «Дню» про створення на екранах паралельної реальності / Р. Гривінський // День. – 2015. – 27-28 берез.

6. Желіховська Н. С. Сучасна українська публіцистика: теорія і практика : навч. посіб. [для студ. галузі 0303 «Журналістика та інформація»] / Н. С. Желіховська, В. В. Різун. – К. : РИДЖИ, 2015. – 128 с.

7. Житарюк М. Г. Соціокультурна модель журналістики: традиції і новаторство : монографія / М. Г. Житарюк. – Львів, 2008. – 416 с.

8. Кавалеров А. А. Цінність у соціокультурній трансформації / А. А. Кавалеров. – Одеса : Астропринт, 2001. – 224 с.

9. Кузнєцова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації : монографія / Т. В. Кузнєцова. – Суми : Університетська книга, 2010. – 304 с.

10. Пахльовська О. Тарас Шевченко – письменник XXI століття / О. Пахльовська // День. – 2013. – 24-25 трав.

11. Самокиш І. «Сьогодні роль журналістики – у тому, щоб надавати новинам сенсу» / І. Самокиш // День. – 2011. – 9-10 груд.

12. Саппак В. Телевидение и мы: четыре беседы / предисл. Л. П. Кравченко; послесл. Н. М. Зоркой ; 3-е изд. / В. Саппак. – М. : Искусство, 1988. – 167 с.

13. Семенченко М. Про low-cost журналістику. Професійні медійники вважають, що популярність блогосфери нічим не загрожує існуванню традиційних ЗМІ / М. Семенченко // День. – 2011. – 9-10 груд.

14. Титаренко М. Олена Вартанова: «Головна заповідь журналіста – люби свого читача» / М. Титаренко // Дзеркало тижня. – 2007. – 15 верес.

15. Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник / А. А. Чічановський, О.Г. Старіш. – К. : Грамота, 2010. – 586 с.

16. Weezel A. Financial and Strategic Position of Nordic Media Companies / Media Management and Transformation Centre / A.Weezel // JIBS Research Reports. – 2006. – № 3. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://center.hj.se/download/ 18.2eec38e0133eaafba4a80002983/ 1440138070239/Aldo_Nordic.pdf.

Парасковия Дворянин

Украиноцентрическая парадигма новостного медиапроизводства на региональном телевидении

Осмыслено социокультурные составляющие украинской журналистики, украиноцентрическую идеологию и политику, очерчено структуру социогуманистических потребностей реципиентов, описано предложенную автором статьи социокультурную модель новостных выпусков регионального телевидения.

Ключевые слова: журналистика, региональное телевидение, новостные выпуски, украиноцентризм, социокультурные потребности, социокультурная модель новостных выпусков.

Paraskoviya Dvorianyn

Ukrainian centric paradigm of news media production on regional television

The researcher examined outlined socio-cultural components of Ukrainian journalism Ukrainian-centric ideology and politics, the structure of socio humanistic needs of recipients. Author of the article described the proposed socio-cultural model of news releases on regional TV.

Key words: journalism, regional television, news releases, Ukraine centrism, social and cultural needs, sociocultural model of news releases.

Wojciech CISAK
doktor habilitowany, profesor nadzwyczajny,
Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
(Polska)

Ryszard KOWALCZYK
doktor habilitowany, profesor zwyczajny
Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
(Polska)

UKD 050+070 – Prasoznawstwo. Czasopiśmiennictwo

ZADANIA CZASOPISM REGIONALISTYCZNYCH WE WSPÓŁCZESNEJ POLSCE

Autorzy artykułu wyodrębnili dziewięć charakterystycznych zadań (swoistych powinności) czasopism regionalistycznych, ukazujących się we współczesnej Polsce, spośród których szerzej omówili dwa zadania w dziedzinie: 1. kształtowania świadomości, więzi i postaw regionalistycznych, 2. przekazywania dorobku kulturowego regionu oraz międzypokoleniowego doświadczenia kulturowego.
Słowa kluczowe: *regionalizm, czasopisma regionalistyczne w Polsce, zadania periodyków*

Ważnym kryterium definiowania czasopiśmiennictwa regionalistycznego – a także zadań, celów, ról i funkcji tej kategorii prasy – jest charakterystyczny zakres jego zainteresowania tematycznego. Jednak zawartość periodyku regionalistycznego powinna także wykazywać się genetycznym związkiem z terytorium, na którym jest kolportowany. Związek ten w przypadku czasopism regionalistycznych powinien być ścisły, mocny i trwały. Ma on także charakter nie tylko geograficzny i historyczny, zakorzeniony w określonym środowisku naturalnym oraz jego dziejach kulturowych i gospodarczych, ale przede wszystkim społeczny, zatem w pewnym stopniu również, a może nade wszystko – mentalny. To, jak ludzie myślą i mówią o swoim otoczeniu, a także o sobie samych nie zależy przecież tylko od swoistych cech środowiska ich życia oraz charakterystyki jego złożonych przeobrażeń historycznych. Jest odwrotnie: to ludzie werbalizując (opisując) i sygnifikując (nazywając) środowisko i konstruując jego społeczny obraz (co jest zgodne z ideą konstruktywizmu społecznego), nadają tym elementom (także historycznym wydarzeniom i ich bohaterom) pewne szczególne cechy, które podlegają również wartościowaniu (aksjologia regionalna). Zjawisko to zachodzi w procesie dynamicznej, a zatem również wybiórczej, selekcji informacji oraz poprzez podejmowanie określonych działań popularyzatorskich, w tym w dziedzinie prasowo-wydawniczej. W ten sposób czasopisma regionalistyczne, uczestnicząc w regionalnym systemie komunikowania społecznego, biorą także udział w procesie

kształtowaniu tożsamości i symboliki regionu, czego wyrazem jest wykaz odpowiednich zadań, jakie realizują w praktyce.

Możemy wyodrębnić katalog różnych zadań periodyków regionalistycznych, co stanowi naturalną konsekwencję zróżnicowania tematycznego tych czasopism oraz zasadniczego celu działania. Tam zaś, gdzie występują jasno określone cele, tam na ogół pojawiają się konkretne sposoby praktycznego ich urzeczywistniania, a wraz z nimi określone zadania, które są następstwem zasadniczych powinności czasopism regionalistycznych wobec swoich środowisk, ich swoistych ról, jakie powinny odgrywać w regionie, do których możemy zaliczyć:

1) kształtowanie wśród mieszkańców świadomości regionalnej oraz budowanie więzi zarówno regionalnej, jak i regionalistycznej, czyli opartej na idei regionalizmu i odpowiednich czynnikach wpływu o charakterze społeczno-kulturalnym;

2) podejmowanie działań zmierzających do upodmiotowienia kulturowego społeczności regionalnej oraz budowanie podstaw kulturowych społeczeństwa obywatelskiego, w tym pozytywnego kapitału kulturowego, wspierającego kulturowy rozwój regionu oraz popierającego idee regionalizmu;

3) działalność w dziedzinie edukacji regionalnej, w tym edukacji kulturowej i edukacji historycznej, podtrzymującej zainteresowanie tradycją regionu oraz przesłaniem społeczno-kulturowym regionalizmu.

Biorąc pod uwagę powyższe swoiste powinności (role) czasopism regionalistycznych do zasadniczych ich zadań możemy zaliczyć następujące:

1) kształtowanie świadomości i więzi regionalistycznej oraz postaw regionalistycznych;

2) przekazywanie dorobku kulturowego regionu oraz międzypokoleniowego doświadczenia kulturowego;

3) integrację regionu, aktywizację kulturalną mieszkańców, kształtowanie kapitału kulturowego oraz budowanie spójności społecznej;

4) badanie, utrwalanie i upowszechnianie historii regionu oraz wiedzy o regionie;

5) umacnianie tożsamości regionu i związanej z nim symboliki;

6) werbalizację regionu i promocję ruchu regionalistycznego;

7) wpływanie na partycypację obywatelską i rozwój regionu;

8) podtrzymywanie zainteresowania wielokulturowością i szerzenie tolerancji kulturowo-etnicznej;

9) kształtowanie kultury dialogu publicznego.

Poniżej spróbujemy pokrótce omówić przynajmniej dwa z zasadniczych bodaj dziesięciu zadań (powinności) przewidzianych dla współczesnych czasopism regionalistycznych w Polsce.

1. Kształtowanie świadomości i więzi regionalistycznej oraz postaw regionalistycznych

Wśród zasadniczych zadań periodyków regionalistycznych znaczącą rolę, być może podstawową, odgrywają obowiązki w dziedzinie podtrzymywania, umacniania i rozwijania świadomości i więzi regionalistycznej. Kształtuje się ona bowiem pod wpływem zarówno określonych przedsięwzięć edukacyjnych, jak również w procesie praktykowania aktywności indywidualnej oraz zbiorowej, w tym także poprzez ukierunkowane zaangażowanie społeczne mieszkańców. W jakimś sensie czasopiśmiennictwo regionalistyczne można traktować w kategoriach zewnętrznego czynnika wpływu na odbiorcę, dla którego jest ono środkiem oddziaływania, któremu może się biernie poddawać, przyjmując jego przesłanie i propozycje, bądź odwrotnie – aktywnie przeciwstawić czy polemizować z głoszonymi ideami, wartościami, normami, projektami. W praktyce periodyków regionalistycznych nie występują jednak takie modelowe podziały, lecz mamy

raczej do czynienia z systemem mieszanego odbioru treści czasopisma, tzn. akceptowania jednych kwestii, myśli, zagadnień, a nie przyjmowania i nie aprobowania innych. Nie ulega jednak wątpliwości, że samo zapoznawanie się z zawartością czasopisma regionalistycznego powoduje stosowne, mniejsze lub większe, zmiany w świadomości odbiorcy oraz tworzy rodzaj mentalnej więzi regionalistycznej między nim a nadawcą.

Periodyki regionalistyczne, kształtując świadomość mieszkańców regionu w duchu odpowiadającym ich założeniom ideowym oraz budując zgodną z tymi przesłankami więź regionalistyczną, pełnią szereg ważnych funkcji, w tym funkcje poznawcze, edukacyjne, identyfikacyjne, stymulujące, integracyjne, organizacyjne, prognostyczne. W gruncie rzeczy są to funkcje o charakterze kulturotwórczym, które łączą refleksję nad przeszłością i teraźniejszością regionu z wizją jego przyszłości, konstruowanej w procesie jej szerokiej werbalizacji. Czasopisma regionalistyczne jako element i czynnik identyfikacji zbiorowości lokalnej i regionalnej sprzyjają także formowaniu się odpowiednich postaw politycznych, w szczególności postaw demokratycznych i proobywatelskich, dla których interes regionu (oparty także o tradycję kulturową regionu) stanowi ważny element działalności w sferze polityki publicznej. Na bazie postawy politycznej (opierającej się również na interesie regionu) ukształtowanej w procesie oddziaływania między innymi czasopiśmiennictwa regionalistycznego, może dojść do uformowanie się względnie zintegrowanej swoistej kulturowej wspólnoty regionalnej, być może także wspólnoty o charakterze politycznym.

Czasopismo regionalistyczne, zajmując się niejako uprawą naszego umysłu (*cultura animi*), kształtuje, pielęgnuje i doskonali pewien typ świadomości regionalistycznej, a także postawy i predyspozycje zgodne z założeniami ideologii regionalistycznej. Zatem zawartości tematycznej i sposobowi narracji periodyków regionalistycznych powinna też towarzyszyć pewna generalna idea, której wyrazem jest z jednej strony motywacja edukacyjna autorów tekstów, dostarczających odbiorcom szerokiej i rzetelnej wiedzy, z drugiej zaś ich umiejętności pedagogiczne i dziennikarskie, zachęcające odbiorcę do refleksji nad rzeczywistością za pomocą odpowiednich zabiegów stylistyczno-narracyjnych.

Świadomość regionalistyczna i więź lokalna oraz towarzysząca im mentalność tworzą swoisty klimat społeczny, występujący w określonym środowisku. W olbrzymim stopniu elementy te są współkształtowane przez media lokalne, w tym przez periodyki o charakterze regionalistycznym, których zawartość wywołuje nie tylko stosowny rezonans w opinii publicznej, lecz również ma ważki wpływ na kształt tożsamości regionalnej, postawę, zachowanie, poglądy i opinie jej odbiorców, a także na podzielane przez nich wspólne wartości i normy. W rezultacie możemy także mówić o ważnej roli czasopiśmiennictwa regionalistycznego w dziedzinie umacniania tożsamości kulturowej regionu, traktując periodyki regionalistyczne zarówno jako właściwą regionowi formę wyrazu kulturowego, jak i przejaw jego różnorodności kulturowej.

2. Przekazywanie dorobku kulturowego regionu oraz międzypokoleniowego doświadczenia kulturowego

Periodyki regionalistyczne biorąc udział w zwerbalizowanej społecznej interakcji symbolicznej nie tylko przekazują odbiorcom dorobek kulturowy regionu oraz jego tradycje (niekiedy w ten sposób wręcz ocalają tradycję regionu przed niepamięcią). Uczestnicząc w dialogu publicznym także przetwarzają, modyfikują oraz weryfikują starą tradycję regionu, a w ostateczności również wytwarzają podstawy nowej tradycji, odpowiadającej zainteresowaniom, potrzebom i aspiracjom współczesnego pokolenia. W każdym procesie kulturowym występuje bowiem dążenie nie tylko do zachowania ciągłości tradycji kulturowej regionu, ale także potrzeba wprowadzania do niej nowych elementów, niekiedy uzasadnianych tradycją jako postacią swoistej ideologii regionalnej. Niemniej tradycja jako taka zawsze pozostaje ważnym komponentem tożsamości każdego społeczeństwa. Dlatego,

jak pisze Stefan Nowak: *Bez elementów kontynuacji musiałoby nastąpić załamanie wszelkich reguł ludzkiego zachowania i opartych na nich reguł funkcjonowania każdego systemu społecznego. (...) Nie mogłaby dokonać się nieustanna adaptacja społeczeństwa do zmieniających się warunków i musiałaby ustać wszelka jego dynamika*.

Są czasopisma regionalistyczne także naturalnym wewnętrznym wyrazem kultury regionu oraz środkiem jej transmisji, wzbogacania i przekształcania – tym samym są czynnikiem kulturowego rozwoju regionu. Rola kultury w tym procesie na ogół jest niedoceniana, chociaż pełni ona szereg ważnych funkcji zarówno z punktu widzenia gospodarczego i społecznego, jak i politycznego.

Wartość czasopiśmiennictwa regionalistycznego – także jego zadań, ról, celów i funkcji – wyraża się w szczególnej własności bycia środkiem transmisji nie tylko dziedzictwa kulturowego jako takiego, ale również międzygeneracyjnego czy międzypokoleniowego doświadczenia kulturowego, wyznaczając także horyzonty dla przeobrażeń kultury w jej rozległych obszarach wzajemnych asocjacji. Czasopisma regionalistyczne w sposób symboliczny przenoszą do społecznej pamięci dziedzictwo kulturowe regionu, które jest żywą spuścizną po poprzednich pokoleniach – w swoisty sposób nawiązujemy bowiem do niej w życiu codziennym. W dziedzictwie kulturowym możemy wydzielić elementy ogólnonarodowe oraz lokalne, w tym dziedzictwo regionalne, które nie licząc zabytków architektury i budownictwa mieści w sobie również *dziedzictwo przemysłowe, architekturę wernakularną, krajobrazy kulturowe, dziedzictwo niematerialne, dziedzictwo podwodne itd. Na tę niejednorodność nakładają się znaczne odmienności pomiędzy poszczególnymi „typami" dziedzictwa*.

Naturalna współobecność w jednym czasie wielu pokoleń (generacji) w sposób nieunikniony wytwarza nie tylko swoistą więź międzypokoleniową, lecz prowadzi także do konfliktu pokoleń. Problem konfliktu międzypokoleniowego Margaret Mead wyraziła następująco: *Gdy znaczna liczba osób w młodym wieku znajdzie się w podobnej sytuacji, służą oni sobie wzajem za wzór i odrzucają przykłady zachowania postulowane przez dorosłych ze środowiska, do którego aspirują; nauczyciele i zwierzchnicy traktowani są jako reprezentanci obcej władzy, którą należy przechytrzyć i której nie należy się podporządkowywać*. Stefan Czarnowski podnosząc zagadnienie ciągłości kulturowej i dorobku kulturowego pokolenia, stwierdził: *Każde nowe pokolenie wnosi do (...) kultury coś nowego, przystosowuje część elementów dawnych do swoich potrzeb aktualnych, ale czyni to opierając się na gruncie dawnej kultury w jej całokształcie. Zachodzi tu zjawisko podobne do przekazywania własności w spadku*. Trzeba jednak podkreślić, iż elementy czasowo-przestrzenne i doświadczenie historyczne są dla członków pokolenia wspólne. Natomiast dzielą je konkretne warunki ekonomiczne, kulturowe, społeczne, w jakich żyli, socjalizowali się i dojrzewali, przyswajając określone idee, normy, wartości, zachowania oraz kształtując wiedzę, postawę, charakter, osobowość. Ma to niebagatelne znaczenie w dziedzinie obrazowania kontekstu kulturowego, w jakim dochodzi do komunikacji medialnie zapośredniczonej, który charakteryzuje się przecież znacznym zróżnicowaniem. Jest to szczególnie ważne w kulturach typu ludowego, które cechują się wysokim kontekstem kulturowym, to znaczy, że potrzebują one nie tylko więcej narracji opisowej i odwołującej się do przykładów z życia przeciętnego człowieka, ale także narracji operującej językiem popularnym, a nie specjalistycznym, który ogranicza jednoznaczne odkodowanie tekstu przez niewyrobionego odbiorcę.

W konsekwencji podejmowania działań w dziedzinie przekazywania dorobku kulturowego regionu oraz międzypokoleniowego doświadczenia kulturowego, periodyki regionalistyczne stają się ważną częścią kultury regionalnej i czynnikiem jej przeobrażeń.

Zasadniczym bowiem zadaniem regionalizmu jest pobudzanie życia kulturalnego i naukowego regionu, co stanowi przecież ważny czynniki stymulujący wzrost gospodarczy regionu.

LITERATURA

1. Por.: W. Chorązki, *Prasa regionalistyczna w okresie transformacji*, (w:) *Regionalizm – lokalizm – media*, pod red. E. Chudzińskiego, Bochnia-Warszawa 2001, s. 122; E. Chudziński, *Prasa regionalna i regionalistyczna*, (w:) *Słownik wiedzy o mediach*, pod red. E. Chudzińskiego, Warszawa – Bielsko-Biała 2007, s. 130-131; J. Jarowiecki, *Prasa wydawana w Krakowie – przedmiotem badań nad prasą lokalną*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej" 2011, zeszyt 1-2; W. M. Kolasa, A. Paszko, *Małopolskie media lokalne i regionalne w świetle analiz statystycznych*, (w:) *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku*, pod red. J. Jarowieckiego, A. Paszko, W. M. Kolasy, Kraków 2007, s. 223; R. Kowalczyk, *Czasopiśmiennictwo regionalistycznego w Polsce*, Opole 2013, s. 20-25.

2. Zob.: P. L. Berger, Th. Luckmann, *Społeczne tworzenie rzeczywistości. Traktat z socjologii wiedzy*, Warszawa 2010. Por. S. Ossowski, *Analiza socjologiczna pojęcia ojczyzny*, (w:) *O ojczyźnie i narodzie*, Warszawa 1984, s. 18-26; M. Wendland, *Konstruktywizm komunikacyjny*, Poznań 2011.

3. Zob. J. Gajda, *Pedagogika kultury w zarysie*, Kraków 2006.

4. Zob. R. Szul, Regionalizm. *Refleksje na temat ewolucji idei i praktyki regionalizmu w Europie*, (w:) *Region i regionalizm w socjologii i politologii*, pod red. A. Pawłowskiej, Z. Rykiela, Rzeszów 2012.

5. Por.: G. Banaszak, J. Kmita, *Społeczno-regulacyjna teoria kultury*, Warszawa 1994; M. Wendland, *Konstruktywizm komunikacyjny*, Poznań 2011; idem, *Perspektywa konstruktywistyczna jako filozoficzna podstawa rozważań nad komunikacją,* „Kultura i Edukacja" 2011, nr 4, s. 30-47.

6. Por. *Socjologia a antropologia*, pod red. E. Tarkowskiej, Wrocław 1992.

7. Zob.: Z. Anculewicz, *Prasa lokalna i sublokalna Warmii i Mazur i jej rola w kształtowaniu postaw proobywatelskich po roku 1989*, „Echa Przeszłości" 2004, tom 5, s. 235-245; B. J. Balcerowicz, *O niektórych aspektach regionalizmu, mediach regionalnych i lokalnych, a demokracji na szczeblu lokalnym*, (w:) *Media regionalne i lokalne a demokracja na szczeblu lokalnym*, pod red. W. Furmana i K. Wolnego, Rzeszów-Kielce 1998, s. 73-119; J. Flankowska, *Lokalne i regionalne środki przekazu w procesie demokratyzacji społeczeństw Europy Środkowej i Wschodniej. Sprawozdanie z konferencji*, „Studia Medioznawcze" 2001, nr 1, s. 127-130; *Wychowanie obywatelskie*, pod red. Z. Melosika, K. Przyszczypkowskiego, Poznań-Toruń 1998.

8. Por.: *Kultura i media*, oprac. G. Dobroczyński SJ, Warszawa 1996; *Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych*, pod red. D. Detka, Kielce 2009; *Media w procesie kształtowania wspólnot lokalnych*, pod red. I. Sinkiewicz, M. Niewczas-Sochackiej, Kielce 2010; M. Sokołowski, *Media wobec kulturowych przemian współczesności*, Olsztyn 2003; J. Waszkiewicz, *Od komunikacji do wspólnoty*, Wrocław 2002; *Współczesna rola oraz zadania mediów regionalnych i lokalnych*, pod red. J. B. Hałaj, Rzeszów 2007.

9. Zob.: *Media lokalne a demokracja lokalna*, pod red. J. Chłopeckiego, R. Polaka, Rzeszów 2005; J. Węc, *Regionalizacja w państwach Unii Europejskiej*, „Przegląd Zachodni" 1994, nr 2.

10. Zob.: J. Z. Lichański, *Badania nad retoryką w Polsce: wprowadzenie do bibliografii*, „Forum Artis Rhetoricae" 2012, nr 1, s. 27-67; Z. Melosik, *Edukacja i przemiany kultury współczesnej*, „Teraźniejszość. Człowiek. Edukacja" 1999, nr 3, s. 27-41.

11. Por. R. Kowalczyk, *Rynek współczesnych mediów lokalnych w Wielkopolsce (studium medioznawczo-politologiczne)*, Poznań 2011, s. 52-77.

12. Zob. K. Wasilewski, *Rola prasy lokalnej w procesie budowania tożsamości „małych ojczyzn" na przykładzie Ziemi Lubuskiej 1945-1999*, (w:) *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, tom 3, pod red. E. Kulczyckiego, M. Wendlanda, Poznań 2012, s. 223-240.

13. Por.: M. Gierula, *Znaczenie mediów lokalnych w życiu społeczności lokalnych*, (w:) *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku*, op. cit., s. 109-120; R. Kowalczyk, *Prasa lokalna w perspektywie zmiany społecznej*, (w:) *Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku*, op. cit. s. 121-132; idem, *Zadania mediów lokalnych w społeczeństwie obywatelskim*, (w:) *Media dawne i*

współczesne, tom 4, praca zbiorowa pod red. B. Kosmanowej, Poznań 2009, s. 83-94; S. Michalczyk, *Media lokalne w budowaniu tożsamości lokalnej. Aspekty teoretyczne*, (w:) *Prasa lokalna Dolnego Śląska*, pod red. J. Jarowieckiego, G. Niecia, Wrocław 2007, s. 61-73.

14. Zob.: H. Owczarek, *Tożsamość kulturalna a społeczeństwo*, „Monitor Wielkopolski" 2002, nr 11, s. 12-13; M. S. Szczepański, *Tożsamość regionalna – w kręgu pojęć podstawowych i metodologii badań*, (w:) *Badania nad tożsamością regionalną. Stan i potrzeby*, pod red. A. Matczaka, Łódź – Ciechanów 1999.

15. Co jest zgodne z zasadami i celami „Konwencji UNESCO w sprawie ochrony i promowania różnorodności form wyrazu kulturowego", sporządzonej w Paryżu dnia 20 października 2005 roku, do której Polska przystąpiła w 2007 roku (Dz. U. 2007, Nr 215, poz. 1585).

16. Por. A. Roguska, *Mass media lokalne w umacnianiu kulturowej tożsamości regionalnej*, (w:) *Uniwersalizm i tradycja w kulturze – wybrane aspekty*, pod red. M. Danielak-Chomać, A. Roguskiej, Siedlce 2008, s. 41-72; J. B. Thompson, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wrocław 2006.

17. S. Nowak, *Ciągłość i zmiana tradycji kulturowej*, Warszawa 1989, s. 5.

18. Por. Edukacja regionalna. *Dziedzictwo kulturowe w zreformowanej szkole*, pod red. S. Bednarka, Wrocław 1999.

19. Por.: J. Hajduk-Nijakowska, *Proces odbioru przekazów medialnych jako czynność kulturowo usytuowana*, (w:) *Kultura medialnie zapośredniczona. Badania nad mediami w optyce kulturoznawczej*, pod red. W. Chyły, M. Kamińskiej, P. Kędziory, M. Kosińskiej, Poznań 2010, s. 193 -202; idem, *Kulturowy kontekst komunikowania*, (w:) *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, tom 3, pod red. E. Kulczyckiego, M. Wendlanda, Poznań 2012, s. 149-160.

20. Zob. *Nieznane artefakty regionalnego i lokalnego dziedzictwa kulturowego*, red. naukowa S. Kowalska, Kalisz 2011.

21. Por.: S. Czarnowski, *Kultura*, Warszawa 1948; M. Herzfeld, *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, Kraków 2004; M. Mead, *Kultura i tożsamość*, Warszawa 1978; J. Mikułowski-Pomorski, *Pokolenie jako pojęcie socjologiczne*, „Studia Socjologiczne" 1968, nr 3-4; *Słownik socjologii i nauk społecznych*, pod red. G. Marshalla, Warszawa 2004, s. 240; *Słownik socjologiczny*, Toruń 1999, s. 69.

22. Por.: M. Mead, *Kultura i tożsamość. Studium dystansu międzypokoleniowego*, Warszawa 2000; *Międzygeneracyjna transmisja dziedzictwa kulturowego*, pod red. J. Nikitorowicz, J. Halickiego, J. Muszyńskiej, Białystok 2003.

23. M. Kranz-Szurek, *Kultura lokalna a globalizacja kulturowa – próba oceny zjawiska*, „Rocznik Nauk Społecznych" 2012, nr 2, s. 11, przypis 1.

24. A. W. Brzezińska, *W poszukiwaniu korzeni kulturowych*, (w:) *Edukacja regionalna. Dziedzictwo kulturowe w zreformowanej szkole*, pod red. S. Bednarka, Wrocław 1999, s. 193.

25. Raport na temat funkcjonowania systemu ochrony dziedzictwa kulturowego w Polsce po roku 1989, pod red. J. Purchli, Kraków 2008, s. 9-10.

26. Por.: A. Kamińska, *Kategoria pokolenia w badaniach nad społeczeństwem i kulturą*, „Kultura i Historia" 2007, nr 11; K. Wyka, Pokolenie literackie, Kraków 1977.

27. M. Mead, *Kultura i tożsamość*, Warszawa 1978, s. 77.

28. S. Czarnowski, *Kultura*, Warszawa 1948, s. 194.

29. Zob. J. Mikułowski-Pomorski, *Pokolenie jako pojęcie socjologiczne*, „Studia Socjologiczne" 1968, nr 3-4, s. 267-281.

30. Por. S. Hall, *Kodowanie i dekodowanie*, „Przekazy i Opinie" 1987, nr 47-48, s. 58-72.

31. Zob.: L. Dyczewski, *Kultura polska w procesie przemian*, Lublin 1993; idem, *Trwałość i zmienność kultury polskiej*, Lublin 2002; M. Kranz-Szurek, *Kultura lokalna a globalizacja kulturowa – próba oceny zjawiska*, „Rocznik Nauk Społecznych" 2012, nr 2.

32. Por.: P. Chmieliński, *Budowa kapitału społecznego na wsi na przykładzie rozwoju program Leader*, Warszawa 2009; *Communication on European agenda for culture in a globalizing World*, 2007; M. Kranz-Szurek, *Kultura lokalna a globalizacja kulturowa – próba oceny zjawiska*, „Rocznik Nauk Społecznych" 2012, nr 2.

Войцех Цисак, Рычард Ковальчык

Задачи региональных журналов в современной Польше

Определены девять конкретных видов деятельности (конкретные обязанности) региональных журналов , которые выходят в современной Польше. Детально исследованы два вида их задач, которые они исполняют: 1) формируют сознание, отношения между людьми и отношения региональные; 2) передача культурного наследия региона и международный опыт.

Ключевые слова: регионализм, региональные журналы в Польше, задачи региональных изданий.

Войцех Цісак, Ричард Ковальик

Завдання регіональних часописів у сучасній Польщі

Автори визначили дев`ять конкретних видів діяльності (конкретні обов'язки) регіональних журналів, які з'явились у сучасній Польщі. У статті детально досліджується два їхніх завдання, які вони виконують: 1) формують свідомість, відносини і відносини регіональні, 2) передача культурної спадщини регіону і міжкультурний досвід.

Ключові слова: регіоналізм, журнали регіональні в Польщі, завдання регіональних видань.

Wojciech CISAK, Ryszard Kowalczyk

The Task of Modern Regional Magazines in Poland

The authors have identified nine specific activities (specific duties) regional magazines, appearing in today's Poland, of which more broadly discussed two tasks in the field: 1. shaping consciousness, relationships and attitudes regionalistic, 2. transmission of cultural heritage of the region and inter-cultural experience.

Keywords: regionalism, magazines regionalist in Poland, the tasks of regional periodicals.

Оксана КУШНІР
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики
Тернопільського національного
педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка

УДК 316.73

ДІАЛОГ КУЛЬТУР У МІЖНАРОДНОМУ МЕДІА-СПІЛКУВАННІ: УКРАЇНСЬКО-СЛОВАЦЬКИЙ ПРЕСОВИЙ ДИСКУРС

У публікації простежено розвиток українсько-словацького медіа-спілкування протягом двох минулих століть. Розкрито діапазон шевченкознавчих студій та словацької франкіани на сторінках преси, зміст і значення «переклички» провідних національних видань. Акцентовано увагу на посередницькій функції пряшівської періодики у процесі міжкультурної комунікації.
***Ключові слова**: форми міжнародної комунікації, міжкультурний діалог, українсько-словацьке медіа-спілкування, пресова перекличка, періодика українців у Словаччині.*

Постановка проблеми. У сучасному українському журналістикознавстві спостерігаємо інтерес до медіа як домінантного фактора міжнаціональної комунікації, що набуває особливого значення в контексті руйнування інформаційних кордонів і тенденцій формування світового інформаційного простору.

У процесі українсько-словацького міжкультурного діалогу ключову роль відіграє періодика пряшівчан, чия історична доля визначила для них функцію посередника у взаєминах між Україною та Словаччиною. Преса пряшівських українців не тільки була і є домінантним чинником їхнього національного життя. З одного боку, вона допомагає їм адаптуватися та інтегруватись у словацьке суспільство, виступаючи важливою складовою чехо-словацької журналістики. З іншого боку, українська періодика – провідна ланка, що єднає етнічну громаду із земляками з України, органічно включаючись у загальноукраїнський процес розвитку національної преси.

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що при її вивченні перехрещується ряд проблем як журналістикознавчих, так і загальнодуховних, націотворчих, політичних та історичних. Об'єктивний та неупереджений огляд українсько-словацького пресового діалогу дозволяє осмислити типологічні особливості періодики національних меншин, визначити її роль і можливості у процесах суспільної взаємодії етнічних спільнот у межах державних утворень і міжнародних соціальних комунікацій.

Аналіз наукових досліджень. Тема українсько-словацької культурної комунікації цікавила багатьох українських дослідників, зокрема Г. Вервеса, М. Гайдая, В. Шевчука, М. Мольнар-Мундяк, Ф. Погребенника, В. Моторного. Є. Кирилюка, Р. Гром'яка, О. Мишанича та інших, які проаналізували різні форми міжнародного діалогу впродовж двох минулих століть. Особливий інтерес становить інформація про пресові взаємини обох народів: від коротких анотативних повідомлень до «переклички» провідних літературно-громадських журналів, які присвячували окремі номери словесності сусідів.

Словацьку наукову україністику представляють В. Бобек, Р. Бртань, Й. Вавро, Й. Грозенчик, Ф. Гондор, В. Жідліцький, Й. Кудлачек, Є. Лазар, А. Мраз, І. Панькевич, М. Мольнар, Л. Бабота, Ф. Ковач, М. Роман та ін.

Окрему групу джерел складають дослідження з історії української журналістики в Чехо-Словаччині М. Фоллріхової, О. Рудловчак, М. Штеця, З. Франко, Ф. Ковача та ін.

Мета публікації – окреслити напрями, форми і зміст українсько-словацького міжкультурного спілкування у пресі протягом XIX–XX ст., визначити роль періодики пряшівчан у розбудові міжнаціональних взаємин у контексті полікультурного світового інформаційного простору.

Виклад основного матеріалу. Відносини між українцями і словаками мають вікові традиції, зумовлені географічним сусідством, спільною історичною долею та належністю до слов'янського світу.

Сліди духовної спорідненості між обома народами спостерігалися в XIII сторіччі, а саме подібність у фольклорі, окремих обрядах і звичаях Київської Русі та словаків Великоморавської держави. Того часу сягають і найдавніші міжлітературні зв'язки, зумовлені спільністю витоків писемності.

Літературні взаємини між обома народами пожвавішали у XIX ст. Найвиразніше вони виявлялися завдяки взаємному використанню фольклорних мотивів в осмисленні національної проблематики, у видавничій, фольклористичній та перекладацькій діяльності Я. Коллара, Л. Штура, Й. Гурбана, І. Срезневського, С. Ваянського, І. Франка, А. Метлинського, В. Гнатюка, П. Грабовського, В. Доманицького та ін. Тогочасна література українців та словаків розвивалася передусім на сторінках преси, яка забезпечувала періодичність, доступність художнього слова, дозволяла розширити його межі за рідні кордони. Міжнародне спілкування у сфері словесності також розгорталося на сторінках періодики, яка, друкуючи літературні тексти, публіцистичні й історичні матеріали з життя сусідніх народів, сприяла розвитку взаємного діалогу і творчої співпраці [5].

Упродовж XIX віку найактивніше відомості про українців, їхню культуру, мову, історію, побут друкували часопис «Slavin» (1800), журнали «Slovanka» (1814), «Týdeníku» (1813), «Orol Tatránski» (1845-1846), «Slovenské Pohl´ady» (1851–1937), газета «Slovenské národné noviny» (1846) [11].

Огляди та взірці словацької літератури, критичні статті в українській пресі презентували західноукраїнські видання «Зоря галицька» (1854), «Літературно-науковий вісник» (1899), «Культура», «Нові шляхи», «Діло», «Вікна» [7, с. 27–28].

Починаючи з кінця XIX ст., у пресі розвинулася найважливіша гілка міжкультурного спілкування – взаємний переклад, який став не тільки засобом духовного збагачення і взаємоознайомлення двох народів, але й однією з форм творчої взаємодії літератур, входження національного письменства у світовий літературний процес. Українсько-словацький перекладацький дискурс формували альманах «Jitženka» (1840), журнали «Sokol» (1860), «Orol» (1878), газета «Katolické Noviny» (1885). Спроби перекладу зі словацької художньої літератури на українську мову представили альманах «Поздравление русинов» (1852), часописи «Зоря галицька» (1853), «Листок» (1886), «Світ» (1867-1870), «Літературно-науковий вістник» (1901–1906) [9].

Окремий етап (друга половина XIX ст.) у культурному спілкуванні двох народів окреслили своєю діяльністю Тарас Шевченко та Іван Франко.

На сторінках словацької преси ім'я Кобзаря популяризували газети «Slovenskje národnje novini», «Pešt´budi´nske Vedomosti» (1864), «Národnie noviny» (1881), журнали «Sokol» (1863), «Orol» (1874), «Slovenske Pohlady» (1896).

У XX ст. словацьку пресову шевченкіану творили журнали «Prúdy» (1911, 1935), «Slovenské Pohl´ady» (1922), газети «Hlas l´udu» (1920), «Slovenský dennik» (1935).

Протягом третього десятиліття у словацькій пресі опубліковано ряд «ювілейних» статей про Т. Шевченка: «Elán» (1934, № 2; 1939, № 7–8), «Služba» (1939, № 3). Після 1945 р. в контексті українсько-словацьких культурних взаємин діапазон шевченкознавчих досліджень значно розширився: «Pravda» (1946, 1947), «Týždeň» (1947), «Živena», «Slobodný rozhlas» (1947), «L´ud» (1949). У 1951 р. до 90-річчя з дня смерті Т. Шевченка у словацькій періодиці вийшли у перекладі ряд поезій та серія статей радянських авторів (газети «Kultúrny život», «Praca», «Nové slovo», журнал «Slovenské Pohl´ady»). Статті про Кобзаря у 1950-х роках презентували видання «Kultúrny život», «Hlas ľudu», «Život», «Nová literatéra» та інші [12].

Поряд із Т. Шевченком чільне місце на теренах українсько-словацьких взаємин зайняв І. Франко. Його багатогранний інтерес до сусідів втілився у широкій діяльності в галузі культурної співпраці між українцями та словаками, яку він вважав найблагодатнішим шляхом міжнародного порозуміння [7, с. 110].

Уперше І. Франко згадував про словаків у «Літературному письмі», опублікованому у журналі «Друг» (1876), [4, с. 260], про громадсько-політичний рух словаків Каменяр говорив у статті «Слов'янський гурток», надрукованій 1888 р. в газеті «Kurjer Lwowski» [4, с. 394]. І. Франко присвятив дві праці словацькому будителеві Я. Колларові: «Літературне відродження Полудневої Русі і Ян Коллар» [4, с. 404–406], «Слов'янська взаємність в розумінні Яна Коллара і тепер» [4, с. 286].

Художню творчість Каменяра презентували видання «Slovenský týždenník», «Lidové novíny», «Slovenský domový kalendár», «Ibid», «Vlast´ a svet», «Slovenský týždenník», «Slovenská politika» упродовж 1903–1905, 1926–1931 рр. [16, с. 37].

І. Франко пропагував та інтерпретував для української громадськості найвидатніші явища словацької літератури виступами у словацькій пресі («Slovanský Pohl'ady») з оглядами українського письменства.

На початку минулого віку про І. Франка вперше відгукнулася у пресі словацька критика – газета «Národnie noviny» (1909, № 105).

Широкий резонанс у словацькій пресі викликала проведена з нагоди 100-річчя від дня народження І. Франка міжнародна наукова конференція про чехо-словацько-українські взаємини, організована 1956 р. у Пряшеві Словацькою академією наук. Результатом роботи конференції був збірник «З історії чехословацько-українських зв'язків» (1957) [7]. Провідні словацькі видання надрукували понад сорок статей, які висвітлювали діяльність І. Франка, зокрема «Knižne novinky» (1956, № 11), «Pravda» (1958, 15.8; 1959, 29.12), «Kultúrny život» (1956, № 9; 1958, № 31), «Slovenské pohl´ady» (1958, № 9), «Nová literatúra» (1958, № 4, 12), «L´ud» (1960, № 12) [16, с. 147-148].

Тенденцію медійного міжкультурного спілкування підтримала й радянська періодика: журнали «Гарт» (1927, № 6–7), «Червоний шлях» (1930, № 1), «Молодняк» (1936, № 7) [5, с. 31–32]. Свій внесок зробила і західноукраїнська преса, зокрема журнал «Підкарпатська Русь» (1927, том IV;1936, том XII–XIII) [7, с. 258].

Значну роль для взаємної популяризації сусідніх літератур відіграла «перекличка» провідних національних видань. У цьому руслі активно працювали у другій половині минулого століття українські журнали «Вітчизна», «Жовтень» («Дзвін»), «Всесвіт», які присвячували частково або повністю спеціальні номери чеській та словацькій літературам. Про літературні взаємини між двома народами активно повідомляли «Літературна газета», «Літературна Україна» [11, с. 19–20].

Про післявоєнне українське письменство словацького читача також найширше інформувала преса, яка часто вперше говорила про письменника або твір – газети «Pravda» (1945), «Kultúrny život» (1953, 1963), журнали «Slobodný rozhlas» (1946),

«Slovenské pohl´ady» (1947), «Československá rusistica» (1959-1960). У 1956 р. весь № 11 журналу «Slovenské Pohl´ady» було присвячено українській літературі. Тут опубліковано словацькою мовою зразки поезій українських авторів, а також наукові статті про українську літературу та словацько-українські взаємини [14, с. 305].

Українсько-словацький комунікативний дискурс засвідчив провідну роль преси у процесі культурного, зокрема літературного, спілкування. Періодичні видання, друкуючи літературні тексти, публіцистичні й історичні матеріали з життя сусідніх народів, сприяли розвитку взаємного діалогу і творчого співробітництва, а водночас спонукали словацьких українців до активної діяльності з метою збереження етнічної самобутності, усвідомлення національної єдності і культурної цілісності, а також сприяли інтеграції української меншини у словацьке суспільство. Саме видавнича продукція пряшівчан найактивніше сприяла збереженню власної самобутності у чужомовному середовищі та культурній комунікації із земляками, розкиданими по світу.

Українська періодика у Словаччині виникла тільки у другому десятилітті минулого століття. Проте вже у середині XIX віку зафіксовано спроби створити друковані видання для закарпатських українців, які мали б обслуговувати і пряшівчан. Серед таких проектів – «Вістник для русинов Австрійської держави» (Відень, 1850–1860), релігійні видання «Церковная газета» та «Церковний вісник» (Будин, 1856–1858), педагогічний журнал «Учитель» (Ужгород, 1867), літературний тижневик «Светъ» (Ужгород, 1867–1871), сатирична ілюстрована газета «Сова» (Ужгород, 1871) [10, с. 68–69].

Найбільші симпатії у місцевого населення завоювала «газета для народу» «Наука» (Ужгород, 1897-1914). Видання еволюціонувало у народному напрямку, підкреслюючи єдність українського народу, друкуючи тексти розмовною мовою, пропагуючи тогочасне українське письменство.

У цих виданнях, призначених для закарпатців, активними дописувачами були українці Словаччини (О. Духнович, О. Павлович, В. Добрянський, А. Добрянський, Й. Шолтес, А. Кралицький, І. Вислоцький та ін.), які зайняли гідне місце в історії української журналістики.

Журналістику пряшівських українців перших двох десятиліть XX віку представляли газети «Наше Отечество» (Пряшів, 1916–1919), «Голос русского народа» (Пряшів, 1918–1920), «Русь» (Пряшів, 1921–1923), «Русская молодежь» (Пряшів, 1920–1921), «Народная газета» (Пряшів, 1924-1936) [15, с. 253–259]. Проте видання не стали виразниками інтересів і глибинних потреб місцевого населення, адже вихваляли угодницьку поведінку русина-служаки, засуджували будь-які вияви громадсько-політичної та культурної активності українців Словаччини.

Власне українським національним органом на Пряшівщині стала газета «Слово народа» – «народно-просвітна новинка» [15, с. 259], що виходила двічі на місяць у 1931–1932 рр. Її зініціювала група інтелігенції, яка називала себе «народовцями» і сповідувала український напрям у національному і мовному питанні.

«Слово народа» – це перша газета у Словаччині, яка друкувалася українською мовою і новим українським правописом, її редагував комітет на чолі з І. Невицькою. Редакція ставила перед собою провідні для всієї української меншини завдання: піднесення національної свідомості, поширення української культури серед населення краю, розвиток місцевої літератури й освіти, захист рідної мови, «культурну і національну єдність цілого русько-українського народу на Словаччині, Підкарпатській Русі, в Галичині, Буковині, Бесарабії і на Русі-Україні» [2, с. 32].

Після газети «Слово народа» у пряшівській журналістиці запанував застій.

Після завершення Другої світової війни українське населення Чехо-Словаччини потрапило у полон сильного і впливового авторитету всього «радянського», тобто

російського. В умовах глобальної асиміляційної політики, суцільної русифікації, майже повної втрати національної ідентичності саме преса була основним чинником підтримки й розвою української культури, формування свідомості й інтелектуального рівня місцевої інтелігенції, важливим каналом творення й поширення духовних вартостей, ареною для творчого зростання майстрів слова. Серед таких видань – тижневі газети «Пряшівщина» (1945–1951), «Нове життя» (1951 – до сьогодні), «громадсько-політичний, літературно-художній ілюстрований журнал» «Дружно вперед» (1951 – до сьогодні). Періодика для місцевих дітей та молоді була представлена «органом прогрессивной молодежи Пряшевщины» «Карпатская звезда» (1946–1947), місячником «Зоря» (1947), журналом «Колокольчик-Дзвіночок» (1947–1950), «Піонерська газета» («Веселка») (1949 – до сьогодні) та ін. [6]. До того ж пряшівська періодика виступає ключовою ланкою в українсько-словацьких взаєминах, найактивніше формуючи міжнародний культурний дискурс.

Так, газета «Пряшівщина», реалізуючи одне з основних завдань – інформувати читачів про місцеві, загальнодержавні й закордонні події, систематично друкувала матеріали з життя українського населення, словаків, чехів, мадярів, німців, про діяльність окремих політичних партій та національних комітетів Чехо-Словаччини, про економічні, соціальні та культурні зміни в Радянському Союзі. Надзвичайно активно газета «Пряшівщина» знайомила своїх читачів із кращими зразками української класичної, радянської літератури, російськими творами [15, с. 265].

Щомісячний журнал «Дружно вперед» з 1951 р. систематично друкує україномовні переклади чеської та словацької поезії у 1975 р. започатковано рубрику «Поетичний літопис чехословацько-української дружби», в якій побачили світ переклади творів В. Ганки, Я. Костри, Я. Коллара, Л. Штура, Я. Ботта, С. Халупки, Ф. Гечка, М. Валека) [6, с. 53].

У російськомовній версії двомовного «Колокольчика-Дзвіночка» (1947–1950) друкувалися твори В. Жуковського, І. Крилова, О. Пушкіна. Одночасно у «Дзвіночку» – вірш П. Тичини «Перед пам'ятником Пушкіну в Одесі», перша пісня з поеми «Руслан і Людмила» у перекладі М. Терещенка, поезія М. Лермонтова, М. Некрасова, С. Маршака, проза Л. Толстого, А. Купріна, А. Чехова, К. Ушинського, М. Пришвіна.

Україномовний «Дзвіночок» заповнювали тексти Г. Сковороди, І. Котляревського, Л. Глібова, І. Франка, П. Грабовського, С. Руданського, Ю. Федьковича, М. Коцюбинського та ін. Кілька окремих номерів презентували твори Т. Шевченка. Тематичні номери чи сторінки видання присвячено життєвим ювілеям письменників, зокрема О. Пушкіну (1949, № 10), М. Гоголю (1947, № 7), Л. Толстому (1949, № 1), М. Лермонтову (1949, № 2), Т. Шевченкові (1948, №7; 1949; 1950) [3, с. 55–56]. Українську радянську дитячу літературу репрезентували у виданні Наталя Забіла, Марія Пригара, Оксана Іваненко, окремі вірші М. Рильського, П. Тичини, В. Сосюри тощо [3, с. 57].

«Літературно-мистецький та публіцистичний» альманах «Дукля» з часу свого заснування (1953) систематично друкував численні переклади творів інших національних літератур, які формували постійні й тимчасові рубрики: «Переклади», «З чеської прози» та ін. У шести номерах часопису за 1984 рік було опубліковано 30 віршів словацьких і чеських поетів: М. Флоріана, О. Віглідала, Л. Фелдека, І. Скали, М. Руфуса, К. Сиса та ін. [8, с. 59]. За аналогією чеській літературі присвячено у 1968 р. № 4, у 1988 – № 6, переклади зі словацької займали більшу частину № 6 за 1968 р., угорська література переважала у № 5 за 1988 р. Завдяки плідній праці Гуртка теорії і практики перекладу на українську мову, що функціонував при редакції, українські читачі мали змогу знайомитися з художніми творами й літературознавчими дослідженнями словацьких і чеських авторів.

На сторінках журналу «Дукля» широко представлені зразки творчості українських радянських авторів у рубриках: «Голос Радянського Закарпаття», «Мости дружби», «До антології дружби». За 1977–1979 рр. тут надруковано 56 віршів, 10 прозових і 30 публіцистичних текстів. Майже щороку редакція присвячувала один номер творам закарпатських митців. Взаємному культурному діалогові в цьому напрямку сприяли контакти часопису «Дукля» з українськими журналами – «Жовтень» (тепер «Дзвін»), «Вітчизна», «Всесвіт», які опублікували чимало творів пряшівських авторів – І. Галайди, С. Гостиняка, Й. Збіглея, Ю. Бачі, Марусі Няхай та ін. Зі свого боку, «Дукля» познайомила своїх читачів із творчістю українських письменників – Т. Шевченка, І. Франка, І. Чендея, П. Скунця, Ю. Басараба, Ю. Белеги, Р. Лубківського, П. Мовчана, Д. Кременя, В. Шевчука, І. Світличного, І. Драча, М. Рильського, П. Тичини, Д. Павличка, Я. Павлюка та ін. У багатьох випадках художнім творам передували короткі портретні повідомлення, оглядові статті про авторів, писані зазвичай із нагоди їхніх життєвих ювілеїв.

Окремо варто відзначити рубрики «Про нас пишуть», «Знайомтесь» (1972–1973), «Із роду в рід». Тут, окрім художніх текстів словацьких, чеських, українських авторів та короткої біографічної довідки про них, знаходимо статті, розвідки про українсько-словацько-чеські культурні та літературні взаємини в минулому і сучасному, про зв'язки пряшівських українців із земляками в інших країнах (1959, № 1; 1965, № 3; 1968, № 1; 1985, № 5, 6; 1987, № 3, 6; 1988, № 5; 1989, № 3, 5; 1990, № 6; 1995, № 6; 1997, № 5), передруки з української радянської преси критичних оцінок пряшівського літературного життя (1962, № 4; 1963, № 1), інтерв'ю з відомими діячами культурного життя України, завдяки чому формувався спільний контекст цих літератур і зростала роль часопису «Дукля» як своєрідного центру на перехресті їх діалогу та взаємозбагачення [10].

Основний комунікативний резонанс видання полягає у тому, що у період гальмування демократичних процесів усього громадського життя України (60-ті роки XX ст.) журнал став організатором не лише місцевої культури, а й об'єднував свідому українську інтелігенцію навколо ідеї служіння свободі, ідеалам національного самоутвердження передусім засобами оригінального та перекладного художнього слова. Часопис друкував твори заборонених в Україні «шістдесятників», репресованих письменників, дисидентів (поезію В. Симоненка, І. Драча, М. Вінграновського, Л. Костенко, Д. Павличка, літературно-критичні та публіцистичні праці І. Дзюби та ін.), подавав інформацію про загальноукраїнське національно-культурне життя, якої уникала радянська преса, завдяки чому переріс «місцеве значення і став фактором всеукраїнської боротьби за незалежність України» [1, с. 208].

Висновки дослідження. Друковані органи пряшівчан, крім власної літературної продукції, оглядів місцевого духовного життя, активно пропагували художнє й публіцистичне слово земляків з України та словаків, інформували місцеве населення про найважливіші культурні події сусідів. Видання української громади Словаччини, зберігаючи її національну ідентичність, водночас виступали ключовою ланкою у формуванні українсько-словацького медійного дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бача Ю. З історії української літератури Закарпаття та Чехо-Словаччини / Ю. Бача. – Presov: Filozoficka fakulta Presovskej univerzity, 1998. – 280 с.

2. Владимиров В. М. Історія української журналістики (1917–1991 рр.) : навч. посібник / В. М. Владимиров. – К. : МАУП, 2007. – 174 с.

3. Голена Й. Художня література на сторінках «Колокольчика-Дзвіночка» / Й. Голена // Дукля. – 1987. – № 5. – С. 53–58.

4. Зв'язки Івана Франка з чехами та словаками. Статті й дослідження до історії чехословацько-українських взаємин / упоряд. М. Мольнар, М. Мундяк. – Братислава : Словацьке вид-во худож. літ., 1957. – 694 с.

5. З історії чехословацько-українських зв'язків / гол. ред. Й. Грозенчик. – Братислава : Словацьке вид-во худож. літ., 1959. – 688 с.

6. Кавун О. В. Преса українців Східної Словаччини (повоєнний період) / О. В. Кавун // Діалог. Медіа-студії : зб. наук. праць / за заг. ред. О. В. Александрова. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2006. – Вип. 4. – С. 50–58.

7. Кирилюк Є. Словакістика на Україні / Є. Кирилюк // Радянське літературознавство. – 1971. – № 1. – С. 27–35.

8. Кіндрат Ю. Переклади на сторінках «Дуклі» в 1984 році / Ю. Кіндрат // Дукля. – 1985. – № 4. – С. 56–59.

9. Кушнір О. В. Переклади у пресі як форма міжкультурної комунікації між українцями та словаками / О. В. Кушнір // Держава та регіони: науково-виробничий журнал. Сер.: Соціальні комунікації. – Запоріжжя, 2011. – № 3. – С. 75–79.

10. Кушнір О. В. Розвиток української преси на теренах Східної Словаччини / О. В. Кушнір // Держава та регіони : наук.-виробн. журнал. Сер.: Соціальні комунікації. – Запоріжжя : Класичний приватний ун-т, 2012. – № 2. – С. 68-72.

11. Кушнір О. В. Українсько-словацька міжкультурна комунікація на сторінках преси / О. В. Кушнір // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи : наук.-практ. журнал / відп. ред. С. І. Кравченко ; упоряд. М. А. Рожило. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2014. – № 5–6 (5). – С. 16–22.

12. Мольнар М. Тарас Шевченко у чехів та словаків / М. Мольнар. – Словацьке педаг. вид-во в Братиславі. Відділ укр. літ. в Пряшеві, 1961. – 285 с.

13. Мольнар М. Словаки і українці. Причинки до словацько-українських літературних взаємин з додатком документів / М. Мольнар. – Словацьке педаг. вид-во в Братиславі. Відділ укр. літ. в Пряшеві, 1965. – 402 с.

14. Мольнар М. Зустрічі культур: З чехословацько-українських взаємин / М. Мольнар. – Братислава : Словацьке педаг. вид-во, 1980. – 542 с.

15. Пером і словом. З укр. східнословацької преси (1945–1970) : зб. – Словацьке педаг. вид-во в Братиславі. Відділ укр. літ. в Пряшеві, 1972. – 288 с.

16. Роман М. Іван Франко і словацька література / М. Роман // Іван Франко і світова культура : матеріали міжнарод. симпоз. ЮНЕСКО (Львів, 11-12 верес. 1980 р.). – К. : Наук. думка, 1990. – Кн. 1. – С. 146–150.

Оксана Кушнир

Диалог культур в международном медиа-общении:
украинско-словацкий прессовый дискурс

В публикации освещено развитие украинско-словацкого медиа-общения на протяжении двух прошедших столетий. Раскрыт диапазон шевченковедческих исследований и словацкой франкианы на страницах прессы, содержание и значение диалога ведущих национальных изданий. Акцентировано внимание на посреднической функции периодики пряшевских украинцев в процессе междукультурной коммуникации.

Ключевые слова: формы международной коммуникации, межкультурный диалог, украинско-словацкое медиа-общение, прессовый диалог, периодика украинцев в Словакии.

Oksana Kushnir

The Dialogue of Cultures in the International Media Communication:
Ukrainian-Slovakian Press Discourse

In the article the development of Ukrainian-Slovakian media communication during two centuries is traced. The range of Shevchenko studies and Slovakian Franko studies, content and meaning of «dialogue» in leading national periodicals is analyzed. Attention on the mediation function of the Priashiv Ukrainians periodicals in the process of intercultural communication.

Key words: forms of international communication, intercultural dialogue, Ukrainian-Slovakian media communication, dialogue in press, periodicals of Ukrainians in Slovakia.

Дарина ПОПІЛЬ
кандидат наук із соціальних комунікацій,
докторантка Університету папєжського
Яна Павла ІІ в Кракові (Польща)

УДК 007 : 304 : 070

НАЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕЦЕПЦІЇ ПОСТМОДЕРНІЗМУ В УКРАЇНСЬКИХ ТА ПОЛЬСЬКИХ ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ

Розглянуто генезу й становлення постмодернізму у культурному просторі України та Польщі. Проаналізовано особливості національних варіантів рецепції постмодернізму в цих краънах. Порівняно парадигми рецепції українського та польського постмодернізму в українській та польській пресі.

***Ключові слова**: рецепція, постмодернізм, преса, медіа.*

Співпраця постмодернізму з медіа відбувається на багатьох рівнях. Мистецька, літературна практика постмодернізму твориться спільно із медіа, згодом ними ж і переосмислюється як теорія. За допомогою медіа постмодернізм видозмінюється та розширює спектри свого впливу та діяльності. Відбувається також постмодернізація медіа. Сильно медіатизованими є український та польський національні варіанти постмодернізму. Оскільки національні парадигми рецепції постмодернізму у пресі є фактично не вивченими, то цікавим та актуальним буде їх дослідження та порівняння в українському та польському медійному просторі.

Мета статті – є визначити основні парадигми рецепції постмодернізму в українській та польській пресі та виявити їх спільні та відмінні риси.

Реалізація мети передбачає виконання таких *завдань*:

1) розкрити особливості розвитку українського постмодернізму та на підставі аналізу сучасної української преси дослідити історичну й національну специфіку парадигм його рецепції;

2) проаналізувати зародження й становлення постмодернізму у Польщі, охарактеризувати варіанти рецепції постмодернізму у польській пресі;

3) порівняти медіарецепцію постмодернізму в пресі України та Польщі, закцентувати увагу на найсуттєвіших моментах.

Дослідження парадигми медіа-рецепції українського та польського постмодернізму вказує на ряд ознак, що суттєво відрізняють її від західної моделі постмодернізму. Зокрема, йдеться про історичні обставини та особливості політичного минулого.

Через складні ідеологічні умови, в яких перебувало українське суспільство та культурно-літературно-мистецьке життя, зокрема за часів радянської влади, модерний дискурс української літератури був не до кінця розвиненим та повноцінним. Через це не зміг створити належного, такого, як у країнах Заходу, підґрунтя до виникнення українського постмодернізму. Ю. Андрухович пише, що модернізм в українській практиці було жорстоко перервано тоталітарною диктатурою, світовими війнами, що постмодернізм прийшов як «велика багатообіцяюча пустка». Автор хоч і описує перерваність

модернізму, проте аж ніяк не заперечує його існування [1]. На думку Я. Поліщука, модерністська свідомість українського XX ст., можливо, була позбавлена достатнього теоретично-критичного осмислення та підґрунтя, проте вона все ж була. Якщо заперечувати її присутність, то тоді ми не розглядали б нашу теперішню літературу через постмодерну візію. «Адже тільки розвинена модерна свідомість створює ґрунт для розвитку її іронічного переосмислення, до якого і вдаються постмодерністи» , – пише дослідник [12, с. 28].

Отже, незаперечним є факт, що український модернізм розвинувся навіть у тяжких умовах, а звільнений від тоталітарного контролю постмодернізм створив належні умови для критичного осмислення модернізму. Саме в добу українського постмодерну появились найґрунтовніші дослідження українського модернізму.

У польське суспільство постмодернізм (як поняття і явище) прийшов дещо раніше, ніж в українське. Проте перша спроба закріпитись у польській культурі була майже непоміченою через складні політичні та соціальні чинники. Як літературна практика на теренах Польщі постмодернізм почав діяти після 1989 р., за ідеологічно вільніших та сприятливіших умов. Відтоді рецепція постмодернізму у польській пресі почала дуже швидко розвиватись. А. Насіловська пояснює, чим викликана поява такої швидкої і масштабної рецепції постмодернізму у польській пресі: «У трактi урядової трансформації після 1989 року наступив ще один акт процесу освоєння постмодернізму: з'явилась дуже велика потреба у теорії, яка стала обов'язковою частиною університетської гуманістики. У багатьох дисциплінах вона витіснила вживані до цього часу методологічні традиції і мови, в інших – появився конфлікт між мисленням, що існувало до цього часу, зорієнтованим на культурний канон чи традиційне розуміння вартості, і постмодерністичним релятивізмом» [18].

Польський модернізм, як і український, розвивався під впливом політичних світоглядів, що негативно впливали на його функціонування. Проте порівняно з українським не зазнав свідомого переслідування та нищення з боку влади і не був перерваним так, як український. Через це у польській культурі можемо спостерігати більш плавний та логічний перехід модернізму у постмодернізм: без особливих контраверсій та полемік на цю тему у пресі. Польський модернізм підготував для постмодернізму кращу основу, ніж український. Деякі дослідники схильні вважати, що попередником постмодернізму у Польщі є соціалізм та комунізм, а не модернізм. Загалом найґрунтовніші дослідження польського модернізму, як і в українському випадку, було здійснено вже в добу постмодернізму.

Український постмодернізм почав розвиватись ще в умовах радянського соцреалізму: його започатковували тогочасні представники андеґраунду – київської іронічної літературної школи. Перші українські постмодерністи себе такими не вважали. Аж коли постмодернізм розвинувся та утвердився на Заході, почали себе з ним ідентифікувати.

Подібну ситуацію описують і польські автори. Зокрема А. Насіловська пише, що у Польщі вже від 1960-х років письменники займались постмодерною прозою, проте несвідомо. Вони не ототожнювали себе з постмодернізмом через відсутність знання його теорії [18].

Обидва постмодернізми, український та польський, зародилися після політично складних нестабільних умов, а розвивались у час, коли культура і соціум приходили до нормального стану: в Україні цей період почався зі здобуття країною незалежності, у Польщі – після ліквідації соціалізму і внесення поправок до конституції.

Незважаючи на схожість процесу зародження, поява постмодернізму на теренах Польщі та України викликала, особливо на початку, досить різні моделі рецепції у

пресі обох країн. Вітчизняні автори розпочали дискусії про українське минуле (найчастіше в контексті модернізму): як воно вплинуло на появу постмодернізму і чи взагалі вплинуло. Публікації ж польських авторів тривалий час взагалі були недотичними до саме «польської проблематики» постмодернізму. Преса масово була засипана або перекладами західних дослідників, або полемікою з ними. Згодом ситуація змінилась на користь польського постмодернізму, проте апеляція до імен і теорій західних зразків і надалі переважає у сучасній польській критиці.

На нашу думку, так відбувається теому що Польща завжди, навіть в умовах соціалізму, була ближчою до Заходу, тому його ідеї проникали на її терени завжди швидше й у більших масштабах, аніж до України. Таке твердження, звісно, меншою мірою стосується критики останніх років. Україна разом із здобуттям незалежності отримала повну свободу у своїх культурних та літературних пошуках, проте мінімально скерувала цю свободу у бік західних праць з теорії постмодернізму і максимально заглибилася в український бік постмодернізму. Це «заглиблення» має неоднозначне обличчя, адже українську рецепцію постмодернізму умовно можна поділити на три види: пропостмодерну, антипостмодерну та метапостмодерну.

Публікації на постмодерну тематику в українській періодиці найчастіше можна спіткати у таких виданнях, як культурологічний часопис «Ї», журнал «Слово і час», часопис «Критика», газети «Дзеркало тижня», «День». Постмодернізм обговорюють як у спеціалізованих культурологічних виданнях, літературній критиці, так і на шпальтах газет.

Пропостмодерна парадигма рецепції виходить з-під пера авторів, належних до постмодерної практики, і нерідко є доволі хаотичною, як і сам напрям. Творці цього різновиду рецепції можуть лаяти постмодернізм, критикувати, принижувати, а згодом урівноважувати ситуацію позитивними дослідженнями на цю тему. Конкретні дослідники самі завжди є в контексті постмодернізму, бо, зазвичай, є ще й творцями його літературної практики, що, як ми встановили, не завжди додає їм послідовності та об’єктивності у судженнях. Спіткати публікації такого авторства часто можна в часописах «Ї» або «Критика». Хоча переважно вони більше класифікуються за авторством, а не за розміщенням. До творців цієї медіарецепції постмодернізму в українській пресі зараховуємо Юрія Андруховича, Григорія Грабовича, Ростислава Семківа та ін.

Антипостмодерна парадигма показує напрям дуже однобоко й однозначно бачить у ньому загрозу не тільки для української літератури та мистецтва, а й для української національної ідентичності загалом. До цієї когорти авторів належать Петро Іванишин, Дмитро Дроздовський, Олександр Яровий, Оксана Пахльовська. Дискусії цього типу рецепції теж залежать більше від персоналій, статті яких з'являються у таких виданнях, як «Українські проблеми», «День».

Метапостмодерна парадигма рецепції пост модернізму замало динамічна й занурена в ядро проблематики, проте спостерігається тенденція до її переміни на більш динамічну та об'єктивну, на таку, щоб стала «золотою серединою» поміж «таборами» прихильників та поборників постмодернізму, яким бракує вміння тверезо та без емоцій підходити до критики явища. Критики, що займають постмодерний нейтралітет, – це Володимир Єшкілєв, Ігор Бондар-Терещенко, Тарас Возняк, Вікторія Бурлака.

Найактивніше проблеми постмодернізму обговорювали в українських медіа в 1996–1998 рр. Проте медіа-рецепція українського постмодернізму й надалі досить активна і поки що не має тенденцій до припинення, як рецепція польського постмодернізму.

У польській пресі, на відміну від української, рецепція постмодернізму більш широка і менш суперечлива. Діапазон польських постмодерних дискусій можна пояснити ще й дуже великою кількістю періодики, зокрема літературної критики.

Проблеми постмодернізму тут обговорюють у таких виданнях, як «Teksty drugie», «Czas kultury», «Kultura Współczesna», «FA-Art» та багатьох інших. Пік постмодерної полеміки у періодиці припадає спочатку на 1993–1994 рр., що дещо раніше, ніж в Україні, а потім можна виділити другий сплеск – приблизно 2004–2009 рр.

Якщо українську полеміку навколо постмодернізму можемо назвати «емоційною», то польську – «спокійною». Польську рецепцію постмодернізму ми поділили дещо по-іншому. На першому рівні розділяємо її: на «прозахідну» – переклади західних теорій постмодернізму та полеміку з іноземними авторами, а також публікації та праці, створені польськими авторами про західний постмодернізм; і на суто національну рецепцію – праці польських дослідників на тему особливостей польського постмодернізму, особливо крізь призму його попередників. Мова йде про те, що більшість дискусій на тему польського постмодернізму неодмінно зачіпають проблематику його попередників, особливо модернізму. Якщо в українському культурному просторі модернізм аналізують, як завершений у часі, то у польській полеміці модернізм виступає як активний учасник, як стиль, що ще «живе» або поруч із постмодернізмом, або замість нього, або задля нього. Саме із цієї парадигми рецепції виокремлюємо три інші види (підвиди) рецепції: позитивну, негативну та нейтральну. Варто зазначити, що цей поділ не настільки різкий, як в українському дискусійному полі: суто на позиції «за» і «проти». Тут постмодерні дебати є ніби більш ущільненими, переплетеними поміж собою, часто навіть важко розгрупувати погляди якихось дослідників. Трапляються суперечливі думки авторів, неоднозначні позиції щодо постмодернізму.

Польські критики не ведуть настільки персоніфіковані дискусії поміж собою, концентруються більше довкола поняття, а не особистих уподобань та інтересів. Часом трапляється, що тон ставлення до постмодернізму задає ціле видання, як у випадку часопису «FA-ART», головний редактор якого, Кшиштоф Уніловський, є одним із творців позитивної рецепції постмодернізму у польській пресі. Тому публікації у часопису висвітлюють постмодернізм у хорошому, теплому тоні.

Можемо виділити досить особливого у своїх контраверсіях та постмодерних міркуваннях публіциста Влодзімєжа Болєцького. Вважаємо, що його стиль викладу думок багато в чому схожий на стиль українського постмодерніста та есеїста Юрія Андруховича.

Якщо виділяти негативні публікації на тему постмодернізму у пресі, то варто зазначити, що його не схвалюють особи, причетні до християнської релігії. Католицька церква в Польщі (костел) розцінює постмодернізм як негативне явище.

На нашу думку, національна специфіка рецепції постмодернізму у певних моментах є дуже подібною в українській та польській пресі. А саме з тієї позиції, що в кожній із них можемо спостерігати зацікавлення історичним минулим, яке породило постмодернізм. Тільки в кожній рецептивній моделі це зацікавлення характеризується дещо різним перебігом та аргументаційною базою. Зокрема, у своїх публікаціях польські автори більше опираються на думки західних авторитетів і вступають у полеміку з ними. Український же сучасний літературно-критичний простір наскрізь пронизаний полемікою поміж українськими дослідниками.

Найбільш відмінною рисою поміж обома варіантами національної рецепції є оцінювально-ціннісний характер сприйняття постмодернізму. В українській пресі знаходимо значно більше публікацій, що оцінюють український постмодернізм як негативне явище. У польській же спостерігаємо нейтральне, «м'яке» ставлення як до негативних, так і до позитивних рис постмодернізму, тобто у польському культурному просторі існує більша схильність до метапостмодерної рецепції постмодернізму, ніж в українській. Польський постмодернізм розвивався швидше і динамічніше,аніж український,

адже більше перебував під впливом Заходу. Можливо, саме тому його тематика у Польщі і швидше почала вичерпуватись. На відміну від українського інтелектуального простору, у Польщі останнім часом зустрічається все менше публікацій на постмодерну тематику.

Дослідивши специфіку національної рецепції постмодернізму у польській та українській пресі, вважаємо, що у постмодернізмі, як і в його належності до певних національних культур, існує багато моментів та аспектів, які потребують окремого розгляду та аналізу. Тема постмодернізму залишається актуальною для досліджень і має перспективи для подальшої праці над нею.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрухович Ю. Дезорієнтація на місцевості. Час і місце / Ю. Андрухович // Український центр. – 2003. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ukrcenter.com/library/read.asp?id=684&read=true

2. Андрухович Ю. Повернення літератури / Ю. Андрухович // Ї. – 2002. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ji.lviv.ua/ji-library/pleroma/andr-pl.htm

3. Бурлака В. Краса рідних симптомів / В. Бурлака // Дзеркало тижня – 2000. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dt.ua/CULTURE/krasa_ridnih_simptomiv-23281.html

4. Бурлака В. Постмодернізм помер. Хай живе постмодернізм / В. Бурлака // Дзеркало тижня. – 2000. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://dt.ua/CULTURE/postmodernizm_pomer_hay_zhive__postmodernizm-23122.html

5. Грабович Г. Питання кризи й перелому в самоусвідомленні української літератури / Г. Грабович // До історії української літератури: дослідження, есе, полеміка. – Київ, 1997. – С. 45.

6. Гундорова Т. «Бу-Ба-Бу», карнавал і кіч / Т. Гундорова // Критика. – 2000. – № 7–8. – С. 13–17.

7. Дроздовський Д. Атака пріонів, або штрихи до теорії клонування / Д. Дроздовський // Всесвіт. – 2006. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.vsesvit-journal.com/index.php?option=com_content&task=view&id=165&Itemid=2

8. Дроздовський Д. Безкінечність анти естетики постмодернізму Д. Дроздовський // Дзеркало тижня. – 2005. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://dt.ua/CULTURE/bezkinechnist_antiestetiki_postmodernizmu-45397.html

9. Єшкілєв В. Література як умовна стратегія:умови гри / В. Єшкілєв // Дзеркало тижня. – 2001. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://dt.ua/CULTURE/literatura_yak_gumanitarna_strategiyaumovi_gri-25716.html

10. Іванишин П. Постмодернізм і національно-духовна ідентифікація / П. Іванишин // Українські проблеми. – 1999. – № 1–2. – С. 123–130.

11. Пахльовська О. Українська культура у вимірі «пост»: посткомунізм, постмодернізм, поствандалізм / О. Пахльовська // Сучасність. – 2003. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.traducionalist.info/forum/44-172-1

12. Поліщук Я. Випробування постмодернізмом / Я. Поліщук // Критика. – 2002. – № 3 (53).

13. Семків Р. Молодь гряде / Р. Семків // Дзеркало тижня. – 2006. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://dt.ua/CULTURE/molod_gryade-46258.html

14. Терещенко І. Б. Субкультурні практики у літературному процесі 90-х років / І. Б. Терещенко // Ї. – 2005. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ji.lviv.ua/n38texts/ibt.htm

15. Яровий О. Скажу як є / О. Яровий // Літературна Україна. – 2001. – №8 (4905). – 1.03. – С. 4–7.

16. Bolecki W. Polowanie na postmodernistów (w Polsce) / W. Bolecki // Teksty drugie. – 1993. – № 1. – S. 7–24.

17. Bolecki W. Postmodernizowanie modernizmu / W. Bolecki // Teksty drugie. –1997. – № 1/29 (43/44). – S. 31–45.

18. Nasiłowska A. Lem i rozmyty postmodernizm w Polsce / A. Nasiłowska // Odra. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://odra.okis.pl/article.php/766

19. Uniłowski K. Postmodernizm, poloniści i proza polska / K. Uniiowski // Fa–art. – 1994. – № 4. – S.4–14.

20. Uniłowski K. Postmodernistyczny kanon / K. Uniiowski // Opoka. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.opoka.org.pl/biblioteka/I/IC/rec_kanon_postmodern.html

Дарина Попиль

Национальные особенности рецепции постмодернизма в украинской и польской прессе

Рассмотрены генезис и становление постмодернизма в культурном пространстве Украины и Польши. Проанализированы особенности национальных вариантов рецепции постмодернизма в этих странах. Сравнено парадигмы рецепции украинского и польского постмодернизма в украинской и польской прессе.

Ключевые слова: рецепция, постмодернизм, пресса, медиа.

Daryna Popil

National Characteristics of Reception of Postmodernism in Ukrainian and Polish Press

The article discusses the genesis and formation of postmodernism in the cultural sphere of Ukraine and Poland. National variants of reception of postmodernism in Ukraine and Poland are analyzed. Paradigm reception of Ukrainian and Polish postmodernism in Ukrainian and Polish press are compared.

Keywords: reception, postmodernism, press, media.

Катерина ВАЛЬКОВА
викладач кафедри журналістики
Одеського національного університету
імені Іллі Мечникова,
науковий керівник –
доктор філологічних наук, професор
Олександр Александров

УДК 821.161.1«193» Ільф, Петров

МАРШРУТ У КНИЗІ ПОДОРОЖНІХ НАРИСІВ ІЛЛІ ІЛЬФА ТА ЄВГЕНА ПЕТРОВА «ОДНОПОВЕРХОВА АМЕРИКА»

Стаття присвячена створенню типології маршрутів у книзі подорожніх нарисів Іллі Ільфа та Євгена Петрова «Одноповерхова Америка» та визначенню їх функцій.
Ключові слова: *Ільф та Петров, «Одноповерхова Америка», подорожній нарис, маршрут.*

Про важливість маршруту подорожі для мандрівників свідчить те, що він може бути задекларований уже на початку твору або обговорюватися, уточнюватися, змінюватися в силу якихось обставин в дорозі.

Мета статті – створення типології маршрутів у книзі подорожніх нарисів Іллі Ільфа та Євгена Петрова «Одноповерхова Америка» та визначення їх функцій.

Подорожі здійснюються з різною метою. Здобуття якихось матеріальних цінностей, які підтримують життєздатність племені, або оволодіння езотеричними знаннями та містичними здібностями як мета подолання шляху зафіксовані уже архаїчними індоєвропейськими міфами. Збереглися давньогрецькі подорожні записи двох типів: подорож морем або сушею.

Написане на початку XI ст. «Житіє і хоженіє Данила Руської землі ігумена» свідчить про виняткове значення маршруту для досягнення паломником своєї сокровенної мети. А вона задекларована уже на початку його подорожніх записів: це бажання побачити святе місто Єрусалим та землю обітовану. Маршрут паломника визначив архітектоніку твору. Він ділиться на невеликі за розміром фрагменти, кожен з яких має заголовок, що фіксує місцезнаходження паломника у географічному просторі. Наприклад: «Про шлях до Єрусалиму», «Про місто Ефес», «Про Єрусалим», «Про церкву Воскресіння Господа», «Про місце на землі, де розіп'яли Христа». Данило постійно повідомляє про відстань від одного пункту маршруту до іншого та про умови шляху. В останньому фрагменті йдеться про Різдво Христове, яке ігумен зустрів у церкві Гробу Господнього, де поставив лампадку від землі руської. Це кульмінаційний момент подорожі, подія, яка тлумачиться як успішне досягнення мети паломництва. А вона полягає у подоланні не лише географічного простору, а й шляху духовного, очищення від власної гріховності, у тому, що Данило називає отриманням від Спаса «великої мзди» [4].

У період великих географічних відкриттів Нового часу метою подорожей стає оволодіння землями та їх ресурсами, зокрема у Новому Світі та на Індійському півострові. Якщо спочатку головним було досягнення матеріальних ресурсів інших,

відсталих цивілізацій, то епоха Просвітництва внесла у подорожній нарис когнітивну мету, що виявилося у здійсненні наукових експедицій.

Особливе місце та функції маршруту, яким рухається мандрівник, у подорожньому нарисі пояснюється специфікою жанру. Генетичний метод дослідження подорожнього нарису, застосований О. Александровим, дозволив встановити, що структурною основою цього жанру є путівник [1, с. 15]. Оповідь про шлях, який долає людина, рухаючись заданим маршрутом, становить собою архаїчну модель, у якій синкретично об'єднані мандрівник та кут зору оповідача. Подорожній нарис функціонує насамперед як контент масової міжкультурної комунікації, основна функція якої когнітивна: пізнання чужого через своє, і навпаки, себе, людини як представника етнічної культури, через розуміння чужого.

Рух мандрівника у просторі та фіксація побаченого розширює когнітивні можливості людини. У. Найссер зазначає, що рух забезпечує отримання «безцінної інформації», особливо коли сприймаючий переміщується сам [9, с. 57]. Враховуючи це, О. Александров вказує, що вербальна природа подорожі, укорінена у специфічному наративі, відкриває перед людиною великі можливості пізнання світу, а рух мандрівника маршрутом варто розглядати як динамічну систему інформаційних ситуацій [1, с. 13].

Н. Маслова пише, що саме маршрут, послідовний і чітко промальований автором, характеризує подорожній нарис як низку об'єктивних фактів і подій, з якими стикається мандрівник незалежно від власної волі. Суб'єктивний відбір цих фактів виявляє авторську інтенцію, оскільки маршрут поїздки певною мірою визначається волею мандрівника [8, с. 72].

Ілля Ільф та Євген Петров прекрасно усвідомлювали когнітивні, пізнавальні можливості подорожнього нарису. Високоосвічені люди, ерудити, вони читали не лише американські нариси Максима Горького, про що свідчить їх книга, а й, вочевидь, нариси С. Єсеніна та В. Маяковського, Бориса Пільняка, які побували в Америці до них. Але «Одноповерхова Америка» написана під впливом Марка Твена. Американський письменник не випадково згадується в книзі Ільфа та Петрова багато разів. Журналісти побували у музеї його імені, відвідали та детально описали «маленьке» місто Ганнібал, де виріс майбутній письменник; про часи, коли він молодим працював лоцманом на Міссісіпі, вони згадують на березі цієї річки. Як відомо, славу провінційному журналістові Марку Твену принесла його поїздка у 1867 р. у складі групи паломників до Європи та Святої Землі, яку він описав у подорожніх нарисах. Майбутній прославлений письменник побував і в Одесі, яку назвав «майже американським містом». Після повернення Марк Твен видав книгу «Простаки за кордоном, або Шлях нових паломників» (1869) [7]. Уже в першій главі книги мандрівник цитує документ, який називається «Програма подорожі»: власне проспект туристичної фірми, яка організувала поїздку. Ця програма містить детальну оповідь про маршрут поїздки – від одного міста до іншого, інформацію про час у дорозі, про терміни перебування у тому чи іншому пункті, про визначні пам'ятки культури. Це путівник, який розгортається у цілу книгу описами побаченого та враженнями самого мандрівника. В останній главі книги, написаній уже після повернення, автор знову нагадує маршрут здійсненої подорожі, але під кутом зору людини, яка ним пройшла. Згодом письменник пише книгу про свою молодість, у якій розповідає про митарства Америкою. А знамениті романи Марка Твена, які добре знали Ільф та Петров, відносяться до так званої «літератури подорожей».

Про те, «Одноповерхова Америка» створена під впливом Марка Твена, свідчить навіть форма цієї книги, її архітектоніка. І все ж головне, що їх об'єднує, –

проникливий, тверезий, навіть скептичний погляд на те, що в чужій культурі *вважається вищою цінністю,* т а власний, незаангаж ований пошук т ого, що *є справжньою цінністю*.

Як кореспонденти «Правди», відправлені у безпрецедентне як для 1935 р. тривале відрядження до Америки, Ільф та Петров, безперечно, отримали чітке редакційне завдання. Про його зміст журналісти ніколи нічого не розповідали, якихось письмових повідомлень також не залишилося. Донька Ільфа, Олександра Ільф, яка надзвичайно багато зробила для збереження та видання архівів батька й творів письменників, навіть висловила припущення, що до «країни кока-коли» Ільфа та Петрова відправив особисто Сталін [5, с. 5]. Чи правда це, досі не відомо. Однак відомо, що після повернення із відрядження Ільф та Петров написали листа Сталіну, в якому йшлося про необхідність використання американського досвіду навіть партійними керівниками.

Маршрут подорожі Ільфа та Петрова накладено на відтворену у їхній книзі модель світу та людини. Фізична картина світу в «Одноповерховій Америці» за своїми параметрами просторова: тут є США та СРСР, проглядають контури Європи та Далекого Сходу, Китаю, Японії, Філіппін. На цей фізичний простір накладається «політична карта» світу. Ідея прогресу людства, як основа авторського бачення сенсу історії, двояка. Технічний прогрес об'єднує Радянський Союз та Америку, але це різні цивілізації. Американська цивілізація виникла завдяки новітнім технологіям, і в цьому її превага. Радянська дещо відстає від американської за темпами технічного розвитку, але випереджає у політичному розвитку: суспільний та державний лад тут побудований на рівноправ'ї та справедливості, стосунки між людьми майже братерські.

П. Гурков зазначає, що у радянські часи з'являється новий тип мандрівника – «мандрівник-місіонер», письменник, який несе правду про Країну Рад за кордон, а для читачів на батьківщині він є водночас носієм правди про життя за кордоном [3, с. 30]. Власне йдеться про приєднання до когнітивної функції мандрівника-оповідача функції пропагандистської. Але ні Ільф та Петров, ні містер Адамс, який їм допомагав, прокладаючи маршрут Америкою, про це не думали.

Л. Яновська зазначає, що пафосом книги значною мірою є пристрасне бажання побачити, зрозуміти, розповісти [10, с. 189]. Самі ж публіцисти багато разів декларують на сторінках книги мету подорожі, як вони її розуміють. Своєрідним рефреном книги є слова «зрозуміти Америку, зрозуміти американця». На думку письменників, це дозволить пояснити той неймовірний науково-технічний та промисловий прорив, який здійснили США на очах здивованого світу, створивши нову цивілізацію. Письменники порізному ставились до тих чи інших виявів американського економічного чуда, але при цьому вели пошуки корисного при будівництві соціалізму. Слова «зрозуміти Америку», тобто культуру та людей країни, мали також додаткове, політичне, значення. Автори намагалися зрозуміти, куди рухається політична система США, що було сформульовано у формі питання «Де знаходиться Америка?», поставленому у Нью-Йорку перед журналістами та письменниками – членами клубу «Німецький сніданок».

Над маршрутом подорожі публіцисти почали думати ще в Москві, готуючись до поїздки. «Это был очень красивый, но, в сущности, весьма неопределенный план. Мы составили его еще в Москве и горячо обсуждали всю дорогу… Мы исходили десятки километров по сыроватым от океанских брызг палубам «Нормандии», споря о подробностях этого путешествия и осыпая друг друга географическими названиями» [6, с. 21].

Нью-Йорк – перше місто, яке побачили журналісти в Америці. Але навіть під час перебування у ньому маршрут майбутньої великої подорожі ще не був чітко сформований. Проте письменники отримували величезне задоволення від того, що постійно

обговорювали його, мріяли про нього. «Время шло. Мы все еще находились в Нью-Йорке и не знали, когда и куда поедем дальше. Между тем наш план включал путешествие через весь материк, от океана до океана».

Реалізація цього плану була неможлива без провідника. Такою людиною став Соломон Абрамович Трон, у книзі – містер Адамс, – інженер фірми «General Electric», який до того сім років працював у СРСР. Містер Адамс розробив весь маршрут, від якого у журналістів «Правди» запаморочилася голова. Він дозволяв побувати не лише на сході, а й на заході та півдні країни, побачити «різнокольорову» Америку. А головне: такий маршрут міг допомогти досягти головної мети приїзду до країни – зрозуміти Америку.

Маршрут журналістів-мандрівників поділено на відрізки уже назвами частин та глав книги. Вони створюють своєрідну дорожню карту: «Из окна двадцать седьмого этажа», «Через восточные штаты», «К Тихому океану», «Золотой штат», «Назад к Атлантике». Назви частин книги – це своєрідні стратегічні вектори, які вказують на напрям руху мандрівників: зі східного узбережжя на захід, звідти на південь, а потім – знову на захід. «Географічні» назви глав виконують дещо іншу функцію. Вони чітко локалізують у неосяжному просторі Америки певні ділянки, так би мовити, ландшафтно-топографічного характеру. Ось назви глав третьої та п'ятої частин: «К Тихому океану» представляє читацькій увазі такі «географічні» глави: «На родне Марка Твена», «Санта-Фе», «Пустыня», «Гренд-кэньен», «На гребне плотины», «По старой испанской тропе», «День в Мексике», «Новый год в Сан-Антонио», «Мы вьезжаем в Южные штаты», «Прощай, Америка!».

Прекрасні дороги Америки, маленький «форд» «благородного мышиного цвета» та подружжя Адамсів зробили реальністю мрію Ільфа та Петрова побачити країну в усій її різноманітності: природній, етнічній, соціальній, політичній і т. д. Вони не лише побачили, а й зрозуміли Америку та американців, багатих та бідних, білих і темношкірих.

Таким чином, є підстави констатувати, що маршрут планується залежно від мети подорожі. Особливе значення його для самого мандрівника пояснюється тим, що від маршруту залежить головне: чи буде досягнуто мети подорожі. З іншого боку, маршрут дозволяє читачеві зрозуміти мету подорожі, якщо вона не задекларована у творі самим мандрівником-оповідачем. Внутрішньотекстова функція маршруту полягає у тому, що він організує через архітектоніку послідовність оповіді про шлях та подорожні описи, визначає принципи поділу книги на розділи та глави.

В «Одноповерховій Америці» Іллі Ільфа та Євгенія Петрова представлені три типи маршрутів.

Перший – стратегічний, яким рухається людство. Метою його є розвиток технологій та удосконалення політичної системи. Головним результатом прогресу є політична свобода, а також технологічні можливості працювати для того, щоби людина задовольнила свої духовні та матеріальні потреби, створення комфортних побутових умов, встановлення гармонії з суспільством та природою. Цим шляхом йдуть передусім СРСР та США. Якщо Радянський Союз випереджає Америку за темпами будівництва справедливого суспільства, то в питаннях технічного прогресу його інтелектуальній еліті варто повчитися в американських інженерів та бізнес-менеджерів. На цьому рівні діють закономірності високого порядку, змінити цей маршрут людства неможливо.

Другий маршрут – тактичний, це план поїздки журналістів. Мета – зрозуміти Америку та американців, працею яких створено чудо: з фермерської країни вона перетворилася у нову технологічно високорозвинену цивілізацію. Існувало кілька варіантів такого маршруту, але вдалий був запропонований американцем, який добре знає свій народ, сильні та слабкі сторони Америки. Рух маршрутом та графік його проходження

у цілому дотримувалися, але були й відхилення з суб'єктивних причин (містер Адамс раптом вирішив поїхати іншою дорогою, що ледве не закінчилося аварією) та з об'єктивних (наприклад, рідкісний для місцевих доріг ремонт та об'їзд).

Третій тип маршруту – локальний, як правило, він пролягає містом і приховує елементи спонтанності й непередбаченості. Наприклад, першого ж вечора у Нью-Йорку журналісти несподівано для себе сіли у маршрутний автобус та поїхали у невідомому їм напрямку. Поїздка без мети дозволила побачити міське «дно» – місце нічного притулку для бездомних. А під час одноденного перебування у Мексиці місцевий житель буквально заманив мандрівників на кориду, яка допомогла журналістам зрозуміти мексиканський характер з його жорстокістю. Вільний час у Сан-Франциско, прогулянка поза планом, жорстким виконанням якого опікувався містер Адамс, дозволив потрапити на матч з американського футболу, а спостереження за грою, за словами авторів, як ніщо інше відкрило їм американський характер з його неймовірною впертістю та послідовністю у досягненні мети.

Інформаційні ситуації, які виникають при русі маршрутом, теж бувають різні: залежно від новизни та обсягу одержаної мандрівниками інформації. Основна жанрово-комунікаційна функція маршруту в книзі подорожніх нарисів «Одноповерхова Америка» – пізнавальна, «радість відкриття нового» (О. Глушко). Разом з тим маршрут не лише дозволив пізнати Америку та американців, а й якоюсь мірою гальмував досягнення мети. Він пролягав через великі міста Нью-Йорк, Чикаго, Сан-Франциско, живописні пустелі, каньйони, водоспади, які дарували мандрівникам нові враження. Тривала поїздка «великою автомобільною дорогою» з її однотипними «маленькими» та «великими маленькими» містами нічого нового не давала та втомлювала. Ільф та Петров пишуть про їх тотальну стандартизовану однотипність – від плану забудівлі до меблювання житла – відверто негативно. Разом із тим у масштабах країни та у цій одноманітності вони вбачають силу Америки.

Після виходу книги та її оцінки літературними критиками стало зрозуміло, що головної комунікаційної мети подорожі – зрозуміти Америку – радянські публіцисти з успіхом досягли. У 1937 р. Л. Боровий у газеті «Литературное обозрение» зазначає, що письменники точно дотримувалися свого відмінно розробленого маршруту, що книга вийшла талановитою, розумною і веселою, і в цілому про Америку [2, с. 10].

ЛІТЕРАТУРА

1. Александров О. Подорожній нарис: «пам'ять жанру» Стаття перша. На перетині видів масової комунікації / О. Александров // Діалог: Медіа-студії : збірник наукових праць / відп. ред. О. В. Александров. – О. : Астропринт, 2015. – Вип. 20. – С. 7–34.

2. Боровой Л. Одноэтажная Америка (книга И. Ильфа и Е. Петрова) / Л. Боровой // Литературное обозрение : критико-библиографический двухнедельник при журнале «Литературный критик». – 1937. – № 8. – С. 9–12.

3. Гурков П. Ю. Своеобразие жанра путевого очерка в отечественной публицистике 20-30-х годов XX столетия / П. Ю. Гурков // Filologos. – 2013. – № 18 (3). – С. 28–32.

4. Житье и хожденье Данила Русьскыя земли игумена // Памятники литературы Древней Руси. XII век. – М. : Художественная литература, 1980. – С. 24–115.

5. Ильф А. Сталин посылает Ильфа и Петрова в страну «кока-колы» / А. И. Ильф // Ильф И., Петров Е. Одноэтажная Америка / сост., вступ. ст. А. И. Ильф. – М. : Текст, 2011. – 511 с.

6. Ильф И., Петров Е. Одноэтажная Америка / И. Ильф, Е. Петров. – М. : Текст, 2009. – 253 с.

7. Марк Твен. Простаки за границей, или Путь новых паломников / Марк Твен. – М. : Правда, 1984. – 560 с.

8. Маслова Н. М. Путевые заметки как публицистическая форма / Н. М. Маслова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1977. – 115 с.

9. Найссер У. Познание и реальность: смысл и принципы когнитивной психологии / У. Найссер. – М. : Прогресс, 1981. – 230 с.

10. Яновская Л. М. Почему вы пишите смешно? Об И. Ильфе и Е. Петрове, их жизни и юморе / Л. М. Яновская. – М. : Наука, 1969. – 216 с.

Екатерина Валькова

Маршрут в книге путевых очерков
Ильи Ильфа и Евгения Петрова «Одноэтажная Америка»

Статья посвящена созданию типологии маршрутов в книге путевых очерков Ильи Ильфа и Евгения Петрова «Одноэтажная Америка» и определению их функций.

Ключевые слова: Ильф и Петров, «Одноэтажная Америка», путевой очерк, маршрут.

Kateryna Valkova

The Route in the Book of Travel Sketches by Ilya Ilf and Yevgeny Petrov «One-level America»

The article is devoted to the creation of a typology of the routes in the book of travel sketches by I. Ilf and E. Petrov «One-level America» and the definition of their functions.

Key words: Ilf and Petrov, «One-level America», travel essay, route.

Ілля ХОМЕНКО
доктор наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри телебачення та радіомовлення
Інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

УДК 3:070(075.8)

ЕВОЛЮЦІЯ ФОРМ АКУСТИЧНОГО МИСТЕЦТВА У КОМУНІКАЦІЙНОМУ ВИМІРІ РАДІОМОВЛЕННЯ (НА ПРИКЛАДАХ КЛАСИЧНОЇ РАДІОДРАМИ, СУЧАСНОЇ МУЗИКИ ТА ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИХ СЕРІАЛІВ УКРАЇНСЬКОГО РАДІО)

Статтю присвячено еволюції форм і жанрів радіовистав. Досліджено проблему інтерпретації семантики та образної системи літературного твору виражальними засобами акустичного мистецтва. Проблему розглянуто у загальному контексті сучасної аудіовізуальної культури. Тему розкрито, зокрема, на прикладі радіопостановки О. Уеллса «Війна світів» (O. Welles) за мотивами однойменного роману Г. Уеллса (H. G. Wells), а також сучасних форм і жанрів радіодрами.

Ключові слова: *радіодрама, драматична мініатюра, еволюція форм, анонс, skit.*

Проблема еволюції жанрів і форм драматичного радіомовлення тлумачиться у статті насамперед із позицій оптимізації комунікаційного потенціалу радіодрами в умовах домінування спрощених квантованих (кліпових) форм акустичної культури.

Актуальність дослідження випливає з суспільної потреби у збереженні і примноженні традицій класичної культури за допомогою сучасних комунікаційних засобів. Результати мають як теоретичне, так і прикладне значення (можуть бути впроваджені у практику медіа).

Аналіз теоретичної думки за темою та рівень новизни дослідження. Теоретичні засади вивчення залежностей між жанровою природою та функціональністю комунікації було закладено Г. Лессінгом та його послідовниками. Прикладні аспекти впливу різних форм драматичного радіомовлення досліджували Х. Кентріл (соціологічними методами) та О. Уеллс (методом узагальнення практичного досвіду співробітництва з радіомовною службою Сі-Бі-Ес).

Статтю побудовано на новому емпіричному матеріалі, здобутому в процесі як аналітичної, так і експериментальної роботи автора у галузі радіомовлення Новою є інтерпретація результатів, викладена у висновках. Усі спеціальні експериментальні проекти, на які посилається автор, підготовлено у співавторстві з кінодраматургом В. Фоменком.

Об'єкт статті – сучасне драматичне радіомовлення у контексті історії та теорії радіо.

Предмет – еволюція форм і жанрів радіодрами.

Мета – довести можливість функціональної оптимізації класичного радіотеатру шляхом адаптації нових формотворчих і жанровотворчих досягнень радіомовлення.

Завдання: з позицій екології медіа визначити теоретичні засади еволюції жанрів і форм радіодрами; обґрунтувати зв'язок між класичними і сучасними формами та функціональними можливостями акустичної драматургії; навести практичні приклади адсорбції властивостей класичного радіомистецтва сучасним мовленням.

Виклад основного матеріалу. Еволюція комунікаційної системи та всіх її підсистем, до яких належить і комунікація масова, звичайно, відрізняється від еволюції екосистеми біологічної. Насамперед це пов'язано з тим, що соціальні комунікації – антропогенетичне явище, яке підкоряється закономірностям існування та розвитку ноосфери. Разом з тим окремі вияви соціальних еволюційних процесів конвергентні еволюції біологічній. Незалежно від причин і рушійних сил еволюції біологічні об'єкти пристосовуються до змін у навколишньому середовищі. Так само і форми соціальної діяльності адаптуються до змін у середовищі соціальному. Вплив зовнішніх деструктивних чинників (чинників ліміту) може викривити цей рух. Руйнування екосистеми унеможливить її розвиток так само, як, наприклад, розвиток інституцій відкритого суспільства призупинить війна або диктатура. Та якщо існує об'єктивна суспільна потреба у певному соціокультурному явищі, то воно буде формуватися знову і знову – за участю різних людей, з різними назвами. Повертатися з небуття, куди його занурили політичні репресії доби тоталітаризму. Долати бар'єри вузького форматування, притаманного медіа «дикого ринку». Знаходити нові канали розповсюдження і платформи виробництва.

Загальновідомим прикладом комунікаційної дисфункції, спричиненої факторами ліміту (і як наслідок цього – функціонального розширення суміжних видів комунікації), є вплив прямої чи прихованої цензури на новини. Це явище завжди відтворюється за конвергентних умов незалежно від характеру політичних систем і позиціонування влади – демократичної чи авторитарної. Так, популярність радянських сатириків застійних часів багато у чому пояснювалася тим, що вони могли натякати на явища, закритті для висвітлення журналістами. Та перетнути межу дозволеного для сатирика минулого означало потрапити під заборону.

Часи змінилися. Але недавній інцидент із зняттям з ефіру випуску шоу студії «Квартал-95» преса пов'язує саме з наявністю у жартах коміків інформації про бізнес-активи українських політиків і медіа-магнатів, а не з технічними причинами, як про те повідомлялося офіційно.

Спробуємо дослідити визначений феномен на іншому прикладі, прикладі радіодрами. Історія цього виду комунікації порівняно добре вивчена. На відміну від репродуктивних форм художнього радіомовлення (літературних читань, трансляцій театральних вистав і т. д.), головною ознакою п'єс, написаних спеціально для радіо, була гостра проблемність й актуальність, оперативна мистецька реакція на суспільні негаразди. Тому радіоп'єсу як вид радіомовлення переслідували (до повної заборони і репресій щодо авторів) у всіх країнах, які обмежували право громадян на інформацію (СРСР часів культу особи, нацистській Німеччині, США доби маккартизму). Так, фатальною для української радіодрами тридцятих років минулого століття стала спроба натякнути на політичні репресії та голод (твори О. Димінського), американської – критика соціальної несправедливості (А. Макліш, Н. Корвін та ін.). Але радіоп'єса відроджувалася знову і знову, іноді у формах, не пов'язаних з ефірною комунікацією: як тільки виникала суспільна потреба у відповідному віддзеркаленні реальності.

У 2014 р. музична група «Танок на майдані Конго» (ТНМК) презентувала новий альбом, складниками якого стали пісня «Війна світів» і скіт (skit) – драматична мініатюра на ту ж тему. Прийомом мініатюри стало осучаснення: музиканти перенесли дію

вистави в українські реалії нашого часу. Учасник гурту Олег Михайлюта визначив статус проекту як «мегаактуальний», оскільки «те, що відбувається зараз у країні, схоже на те, що відбулося колись в голові в Уеллса» [2, с. 3].

Нагадаємо, про що йдеться. У жовтні 1938 р. радіоадаптація роману Герберта Уеллса «Війна світів» (сімнадцята радіовистава драматичної серії Колумбійської радіокорпорації «Театр Меркурій та Орсон Уеллс в ефірі») була помилково сприйнята мільйонами американців як репортаж про вторгнення марсіан. Колективний афект продемонстрував велику і не завжди керовану силу сучасних засобів комунікації (див. [3-5; 13]). Впливу програми Орсона Уеллса і Говарда Коха на сучасну культуру присвячено багато досліджень (наприклад, [6; 7; 14]). До радіовистави 1938 р. тяжіють такі неоднорідні в комунікаційному розумінні сучасні явища, як кінострічка С. Спілберга (екранізація саме американської радіоп'єси, а не британського роману) і так званий «зомбі-апокаліпсис» (хибна тривога на телеканалі KRTV, США, Монтана [8] – наслідок хакерського втручання в комп'ютерну мережу телецентру, жарт про захоплення частини території штату зомбі, здійснений, попри нібито несерйозну мету, з глибоким знанням психології сприйняття). Але в контексті визначеної тематики нас цікавить не історіографічний, а філологічний аспект проблеми – інтерпретація літературного першоджерела засобами акустичного мистецтва, набуття вторинним за природою твором художньої самодостатності і подальше інтерпретування його іншими митцями, з використанням виражальних можливостей різних комунікаційних інструментів.

На думку видатного театрального і радіорежисера А. Гончарова, успіх будь-якого твору відзначається його кореляцією з сучасністю. Адаптація роману Г. Уеллса «Війна світів», здійснена для американського радіомовлення О. Уеллсом і Г. Кохом, безумовно підкорялася вимозі актуальності. Саме це визначило форму драми: студійні діалоги і «живі» репортерські включення ніби з місця події. Стилізація під радіорепортаж, естетика розповіді наживо про те, що відбувається «тут і зараз», спростили оригінал, нівелювали його соціально-філософське навантаження. Але увиразнили головне: модель колективної поведінки мирного народу в умовах нав'язаної війни.

Саме цей інтерпретаторський підхід – перенесення художньо достовірної моделі дійсності, створеної Г. Уеллсом, у не менш достовірний умовний хронотопологічний простір радіоп'єси – і зробив твір О. Уеллса та Г. Коха видатним культурним явищем. Жартом була лише оболонка, власне історія про марсіанський десант. Але психологічно і мистецьки коректною виявилася уявна соціальна концепція зіткнення з розумним, безпощадним і технологічно розвиненим ворогом. І радіовистава, і роман містять коректну модель поведінки людей, що опинилися у безвиході військової поразки, в обставинах неможливості захистити країну, ідеали, гідність. Це єднає твори значно міцніше, ніж факт використання сюжету.

Отже, з погляду дотримання головного характерологічного прийому першоджерела – створення точної моделі дійсності – драматургічна інтерпретація Сі-Бі-Ес відповідала прозовому оригіналу. Сьогодні здійснено десятки спроб створення псевдоевристичного телевізійного або радіорепортажу, схожого на твір О. Уеллса та Г. Коха (включаючи навчальні студентські проекти, наприклад, цікаву і цілком безпечну з погляду ймовірності провокування радіопаніки аудіовиставу студента Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка Максима Омельченка). Можна сказати, що всі подальші спроби розвитку творчого досвіду О. Уеллса і Г. Коха були вдалими тоді, коли ґрунтувалися на прийомі достовірного моделювання реальності, притаманному радіодрамі США «золотої доби» радіомовлення, і невдалими – коли копіювали форму «Війни світів», ігноруючи соціальний смисл, спрощуючи мистецький твір до рівня небезпечного жарту.

Вище згадувався жанр акустичного мистецтва, в який втілили сучасну постановку «Війни світів» музиканти гурту ТНМК – *skit*. Посилаючись на статтю П. Лисідзе «Коротка історія хіп-хопа», музиканти стверджують, що skit як коротка словесно-шумова інтермедія між піснями народився на маленьких радіостанціях афроамериканських гетто, і що прийом почали згодом використовувати європейські музиканти, не замислюючись над його первинним смислом і походженням [9]. Але не буде помилкою сказати, що подібні малі форми (від музичного треку до рекламного кліпу) стали способом виживання американської радіодрами, «творчим гетто», в якому опинилося акустичне мистецтво США доби маккартизму. Великі радіокорпорації тоді змінили формати мовлення, кращі драматурги – О. Уеллс, Г. Кох, Н. Корвін, А. Макліш, С. Рафаельсон, А. Оболер, Н. Ростен – стали жертвами політичних гонінь, припинили співпрацю з радіомовленням. Найкраще передають атмосферу тих часів прямі цитати: «Часи «золотої доби» народжуються і вмирають. Найчастіше вони народжуються з першими ознаками весни, у мить морального чи політичного звільнення. Їм настає кінець, коли з'являється цензор або владу перебирає диктатор» (Орсон Уеллс, цит. за [12, с. 5]); «Рятуй, Боже, країну, де панує стукач» (А. Макліш, цит. за [12, с. 301]). Але маленькі етнічні радіостанції – і українські в тому числі – залишили в ефірі місце для акустичного мистецтва.

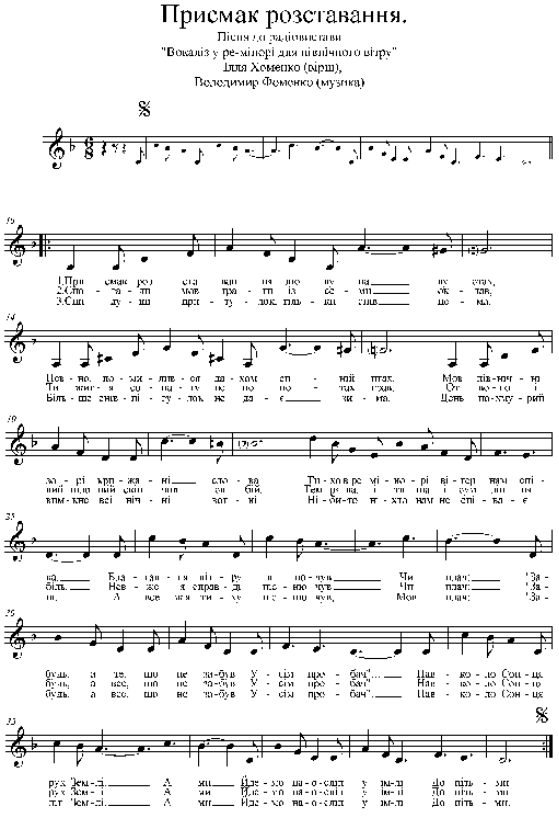
Отже, skit виник не просто як дивертисмент до студійного виконання пісень, а з'явився в процесі тривалої і складної еволюції акустичних медіа. Цікаво, що поштовхом до його розповсюдження в Україні стала не радіомовна, а музична культура.

Таким чином, за умов виникнення відповідної суспільної потреби форма акустичного мистецтва, що структурно і семантично є осучасненим різновидом класичної радіоп'єси, може сформуватися як культурогенетичний феномен в процесі еволюції сучасної музики. І творчим прийомом цього відродження буде синтез музичної та літературно-драматичної композиції.

Розглянемо тепер інший еволюційних шлях – модифікацію в сучасних умовах українського драматичного радіомистецтва. У період відродження української радіодрами (2002-2010 рр.), що відбувався за безпосередньої участі автора цих рядків та його літературного співавтора В. Фоменка, Українське радіо відкрило схожу форму поєднання музичного і драматичного матеріалу. Тобто поєднання у композиційних межах короткого твору пісні та уривка-анонсу радіовистави. Це відбулося не одразу. Спочатку творча група у складі В. Фоменка, Ю. Яценка, В. Обручова, автора цих рядків та ін. ставила за мету суто прикладне завдання – зацікавити аудиторію анонсованим твором. Але згодом з'ясувалося, що цілісність уривка вистави та музичного твору справляє потужне емоційне враження на аудиторію. Стає самодостатнім комунікаційним явищем, вплив якого залежить не тільки від властивостей анонсованого першоджерела, але і від ефірного (в широкому розумінні – соціального) контексту, іноді не тотожного контекстові повної версії радіовистави.

Якщо емоційний вплив анонсів визначався синтетичною музично-драматичною природою, то актуальність цих творів була пов'язана з ексклюзивним характером як драматичного сценарію (І. Хоменко, В. Фоменко), так і музики (автор В. Фоменко, аранжування Ю. Яценко). Сценарій був мистецькою реакцією на суспільні проблеми так само, як і згадані вище американські радіосценарії «золотої доби» Сі-Бі-Ес. Музика відповідала специфіці соціальних завдань.

Ось аутентичний приклад оформлення, в якому подавався до ефіру сценарій – анонс: музична партитура і текст.



Голос: *Наш анонс (уривок з вистави):*

Стукач: *За цими нібито безневинними цілителями стоять справді серйозні люди. Дивіться. Лікувальними сеансами охоплено всі регіони… Сеанси у різних містах – майже подібні… Гучна музика, розповідь про всяку чортівню, продаж амулетів… А після сеансу – чортівня закінчується. Починається звичайна бухгалтерія. Зібрані гроші інкасуються і відправляються у столицю на… оцей рахунок.*

Поліцай: *Кому він належить?*

Стукач: *Ви не повірите…*

Голос: *Ніхто не знає, чи існує потойбічне зло. Але те, що людськими забобонами вміють користуватися і шахраї, і політичні шарлатани – не є предметом дискусії… Слухайте нову радіоп'єсу Іллі Хоменка та Володимира Фоменка «Вокаліз у ре-мінорі для північного вітру». Постановка – заслуженого артиста України Василя Обручова. Початок вистави – у неділю, о 17.30. (звучить пісня до вистави)*

Присмак розставання знову на вустах,
Певно, помилився дахом синій птах.
Мов північні зорі – крижані слова
Тихо в ре-мінорі вітер нам співа.

Благання вітру я почув – чи плач:
«Забудь, а те, що не забув – усім пробач»…
Навколо Сонця – рух Землі, а ми
Йдемо наосліп у імлі до пітьми.

Спогади – мов грати із семи октав,
Ти життя сонату не по нотах грав.
От воно і вийшло – твій скінчився бій.
Темрява, і тиша, і сумління біль.

Невже я справді пісню чув – чи плач:
Навколо Сонця – рух Землі, а ми
Йдемо наосліп у імлі до пітьми.
Сни – душі притулок, тільки снів нема,
Більше снів-пігулок не дає зима.
День похмурий вимкне всі нічні вогні.
Нібито ніхто нам не співає, ні.
А все ж я тиху пісню чув, мов плач:
«Забудь, а все, що не забув – усім пробач».
Навколо Сонця – літ Землі, а ми
Йдемо наосліп у імлі – до пітьми.

Голос: *Слухайте нову радіоп'єсу Іллі Хоменка та Володимира Фоменка у неділю, о 17 годині 30 хвилин.*

Анонсована вистава «Вокаліз у ре-мінорі для північного вітру» звучала на Першому каналі Українського радіо у 2007 р. Відтоді вона аніскільки не втратила актуальності. За повідомленнями преси, останній скандал, пов'язаний із використанням так званого окультного бізнесу як джерела кримінального прибутку, відбувся восени 2015 р. на території самопроголошеної ЛНР.

Прийом поєднання драматичного і музичного матеріалу В. Фоменко та І. Хоменко згодом почали використовувати у коротких радійних творах, що не були анонсами (драматичних мініатюрах, аудіобуктрейлерах).

Таким чином, ми маємо незаперечні докази конвергентної еволюції двох не пов'язаних між собою комунікаційних течій – музичної (досвід гурту ТНМК) та літературно-драматичної (досвід Українського радіо), що призвели до появи схожого медійного продукту – короткої радіодрами, що увібрала досвід класичного радіотеатру і сучасного музичного кліпу.

Висновки.

1. Можна вважати доведеним, що не пов'язані між собою еволюційні процеси в різних сферах масової комунікації призводять до виникнення схожих медійних продуктів тоді, коли існує об'єктивна суспільна потреба у відповідних формах віддзеркалення дійсності. Лімітування цих процесів шляхом зовнішнього деструктивного впливу може загальмувати і викривити еволюційний процес, але не змінює його внутрішню природу та рушійні сили.

2. Нові форми медійної продукції можуть утворюватися завдяки синтезу сучасних прийомів виробництва інформації та традицій класичної культури.

3. Практичні підтвердження теоретичних складників статті доводять значення її результатів для медійної галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лессинг Г. Лаокоон, или О границах живописи и поэзии / Г. Лессинг ; пер. с нем. – М. : Мысль, 1957. – 507 с.

2. Хаджирадева В. «Где эти клятые марсиане?» Олег Михайлюта – о новом правительстве и новом альбоме ТНМК / В. Хаджирадева // Аргументы и факты в Украине. – 2014. – № 49. – С. 3.

3. Уэллс О. Война миров. Радиопостановка / О. Уэллс // Уэллс об Уэллсе ; пер. с англ., франц. ; предисл. К. Разлогова ; коммент. Н. Цыркун. – М. : Радуга, 1990. – С. 268–283.

4. Разлогов К. Великий мифотворец / К. Разлогов // Уэллс об Уэллсе. – М. : Искусство, 1990. – С. 5–21.

5. Хоменко І. Художньо-документальна програма («feature») з точки зору інформаційної безпеки / І. А. Хоменко, В. І. Фоменко // Учёные записки Таврического национального университета им. В. Вернадского. – Симферополь, 2005. – Т. 18 (57). – № 3. – С. 37–42.

6. Хоменко І. Псевдоевристичні форми авізуального і аудіовізуального мистецтва: проблема впливу на аудиторію / І. Хоменко // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету. – 2003. – Вип. 21. – С. 181–185.

7. Хоменко І. Телевізійні та радіопаніки у пострадянському комунікаційному просторі / І. А. Хоменко // Сучасні проблеми людського суспільства : зб. матеріалів ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції (Великобританія – Україна). – InPress, 2011. – С. 33–35.

8. Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.ntv.ru/novosti/460580#ixzz3Ov0mY8Li

9. Эксклюзив [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://obozrevatel.com/chronics/27568-eksklyuziv-fozzi-rasskazal-kak-pisalsya-novyij-albom-tnmk.htm

10. Уэллс О. Так куда же мы идем? / Орсон Уэллс // Уэллс об Уэллсе ; пер. с англ., франц. ; предисл. К. Разлогова ; коммент. Н. Цыркун. – М. : Радуга, 1990. – С. 72–77.

11. Уэллс О. Тупик морализма / Орсон Уэллс // Уэллс об Уэллсе ; пер. с англ., франц. ; предисл. К. Разлогова ; коммент. Н. Цыркун. – М. : Радуга, 1990. – С. 28–30.

12. Хоменко І. А. Соціальна функціональність художнього радіомовлення : монографія / І. А. Хоменко. – Київ : Київський нац. ун-т, 2012. – 347 с.

13. The Mercury Theatre on the Air [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.mercurytheatre.info/

14. Cantril H. The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic / Hadley Cantril. – Transaction Publishers, U.S., 2005. – 256 p.

Илья Хоменко

Эволюция форм акустического искусства в коммуникационном измерении радиовещания (на примерах классической радиопьесы, современной музыки и экспериментальных сериалов Украинского радио)

Статья посвящена вопросам эволюции форм и жанров радиоспектаклей. Исследовано проблему интерпретации семантики и образной системы литературного произведения средствами акустического искусства. Проблема рассмотрена в общем контексте современной аудиовизуальной культуры. Тема раскрыта, в частности, на примере радиопостановки «Война миров» Орсона Уэллса (O. Welles) по мотивам одноименного романа Герберта Уэллса (H. G. Wells), а также современных форм и жанров радиодрамы.

Ключевые слова: радиодрама, драматическая миниатюра, эволюция форм, skit.

Illia Khomenko

The Evolution of Art in the Form of Acoustic Communication Dimension of Broadcasting (by examples of classic radio plays, contemporary music and Ukrainian radio experimental serials)

The article is devoted to the evolution of forms and genres of radio plays. Study of the problem of interpretation of semantics and imagery of a literary work of art acoustic means.The problem is considered in the overall context of contemporary media culture. Subject is disclosed, in particular, the example of the radio show «War of the Worlds» by Orson Wells based on the novel by H. G. Wells, as well as modern forms and genres of radio drama.

Key words: radio drama, dramatic miniature evolution of forms, skit.

Сергій СЕРБІН
кандидат економічних наук,
доцент кафедри телебачення і радіомовлення
Інституту журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

УДК 007(082)

ПАРАМЕТРИ МАНІПУЛЯЦІЇ ІНТЕРВ'Ю В КІНО– І ТЕЛЕМИСТЕЦТВІ

В статті досліджуються головні критерії маніпуляції ролями в різних за жанрами кінофільмах (включно із застосуванням інтерв'ю для творення діалогових епізодів) Виокремлено рольові параметри маніпулятора (час, енергетика, гроші, емоції), визначено принципи маніпулювання ролями, типізацію ролей за їх емотивністю.

***Ключові слова**: поняття «розтину потреб», рольові відмінності інтерв'юерів «човнярів» і «садівників», індекси позитивної і негативної експансивності ролей, емоційний маятник фільму.*

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю вивчення впливів сучасного кіно- і телемистецтва на мислення і поведінку глядацької аудиторії. Вивчення параметрів маніпуляцій у кіно- і телемистецтві відбувається в руслі системи формування діалогів у просторових межах епізоду. Ці межі найперше враховують, яким чином інтерв'ю структурує композиційні елементи сценарного і режисерського планів різножанрових фільмів.

Інтерв'ю – це не стільки обмін інформацією, скільки вплив на співрозмовника, контроль за поточною ситуацією, зміна системи уявлень інтерв'юованого про варіанти відповідей, набуття нових думок і почуттів щодо користі оприлюдненої інформації. Аналіз мови має кілька правил, які сформувалися в 60-70 роки минулого сторіччя на стику логіки, лінгвістики, психоаналізу та філософії мови. Хоча ще з часів Платона й Аристотеля вчені задумувалися над аналізом мови, його формалізація і перелік об'єктів дослідження сталися навколо політичних, ідеологічних, етносоціальних та соціокультурних аспектів обміну інформацією. Процеси каузальної атрибуції підпорядковуються закономірностям, що впливають на порозуміння між учасниками інтерв'ю, як-от:

- ролі, найчастіше повторювані інтерв'юером або інтерв'юйованим, розглядаються з точки зору упередженого споглядання за можливими причинами їх поведінки і досягнення точки реалізації;
- якщо інтерв'юер бажає пояснити вибір своєї ролі, обумовлений якоюсь унікальною подією, яка передувала цьому вибору, то слухач може вважати її основною причиною проведення інтерв'ю;
- неправильне пояснення ролей учасників інтерв'ю трапляється тоді, коли існує багато однаково ймовірних можливостей для їх інтерпретації; пояснення вибору однієї з них влаштовує вільний вибір рольового варіанта;
- фундаментальна помилка атрибуції виявляється в спостережній тенденції учасників інтерв'ю недооцінювати ситуаційний і переоцінювати диспозиційний вплив на свою поведінку.

Мета статті – розгляд прийомів і методів маніпуляції на основі існуючих підходів до підготовки і проведення інтерв'ю та застосування їх принципів для створення діалогів у різножанрових фільмах.

Матеріалом дослідження слугують рольові ситуації, коли інтерв'юер схильний пояснювати поведінку інтерв'юйованого диспозиціями й індивідуальними особливостями його характеру, а свою – залежно від ситуації (на зразок: «я не винен, так склалася ситуація»). Хоча вважають, що інтерв'юйований несе відповідальність за свою поведінку. Дихотомія стала найпоширенішою помилкою інтерв'юерів в оцінці всіх учасників інтерв'ю, окрім власної персони. Гасло «Інтерв'юер унікальний – світ типовий» стало сюжетною лінією голлівудського фільму «Інтерв'ю». В ньому показано, як інтерв'юер спочатку шукає «слабкі» місця інтерв'юйованого, який має імідж непідступного для розмови диктатора країни, а потім починає їх «розробляти»: для отримання інформації враховує захоплення інтерв'юйованого талантом улюбленої співачки, амбіціями гри в баскетбол, прихильністю до собак відповідної породи тощо. У контексті фільму розглядається, як можна маніпулювати слабкостями персонажу з метою отримати відповіді на питання, шо цікавлять аудиторію.

Аналіз основних досліджень і публікацій. В оглядах сучасної кінокритики для оцінки режисури фільму з точки зору втілення творчого задуму застосовуються два критерії маніпуляції: режисери є тямущими і культурними. В професії режисера працюють сильні і розумні люди, які вміють змусити всіх учасників кіногрупи не лише слухатися на знімальному майданчику, а й іноді боятися поза його межами. Будь-який режисер за десять років роботи в кіновиробництві стає майстерним маніпулятором. Найпоширеніші маніпуляції ґрунтуються на діагностиці параметрів слабких місць у розробці задуму, синопсису, сізлу для прокату, рекламного трейлера, розкадровки сценарного плану, композиції, постановочного проекту, проведення зйомок, акторської гри, монтажу та подальшому впливі на учасників виробничого процесу. Детальний аналіз стану кіновиробництва дозволяє режисерові віднайти в ньому слабкі місця, а далі психіка маніпулятора все зробить автоматично. Ефективною протидією маніпуляціям є усунення слабких місць, після чого маніпулятор буде змушений відмовитися від прихованих впливів. Незалежно від якості і точності знання про маніпуляції, переважно режисери-початківці передають у кінокритику сигнали про слабкі місця створення кіно, ґрунтуючись на припущеннях про реакції можливих майбутніх «жертв». Як наслідок, усі режисери-початківці маніпулюють. Кожен режисер щодня робить безліч маніпуляцій, передаючи у кінокритику стимули й отримуючи потрібні реакції.

Головне питання для режисера-початківця полягає у виборі персонажа для здійснення рольових маніпуляцій: хто і коли буде виконувати роль «агресора», а хто «жертви» [1, с. 32–42]. Зрозуміло, що роль «жертви» для провідного героя фільму не підходить апріорі, самі ж режисери не хочуть бути в цій ролі. При написанні сценарію та епізодника сценарист використовує інтерв'ю із експертами, свідками, фахівцями, маніпулюючи ним для формування діалогів між героями. Наприклад, перший етап інтерв'ю – вітання – складається з трьох частин: представлення (ідентифікація); підтвердження інтерв'юованого; створення доброзичливої обстановки.

Процедура написання кожного наступного епізоду відбувається аналогічно. Сценарист і режисер фільму починають з елементарних речей спілкування між людьми, щоби зафіксувати всі можливі відповіді на питання «що добре, що погано». Подальше інтерв'ювання проходить шляхом «розтину потреб»: герої фільму повинні бути цікавими, тому для отримання інформаційного матеріалу до них застосовують різні прийоми маніпуляції (вербальні і невербальні). На етапі «роботи з запереченнями» включаються механізми ведення дискусії (розуміння аргументів «за» і «проти»). Діалоги до кожного

епізоду сценарного плану формуються на основі уявного інтерв'ю про життєвий фактаж у межах коридору реальності, досліджень й експертних даних, а також завдяки вдалому застосуванню словесної дієвості в емоційних сценах, що зберігають головний інформаційний контент. На етапі закриття одного епізоду відпрацьовуються правила переходу до наступного і т. д. Маніпуляція в інтерв'ю виступає адаптивним механізмом пристосування інформаційної бази життєвого матеріалу до міжособистісної комунікації між героями, розглядається в якості ритуалу, що враховує специфіку реакцій на стимули; завжди підбирає найбільш ефективну стратагему драматичної ситуації, що дозволяє гнучко і точно «налаштовуватися» на індивідуальність співрозмовника, дізнатись про його ідеальні і типові характеристики.

Вважається, що найкраща маніпуляція – її відсутність. Ця технологія може бути настільки доведена до досконалості, що її не зауважать навіть учасники інтерв'ю. Їм треба вміти так поводитися, щоби ніхто зі співрозмовників не відчув себе маніпульованим. Кожен учасник інтерв'ю в особистих відповідях по-справжньому дорастає до ролі свого героя. Трапляється, що досвідчений інтерв'юер стає спекулянтом, застосовуючи свою досконалу ораторську майстерність. Методи реалізації творчих задумів Альфреда Хічкока, Стівена Спілберга, Стенлі Кубрика дозволили зрушити галузь світової режисури на основі вдалого використання прийомів маніпуляції, розширити впливи масової культури на глядача.

Кіномистецтво – конкурентне середовище, де різні культури кіновиробництва постійно змагаються за захоплення виграшної позиції. Якщо відбувається заміна однієї культури іншою, то це свідчить про існування причин, з яких відбувся такий вибір людей. Політкоректність у кінокритиці не сприяє широкій публікації результатів аналізу стану розвитку різних культур з причини констатації їх різних рівнів розвитку. Так, у США змагання між такими культурами, як «мульті-культі» та «мелтін пот», призвело до перемоги останньої, чому сприяла сильна підтримка державного регулятора з метою дотримання єдиного законодавства.

Кіномистецтво не може відображати все, як є в реальності. Можна сидіти в автобусі і знімати місто через вікно, але при цьому глядач не побачить нічого важливого. Можна дослівно екранізувати будь-який твір і не передати ідеї і творчого задуму автора. Наприклад, у фільмі за мотивами вірша Тараса Шевченка «У тієї Катерини хата на помості…» (режисер Михайло Іллєнко, 2015) глядач очікує, що мова йтиме про жінку, яка пообіцяла свою прихильність тому, хто визволить із турецької неволі її брата, а насправді, коханого. За цю брехню шевченківській Катерині відрубують голову, а іллєнківська – народжує дочку і живе до старості, чим забезпечує продовження історії протягом майже 400 років і до наших часів. Режисер виходить за межі поезії і розширює біографії дійових осіб до масштабів історичних узагальнень: від часів козаччини до сьогодення. Кіномистецтво надає режисерові право вибору відповідних поглядів, умов і випадковостей, які повинні прагнути до старих грецьких ідеалів правди, краси і добра, або відображення смутку за втраченими ідеалами. В екранізації творів Тараса Шевченка знаходить своє повне відображення прагнення до ідеалу, а бруд, який він показав у своїй поезіях, наповнює глядача прагненням до створення кращого, ідеального світу. Переглядаючи фільм, який не є прямою екранізацією Шевченкового вірша «У тієї Катерини хата на помості…», глядач усвідомлює свою духовну здатність здійснити надзвичайні досягнення.

Інколи інтерв'юеру відводиться роль «човняра», який «перевозить інтерв'юйованого на інший берег», в нові місця, просуває ідею, розуміючись у будь-якій конкретній галузі, ділячись своїми компетенціями. Конкуренція між масовою і елітарною культурами в кіно стає інструментом підняття сили духу людини, яка приймає різні

рішення для власної інспірації. Фільми американського режисера Квентіна Тарантіно базуються на філософії постмодернізму, в яких він робить спробу зруйнувати світ сталих цінностей. Його творчість релятивізму має глибокий вплив на публіку завдяки тому, що він не проводив у своїх фільмах будь-яких порівнянь, не застосовував нарацій і підводок, а духовне життя вважав ілюзією, що зводилось до маніпуляцій. Польський кінорежисер Кшиштоф Зануссі у кінокартині «Серце на долоні» різко розкритикував лозунги постмодернізму, сповідувані у фільмах Тарантіно. Він познущався над постмодернізмом, провівши аналогію цієї філософії з лозунгами марксистів. Прихильник постмодернізму, Френсіс Фукуяма через ідейну заангажованість змушений був відмовитись від свого вислову про «кінець історії» як форми відображення кризи сучасного суспільства, його трактування в контексті глобальних проблем [3].

Існують інтерв'юери-«садівники», які «вирощують» собі інтерв'юйованих, що служать їм перманентно. Сучасне кіно адресоване не масовому, а елітному глядачеві, прагнучи залишити слід в його душі, викликати емоції. Хоч фільм російського режисера Андрія Звягільцева «Левіофан» (2014) був адресований елітарному глядачу, проте така орієнтація на цільову аудиторію не завадила йому стати об'єктом масового перегляду. Цей фільм бентежить намірами автора у відображенні безсилля богослов'я. Наприклад, в епізоді звернення до злочинців єпископ виголошує емоційну проповідь, але не досягає результативного впливу на них. Вербальна маніпуляція не дала можливості священику попередити скоєння злочину тільки тому, що самі слова не перемагають. Перемогу отримують рішення, які приймає людина. Проте режисер вселяє глядачеві надію на духовне відродження через персонаж молодого священика, який служить в бараку і віднаходить нові методи впливу на спосіб мислення ув'язнених.

Потреба в обміні ролями спонукає учасників інтерв'ю іти на взаємні поступки, підключати емоції і розум, що робить їх вразливими до маніпуляцій. Проте не має більш вразливої позиції для інтерв'юера, як необхідність змінити свою роль під час проведення інтерв'ю. Хоча, щоби підвищити рівень привабливості інформаційно-аналітичного продукту, досвідчений інтерв'юер розширюватиме застосування різноманітних ролей під час інтерв'ю. Упереджене приписування собі ідеальності не завжди призводить до досягнення точки функціональної реалізації обраної учасником інтерв'ю ролі (див. схему).

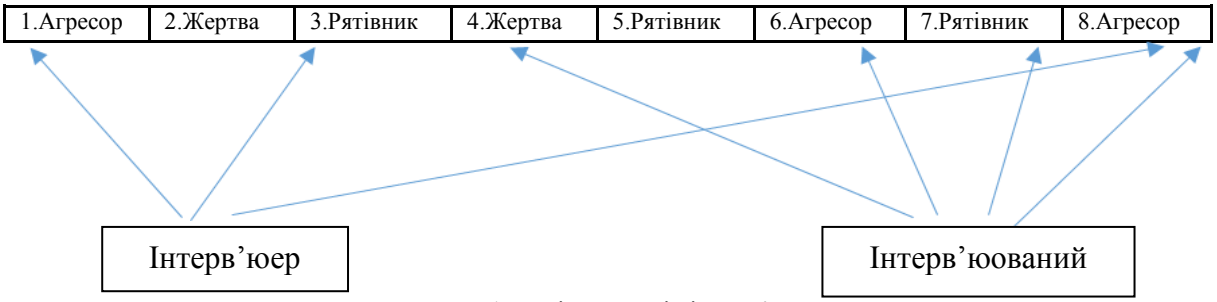


Рис. 1. Ролі учасників інтерв'ю.

Виконуючи певні ролі під час інтерв'ю, кожен учасник виявляє емоції і почуття для вживання у відповідну роль, які можуть бути сприйняті / не сприйняті опонентом. Наприклад, у наведеній схемі для інтерв'юера недосяжними виявилися спроби 2 і 4 взяти на себе роль жертви, аналогічна ситуація виникла в інтерв'юованого у спробі 5 ввійти у роль рятівника. Через відсутність відповідних здібностей (наприклад, голосових, візуальних) і знань в інтерв'юера не вийшло виконати роль жертви. Відсутність повноти інформації і контакту між учасниками інтерв'ю не дозволила інтерв'юерові бути визнаним як жертва. Відповідно до концепції «зонду» Аристотеля, межа визнання між

вибраною роллю і самим інтерв'юером зміщується з формуванням невизначеного середовища інтерв'ю та очікувань інтерв'юйованого. Невдало вибрана роль, яка відокремлена від характерних рис інтерв'юера і починає функціонувати самостійно, незалежно від його бажань, будується за лінією підконтрольності і непідконтрольності. Там, де з'являється супротив у сприйнятті вибраній ролі, починається несприйняття дій інтерв'юера, який починає діяти непередбачувано і непрогнозовано. Незручність у використанні інтерв'юером певної ролі звертає увагу на дивну і неочікувану поведінку опонента. Однак докладені зусилля можуть бути використані при досягненні емоційної точки вживання в інші ролі.

Потребу в зміні ролей можна описати за допомогою конкретних математичних функцій і формул відповідно до певних параметрів (чотирифазний алгоритм вирішення рольових проблем). Перший параметр – час на підготовку і проведення інтерв'ю та його тривалість в ефірі (*t*). Чим більше часу учасники інтерв'ю витрачають на його підготовку і проведення, на взаємодію між собою, тим більша залежність виникає між ними. Чим менше часу залишається для проведення інтерв'ю, тим вразливішими до маніпуляцій стають його учасники. Обмеження часу для висвітлення складної проблеми призводить до поступок інтерв'юера на невигідні для нього умови зі зміни темпу її обговорення. Наприклад, коли після жорстких і невдалих дискусій інтерв'юер потрапляє у так звану «пастку вкладів»: він не припиняє інтерв'ю (бо шкода часу, затраченого на його підготовку і проведення) і погоджується на ефірне заповнення програми.

Другий параметр, що впливає на потребу у зміні ролей учасників інтерв'ю, – це вимір їх енергії та енергії поля, в якому воно проходить (*E* – обсяг зусиль, докладених учасниками інтерв'ю для того, щоби щось зробити в цій ситуації). Чим більше зусиль докладає інтерв'юер до досягнення своєї мети, тим більше шкода їх марнотратного використання. Мова йде не лише про час, а й про кількість дій та заходів, застосовуваних інтерв'юером для формування бази даних інтерв'ю за моделлю RACE (абревіатура – *C. C.*). Така сит уація виникає т оді, коли інт ерв'юер затратив більше зусиль на етапах дослідження (research) та дій (action), ніж на етапі безпосередньої комунікації (communication) та оцінки (evaluation). Наприклад, інтерв'юйований не дає конкретних відповідей на поставлені питання.

Третій параметр, що впливає на інтерв'ю, – гроші (отримані й витрачені), що є конкретним виразником еквівалента вартості праці інтерв'юйованого та інтерв'юера (*$*). Класичним прикладом такої маніпуляції є запрошення у програми за умови, що перше інтерв'ю не буде оплачено (покриється майбутніми дивідендами), або редакція заплатить гонорар лише у випадку, якщо гість розповість певну історію.

Четвертий параметр, що впливає на потребу в зміні ролей, є емоції – позитивні та негативні. Перший контакт між співбесідниками базується на емоційних стосунках і не покладається на логіку. Інтерв'юера перед початком роботи «вставляють» у так званий «емоційний маятник»: для «розхитування» його позитивних і негативних емоцій. «Емоційний маятник» інтерв'ю фіксується в соціометричній анкеті і дає відповідь на питання, чи зможе інтерв'юований дати відповіді для висвітлення проблеми в прямому ефірі. Отримуючи відповіді на питання, інтерв'юер вивчає стан взаємодії зі співрозмовником, фіксує свої передбачення в соціограмі, розраховує за допомогою комп'ютерних програм індекси позитивної і негативної експансивності ролей в інтерв'ю:

$$E_i^+ = \frac{Rb_i^+}{N\text{-}1} \times t_i^+ \; ; \; E_i^- = \frac{Rb_i^-}{N\text{-}1} \times (t_i^-) \quad (1),$$

де: E_i^+ (E_i^-) – позитивний (негативний) індекс емоційної експансивності;

Rb_i^+ – кількість позитивних відповідей інтерв'юера на запитання інтерв'юйованого при входженні в ***i***-ту роль;

Rb_i^- – кількість негативних відповідей інтерв'юера на запитання інтерв'юйованого при входженні в ***i***-ту роль;

N – кількість питань, що прозвучали в прямоефірному інтерв'ю;

t_i^+ (t_i^-) – тривалість часу інтерв'ю в позитивному (негативному) полі при використанні в ***i***-тої ролі.

За кожним із представлених параметрів потреби в зміні ролей учасники інтерв'ю можуть передбачити застосування різних прийомів для послаблення позицій опонента і вартісної оцінки ефективності певної ролі в інтерв'ю (або зворотнім до нього показником ємкості).

$$Ke = \frac{E_i^+}{s}$$

Обчислення параметрів потреби у зміні ролей на прикладі вітчизняного і зарубіжного кіно-, телемистецтва дозволяють визначили чотири типи відображення негативних емоцій, пов'язаних із вираженням почуттів болю, туги, стресу, розпачу, недовіри. Професор Ейтан Домані, керівник кафедри фізики складних систем Інституту Вейцмана (Ізраїль) розробив новий алгоритм, який аналізує дані, обчислює ступінь подібності між їх складовими і вибирає власні критерії для розбивки даних емотивності кіно на групи за відомими героями казок Ганса Крістіана Андерсена. Ефективність алгоритму вже продемонстрована при вирішенні цілого ряду завдань із типізації емотивності фільмів.

Тип перший – «принцеса на горошині», представники якого мають найнижчий поріг чутливості і найнижчий інтервал больової витривалості. Такі учасники інтерв'ю загострено сприймають біль – як фізичний, так і душевний. Це вразливі натури, схильні до меланхолії і самотності. В іспанській романтичній драмі «Три метри над небом» (режисер Фернандо Моліна, 2010) здатний на ризик, бунтівний хлопець завдає болю добре вихованій дівчині в пізнанні першого кохання. Режисер фільму, застосовуючи синдром «літніх таборів», показує наслідки маніпуляцій закоханих: прагнення до ризикованих зустрічей і дій на противагу дотриманню старих, встановлених правил життя. Х'юго успішно маніпулює Бабі, яка зі свідка (в судовому розгляді побиття хлопцем її знайомого) перетворюється у захисника. Але виявлені маніпуляції стали на заваді у формуванні реальних стосунків пари. Тому заклики взяти себе в руки (після втрати свого партнера) безглузді, оскільки суперечать фізіології, з якою не може впоратися героїня фільму. Таким людям треба берегти себе від душевних травм, пов'язаних із фатальною втратою рідних і близьких. У мелодраматичній комедії «Щоденники принцеси» (режисер Гері Маршалл, 2001) маніпуляції дядька принцеси Мії, щоби завадити її коронації, закінчуються шоком: його син оприлюднює свої почуття закоханості до дівчини, яка не має бажання приміряти корону. З коронацією на неї чекають непрості випробування, серед яких вибір нареченого та іспит на уміння мудро правити державою. Типізація ролей проводиться за домінантними матеріальними і духовними цінностями людини, за бажанням реалізації цих цінностей, тобто обміну на інші доступні цінності. Мова йде саме про домінанту, про основний спосіб обміну інформацією, на якому сконцентрований конкретний маніпулятор. Перший тип «ММ»: матеріальне – матеріальне.

Тип другий – «русалочка». У таких людей низький поріг чутливості, але при цьому високий інтервал больової витривалості, що дозволяє мужньо переносити страждання. Таким людям властиво переживати глибокі почуття, виявляти відданість, співчуття. В американській комедії «Trading Places» (режисер Джон Лендіс, 1983) відображено, як два зазнайкуваті інвестори Wall Street втратили свої ролі черствих мільйонерів через двох шахраїв (один із яких відстояв свою попередню менеджерську позицію, закладаючись на спір). У фільмі простежується перетворення жертв у агресивних переслідувачів. У драмі «Принцеса на бобах» (режисер Віллен Новак, 1997) бізнесмен із «нових росіян» Діма Пупков належить до розглядуваного типу емотивності: він переживає глибокі почуття, має дар відданості, співпереживання. Через фіктивний шлюб він вирішує змінити своє немилозвучне прізвище на престижне – знаменитого роду Шереметьєвих. Поступово почуття до непідкупної обраниці стають важливішими від задуманої угоди. Другий тип «МД»: матеріальне – духовне.

Тип третій – «спляча красуня». Представники цього типу емотивності мають високий поріг чутливості і низький інтервал больової витривалості. Вони спочатку можуть здатися бездушними: слабкий біль не помічають, але варто йому посилитися, як з'являється бурхлива реакція. У вітчизняному телевізійному серіалі «Клан ювелірів» (режисер Дмитро Гольдман, 2015) мова йде про стосунки чоловіка і жінки, які належать до ворожих кримінальних кланів: закохані Зоя і Тимур осучаснюють історію Ромео і Джульєтти. Резервів терпіння у Зої людини, яка їй не довіряє практично немає. Під маскою зовнішнього спокою вона приховує напружене внутрішнє життя, відгомони якої зрідка вириваються назовні спалахами сильних емоцій – радості, гніву, печалі. Ролі цього типу змінюють матеріальні цінності на духовні, і цим живуть. Цьому типу ролей найбільш притаманні манії та фобії. Третій тип «ДМ»: духовне – матеріальне.

Тип четвертий – «стійкий олов'яний солдатик». Для героїв цього типу характерний високий поріг чутливості й інтервал больової витривалості. Вони не відчувають страху перед болем, навіть хизуються своєю байдужістю до фізичних страждань. Найкращих представників цієї категорії ролей можна віднайти у пригодницьких фільмах, у жанрах акшен, наукової фантастики, жахів і детективах. Головні герої фільмів «Робокоп-1,2,3» (режисер Фред Діккер), «Термінатор» (режисер Арнольд Шварценегер, 2015) не відчувають болю. Сценаристи використовують цей емотивний тип, щоби показати героя, який ставить собі за мету стати кращим: в духовному й особистісному зростанні, у сім'ї, в професії, в соціальному, релігійному, культурному, політичному середовищах. Важливим стає процес становлення людини, її шлях від новачка до експерта, що дозволяє в якийсь момент обмінювати свої духовні багатства на матеріальні блага. Четвертий тип «ДД»: духовне – духовне. На шляху вдосконалення героїв цього типу починають змінювати духовне на духовне. Це можуть бути світлі й чисті люди, як-от Далай Лама, чи жахливі – на зразок Осами бен Ладена. Представникам цього емотивного типу не потрібні гроші і вони нічим особливим матеріальним не користуються, а хочуть допомогти всім стражденним, поліпшити світ або знищити його. Коли режисер і сценарист відпрацьовують схему обміну ролями між головними персонажами фільму, то стає зрозуміло, який тип характеру героя взаємодіє зі зовнішнім світом.

Результативність зміни ролей залежить від використання відповідних принципів маніпуляції, соціальних програм автоматичної рефлексії, закладених у кожному зі співрозмовників. Знаючи про такі рефлексивні програми, інтерв'юер відпрацьовує свою риторику й аргументацію питань, відштовхуючись від них на основі шести принципів.

Формування першооснов взаємного обміну інформацією за правилом «дати, щоб взяти». Це стосується проведення інтерв'ю в умовах пріоритетності довіри і зручності («не зручно не довіряти людині, яка довірилась мені»).

Покрокова послідовність («step by step») в привчанні давати відповіді на легкі чи незручні запитання аж до критичних і гарячих (маршрут питань).

Правило «соціального доказу» із гаслом «так роблять усі». Інтерв'юер може спонукати свого співрозмовника до відповідної поведінки, посилаючись на вимоги інструкцій радіокомпанії, еталони інтерв'ю, вироблені іншими компаніями, на власне розумінням стандартів жанру. Імплікація доказовості такої маніпуляції може виражатись так: «якщо ми не зробимо таке інтерв'ю, то нас вважатимуть недолугими (лузерами) з точки зору медіакритики».

Принцип авторитету: для інтерв'ю запрошують осіб, які мають відповідну фахову цінність, належать до елітарної групи експертів, світил наукової галузі, зірок культури, спорту тому він широко використовується як у експертних, так і в органічних інтерв'ю.

Принцип «прихильності» ґрунтується на правилі «хорошій людині відмовити складно». Подібна маніпуляція супроводжується надлишковою люб'язністю, доброзичливістю, компліментарністю.

Принцип «дефіциту» діє за правилом створення обмежень у часі, цензурування інформації і ресурсів. Головне завдання маніпулювання за цим принципом – не дати можливості «опрацьовувати» інформацію.

Таким чином, маніпуляція будується на припущенні досягнення неочікуваної реакції, яку може викликати той чи інший подразник. З одного боку, якщо подібне припущення помилкове (наприклад, рекламіст застосував складну сугестивну психотехнологію, яка чомусь не спрацювала), то ця дія все одно залишається маніпулятивною. З іншого боку, якщо один із учасників інтерв'ю використовує мотивацію, не припускаючи (або не знаючи), яку реакцію вона викличе, то ця дія не є маніпуляцією.

Маніпуляція завжди ґрунтується на припущеннях реакцій на певні стимули, які можуть бути результатом як соціального узагальнення, так й індивідуального знання про місце і роль журналіста в «трикутнику рефлексії» [2]. Цілеспрямований стимул будь-якого характеру: звуки, слова, жести, міміка, пози, картинки в журналі і рекламне оголошення в газеті. Цілью є спонукання до дії – реакції, і використовує стимули до заздалегідь визначеної реакції. Наприклад, маніпуляція з іменами учасників інтерв'ю: впродовж одного запитання інтерв'юер кілька разів звертається до співрозмовника на ім'я, і той, реагуючи, відволікається від думки. Звернення на ім'я формують позитивні емоції, але помилка в ідентифікації інтерв'юйованого може призвести до обурення. Отже, чим точніші знання про рефлексію, тим ефективнішою буде маніпуляція в ідентифікації учасників інтерв'ю, подачі їх точок зору того.

Щоби успішно захищатися від методів впливу інтерв'юера, інтерв'юйованому необхідно вміти виявляти маніпуляції в усіх сферах суспільного життя: духовній, матеріальній, соціальній, особливо політичній. Знання прийомів маніпуляції допоможе інтерв'юованому гідно триматися при обговоренні будь-яких питань у різних галузях знань. Найбільш практичною та ефективною протидією маніпуляціям є усунення слабких місць у власному образі. Однак протистояти маніпуляціям або намагатися оборонятися від них – малокорисне і вкрай непродуктивне заняття.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сербін С. Рольові функції маніпулятора в прямоефірних інтерв'ю / С. Сербін // Медіапростір : зб. наук. статей із соціальних комунікацій / ред. кол.: Н. Поплавська та ін. – Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2015. – Спецвипуск 7.

2. Сербін С. М. Елементи рефлекторності картини єдиного світу в радіомовленні / С. Сербін // Наукові записки Інституту журналістики : матеріали ІІ Міжнародної інтернет-

конференції з соціальних комунікацій «Медіакартина світу: структура, семіотика, канали трансляції». – К., 2013. – Т. 53. – С. 38–44. – Режим доступу : file:///C:/Users/Sergei%20Serbin/Downloads/Nzizh_2013_53_8.pdf

3. Фукуяма Ф.. Конец истории и последний человек / пер. с англ. М. Б. Левина / Фрэнсис Фукуяма – М. : АСТ, 2007. – 588 с.

Сергей Сербин

Параметры манипуляции интервью в кино-, телеискусстве

В статье исследуются главные критерии манипуляции ролями в различных по жанрам кинофильмах (включая применение интервью к созданию диалоговых эпизодов), выделено ролевые параметры манипулятора (время, энергетика, деньги, эмоции), определены принципы манипулирования ролями, типизация ролей за эмотивностью.

Ключевые слова: понятие «вскрытия нужд», ролевые различия интервьюеров «лодочников» и «садоводов», индексы положительной и отрицательной экспансивности ролей, эмоциональный маятник фильма.

Sergei Serbin

Criteria of Manipulation Interview in the Film and TV Arts

The article examines the main criteria manipulations roles in different genres of the movies (including the use of interviews for creation dialogs in episodes) allocated role of the manipulator parameters (time, energy, money and emotions), defines the principles of the roles manipulation, roles defined by their typing emotional.

Keywords: concepts «section needs», role differences between interviewers as a «boaters» from the «gardeners», indexes positive and negative expanses of the roles, emotional pendulum film.

Оксана БІЛОУС
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри
радіомовлення і телебачення
Львівського національного університету
імені Івана Франка

УДК 007:304:659.3

ТЕЛЕБАЧЕННЯ В СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНИХ ПЕРЕКОНАНЬ ДІТЕЙ

Схарактеризовано історичні та сучасні основи українського національно-громадянського виховання дітей, підлітків і юнацтва. Осмислено роль телебачення в системі формування національно-патріотичних переконань дітей. Сформульовано визначення національно-патріотичного виховання дітей з використанням телебачення.

Постановка проблеми. Доленосним для України в нинішньому глобалізаційному процесі є національно-патріотичне виховання дітей, формування у них глибоких моральних і духовних цінностей. Щоби людина стала «соборною особистістю» (В. Бехтерєв), яка діятиме в інтересах України, родини, власного повноцінного життя, вона повинна національно самоствердитись. Тобто «відкривати Україну в собі – тільки так можна набути втрачену Батьківщину. Тільки за умов набуття власної Батьківщини можна подолати комплекс меншовартості, національної неповноти» [7, с. 36].

Відчуття єдності не лише з теперішнім, а й з минулим – це певний генетичний код етносу, народу, нації, що допомагає самозберегтися у найскладнішому буттєвому контексті. «Адже в кожної особистості, за «презумпцією її самоцінності та цінності для суспільства», завжди знайдеться властивість, яка буде корисною, цінною для спільного просування до прогресу у сфері культури, – наголошує психолог В. Рибалка. – А це передбачає цілеспрямований пошук і результативне знаходження особистісних цінностей, культуротворчих винятковостей у кожній людині, що включається у структуру та культуротворчу діяльність цілісної соборної особистості» [16, с. 8].

З погляду філософії, патріотизм – моральний і політичний принцип, соціальне почуття, змістом якого є любов до Вітчизни, відданість їй, гордість за її минуле і сучасне, бажання захищати інтереси Батьківщини. Під суттю патріотизму педагогіка розуміє таку моральну якість людини, яка виражається в любові до своєї Батьківщини, усвідомленні її величі та у співпереживанні свого духовного зв'язку з нею, у потребі практичними справами зміцнювати її могутність, соборність і незалежність. «Виділяють такі функції патріотизму у суспільстві: ідентифікаційну, цілеутворюючу та мотиваційну» [8, с. 134].

Головним, визначальним ідейно-смисловим змістом Шевченкових прозирань у майбутню долю України було духовне воскресіння, національне прозріння українського народу, братання в єдиній родині, гармонійне співжиття в своєму рідному домі. Актуальні думки про право українського народу на національний розвиток висловив І. Франко у працях «Поза межами можливого», «На склоні віку», «Що таке поступ?»,

«Одвертий лист до української галицької молодежі», «Сухий пень», «Єврейська держава. Спроба сучасного розв'язання питання», «Суспільно-політичні погляди М. Драгоманова» та ін. В історичному нарисі про розвиток культури й цивілізації «Що таке поступ?» І. Франко підкреслює, що людина може бути щаслива лише в рамках власної нації. «Все, що йде поза рами нації, се або фарисейство людей, що інтернаціональними ідеалами раді би прикрити свої змагання до панування одної нації над другою, або хоробливий сентименталізм фантастів, що раді би широкими «вселюдськими» фразами покрити своє духове відчуження від рідної нації» [23,с. 284].

Франкознавець Ф. Медвідь стверджує, що І. Франко реально оцінив історичне значення феномена національної свідомості для національної самостійності. «Адже добре відомо, що національна свідомість… на базі засадничої національної ідеї містить в собі усвідомлення: 1) етнічної спільності; 2) національних цінностей і відданість їм у мові, етнічній території, національній культурі; 3) соціально-державної спільності; 4) патріотизму; 5) спільності в національно-визвольній боротьбі» [12, с. 171].

Аналіз досліджень. Український теоретик нації О. Бочковський називає національну свідомість «громадським цементом, який об'єднує і перетворює первісний народ у новітню націю» [1, с. 9]. Національний інстинкт, правильно культивований сім'єю, школою, а також регіональним телебаченням, зможе спрямувати всі особисті, егоїстичні та індивідуальні прагнення туди, де самопізнається кожна окрема особа, нагромаджуються психічні якості навколо «Я», що закорінене у життєвій позиції «пізнай себе» (Г. Сковорода), яка є основою національної світоглядної системи.

За визначенням Г. Ващенка, нацією вважають єдність поколінь людей – сучасних, минулих і майбутніх. Націю творить спільність походження, території, мови, культури, традицій. Але особливо він вирізняє свідомість своєї окремішності, що є категоричною передумовою її існування [2, с. 105]. Нація має свої особливості – фізичні, психічні, свої здібності та нахили, вдачу і призначення на землі. Нація втілює в собі духовну єдність, що витворилася на основі спільної історичної долі та спільного прагнення людей до самореалізації. «Національні держави – це не ті, в яких відсутні національні меншини, а ті, в яких одна етнічна нація є національною більшістю і сама держава утворюється в межах етнічних кордонів цієї нації. Це так звана «титульна нація»: вона є серцевиною політичної нації (політичної спільноти, що включає всіх громадян даної держави, незалежно від етнічного походження), і ця нація дає мову міжетнічного спілкування («державну» мову) і дає політичну символіку і основні державні традиції. І саме такі національні держави здатні забезпечити ефективно і громадянську консолідацію («єдність»), і політичну стабільність. Більшість сучасних європейських держав є національними державами [11, с. 147].

Мета статті – з'ясувати суть національно-духовних цінностей та осмислити роль телебачення у системі формування національно-патріотичних переконань у дітей.

Завдання дослідження полягає в тому, щоби дати визначення національно-патріотичного виховання дітей за допомогою телебачення.

Виклад основного матеріалу. Людське суспільство завжди мало і має національну структуру. Нація – категорія природна і вічна. Природним є прагнення кожного народу мати свою державу, бо лише за цієї умови можливий продуктивний розвиток національного життя. Пізнаючи інші нації, їх взаємовідносини, народ підходить до пізнання себе як соціальної спільноти, може зіставити пізнання особливостей інших народів зі своєю самобутністю, яка є своєрідним джерелом формування патріотично-національних почуттів. У праці «Український націоналізм» С. Ленкавський характеризує патріотизм, націоналізм і шовінізм:

«а) Патріотизм – це підсвідоме почуття любови до всього, що рідне й нам близьке. Патріотизм може мати вужчі рамці (локальний) і ширші (народний). Локальний патріотизм – це прив'язаність і любов до нашого найближчого оточення, до родини, хати, родинної місцевості тощо. Народний патріотизм – це почуття любови до свого народу й охота йому допомагати.

б) Націоналізм – це активна любов до Батьківщини. Це вияв не тільки охоти допомогти Батьківщині, але й чин. Практичне реалізування хотінь нації вийти на вищий щабель її розвитку. Націоналізм – вищий щабель патріотизму.

в) Шовінізм – це сліпа, пристрасна любов до свого рідного й ненависть до всього чужого. Це крайня межа невідомо-чуттєвої патріотичної настанови» [9, с. 50].

В. Монастирський наголошує, що по-справжньому ефективним способом оздоровлення української нації є різке підвищення її природного імунітету, для чого «необхідно якнайшвидше повернути українців у стан їхнього власного політичного, економічного, культурного та духовного націоналізму» [13].

«Націоналізм – це любов до свого народу, країни, але також повага і до всіх інших, – наголошує кардинал Любомир Гузар. – Не може бути націоналізму, який навчає когось ненавидіти. Це трагедія, що знищує народ» [4]. Отже, сучасний етап українського державотворення, морально-духовного відродження вимагає кореляції змісту освіти і виховання через посилення в ньому національно ціннісних орієнтирів. Важлива роль у цьому процесі належить також ЗМІ, зокрема – регіональному телебаченню.

«Національне виховання забезпечує кожній нації найширшу демократизацію освіти, коли її творчі сили не будуть покалічені, а значить, дадуть нові оригінальні, самобутні скарби задля вселюдного поступу, – писала видатний педагог С. Русова. – Воно через пошану до свого народу виховує в дітях пошану до інших народів» [17, с. 59].

У Державній національній програмі «Освіта» («Україна XXI століття») підкреслюється, що «головна мета національного виховання – набуття молодим поколінням соціального досвіду, успадкування духовних надбань українського народу, досягнення високої культури міжнаціональних відносин, формування у молоді незалежно від національної належності особистісних рис громадянина Української держави, розвиненої духовності, моральної, художньо-естетичної, правової, трудової, екологічної культури» [5]. Тому в сучасній суспільно-політичній, морально-психологічній ситуації принципове значення має рання національна соціалізація в сім'ї, школі за допомогою засобів масової комунікації, зокрема телебачення.

Морально-духовна інтеграція української нації може стати результатом комплексної, системної праці над згуртуванням народу на основі його мови, культури, традицій, звичаїв, ментальності, які є складовими національного ідеалу, що виражає устремління до досконалості, уявлення про зразкове як у суспільно-політичному, так і духовно-моральному бутті нації та її представників.

«Ми мусимо серцем почувати свій ідеал, мусимо розумом уяснювати собі його, мусимо вживати всіх сил і засобів, щоб наближуватись до нього» [23, с. 285], – писав у праці «Поза межами можливого» І. Франко. Отже, національний ідеал – ідеал повного, нічим не обмежуваного життя і розвитку нації уміщує ідеали соціальної рівності і політичної волі, тобто поєднує персоналістичну та колективістську світоглядні тенденції. «Він також є кордоцентричним, бо не лише усвідомлюється, а й відчувається серцем» [21, с. 91]. У цьому контексті національний характер виступає концептом, що виражає культурну індивідуальність певного народу.

Важливим науковим підґрунтям щодо успішного використання регіонального телебачення у процесі національно-патріотичного виховання дітей є твердження В. Скрипки: «Людину неможливо зробити як пасивний результат дій об'єктивних

факторів» [20, с. 14]. Потрібно обумовлювати включення дітей у діяльність, викликати під впливом телепередач особисту активність щодо глибокого пізнання історичного минулого українського народу, оволодіння національними цінностями, вищими здобутками у національно-культурному і суспільному житті. Механізм формування духовних цінностей є системою спланованих та науково обумовлених управлінських впливів державних інститутів, які визначають та забезпечують необхідні умови впливу на динаміку соціально-навчальних відносин.

Отже, національне виховання – найпотужніший засіб утвердження української соборної особистості: доброчинного творця. Тому працівникам усіх державно-суспільних інституцій, які причетні до виховного процесу, тим паче тележурналістам, потрібно знати і пам'ятати, що «тільки тоді виховання буде дієвим, коли базуватиметься на національному ґрунті» (С. Русова). Національна суть освіти і виховання обґрунтована у працях видатного німецького педагога Ф. Дістервега, який вважав, що «кожна людина знаходить при своєму народженні на світ своє оточення, свій народ, серед якого їй призначено жити і принаймні виховуватись уже на певному ступені культури, яку повинні розглядати як спадок, залишений предками, як результат їхньої історії, всіх чинників, що на них впливали» [6, с. 229]. Стан культури визначально впливає на довкілля, створює його, і воно впливає на людину «відповідно до своєї суті» [6, с. 229]. Завдання виховання полягає в тому, щоби «налагодити зв'язок будь-якого ступеня розвитку з попереднім…» [6, с. 229]. Ф. Дістервег підкреслював: «потрібно зважати на звичаї, традиції, що існують у суспільстві, на все, що в ньому визначається й прийнято» [6, с. 230]. Цей принцип культуровідповідності має належати «до непохитних, непорушних» [6, с. 231].

В Україні основи системи виховання закладені ще в часи давньоукраїнської держави – Київської Русі. До нас дійшли настановчі твори з виховання: «Ізборники» Святослава, «Слово про Закон і благодать» митрополита Іларіона, збірник законів «Руська правда» Ярослава Мудрого і «Правда» Ярославичів (його синів), «Поучення» Володимира Мономаха та інші, що свідчать про високий рівень освіти й духовності в Київській Русі в X-XII ст.

«Поучення» (пишуть також «Повчання», «Повчання Володимира Мономаха своїм дітям», «Повчання дітям» та ін.) – це перша староукраїнська пам'ятка педагогічної думки в Україні, це трактат про виховання дітей, прищеплення їм моральних християнських якостей, господарності, поваги до людини, духовності, любові до Батьківщини. Володимир Мономах повчає, що треба «премудрих – слухати, старшим покорятися, з рівними і меншими – приязнь мати; без лукавства розмовляти, багато розуміти; не лютувати словом, не хулити розмовою, гнів подавляти, помисел чистий мати, спонукаючи себе на добрі діла Господа ради» [14, с. 18, 19]. Водночас Володимир Мономах нагадував дітям, щоби вони не грішили, бо є сім смертних гріхів: заздрощі, скупість, розпуста, захланність, гордощі, зневіра, гнів. У цьому творі звернено увагу на основні риси характеру людини-християнина: правдивість, чесність, працьовитість, любов до ближнього.

Доба козацько-гетьманської держави дала потужний стимул ідеям національно-патріотичного виховання, чи, як тоді говорили, «народного» виховання, народної педагогіки. Ідеї демократизму, народності й патріотизму є вихідними і визначальними у системі педагогічних поглядів Г. Сковороди. Він обстоював ідею гармонії тілесного і духовного у розвитку людини, необхідність самопізнання та постійного осмислення сенсу життя, можливість людини переходити завдяки мудрості й особистісній рефлексії від буденного до вищого буття. «Хто думає про науку, той любить її, а хто її любить, той ніколи не перестане учитися» [19, с. 221]. Такий висновок робить Г. Сковорода:

«Коли не любити всією душею корисних наук, то всякий труд буде марним» [19, с. 221]. Принцип народності, на думку філософа, зумовлюється всім укладом життя, історичними умовами, мовою, культурою.

Керуючись ідеєю народності, видатний російський педагог українського походження К. Ушинський національну природу виховання обґрунтовував так: «Незважаючи на схожість педагогічних форм усіх європейських народів, у кожного з них своя особлива національна система виховання, своя особлива мета і свої особливі засоби досягнення цієї мети» [22, с. 47], тому постійно користувався термінами «англійське виховання», «німецьке виховання», «французьке виховання» тощо. «Водночас людина народжується і живе як єство соціальне, у конкретному національному середовищі, належить до певної спільноти, що відрізняється серед інших спільнот особливим енергетичним полем, своєю мовою, культурою, зв'язками з минулим, звичаями і обрядами і яка зветься нацією, – наголошує О. Вишневський. – Саме звідси, з походження людини, починається для неї поняття свого етносу, народу, нації. Звідси її коріння» [3, с. 83].

Вагомий внесок у розвиток української педагогіки і національного виховання зробив В. Сухомлинський. На противагу комуністичному режимові, який ставив «за мету ідеологічну індоктринацію дітей та їх виховання як гвинтиків, повністю відданих комуністичній партії та радянській державі («Дитина із самого початку мала бути безбожником, готовим убити ворога. А ворогом, «за заповітами партії», проголошувався кожен, на кого вкаже партія» [15]), В. Сухомлинський визначив необхідність єдності морального та естетично-емоційного виховання дитини, вважаючи, що «мова – духовне багатство народу, що школа стає справжнім осередком культури лише тоді, коли в ній панують: культ Батьківщини, культ людини, культ книги і культ рідного слова» [21, с. 214-215].

Висновки. Наукове осмислення проаналізованих праць підтверджує, що безнаціонального виховання не існує. Кожна нація має свою систему виховання, зумовлену її природно-психологічними особливостями розвитку, менталітету, моралі, етики, філософії, ідеології. «Людина і культура – невіддільні, адже людина (аргентинець, болгарин, єврей, українець, японець) творить культуру, а культура аргентинська, болгарська, єврейська, українська, японська формує людину, – зазначає В. Лизанчук. – Мудрість діалогу культур – в умінні збирати краплини відмінностей у безмежний океан добра; доброзичливий діалог культур – мов живильний ґрунт, на якому проростають зерна порозуміння, злагоди, дружби між націями, державами; творчий діалог культур – криниця, де зберігаються справжні цінності національного життя» [10, с. 15-16]. Об'єднання минулого, сучасного й майбутнього народу, національно-духовних цінностей, які покликане пропагувати телебачення, сприяє інтеграції старших і молодих поколінь українців у високорозвинену свідому сучасну націю.

До базових теоретико-методологічних засад національно-патріотичного виховання належать такі розвивально-гуманістичні цінності: народність, природовідповідність, культуровідповідність, самодіяльність, демократизм, гуманізм, історизм, любов до ба́тьківщини і Батьківщини, до мови роду, збереження природи тощо.

Отже, національно-патріотичне виховання – це організований, цілеспрямований, систематичний, регульований психолого-педагогічний процес використання передач регіонального телебачення в контексті утворення у свідомості дітей неповторних етнічних, культурних, мовних, історичних, звичаєвих цінностей, на основі яких формується українська національна свідомість як система гуманістичних поглядів, ідей, переконань, ідеалів, доброчинності, міжнаціональної толерантності, духовно-моральної єдності поколінь.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бочковський О.-І. Наука про націю та її життя / Ольгерд Іпполіт Бочковський. – Нью-Йорк, 1958. – 79 с.

2. Ващенко Г. Виховний ідеал : підруч. [для виховників, учителів і українських родин] / Г. Ващенко ; 2-е вид. – Брюссель ; Торонто ; Нью-Йорк ; Лондон ; Мюнхен : Вид-во Центральної управи Спілки української молоді, 1976. – 208 с.

3. Вишневський О. Сучасне українське виховання. Педагогічні нариси / О. Вишневський. – Львів : Львів. обл. наук.-метод. ін-т освіти ; Львів. обл. пед. т-во ім. Г. Ващенка, 1996. – 238 с.

4. Гузар Л. Не може бути націоналізму, який навчає когось ненавидіти / Любомир Гузар // Українське Слово. – 2011. – 31 серп. – 6 верес.

5. Державна національна програма «Освіта» («Україна XXI століття») // Освіта. – 1993. – № 44, 45, 46.

6. Дистервег Ф.-В.-А. О природосообразности и культуросообразности в обучении / Ф. -В.-А. Дистервег // Избранные педагогические сочинения. – М. : Учпедгиз, 1956. – 374 с.

7. Жулинський М. Духовна спрага по втраченій Батьківщині : статті / М. Жулинський ; 2-е вид. – К. : Вид. дім «КМ Академія», 2002. – 66 с.

8. Кулішенко Л. А. Проблема національного виховання в педагогічній пресі сучасності (за період з 1991 до 2004 рр.) : дис. … канд. філол. наук : 10.01.08 / Л. А. Кулішенко. – К., 2007. – 211 с.

9. Ленкавський С. Український націоналізм. Твори / С. Ленкавський. – Івано-Франківськ : Лілея, 2002. – Т. 1. – 600 с.

10. Лизанчук В. Не лукавити словом / В. Лизанчук. – Львів, 2003. – 560 с.

11. Лісовий В. С. Культура – ідеологія – політика / В. С. Лісовий. – К. : Вид-во імені Олени Теліги, 1997. – 352 с.

12. Медвідь Ф. Ідеал національного в трактуванні Івана Франка / Ф. Медвідь // Іван Франко – письменник, мислитель, громадянин : матеріали міжнар. наук. конф. – Львів : Світ, 1998. – С. 169–173.

Монастирський В. Націоналізм: чим він є – злом чи добром? / В. Монастирський // День. – 2011. – 15–16 квіт.

13. Мономах В. Поучення / Володимир Мономах. – Львів : Львів. крайове тов-во «Рідна школа» ; Видавн. «Фенікс», 2011. – 37 с.

14. Палій О. Як КПУ виховує яничар / О. Палій // День. – 2012. – 23 трав.

15. Рибалка В. Соборна особистість як основа розвитку українського суспільства / В. Рибалка // Психолог. – 2008. – № 4. – С. 3–8.

16. Русова С. Національна школа / С. Русова // Рідна школа. – 1992. – № 2. – С. 59–75.

17. Синичич Г. В. Публіцистика Івана Франка 90-х років XIX – початку XX століття: ідейно-концептуальні засади та тематично-змістові моделі : дис. … канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Г. В. Синичич. – Львів, 2011. – 226 с.

18. Сковорода Г. Повне зібр. тв. : у 2 т. / Г. Сковорода. – К. : Наукова думка, 1973. – Т.2. – 576 с.

19. Скрипка В. І. Соціалізація учнівської молоді в умовах розбудови національної школи (соціально-філософський аналіз) : автореф. дис. … к. філос. н. : 09.00.11 / В. І. Скрипка. – К., 1994. – 17 с.

20. Сухомлинський В. О. Вибрані твори : у 5 т. / В. О. Сухомлинський. – К. : Наукова думка, 1977. – Т.5. – 366 с.

21. Ушинский К. Д. Собрание сочинений : в 8 т. – Т.3: Педагогические статьи. 1862–1870 гг. / К. Д. Ушинский ; ред. А. М. Еголин. – М. ; Л. : Акад. пед. наук РСФСР, 1948. – 691 с.

22. Франко І. Поза межами можливого // Іван Франко. Зібр. тв. : у 50 т. / І. Франко. – К. : Вид-во «Наукова думка», 1986. – Т. 45. – С. 276-285.

Оксана Билоус

Телевидение в системе формирования национально-патриотических убеждений детей

Охарактеризовано исторические и современные основы украинского национально-гражданского воспитания детей, подростков и юношества. Осмысленно роль телевидения в системе формирования национально-патриотических убеждений детей. Сформулировано определение национально-патриотического воспитания детей с использованием телевидения.

Ключевые слова: дети, телевидение, патриотизм, воспитание, национальное сознание.

Oksana Bilous

Televisions in the system of formation the national patriotic beliefs of children

Author has characterized historical and contemporary basics of Ukrainian national civic education of children, teens and youth. The researcher has comprehended the role of television in the system of national-patriotic beliefs of children. It is formulated the definition of national-patriotic education of children with the use of television.

Key words*:* children, television, patriotism, education, national consciousness.

Ірина КИРИЧ
кандидат наук із соціальних комунікацій,
асистент кафедри журналістики
Тернопільського національного
педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка

УДК 007:304:659.3

ІСТОРИКО-МОТИВАЦІЙНЕ ПІДҐРУНТЯ СТВОРЕННЯ СУСПІЛЬНОГО РАДІОМОВЛЕННЯ: ДОСВІД ПОЛЬЩІ В ПРОЕКЦІЇ НА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

Виокремлено й охарактеризовано основні мотиви створення суспільного радіомовлення у Польщі. Вказано основні мотиви, якими керувались українські ініціатори на шляху впровадження суспільного мовлення в Україні.

***Ключові слова**: суспільне мовлення, суспільне радіо, польське суспільне радіо, мотивація, реорганізація.*

У сучасному медіапросторі не затихає дискусія щодо мотиваційного підґрунтя і дієвості методів впровадження суспільного радіомовлення в Україні. Незважаючи на певні позитивні зрушення на шляху реформування системи українського державного мовлення у суспільне, ця проблематика й досі є недостатньо дослідженою й залишається поза увагою провідних науковців нашої країни. Тому ми дослідили мотиви створення суспільного радіомовлення в Україні крізь призму польського досвіду. Гіпотетично такий підхід покаже вузлові мотиви створення польського суспільного радіомовлення і їх теоретично можна буде спроектувати на українські реалії.

Ґрунтовне дослідження мотивів створення польського суспільного радіомовлення започаткував польський науковець К. Якубовіч [9] ще понад десять років тому. Дослідник детально розглядав мотиви та процес впровадження суспільного радіомовлення в Польщі. Дотичні роздуми щодо цієї проблематики містять праці О. Большакової, В. Іванова, І. Крупського, В. Лизанчука, Н. Новаковської та ін. Значну увагу висвітленню цієї проблематики присвятили журналісти-аналітики провідних медіа України.

Мета статті – розглянути мотиви створення суспільного радіомовлення в Польщі та в Україні і визначити вузлові історичні події, які сприяли або стояли на заваді досягненню кінцевого результату.

Система електронних медіа у Польщі розвивалася паралельно зі світовими ЗМІ. Розпочнемо з історичного екскурсу в польське радіомовлення, безпосереднім нащадком якого є сучасна система суспільного радіомовлення. Днем народження польського радіомовлення є 1 лютого 1925 р. Цього дня зі студії «Польського радіотехнічного товариства» у Варшаві відбулася перша радіотрансляція, що тривала одну годину [8]. Згодом на цій базі було засноване «Польське радіо» як акціонерне товариство (АТ). Воно почало трансляції 18 квітня 1926 р. Впродовж 1920–1930 рр. «Польське радіо» вело дуже активну діяльність. Підтвердженням цього може слугувати відкриття семи студій на території Польщі: в Кракові, Познані, Катовіцах, Лодзі, Туруні, Барановичах, Варшаві. «Польське радіо» вийшло навіть на територію Австрії, де у Відні в 1928 р. було засновано радіостанцію, та України, де в 1930 р. було відкрито радіостанцію у

Львові [11]. На заваді подальшого розвитку польського радіомовлення стала Друга світова війна. У кінці 1944 р., коли в країні утверджувався комуністичний режим, «Польське радіо» було одержавлене. У повоєнний період підприємство технічно відновлювалося та розбудовувалося [10].

90-і роки ХХ ст. для польського радіомовлення стали часом реформування у зв'язку з докорінними політичними та економічними перетворенням в країні, часом динамічного розвитку технологій, формування потреб інформаційного суспільства. Цей період став переломним не лише для Польщі, а й для багатьох інших постсоціалістичних країн. Як і в Польщі, в Україні розпочався період змін і реформ. Але якщо в Польщі він мав характер остаточного демонтажу комуністичного режиму і його наслідків та переходу до ринкової економіки, то в Україні основною метою визвольного руху була розбудова державності після проголошення незалежності.

Тривалий час і в Польщі, і в Україні мало задумувалися над важливістю реформування ЗМІ. Як зауважував К. Якубовіч, коли переглянути політичні та програмні документи, створені польською опозицією у період 1944–1980 рр., то серед них не було запропоновано жодного, який би порушував питання про свободу слова, а отже, не йшлося про те, щоби відкрити медіа для висловлення різних точок зору. Ситуація почала змінюватися, коли в 1981 р. Перший з'їзд »Солідарності» у програмному рішенні ухвалив тезу № 32: «Засоби суспільної комунікації є власністю суспільства і мусять служити всьому суспільству та бути йому підконтрольними» [9, с. 220].

Тут доречно також згадати слова В. Іванова про те, що в Польщі перші недержавні радіостанції були створені у 1990 р. за рішенням Костелу [7]. Ці медіа донині відіграють не останню роль у суспільно-політичному житті країни, а деякі з них мають статус суспільних медіа.

Зі слів Я. Журавського, фахівця в галузі польського суспільного мовлення, і П. Тими, президента Ради ЗМІ національних меншин Польщі, дізнаємося, що у липні 1991 р. в країні було прийнято рішення про ліквідацію державного телерадіомовлення. Однак лише з 29 грудня 1992 р., від моменту ухвалення закону про телебачення і радіомовлення, структура електронних ЗМІ Польщі насправді змінилася. Польське радіо і телебачення було розділено на 19 незалежних акціонерних товариств [6]. Про це також згадував В. Іванов, зауваживши, що акції цих товариств належать державі [7]. Отже, формальним власником польського суспільного радіо є держава, але контроль за ним здійснює громадськість через наглядові ради. Доцільно навести альтернативне міркування Н. Новаковської про те, що керування суспільним мовленням (СМ) не повинно здійснюватися через наглядові ради, які кожного року, згідно з кодексом торгового права, затверджує «власник», тобто міністр державної власності. Про публічний характер польського суспільного мовлення, на її думку, мав би свідчити той факт, що його справжнім власником є слухачі і глядачі, які сплачують за нього абонентську плату [4].

Н. Новаковська свого часу критично висловлювалась про реформування польського державного радіомовлення у суспільне. Вона говорила, що влада недоцільно залучила до цього процесу Національну раду радіо і телебачення (Krajowa Rada Radiofonii і Telewizji (KRRiT)), яка, на її думку, скомерціалізувала радіостанції й телеканали, перетворивши їх на одноосібні товариства державної власності [4].

Варто навести думку І. Хрусталінської про те, що у багатьох країнах пострадянського простору, зокрема й у Польщі, суспільне мовлення створювали у процесі побудови нового медіаринку [6]. Україна у вирішенні цього питання вчасно не зорієнтувалась і тому надзвичайно відстала. Тож 1980-і початок 1990-х років можна охарактеризувати для польського державного телерадіомовлення як період переродження, реформування та реорганізації, а для українського – як період застою та дезорієнтації.

У результаті на початку 90-х років XX ст. в Польщі було створено суспільне радіомовлення. Станом на 1 січня 2014 р. у систему суспільного радіомовлення цієї країни входять: АТ «Польське радіо» і товариства регіонального радіомовлення [12, art. 26]. У діяльності всі вони керуються основними нормативними документами: закон «Про радіомовлення і телебачення» від 29 грудня 1992 р. (Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji) [12] та статутами. Відповідно до вказаного закону всі організації суспільного радіомовлення діють як одноосібні акціонерні товариства міністерства фінансів Польщі. У статутах організацій, згідно з законом та іншими документами, описано організаційну структуру й основні засади діяльності кожного окремого товариства.

Вище ми згадували про альтернативну систему суспільного мовлення у Польщі, яку Н. Новаковська вважає абсолютним феноменом. Ці мовники належить до відання Костелу і входять в систему «костьольних» ЗМІ Польщі. До них належить «Радіо Марія» (Radio Maryja) та єпархіальні радіостанції. KRRiT визнала ці медіа так званими суспільними мовниками, що звільняє власників від податків, які мусять сплачувати комерційні структури, та виводить їх фінанси з-під будь-якого контролю [4]. Як бачимо, Костел відіграє важливу роль у розвитку польського суспільного радіомовлення. На нашу думку, такі медіа не можемо називати суспільними, адже їх програми однозначно мають релігійно-церковне забарвлення, виразно пропагують християнські ідеї та постулати. Натомість суспільне мовлення мало би задовольняти інформаційні потреби аудиторії незалежно від належності її індивідів до будь-якої конфесії.

Модель польського суспільного мовлення загалом і суспільного радіо зокрема може слугувати зразком організаційно-правової структури для створення системи суспільного мовлення в Україні. Як уже згадувалося, історія розвитку медійної галузі України та Польщі чимось подібна, однак разючою відмінністю є те, що поляки створили свою систему СМ, а українці –досі ні.

У підсумку можемо сказати, що мотивація до створення польського суспільного мовлення ґрунтувалася насамперед на економічних чинниках, тоді як політичні були мало виражені. Разом з тим не останню роль у розвитку польського суспільного мовлення відіграв Костел. Погоджуємося з П. Тимою, що важливою тенденцією польського СМ є його постійний розвиток [6]. Про це свідчить, зокрема, той факт, що на початку 2013 р. АТ »Польське радіо» розширило свою лінійку каналів, запустивши в ефір новий канал «Програма 24».

Кардинально відрізняються тенденції і мотиви створення українського суспільного радіомовлення. Історія розвитку електронних ЗМІ в Україні до 1991 р. пов’язана з технічним розвитком телерадіомовлення політичними, економічними і духовними обставинами в тогочасному СРСР.

В. Лизанчук так розповідає про зародження радіомовлення на наших землях: «В Україні регулярне радіомовлення започатковане 16 листопада 1924 р. З малопотужного передавача, сигнал якого виходив уже далеко за межі міста, «заговорило» радіо, прозвучав і був прийнятий на відстані концерт державного музичного квартету імені Вільома. Невдовзі за цим, оркестровим прологом, своєрідною музичною прелюдією, вийшла в ефір одна з перших програм, назва якої сповнена глибокої символіки – журнал «Радіополум’я». Можемо з повним правом сказати, що це журналістське полум’я, викресане початківцями радіомовлення, запалило світанок Українського радіо» [3, с. 15–16].

Як бачимо, радіо на українських теренах залунало на кілька місяців раніше, ніж на польських, але в Польщі сьогодні активно розвивається суспільне радіомовлення (ще з 1992 р.), на відміну від України, де його впровадження набрало реальних перспектив лише на початку 2014 р.

Саме час запитати: яка в історії українського радіомовлення причина того, що досі державне радіомовлення остаточно не реформоване у суспільне? З огляду на історичне підґрунтя, на якому розвивались українські електронні медіа, можемо припустити, що причиною морального застою є їх фактична залежність у недалекому минулому від «політичної волі» компартії. Підтвердженням цієї думки може слугувати висловлювання В. Лизанчука, що більшовики перетворили радіомовлення на свою безвідмовну та ідеологічну зброю, що «за допомогою радіо вони творили інший, паралельний світ далеко не схожий на справжній» [3, с. 25].

Слугуючи засобом висловлення комуністичної ідеології, українське радіомовлення від початку, на відміну від польського, повністю залежало від державної влади. Воно майже 70 років служило компартійному режиму. Про маргінальне становище українського радіо в радянський період може свідчити такий факт, описаний В. Лизанчуком: «У 1937 р. статус Українського радіо перетворюється на паперову формальність. Крім «твердої» сітки мовлення, вводиться вже єдина сітка мовлення, якою закріплюється переважна більшість програм Центрального радіо. Такий захід був нічим іншим, як витісненням національних програм московськими, що аж до 1991 р. займали на Українському радіо більше половини ефірного часу – 11 год. з 19 год./добу. Мовна доба починалась і закінчувалась московськими курантами. Російська мова домінувала у кожній оселі, сприяючи асиміляції українців» [3, с. 26]. Подібних прикладів можна наводити чимало.

На цьому етапі нашого дослідження стає зрозуміло, що як польське, так і українське радіомовлення на початку 90-х років XX ст. опинилися в подібній ситуації. Їх реформування відбувалося на фоні політичних, економічних та суспільних змін. Влада Польщі прийняла правильне рішення реорганізувати своє телерадіомовлення в суспільне. Натомість українська влада допустила велику помилку на початку 1990-х рр.: фактично лише змінила вивіску на вході, однак на виході радіопродукт залишився майже без змін. І. Крупський доречно зауважив у зв'язку з цим, що спеціально ніхто так би не вчинив. Він припустив, що багато можна списати на недогляд журналістів і громадськості, який виник унаслідок змістових неузгодженостей різнотипних передач, що не врахували контекст при монтажі програм, підготованих різними редакціями [2 с. 139–150]. Через це медіа й надалі ставили на перше місце в ефірі події, значущі для влади, а не для суспільства чи окремої громади. Вони виконували роль піарника, який працював над створенням позитивного іміджу державних чиновників різних рівнів.

Мотив до впровадження у Польщі суспільного мовлення очевидний і підґрунтям для його створення стала система державного телерадіомовлення цієї країни. Такий варіант розвитку подій на початку 2014 р. обрали і для України. Чи не запізно?

У законі, прийнятому Верховною Радою України 17 квітня 2014 р. і підписаному в.о. Президента України О. Турчиновим, було передбачено реформування державного мовлення у суспільне. Однак пригадаємо, що впродовж усього періоду дискусій на тему СМ українські та закордонні експерти висловлювали подекуди кардинально протилежні думки щодо такого реформування. Пригадаємо також, що у 1997 р. було прийнято Закон України «Про Систему суспільного телерадіомовлення України» [1], але реальних реформ державного телерадіомовлення так і не відбувалося. На його місце запропоновано новий закон [5], який скасовує дію попереднього. На наш погляд, позитивом цього закону є лише те, що його таки прийняли у Верховній Раді, тобто з'явилась політична воля реформувати державне мовлення у суспільне. Але закон має і суттєві недоліки, які можуть стати на заваді якісного функціонування суспільного мовлення.

У підсумку прийнятий закон є вагомим політичним кроком на шляху впровадження системи українського суспільного мовлення. Однак його успіх значною мірою залежить від групи професіоналів, які взялися за нелегку справу його реалізації. Також

успіх залежить від ВРУ та громадських організацій, на які, відповідно до закону, покладено функції контролю за діяльністю суспільного мовлення.

У 2013 р. в українських реаліях на основі політико-соціальних та економічних змін почала формуватись тенденція до створення альтернативних суспільних мовників. Хотілося б надіятися, що новостворені проекти будуть довго й активно функціонувати і зможуть скласти достойну конкуренцію СМ, яке заплановано створити на загальнонаціональному рівні. А реформоване у систему суспільного мовлення державне мовлення зможе швидше зорієнтуватись щодо забезпечення нагальних потреб сучасного українського громадянського суспільства, бо на ці потреби уже орієнтується альтернативне суспільне мовлення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – 1997. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/485/97-вр

2. Крупський І. В. Електронні мас-медіа України від тоталітарного до пострадянського суспільства: хто і як формував інформаційний простір держави / І. В. Крупський // Телевізійна й радіожурналістика. – 2005. – Вип. 6. – С. 139-150.

3. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук . – К. : Знання, 2006. – 628 с.

4. Новаковська Н. Немає демократії без вільних медіа [Електронний ресурс] / Н. Новаковська // Телекритика. – 2008. – Режим доступу : http://www.telekritika.ua/media-suspilstvo/suspilne-movlennya/2008-01-24/36101

5. Остання редакція закону про суспільне мовлення, що може бути прийнята 17 квітня [Електронний ресурс] // Медіасапієнс. – 2014. – Режим доступу : http://stv.mediasapiens.ua/material/29694

6. Суспільне мовлення і глобальне потепління [Електронний ресурс] // Телекритика. – 2007. – Режим доступу : http://www.telekritika.ua/suspilne-movlennya/2007-05-31/8969

7. Суспільне мовлення: незалежність, свобода слова і програмна різноманітність [Електронний ресурс] / Іванов В. [та ін.] – К. : Посольство Федеративної Республіки Німеччина. Фонд Конрада Аденауера, 2007. – 25 с. – Режим доступу : www.kas.de/ukraine/ukr/publications/12579/

8. «85 lat Polskiego Radia» [Resurs elektroniczny]. – 2013. – Dostąp do resursu : http://www.polskieradio.pl/7/179/Artykul/205508,85-lat-Polskiego-Radia

9. Jakubowicz K. Media publiczne: Poczętek końca czy nowy poczętek / K. Jakubowicz. – Warszawa : Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007. – 300 k.

10. Kalendarium Polskiego radia [Resurs elektroniczny]. – Dostąp do resursu : http://www2.polskieradio.pl/85/kalendarium/

11. Polskie Radio [Resurs elektroniczny] // WikipediA/ Wolna encyklopedia. – Dostąp do resursu : http://pl.wikipedia.org/wiki/Polskie_Radio

12. Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji [Resurs elektroniczny]. – Dostąp do resursu : www.uokik.gov.pl/download.php?id=538

Ирина Кирич

Историко-мотивационные основы создания общественного радиовещания: опыт Польши в проекции на украинские реалии

В статье выделены и охарактеризованы основные мотивы создания общественного радиовещания в Польше. Указаны основные мотивы, которыми руководствовались украинские инициаторы на пути внедрения общественного вещания в Украине.

Ключевые слова: общественное вещание, общественное радио, польское общественное радио, мотивация, реорганизация.

Irina Kyrych

Historical and Motivational Basis for the Creation of Public Broadcasting: Poland's Experience in the Projection on the Ukrainian Realities

The article singled out and characterized the main motives of the creation of Public Service Broadcasting in Poland. These motives guided Ukrainian proponents in implementing public broadcasting in Ukraine.

Key words: public broadcasting, public radio, Public Service Broadcasting in Poland, motivation, reorganization.

Марія МАСЛОВСЬКА
старший викладач кафедри
видавничої справи, редагування,
основ журналістики та філології
Житомирського державного університету
імені Івана Франка

УДК 654.19

РАДІОМОВЛЕННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

У статті розглядаються проблеми радіожурналістики на сучасному етапі, значення інформаційних засобів у розбудові незалежної Української держави.
***Ключові слова**: ефективність журналістської праці, національний обов'язок, відстоювання істини, позитивна інформація, національна інформаційна політика, національно-державницьке мислення.*

Засоби масової інформації – це складна система поширення соціальної інформації. Для формування індивідуальної та громадської думки необхідне вільне поширення інформації та вільний обмін нею.

Кожна система управління виконує свої функції. «Ідеологи більшовицької тоталітарної системи виробили такі принципи діяльності засобів масової інформації, які випливали з комуністичної однопартійності та повинні були беззастережно обслуговувати радянський державний лад у СРСР» [4, с. 81]. Таку систему поглядів виробила вся тоталітарна держава СРСР. Найголовнішими принципами були партійність і народність. Саме від журналістів вимагали проведення через ЗМІ політики панівної комуністичної партії, яка займалася формуванням безнаціонального, російськомовного народу по всій території Радянського Союзу. У той час нищили національні традиції, народну мораль, релігію – сфери, де народ відтворюється найяскравіше. Саме такі дії призвели до кризи особистості, національної ідентичності, яку важко долати і нині.

Україна довгий час перебувала у рабській залежності від Росії, у такій же підпорядкованості були й українські ЗМІ. Із здобуттям незалежності українські журналісти намагалися шукати свій шлях, зрозумівши, що засоби масової інформації є інструментом, який забезпечує зв'язок між людьми, допомагає самопізнанню та обміну культурно-духовним досвідом.

Радіомовлення є складовою частиною засобів масової інформації. Перевага радіо – у його доступності, сприйнятті живої мови, блискавичній оперативності повідомлень. Розуміючи, що радіо проникає в усі сфери суспільного життя, журналісти наповнювали ефір національно вагомими програмами, темами. Враховуючи, що радіохвилі можуть миттєво облетіти весь світ, найоперативніше донести повідомлення, будь-яку думку і почуття людини у найвіддаленішу точку планети, журналісти широко використовували ефір. «Радіо може передати живе життя героїв, може принести до оселі велику літературу, музику всіх часів і народів, голоси найкращих співаків, майстерність талановитих музикантів» [4, с. 17]. Отож, радіожурналісти мають масову аудиторію слухачів.

Ефективність журналістської праці прямо залежна від суспільно-політичної атмосфери. В демократичному суспільстві журналісти працюють чесно і порядно поза

«духовним вакуумом». Та журналістика стане демократичнішою тоді, коли говоритимуть правду всі і скрізь, а орієнтиром для журналістів стане відданість справі та любов до рідної землі. «Фундаментальною основою нинішніх високих стандартів журналістського професіоналізму має бути українська національна свідомість, державницьке мислення, висока моральність і духовність, патріотизм і громадянська мужність» [4, с. 85].

У свій час І. Франко писав, що журналіст повинен «переконувати не самою силою… аргументів, але моральним і психологічним впливом особи на особу, живого слова, тону, колориту бесіди» [6, с. 71]. Журналіст повинен глибоко усвідомлювати свою моральну відповідальність за кожне слово, кожну думку, кожне твердження, мати національне, державницьке мислення. «Людина, яка не відчула свого національного обов'язку, не збагнула його перед своєю нацією, не може бути журналістом, тим більше якщо не знає рідної мови або мови тієї держави, в якій працює» [6, с. 76].

Тлумачення подій, фактів, явищ ґрунтується на мотивації радіожурналіста, наприклад: відстоювати істину, нести правду, давати позитивну інформацію. Люди хочуть чути правду, чути про причини, що породжують соціальні негаразди. «Відомо, що в демократичних державах світу преса, телебачення, радіо пройняті духом держави, тобто вони державотворчі патріотичні, об'єднують суспільство» [4, с. 88]. Саме на законодавчому рівні захищена свобода слова за рубежем для того, щоб «інформація не спрямовувалась на руйнацію національних державних підвалин» [4, с. 88].

За допомогою слова можна цілеспрямовано впливати на свідомість та поведінку великих мас людей. За роки незалежності в Україні багато зроблено для відродження національної самосвідомості, самобутності українців. Значна заслуга в реалізації національної ідеї належить українському радіомовленню. Великий внесок у розбудову Української держави зробили вчені, науковці, політики, культурологи, соціологи тощо. Насичені патріотичною і національною ідеєю радіопередачі «З Володимиром Яворівським», радіопередачі Анатолія Погребенника, Павла Мовчана, Вадима Скуратівського та інших. Багато зроблено та поки що «відсутня виважена і цілеспрямована національна інформаційна політика» [4, с. 89].

Працівники ЗМІ, особливо радіожурналісти, повинні розуміти, що національний, самобутній інформаційний простір є запорукою незалежності Української держави. Адже радіомовлення може передати необхідну державно-політичну, соціально-економічну, ідеологічну, історичну та етнічну інформації. На жаль, Україна не однорідна держава. Тим більша потреба, щоби державотворення здійснювати на фундаменті, який закладено правдивим словом в ефірі та який сприяє «процесам національної ідентифікації і самоідентифікації, утвердження почуття українського громадянина-патріота» [4, с. 91]. З цією метою можна порекомендувати радіожурналістам тематику радіопередач «Мово моя українська», «О слово рідне, хто без тебе я», «Я – господар на своїй землі», «Україна понад усе», «Народні свята українців», «Ми – нащадки великої культури», «Українець – звучить гордо»», «Моє рідне місто – Житомир», «Славного ми роду», «Мій родовід», «Україну будуємо разом» тощо.

Радіожурналіст повинен все робити, щоби слово стало духовним зерном у житті кожного українця, свої матеріали спрямовувати на згуртування української нації. «Ідеологічний і політичний плюралізм, вільне висловлювання своїх поглядів, думок мусять ґрунтуватися на засадах пошуку оптимальних шляхів для досягнення стратегічної мети – побудови Української держави» [4, с. 94].

Національно свідомі журналісти своїми радіопередачами допомагають українцям повернути історичну пам'ять, розбудити національну свідомість, дають віру у завтрашній день. Сумлінна інтерпретація фактів, чесність у боротьбі з конкурентом – це ті

важливі передумови формування громадської думки, що ведуть до ідеалів людства. Отже, успішно зайнятий радіопростір – це боротьба за душі мільйонів українців, які будують Українську національну державу із щасливим майбутнім.

ЛІТЕРАТУРА

1. Братко-Крутинський О. Феномен України : наукове дослідження / О. Братко-Крутинський. – К. : Газета «Вечірній Київ» : Українська академія оригінальних ідей, 1996. – 304 с.

2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега ; 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.

3. Карпенко В. П. Журналістика: основи професіональної комунікації: навчальний посібник / В. П. Карпенко. – К. : Нора-прінт, 2002. – 348 с.

4. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 628 с.

5. Москаленко А. З. Теорія журналістики : навчальний посібник / А. З. Москаленко. – К. : Експрес-об'ява, 1998. – 336 с.

6. Франко І. Іван Вишенський і його твори / Зібр. творів : у 50 т. – К., 1981. – Т. 30. – С. 71.

7. Українська журналістика: вчора, сьогодні, завтра : зб. наук. пр. / за заг. ред. проф. В. І. Шкляра. – К. : Центр вільної преси, 1997. – Вип. 2. – 140 с.

Мария Масловская

Радиовещание на современном этапе

В статье рассматриваются проблемы радиожурналистики на современном этапе, значение информационных средств в построении независимого Украинского государства.

Ключевые слова: эффективность журналистской работы, национальные обязанности, поиск истины, позитивная информация, национальная информационная политика, национально-государственное мышление.

Mariya Maslovska

Broadcast in the Modern Stage

The article deals with the problems of radio journalism on the modern value's period of mass media resources in the development of independent Ukrainian government. The article stated that with words can purposefully influence the minds and behavior of large numbers of people.

Keywords: efficiency of the journalistic work, national duty, defending the truth, positive information, national informative policy, national-statist thinking.

Ігор МИХАЙЛИН
доктор філологічних наук,
професор кафедри журналістики
Харківського національного університету
імені Василя Каразіна

УДК 070: 271–621

ЖУРНАЛІСТИКА І ЮРБА В КОНЦЕПЦІЇ СЕРЖА МОСКОВІЧІ

Розглянуто концепцію маси, юрби та участі журналістики (масової комунікації) у їх створенні. Юрба передбачає рівність членів, якої досягають вирівнюванням по нижньому краю. Юрба – це ірраціональна, непередбачувана, руйнівна й консервативна спільнота людей. Вона легко піддається сугестивному впливові. Юрбі необхідний вождь. Він створює юрбу за допомогою комунікації. Комунікація проходить три історичні етапи: розмова, поява технічних засобів, пропаганда. Сьогодні все суспільство перетворене на розпорошену юрбу.
***Ключові слова**: маса, юрба, журналістика, комунікація, Серж Московічі.*

Постановка проблеми. Наука про журналістику – доволі молода галузь знання. Сам її предмет бурхливо й динамічно розвивається, демонструючи залежність і від суспільно-політичних систем країн, і від інформаційних технологій. Через це частина наукових праць швидко старіє, відходить у минуле разом з тими явищами, описові й осмисленню яких була присвячена. Класики журналістикознавства чи комунікативістики нагромаджено поки що обмаль, набагато менше, ніж в інших науках. Не буде помилкою сказати, що в нас досі не окреслене коло книжок українських та світових незаперечних авторитетів, одностайно визнаних і рекомендованих для вивчення в усіх університетах, які готують майбутніх журналістів, і не знати які було б ганьбою для кожного представника цієї професії.

Ситуація ускладнюється ще й тим, що про журналістику охоче пишуть представники багатьох інших наук: філософії, історії, філології, політології, психології, соціології; перелік можна залишити розімкнутим. Це велика перевага нашої науки – її інтердисциплінарний характер. Однією з праць, які належать до класики комунікативістики, є книжка видатного французького інтелектуала нашого часу Сержа Московічі (1925–2014; вживається написання його імені й у формі Московісі) «Вік юрби. Історичний трактат з психології мас», яка вперше побачила світ у Парижі 1981 р. Включення до заголовка слова «психологія» зовсім не визначає належність книжки лише до цієї науки. Як і більшість подібних праць, вона синтетична, працює на примноження знань у галузі багатьох наук. Особливу цінність вона становить для науки про журналістику, оскільки беззаперечним є віднесення цього творчого феномена й соціального інституту до масової інформації й комунікації. Журналістика невіддільна від поняття мас та їх активності, які особливо виявилися в XX ст.

Актуальність запропонованої розвідки вимірюється тим, що, попри окремі посилання на книжку С. Московічі, які трапляються у працях українських дослідників медіа, цілісного розгляду його концепція не набула.

Історіографія та джерела. У новітній науковій та навчальній літературі з журналістики багато зроблено для усвідомлення зв’язку між масовою людиною, масовим

суспільством і масовою інформацією та комунікацією [1, 3, 6, 7, 8]. Історію науки про масову комунікацію та теорію масової комунікації особливо старанно розглянув В. Різун у підручнику «Теорія масової комунікації» [8, с. 188-224]; а В. Іванов викладові теорій масової комунікації і журналістики присвятив окрему працю [2]. Прагнучи поглянути на розвиток теорій масової комунікації з певної метапозиції, автори не зосередили уваги на докладному розглядові поглядів того чи іншого автора, включно зі С. Московічі.

Методи дослідження. Найкращим способом репрезентації наукової праці є метод її викладу й наукової рецепції. В інтерпретації інтердисциплінарної праці, якою є книжка «Вік юрби…», кожна наука наголошуватиме на своїх аспектах. Але журналістикознавство, як наука наук [4, с. 118], цікавиться концепцією маси, як довів В. Різун у книжці «Маси» [7], як своєї аудиторії і предмета своєї діяльності. Це скоригує наш підхід до викладу праці С. Московічі. Найменше нас цікавитиме в концептуальних побудовах С. Московічі психологія харизматичного вождя, феномен, який значно менше впливає на суть і структуру масово-інформаційних процесів.

Результати й обговорення. Книжка С. Московічі за всього її новаторства для пострадянського інформаційного й наукового простору глибоко традиційна й по-своєму підсумкова в західному інтелектуальному світі. Автор декларує широке використання концепцій своїх попередників, переважно Густава Ле Бона (1841–1931; є й така форма написання його прізвища: Лебон), Жана-Габріеля Тарда (1843–1904) та Зиґмунда Фройда (1856–1939), іноді вдаючись просто до реферування їхніх праць. Його цікавить передусім їх внесок у створення та розвиток нового наукового напрямку, який отримав назву «соціальна психологія».

За С. Московічі, виникнення цього напрямку було неминучим в умовах творення наприкінці XIX ст. нових масових міських спільнот. За його логікою, про селянську масу говорити неможливо. У селі кожен працює окремо, на своєму наділі, мешкає в просторі свого двору, спілкується переважно в середовищі своєї родини. Там панують традиційні релігійна свідомість і духовні цінності. Тому творення маси в селі неможливе. За певних умов юрби можуть складатися, але це спільноти ситуативні, які швидко розпадаються.

У містах же (на капіталістичних підприємствах) з'являється велика кількість вирваних з рідного ґрунту людей. Вони обставинами зібрані в межах певного замкнутого простору, не знайомі між собою, опиняються поза середовищем традиційної родини й громадської думки, а відтак в ситуації послабленого морального контролю. Такі нестабільні міські конгломерати й ставали масою. Спочатку вони мало кого цікавили. Але настав час, коли ця міська робітнича маса вийшла на вулиці й майдани і заявила про свої вимоги. Утворилася стала за своєю суттю юрба, хоча первісно вона рідко коли була стабільно організована. Але така юрба, підкреслив С. Московічі, «здатна самою своєю присутністю примусити владу піти на поступки» [5, с. 24]. Тим паче, що незабаром з'явилися союзи й партії, які очолили людські потоки. Від цього часу з масою, юрбою не можна було не рахуватися, вони стали складником суспільно-політичного життя. На це відразу відреагувала й наука, зацікавившись психологією мас.

Спочатку маси скидалися на «людські туманності» [5, с. 27], тобто явища цілком незрозумілі. Але їх роль дедалі посилювалася. Стало зрозуміло, що народжується нове явище, яке не можна було назвати інакше, як «масове суспільство», а провідним напрямком суспільного життя слід було вважати масифікацію. Масове суспільство, за С. Московічі, «*упізнаване за його багаточисельністю, за нестабільністю зв'язків між батьками й дітьми, друзями й сусідами. Про нього можна здогадатися за тими перетвореннями, які відчуває кожна людина, стаючи анонімною: реалізація властивих їй*

бажань, пристрастей, інтересів залежить від величезної кількості людей. Можна бачити її залежність від нападів суспільної тривожності і тенденції уподібнюватися, відповідати якійсь колективній моделі» [5, с. 28].

У вигляді пропедевтичної ідеї дослідник проголосив: причина появи масового суспільства полягає не в концентрації засобів виробництва і не в посиленні товарообігу, а в засобах комунікації, масової інформації, у газетах, радіо і т. д. Це головне джерело впливу. І далі: «*Впроваджуючись у кожний дім, будучи присутніми на кожному робочому місці, проникаючи в місця відпочинку, керуючи думками й знеособлюючи їх, ці засоби перетворюють людські уми на масовий розум. Завдяки свого роду соціальній телепатії в багатьох людей викликаються одні й ті ж думки, одні й ті ж образи, які, як радіохвилі, поширюються скрізь*» [5, с. 28]. Унаслідок такого впливу люди, які ніколи не бачилися, не стикалися між собою, охоплені саільною емоцією, реагують як один на музику чи гасло, стихійно злиті «в єдину колективну істоту» [5, с. 28].

Індивід помер, торжествує маса. Від початку ХХ ст. (в термінології С. Московічі: у період, який почався перед Першою світовою війною і триває досі) відбувається «навала мас» [5, с. 32, 57]. Маси захопили владу. Знати психологію мас, щоб не йти в них на повідку, стало кричущою потребою суспільства, зокрема, зрозуміло, його елітарної частини.

В аналізі феномена юрби С. Московічі йде за Г. Ле Боном, встановлюючи ***конститутивні ознаки юрби***.

По-перше, юрба передбачає рівність усіх її учасників чи навіть групових складників. Маса – це стан абсолютної рівності. Вона не визнає того, що складається з індивідів. Індивідуальностей, особистостей у ній немає. Вона сама діє як індивід, але внутрішньо на індивідів не розкладається. «*Ми майже не ризикуємо помилитися,* – написав С. Московічі, – *відзначивши, що масові суспільства варіюються від демократичного деспотизму до деспотичної демократії*» [5, с. 47].

По-друге, рівність і внутрішня однорідність юрби забезпечується вирівнюванням її за нижньою відміткою. Логічно припустити протилежне: що сума розумних і дурнів, моральних і злодійкуватих її учасників дасть у сумі середній результат. Але низка спостережень і принагідних висловлювань переконує в іншому. С. Московічі сформулював це так: «*Рівень людської спільноти прагне до найнижчого рівня її членів*» [5, с. 17]. Закон спільноти – це закон посередності. Автор ще раз повернувся до цієї теми, викладаючи погляди Г. Ле Бона і наводячи його слова: «*Розвинуті розумові здібності людей, з яких складається юрба, не заперечують цього принципу. Ці здібності не мають значення. З того самого моменту, коли люди опиняються в юрбі, невіглас і учений стають однаково не здатні мислити*» [5, с. 76]. І далі С. Московічі пропонує свій висновок: «*Інакше кажучи, зникнення індивідуальних ознак, розчинення особистості в групі і т. д. відбуваються однаково, незалежно від рівня заможності чи культури її членів*» [5, с. 76]. Помилково вважати, нібито освічені чи вищі верстви населення поводяться в юрбі інакше, ніж неосвічені та нижчі, і що сорок академіків поводяться інакше, ніж сорок домогосподарок.

По-третє, юрба ніколи не виконує конструктивні функції. Навпаки, як правило, буває ірраціональна, непередбачувана, руйнівна й консервативна. У цьому твердженні С. Московічі посилається на Г. Ле Бона, який писав: «*Історія навчає нас, що юрби надзвичайно консервативні, незважаючи на їх зовнішні революційні спонуки, вони завжди повертаються до того, що зруйнували*» [5, с. 62]. Цей атрибут юрби страшенно не подобався соціалістам, які перші зіткнулися з проблемою мас. Вони прагнули спростувати Г. Ле Бона на засадах раціональності, доводячи, що поведінка залежить від усвідомлення людьми своїх цілей. Однак те, що для перетворення робітничого класу

на революційний знадобився потужний дієвий ірраціональний міф, підтвердило правоту Г. Ле Бона. А ще більше це підтвердила російська революція: «*концентрація маси завершилася концентраційними таборами*» [5, с. 66].

По-четверте, юрба легко піддається сугестивному впливу, який заснований не на раціональній основі, а на емоційній. Звідси народилася формула: «*Юрба – це жінка*» [5, с. 109], яку поділяло багато інтелектуалів. Юрбу не можна переконати раціональними доказами, але можна привернути на свій бік емоційними образами. Вислів С. Московічі: «*Колективні стани аналогічні до гіпнотичних станів*» [5, с. 82]. Не можна вплинути на колективний розум юрби, але можна захопити за допомогою образів її уяву. Керувати масами – означає володіти мистецтвом формувати їхню уяву. Спрямовані до маси слова й формулювання повинні бути замінниками образів. Вони мають викликати віру. Віра заміняє для юрби ідеологію. Нагадаємо: віра – це такі знання, які сприймають без доказів й аргументів. Таким чином, ідеї стають віруваннями, а ідеологія – вірою. Щоби завоювати душу юрби, ідеї мають набути характеру традицій, звичаїв, сили очевидності, заряджених емоційною енергією, якій неможливо протистояти. Віра виключає всяку дискусію; їй властива нетерпимість. Будь-яка формула подається як непогрішиме судження. Партії вказують, що їхня ідеологія ***єдино істинна***, парт ія ***ніколи не помиляється***. Віра націлена на ст ворення кращої дійсност і, досягнення ***світлого майбутнього***. Віра – це ілюзія, але якщо відняти в людей віру, то вони більше ні за що не візьмуться.

По-п'яте, юрбі необхідний вождь. Він її створює, є для неї деміургом. Очевидно, варто визнати, що наявністю вождя як суб'єкта сугестивного впливу юрба відрізняється від маси. Влада вождя над юрбою спирається не на насильство, а на сугестивний вплив та вірування, які є головними. Вождями юрби стають, на жаль, не шляхетні, елітарні люди (у сучасній суспільній свідомості – меритократи), а вихідці з юрби, лише захоплені вірою раніше від інших, загіпнотизовані загальною ідеєю.

Здорова, нормальна людина готова до діалогу, схильна піти на компроміс з метою розв'язання суперечності, заради власної та громадської безпеки. Вождь юрби – це людина, яка перебуває на межі безумства, він утратив зв'язок із реальним світом, порвав контакт з близькими, приніс у жертву справі особисті інтереси, кохання, родину. Будь-який великий вождь – фанатик, від якого й маси заражаються фанатизмом. Вождь має володіти двома важливими якостями: *перша* – це амбіції, переконаність у своїй правоті; *друга* – перевага сміливості над інтелектом, уперта відвага. «*Сміливість,* – відзначив С. Московічі, – *це якість, яка перетворює можливість у реальність, міркування – у дію*» [5, с. 124]. Сукупність цих ознак сьогодні позначається поняттям ***харизми***. Але в жодному випадку не йдеться про видатні розумові здібності, моральну досконаліть, поважання прав людини, комунікабельність. Із задоволенням автор навів у цьому місці слова Г. Ле Бона: «*Великі вожді всіх епох, головним чином революційних, були людьми обмеженими і, однак, здійснювали великі діяння*» [5, с. 123].

Для прикладу С. Московічі розглянув двох найбільш показових вождів нашого часу: Сталіна й Гітлера. Він дав їм таку оцінку: «*Сталін вважався за особу непримітну, з посереднім інтелектом… Його тексти були зовсім не оригінальні, викриваючи обмеженість розуму, до того ж йому не вистачало полемічного дару*» [5, с. 125], лікарі навіть вважали його психічно хворим. Гітлера відзначала «*інтелектуальна убогість, нестача культури*»; за оцінками автора, його головна книга «Mein Kampf» – «*зразок упереджених ідей і пустеля нікудишньої прози*» [5, с. 126].

Що ж приводить таких обмежених людей до влади над юрбою? На думку С. Московічі, – авторитет, природа якого, як і природа кохання, не розгадані.

Авторитет ґрунтується на обдаруванні, яким наділені окремі люди так само, як інші – здібностями малювати, співати, розводити сади. Вождя створює й підтримує його авторитет, успіх як доказ того, що він при силі. У С. Московічі навіть ідеться про «закон успіху», на якому ґрунтується авторитет лідера юрби. Його влада триває, допоки він процвітає.

У світі, де революції й контрреволюції стали не винятком, а повсякденням, правління, що базується на обговореннях і дискусіях, поступається місцем правлінню, яке застосовує навіювання (прищеплювання) і масову комунікацію. Від вождя потребується непохитність і жорстокість.

Чомусь тільки тут С. Московічі подав типологію юрби як соціального явища. Він поділив юрби на природні й штучні. На наш погляд, першу групу можна було б назвати масою, а вже другу – юрбою. Погляньмо, які ознаки С. Московічі визнав за штучною юрбою. Передусім, наявність організації, в основі якої лежить засада ***наслідування***. Кого ж повинні наслідувати рядові члени юрби? Зрозуміло, – творця юрби, свого лідера. Так встановлюється для штучної юрби вертикаль наслідування, яка перетворюється згодом на вертикаль влади. У створенні штучної юрби реалізується природна потреба масової людини підпорядковуватися й захоплюватися. У спільнотах працює закон: як тільки люди об'єднуються, вони стихійно підпорядковуються одному з-поміж себе, усвідомлюючи це, як свою природну потребу. Лідер – це той, ким усі захоплюються.

І тут настав час висвітлити ***шосту*** конститу ційну ознаку юрби: вона не може існувати поза комунікацією. Цей аспект для нас особливо важливий, бо в ньому йдеться саме про журналістику. На відміну від творців сучасного українського терміна «соціальні комунікації», С. Московічі первісно знав, що несоціальних комунікацій не існує, що цей термін неприродний, недопустимий, оскільки є тавтологічним. «*Комунікація,* – відзначив С. Московічі, – *це в найвищій мірі соціальний процес. Змініть її форму, її засоби, вона тут же змінить природу груп і форму влади, цього нас навчає історія*» [5, с. 177].

Далі у викладі комунікації як іманентної ознаки юрби С. Московічі спирався на працю свого співвітчизника Габріеля Тарда «Громадська дума і юрба» (1901), використавши навіть цю назву для заголовка п'ятої частини своєї книжки. Г. Тарда приваблювала можливість створити «природну історію комунікацій», так само як можна створити природну історію техніки і праці. Тут же він таку історію пунктиром і накреслив.

На його думку, все почалося з розмови. Вона була першим типом комунікації і найбільш потужним чинником наслідування, поширення почуттів, ідей, образів, вчинків. Розмова характеризується такими важливими ознаками: 1) має потужний сугестивний вплив, подібний до гіпнозу; 2) породжує рівність у тому сенсі, що вирівнює учасників розмови; 3) дає задоволення від спілкування, щастя бути почутим і зрозумілим.

Друга фаза комунікації – занепад розмови і народження комунікативних засобів, які її заміщують. У сучасному світі – все проти розмови. Газета нав'язує читачам свою тематику, говорить до них, але вони нічого не можуть сказати у відповідь, висловити свою думку чи оцінку. Преса з надзвичайною швидкістю й на великі відстані поширює інформацію серед людей, тому виникає небезпека, що всі громадяни перетворені на читачів, усі поділяють думки, висловлені в газеті. Насправді, читач зазнає постійного підбурювання, оскільки журналіст догоджає його забобонам і пристрастям, він робить читачів легковірними й слухняними, легко маніпулює ними. Маса читачів стає масою слухняних автоматів, яку можна примусити робити що завгодно. Преса відриває людей від громадського життя й занурює в приватне. Вона проганяє їх з відкритих місць, кафе, театрів у їхні закриті помешкання.

«Коли проїздиш сьогодні міста і села, – зауважив С. Московічі*, – то бачиш, що лавки перед будинками порожні, кафе не заповнені, майдани безлюдні, усі мешканці сидять удома, у певний час прикуті до телевізора… Кожний знає, як важко відірвати людей від телевізора, щоб примусити їх взяти участь у політичних зборах, релігійній церемонії, місцевій демонстрації»* [5, с. 184].

Преса створила три важливих феномени.

Перший – поява громадської думки як потужного чинника суспільного життя. Раніше громадська думка існувала, але в локальних спільнотах. Журналістика вперше надала їй всезагального масштабу.

Другий – створення публіки, на якій зосереджено значну увагу. Під публікою С. Московічі (услід за Г. Тардом) розуміє розпорошену юрбу. Преса віддаляє людей одне від одного, перетворює їх на розрізнених читачів. Навіть безпосередня комунікація в родині стає ускладненою.

Третій феномен – поляризація комунікацій у суспільстві. Кожний сприймає газету наодинці, позбавлений можливості обговорювати прочитане, заперечити. Читач пасивно перебуває під владою газет і журналів, глядач залежний від екранного зображення. Автори й читачі – це вже полюси, які практично ніколи не сходяться й не зійдуться.

Особливий інтерес у С. Московічі викликає феномен публіки. Це нематеріальна, розпилена по своїх домівках юрба. Якщо організація перетворює натуральну юрбу на штучну, то комунікація робить з неї публіку. Організація піднімає інтелектуальний рівень людей, що перебувають у масі. Комунікація понижує їх, перетворюючи кожний дім на простір юрби. Якщо раніше навіювання (прищеплення) було можливим лише при безпосередньому фізичному контакті, то за допомогою медіа воно відбувається на відстані. Таким чином, юрба передбачає фізичний контакт, публіка – психічний, духовний зв'язок, навіть світоглядну спільність.

Влада медіа і влада громадської думки – це майже синоніми. Нагадаємо, що штучна юрба за свої головні ознаки має лідера й організацію. По суті, це партія або інша організована група людей. За допомогою медіа партія перетворюється, сама того не помічаючи, на публіку. А все суспільство перетворюється на юрбу, бо тепер кожний охоплений впливом медіа й поза ними не уявляє свого життя.

С. Московічі наводить приклад із Г. Тарда: якщо раніше, щоб підняти на якийсь спільний вчинок 20 тис. афінян потрібно було 30 ораторів, то сьогодні завдяки газетам 10 публіцистів можуть підняти на такий вчинок 40 млн. французів [5, с. 190]. Найважливіше питання: де джерело того впливу, який розсівають медіа? Г. Тард тільки висловив застереження: за умов суспільних катаклізмів газети можуть опинитися в руках невеликої купки вождів. Він ще не знав, що це станеться невдовзі. Але С. Московічі вже про це знав, тому й написав: «*Засоби комунікації нечувано збільшують владу вождя*» [5, с. 197]. Тим паче, що вождь сам може й не володіти словом, але наймати для здійснення своїх цілей майстрів пера.

Що ми бачимо в сучасності? У вік юрби? Це, за С. Московічі, третій етап природної історії комунікації. Цей період авторові доводиться описувати самому, без посилань на Г. Тарда. Комунікація набула характеру пропаганди. Вожді захопили й поставили собі на службу засоби масової комунікації. Пропаганда наче підводить підсумок змінам у суспільній свідомості людства, у суспільному стані загалом. Пропаганда – це посилена сучасними комунікаційними каналами та риторичними прийомами технологія навіювання (прищеплення) людям переконань і потрібної картини світу, гіпнотизації їх у масовому масштабі. Пропаганда ірраціональна за своєю суттю. Вона завжди адресована масам, спрямована на створення юрби, а швидше, – публіки, тобто юрби домашньої, хатньої. Саме тому вона говорить їхньою мовою – енергійною, образною, з простими й імперативними вербальними формулами.

Ефективність пропаганди будується на повторюваності. Ідеї, спрощені до краю, до примітивності й багато разів повторені, стають доступними для юрби, так само, як автомобілі чи пральні машини, розтиражовані в тисячах примірників. У юрби створюється враження: хто знає формулу, той володіє ключем для розуміння й розв'язання найскладніших питань найбільш ефективними засобами. Юрба прагне отримати просту відповідь на складне питання.

І ось уже С. Московічі здається, що журналістика була створена для серійного виробництва масової людини. Він послався на популярну думку, відповідно до якої журналістика в XX ст. пережила два етапи: спочатку за допомогою радіо були доведені до досконалості можливості усного слова, а потім слово було витіснене безпосереднім образом за допомогою кіно й телебачення. Ці трансформації тим більш дивовижні, що відбулися з людством упродовж одного покоління. Від культури слова людство перейшло до більш потужної сили – наочних образів. Якщо книгодрукування створило базу для критичного мислення, то радіо й телебачення за життя одного покоління забезпечило технологічну базу для автоматичного мислення, масового мислення, що тотожне відсутності мислення.

Стратегії пропаганди спрямовані на втілення ідеї ідентифікації вождя з народом. Ці стратегії бувають трьох типів: репрезентація; церемоніал; переконання.

Репрезентація полягає в організації прост ору, місця подій, зуст річі лідера з народом. Це майдани, собори, стадіони, покликані забезпечити масовій людині відчуття єдності з вождем та своїми однодумцями. Це гасла та плакати, які прикрашають сцену, її кольорове оформлення.

Церемоніал перет ворює зібрання на «гіпнотичну месу» [5, с. 139]. Кожна деталь має тут символічний зміст, спрямована на надання величності події, на якій присутня масова людина. Важливе значення має музичне оформлення, оскільки музика – найбільш ірраціональний вид мистецтва, який занурює людину в гіпнотичний стан.

І от настає фаза ***переконання***: звучить промова вождя. Її очікували, це задля неї зібралися присутні. Вона є генератором думок і вірувань, пробуджує й закріплює міфологічне мислення. У слові міститься важіль влади. Мета пропаганди – не допустити заперечень, запитань, діалогу, кинути всі зусилля на утвердження панівної ідеї. Для цього її необхідно без кінця повторювати. Усі промови вождя повинні складатися з нових слів і речень, але в різній формі повторювати одну ідею або групу ідей.

За допомогою повторення здійснюється низка функцій: *по-перше,* повторення служать бар'єром проти сумнівів, протилежних або просто інших думок і оцінок; *по-друге*, повт орення запровадж уют ь ідеї в глибини підсвідомост і, туди, де зароджуються мотиви вчинків і поведінкові моделі. За допомогою повторень думка відокремлюється від автора, стає надбанням аудиторії, її стверджують усі, знають усі, ідея торжествує, а це й була головна мета вождя – її автора. За С. Московічі, повторення здійснює ще й функцію зв'язку думок. Думка розчиняється в асоціативному ланцюжку і, спливаючи раз у раз, створює враження, що за фразами й реченнями стоїть струнка логічна система. На думку С. Московічі, потужність промови залежить не від того, що говориться, а від «магії» слів та особи вождя, а також атмосфери, у якій промова народжується.

Далі С. Московічі зосередився на викладі концепції З. Фройда, який, усе життя займаючись індивідуальною психологією, під старість, власне після Першої світової війни, раптом зацікавився психологією мас. Цей період ігнорують його дослідники, послідовники й прихильники; його праці 1920-1930 рр. маловідомі. Їх виклад С. Московічі попередив, проте, такою малосимпатичною інтродукцією: «*Схоже на те, що ідеї Фройда – це і є ідеї Тарда, висловлені в психологічних поняттях*» [5, с. 216]. Головна

проблематика, яка далі перебуває в центрі уваги книжки «Вік юрби…» – це особистість лідера, вождя. Тут уже не містяться нові ідеї про поняття юрби, маси й комунікації. Тож наше завдання з висвітлення питання журналістика і юрби в концепції С. Московічі можна вважати вичерпаним.

Висновки. Українським журналістам, дослідникам і викладачам журналістики необхідно знати класику світової комунікативістики. До неї належить і книжка С. Московічі «Вік юрби…». Зрозуміло, що в цій статті ми виклали далеко не всі її аспекти. З повнотою викладу завжди виникають труднощі, коли йдеться про багатогранну працю, спрямовану на осмислення глобальних філософських проблем масової комунікації. Серед завдань на майбутнє можемо вказати на потребу якщо не видання українською мовою класичних праць Г. М. Маклюена, Д. Белла, П. Бурдьє, С. Московічі, Г. Ле Бона, Г. Тарда, то хоча б на створення хрестоматії з теорії та історії соціальних комунікацій, де були б репрезентовані найбільш яскраві уривки з їхніх творів.

Але головний урок з вивчення праці С. Московічі інший. Його книжка належить до ряду праць, які старанно описують феномен маси і юрби, торжества масової людини, яка «дорвалася» до влади, у тому числі й застосовуючи маніпулятивний вплив масової комунікації. Але поки що невідомо жодної праці, яка намагалася б відповісти на питання, як людству повернутися від масового знову до елітарного суспільства, як вирвати владу в юрби як спільноти ірраціональної, руйнівної, небезпечної, як приводити до влади розумних, освічених і моральних керівників, як повернути журналістиці її головну функцію – служити суспільству правдою, а не бути засобом маніпулятивного впливу та створення юрби. Ці найголовніші питання лишилися поза книжкою С. Московічі. А їх постановки й розв'язання з нетерпінням чекає суспільство.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зернецька О. В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О. В. Зернецька. – К. : Освіта, 1999. – 351 с.

2. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики : навч. посіб. / В. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2010. – 258 с.

3. Квіт С. М. Масові комунікації : підруч. / С. М. Квіт. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія, 2008. – 206 с.

4. Михайлин І. Л. Журналістська освіта і наука : підруч. / І. Л. Михайлин. – Суми : Університетська книга, 2009. – 336 с.

5. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологи масс / С. Московичи ; пер. с фр. Т. П. Емельяновой. – М. : Академический проект, 2011. – 396 с.

6. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації : навч. посіб. / З. В. Партико. – Львів : Афіша, 2008. – 292 с.

7. Різун В. В. Маси : тексти лекцій / В. В. Різун. – К. : ВПЦ «Київський університет, 2003. – 118 с.

8. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. / В. В. Різун. – К. : ВЦ «Просвіта», 2008. – 260 с.

Игорь Михайлин

Журналистика и толпа в концепции Сержа Московичи

Рассмотрена концепция массы, толпы и участия журналистики (массовой коммуникации) в их создании. Толпа предусматривает равенство членов, которая достигается выравниванием по нижнему краю. Толпа – иррациональная, непредсказуемая, разрушительная и консервативная общность людей. Она легко поддается внушению. Толпе необходим вождь. Он создает толпу посредством коммуникации. Коммуникация проходит три исторические этапы: разговор, появление технических средств, пропаганда. Сегодня все общество превращено в распыленную толпу.

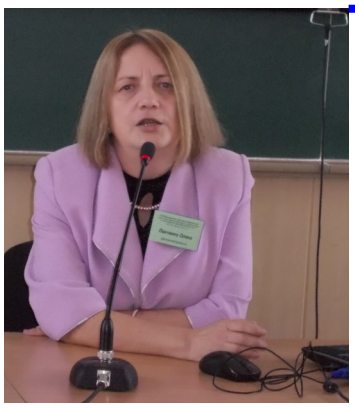
Ключевые слова: масса, толпа, журналистика, коммуникация, Серж Московичи.

Igor Mykhailyn

Journalism and the Crowd in the Concept of Serge Moscovici.

The article is considered the concept of mass and crowd and journalism (mass media) participation in their creation. Crowd provides the equality of members, which is achieved by lining the bottom. The crowd is an irrational, unpredictable, destructive and conservative community of people. It is easily suggestible. The crowd needs a leader. He creates the crowd by communication. Communication runs three historical stages: conversation, emergence of hardware, propaganda. Today the society turned into the dispersed crowd.

Keywords: mass, the crowd, journalism, communication, Serge Moscovici.



Олена ПАНЧЕНКО
доктор філологічних наук,
професор кафедри перекладу та
лінгвістичної підготовки іноземців
Дніпропетровського національного
університету
імені Олеся Гончара

УДК 811.161.1'38

РЕКЛАМНОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ КАК СЖАТЫЙ ТЕКСТ

В статье рассматривается понятие сжатого текста, предлагается его определение, названы жанры современных сжатых текстов. Самые заметные лингвальные особенности сжатого текста анализируются на материале современных рекламных объявлений в периодических изданиях. Эти особенности имеют место на всех уровнях языка. К ним можно отнести графические сокращения, особую роль пунктуационных знаков, преобладание существительных и прилагательных над другими частями речи, короткие простые предложения, семантическую компрессию и тому подобное.

***Ключевые слова**: сжатый текст, компрессия, уровень языка, графические сокращения, семантическая компрессия.*

Актуальность данного исследования обусловлена значительной ролью сжатых текстов (СТ) во многих сферах деятельности человека (реферирование, аннотирование, сообщение новостей, SMS-переписка и др.). В исследованиях современных лингвистов большое внимание уделяется тем разновидностям произведений научно-технического, официально-делового, газетно-публицистического и в определенной мере художественного стиля, которые характеризуются значительной степенью экономии языковых средств. Так, в работах М. Васильевой и Е. Закгейм, В. Кобкова, Т. Ковальчук, В. Мироновой, И. Севбо, Э. Скороходько, В. Соловьева и ряда других авторов рассматриваются композиционные и лингвистические особенности рефератов как образца СТ научно-технического стиля. Новыми разновидностями СТ этого стиля, появившимися в последние годы, можно считать дайджест, форум, он-лайновую статью.

Исследование краткости и компрессии текста ведут Б. Дюндик, И. Инфантова, К. Сухенко и многие другие авторы, однако проблема, связанная с влиянием объема текста на процесс и результат его сжатия, еще остается нерешенной [см. 1–9].

Объем информации, накопленной человечеством, огромен и постоянно увеличивается. Для ее усвоения, хранения и передачи пользователям так или иначе приходится прибегать к сжатым текстам (реферат, аннотация, словарная дефиниция и др.). Сжатые тексты, будучи широко распространенным в различных сферах человеческой деятельности способом общения, представляют собой своеобразное явление со своими устойчивыми параметрами и четкой прагматической направленностью как в статике, так и в динамике.

Под термином «сжатый текст» мы понимаем сообщение, объективированное подобно любому иному тексту в письменной форме, построенное путем сокращения полного текста либо созданное как изначально краткое, предназначенное при необходимости

для дальнейшего развертывания в более объемный текст. Сжатый текст имеет повышенную информативную насыщенность по сравнению с первичным полным вариантом, что достигается благодаря разнообразным обязательным и факультативным средствам всех уровней языка.

С формальной точки зрения сжатые тексты можно разделить на нормированно сжатые и форсированно сжатые, т. е. составленные с нарушением каких-либо существующих норм современного литературного языка. Примером первого типа могут быть тезисы научного сообщения, второго – газетное объявление или словарная статья.

Сжатые тексты имеют комплекс факультативных признаков как в плане выражения, так и в плане содержания. Происходят изменения, направленные на повышение информативной насыщенности текста. Осуществляется количественное сокращение речевого произведения благодаря применению разнообразных графических сокращений, условных обозначений, элиминации лишних слов, эллипсиса вспомогательных лексико-синтаксических единиц. Качественные преобразования в сжатых текстах выражаются в изменении соотношения частей речи, в первую очередь за счет нивелирования служебных слов, информативно насыщенные формы косвенных падежей вытесняют формы именительного падежа; в целом преобладают более простые по составу и значению грамматические категории. Сжатые тексты находят широкое применение в средствах массовой информации, при передаче сообщений по каналам связи» в официально-деловом общении (краткие газетные сообщения, телефонограммы, телефаксы, протоколы, СМС и т. п.).

Получение выводных данных в процессе обработки информации и/или языка сообщения является важной когнитивной операцией человеческого мышления, в ходе которой, опираясь на непосредственно содержащиеся в тексте сведения, человек выходит за пределы данного и получает новую информацию. Такие тексты требуют достраивания ситуации на основе знания мира и восполнения нужных логических связей, понимания того, что имплицируется текстом. В художественной литературе можно найти любопытные примеры этого процесса: *Прочтя в черноморской вечерке объявление: «Сд.пр. ком. в. уд. в. н. м. од. ин. хол.» и мигом сообразив, что объявление это означает – «Сдается прекрасная комната со всеми удобствами и видом на море одинокому интеллигентному холостяку».*

В настоящее время имеется огромное количество бумажных и электронных периодических изданий, в которых собраны краткие газетные объявления, подобные приведенному выше примеру. С целью ограничения фактического материала исследования мы остановимся на менее описанном виде объявлений – объявления о продаже животных.

Как известно, компрессия может проявляться в сжатых текстах на разных уровнях. На графемном уровне компрессия текста осуществляется в следующих случаях:

− буквенные сокращения: к общепринятым сокращениям можно отнести сокращения типа *и т. д.* (и т ак далее), *т. к.* (т ак как), *кг* (килограмм), *км* (километ р), *в.* (век), *вв.* (века), *г.* (год) и некот орые другие, например: *Отдам в **хор**. руки котят, **красив**., **пуш**., 2 **мес**., к **туал**. **приуч**. Звонить: 067...; Клубные щенки Крупные, костистые, классический чистый чепрачный окрас, темные глаза, прикус − норма. Прививки, ветеринарные обработки, родословная **КСУ-FCI**, паспорт, клеймо. Дата рождения: 10.08.2015*;

− специфическое использование знаков препинания: знаки препинания могут играть определенную роль в процессе построения сжатого текста, в частности следует отметить роль скобок, двоеточия, дефиса, многоточия: *Шелти (мини колли, похожна лису) кобель 3 года. Окрас рыжий, белая грудь белые лапы, шерсть длинная, высота в холке*

38 см, знает команды, был в синем ошейнике. Если Вы видели такую собаку и его водят на поводке, просьба позвонить и сообщить место нахождения, так как эта порода очень редкая!

Специфика лингвистического построения различных видов текстов в значительной мере проявляется на их грамматическом уровне (морфологическом и синтаксическом). К морфологическим особенностям сжатых текстов можно отнести: 1) соотношение используемых в них частей речи; 2) особенности функционирования наиболее значимых частей речи и их категорий. Анализ состава речевых единиц сжатых текстов, проведенный лингвистами с точки зрения принадлежности их к тем или иным частям речи, показывает, что практически во всех сжатых текстах, и в частности в текстах учебников, наиболее существенную роль играют имена существительные.

***Щенок, помесь** немецкой **овчарки** и стаффордширского **терьера**, 8 **мес**., в частный **дом**. **Тел**: (067)…* (70 % знаменательных слов представляют собой имена существительные, 30 % − прилагательные).

Механизм сжатия текста, вероятно, наиболее ярко и многообразно проявляется на синтаксическом уровне. Исследуя сжатые тексты на этом уровне, следует обратить внимание на размер и основные типы предложений в сжатых текстах, степень их распространенности, особенности функционирования членов предложения и некоторые другие характеристики. Характерным признаком сжатых текстов, как указывалось выше, является их ограниченный объем, с чем тесно связано определенное количество предложений, используемых в СТ. По данным некоторых ученых, большинство сжатых текстов состоит из сложносочиненного бессоюзного предложения, включающего от двух до пяти частей, например: *Кабан, гибрид вьетнам. и дюрок, приглаш. на вязку вьетнам. и корейс. свинок. Звонить: (093)…; Стаффордширский терьер щенки, 1 мальчик, по 20000 грн, 1 девочка по 10000 грн, по 4 месяца. Тел: (044)…, моб. (098)...*

Семантическая сторона является чрезвычайно важным показателем любого сжатого текста. Эллипсис тематической части сообщения в сжатых текстах занимает значительно заметное место в количественном плане по сравнению с развернутым вариантом. При сжатии исходного варианта полного текста имеет место обратный процесс, то есть прежде всего сокращение тематической части сообщения, что является необходимой предпосылкой создания информативного сообщения. Приведем несколько примеров:

Продаются ручные лори (Nycticebus) Лори – зверёк из отряда приматов. Окрас варьируется от тёмно-коричневого до светло-серого. ***Ни в коем случае нельзя держать Лори как кошку или собаку****.*

*Дрессировка собак весь **спектр** кинологических услуг **Коррекция** поведения собаки Охрана владельца охрана любых объектов Дрессировка собак на **скрытое снаряжение** Пансион с дрессировкой и без индивидуально с выездом на дом Тел. …*

Таким образом, при анализе текстов рекламных объявлений можно сделать следующий вывод: сопоставление сжатого и развернутого вариантов одного и того же текста свидетельствует о том, что основными способами его сжатия являются сокращение количества графем, специфическое использование знаков препинания, эллиптирование членов предложения, упрощение структуры предложения, скрытие дополнительной информации, известной автору и понятной читателю. Перспективу дальнейшего исследования данного вида сжатых текстов мы видим в изучении возможностей перевода рекламных объявлений на английский язык.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алянская Э. А. Свертки и терминологические субституты многокомпонентных определительных терминологических словосочетаний (к проблеме связности и компрессии

английского технического текста) : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.02.04 / Э. А. Алянская. – Л.,1977. – 20 с.

2. Бергельсон М. Б. К вопросу об общей теории языковой редукции / М. Б. Бергельсон // Формальное описание структуры естественных языков. – Новосибирск, 1980. – С.147–161.

3. Василевский А. П. О компрессии речи на разных уровнях / А. П. Василевский, Ю. М. Эмдина // Уровни языка и их взаимодействие. – М., 1967. – С.67−68.

4. Гальперин И. Р. К проблеме дифференциации стилей речи / И. Р. Гальперин // Проблемы современной филологии. – М., 1965. – С. 68−74.

5. Дридзе Т. М. Язык информации и язык реципиента как фактора информационности / Т. М. Дридзе. – М. : Наука, 1980. – 224 с.

6. Дюндик Б. П. К вопросу об экономии в языке и речи / Б. П. Дюндик // Проблемы синтаксиса английского языка. −М., 1970. – № 422. – С. 139−151.

7. Иванченко Р. Г. Лингвистика текста и принципы оптимизации речи : дис. ... д-ра филол. наук / Р. Г. Иванченко. – К. ; Львов, 1988. – 356 с.

8. Кобков В. П. Способы сжатия текста при переводе научно-технической литературы / В. П. Кобков // Язык научной литературы. − М., 1975. – С. 234−244.

9. Скороходько Э. Ф. Лингвистические основы автоматизации информационного поиска : дис. ... д-ра филол. наук / Э. Ф. Скороходько. – К., 1971. – 547 с.

Олена Панченко

Рекламне оголошення як стислий текст

У статті розглядається поняття стислого тексту, пропонується його визначення, названо певні жанри сучасних стислих текстів. Найпомітніші лінгвальні особливості стислого тексту на матеріалі сучасних рекламних оголошень у періодичних виданнях. Ці особливості мають місце на всіх рівнях мови. До них можна віднести графічні скорочення, особливу роль пунктуаційних знаків, переважання іменників та прикметників над іншими частинами мови, короткі прості речення, семантична компресія тощо.

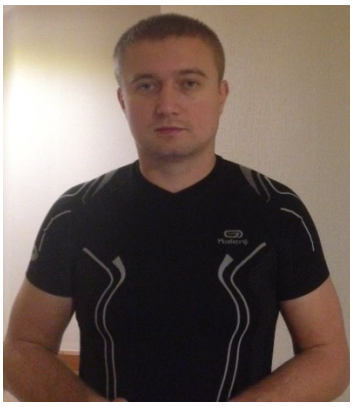
Ключові слова: стислий текст, компресія, рівень мови, графічні скорочення, семантична компресія.

Olena Panchenko

Advertisement as a Brief Text

In the article the notion of a short text is offered, its definition is given, certain genres of contemporary condensed texts are named. The most noticeable lingual features of the brief text are described on the material of modern advertising in periodicals. These features occur at all levels of language. These include graphic abbreviations, a special role of punctuation, nouns and adjectives predominance over other parts of speech, short simple sentences, semantic compression etc.

Key words: brief text, compression, language level, graphic abbreviation, semantic compression.



Сергій ПАНЧЕНКО
кандидат філологічних наук,
докторант кафедри перекладу та
лінгвістичної підготовки іноземців
Дніпропетровського національного
університету
імені Олеся Гончара

УДК 811.111'373

ЯЗЫК КВН КАК ОСОБЫЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

В статье в общем виде ставится проблема лингвального анализа развлекательного медиадискурса. Исследование проведено на фактическом материале текстов Клуба веселых и находчивых. Рассмотрены основные направления теоретических работ, которые необходимы при исследования языка и речи развлекательного медиадискурса. Проанализированы такие признаки языка КВН, как компрессия, вариативность и неожиданность.

***Ключевые слова**: дискурс, развлекательный дискурс, язык КВН, компрессия, вариативность, неожиданность.*

В данной статье в общем виде ставится проблема исследования развлекательного дискурса как явления, имеющего значительный общественный резонанс и в силу этого заметный воспитательный и манипулятивный эффект. Указанное влияние развлекательного медиадискурса на социум определяет актуальность нашего исследования. Теоретическая база исследования включает работы ученых, посвященные анализу характера и особенностей русской народной смеховой культуры (С. Аверинцев, М. Бахтин, Ю. Борев, А. Дмитриев, М. Каган, Д. Лихачев, А. Панченко, Н. Понырко, В. Пропп, Ю. Романенко, М. Рюмина, Б. Рыбаков, Л. Столович, Б. Успенский, Н. Хренов и др.); работы философов, культурологов, психологов, анализирующих феномен игры (Э. Берн, Л. Витгенштейн, Х.-Г. Гадамер, Г. Гессе, К.Гроос, Ж. Деррида, Х. Ортега-и-Гассет, Г. Спенсер, Е. Финк, И. Хейзинга, Я. Хинтикка, Ф. Шеллинг, Д. Эльконин, И. Берлянд, Л. Выготский, Ю. Лотман, Л. Ретюнских, Н. Хренов и др.); работы, посвященные теоретическим аспектам массовой культуры (Т. Адорно, Р. Барт, М. Вебер, Э. Канетти, Г. Лебон, Г. Маркузе, Х. Ортега-и-Гассет, З. Фрейд, Э. Фромм, Й. Хейзинга, С. Аблеев, А. Генис, А. Ильин, И. Кондаков, А. Костина, С. Кузьминская, Ю. Лотман, Е. Соколов, А. Флиер и др.); исследования по теории коммуникации, рассматривающие процесс коммуникации с философской, психологической, игровой, художественно-эстетической сторон (С. Блэк, Ф. Джефкинс, Н. Луман, Ю. Хабермас, К. Ясперс, Н. Богомолова, Л. Володина, А. Зверинцев, В. Лоскутникова, Г. Почепцов, Л. Рыжова, Е. Савруцкая, С. Хоружий и др.).

Тем не менее проблема установления лингвистических особенностей такой популярной разновидности теледискурса, как КВН, еще остается нерешенной. Эта проблема находится в русле важнейших научных исследований языка СМИ [1; 2]. На современном этапе развития язык СМИ обрел господствующее положение среди всех функциональных разновидностей и представляет собой некую обобщенную модель, совокупный образ русского национального языка. Речевая практика СМИ стала

объектом многих лингвистических исследований, которые ввели понятие дискурса и его содержательных вариантов, включая развлекательный дискурс.

КВН − это игра, и основополагающим принципом ее построения является игра языковая, несмотря на огромную роль экстралингвистических факторов. Поэтому **целью** настоящей статьи является описание наиболее значимых лингвальных характеристик текстов КВН как яркого представителя современного развлекательного медиадискурса.

По мнению лингвистов, среди важных признаков языковой игры в КВН, обыгрывая само сокращенное название программы, можно выделить такие:

К − компрессия;

В – вариативность;

Н – неожиданность.

Рассмотрим каждый из этих признаков. **Компрессия** может осуществляться на всех уровнях языка, но, по нашим наблюдениям, в развлекательном дискурсе наибольшую роль играет компрессия на семантическом уровне, что представляет собой пропуск менее существенной части информации, если это не препятствует пониманию сообщения. Это домысливание пропущенной части информации и вызывает юмористический эффект. Приведем несколько примеров.

В школах Люксембурга такой предмет, как география Люксембурга, проходят за 17 минут. Юморист ический эффект заключает ся в подт екст овой информации о т ом, что Люксембург – очень маленькая страна, то есть не имеет заметных географических отличий.

Кошка с девятью жизнями ПОЧТИ перебежала десятиполосный МКАД. За т екстом остается подразумеваемый факт гибели кошки под колесами автомобилей на последней, десятой полосе.

− Я хочу вернуть бумеранг − он бракованный. − А где он? − А я не знаю, я же говорю − бракованный! Я его − фьють! − а он бракованный! Семант ической компрессии подвергается общеизвестный факт, что бумеранг – это оружие, которое должно возвращаться к месту запуска, следовательно, если бумеранг не вернулся – он бракованный.

Еще несколько примеров семантически компрессированных текстов КВН:

Паркур – это перемещение и преодоление городских препятствий. Сбор справок на приватизацию дома – это паркур.

Против природы не попрешь. Очень милая работница жэка все равно тварь (стереотипное восприятие чиновничьего бюрократизма).

Это интересно: почерк арабского врача − самый понятный в мире (ст ереот ипное представление о неразборчивом почерке врача).

Дантист Сергей написал книгу «50 оттенков желтого» (аллюзия на фильм «50 оттенков серого» и ироническое восприятие зубов не белыми, а желтыми).

Все не просто так. Оказывается, кит выбросился на берег, чтобы не мочить манту (при поведении прививки детям предупреждают о необходимоти не мочить ее).

В Нягани девушки не пользуются косметикой, они носят с собой водку (аллюзия на народную паремию о красоте девушек).

В Нягани, если голуби летят брюшком вверх, это означает, что они уважают наш город (т о ест ь на город не гадят).

Вариативность присутствует в КВН на разных уровнях:

− вариативность фонемы или графемы: *Моя учительница английского говорила, что у меня ужасное произношение. Особенно отвратительны были «гэ» и «шо»* (подразумевается диалектное или индивидуальное произношение звуков Г и Ч);

− вариативность словообразующих частей: *− Мне плохо! − На, выпей отравы, тварь! Ой, нет. Выпей отвар из трав!*

− вариативность морфемы: *А это Аркадий. У Аркадия нет* ***отбоя*** *от женщин и есть* ***побои*** *от мужчин*;

– вариативность грамматической формы и значения: *Рэпер с очень дурацкими рифмами за столом сидит, суп* ***едит***; *Мальчик так и не смог решить задачу со* ***звездочкой****, потому что запах этой дряни реально мешает*; *– Ребят, а у меня в подъезде крысы* ***развелись****.– Ничего удивительного. Я изначально не верил в их отношения*;

– вариативность словосочетания: ***Долго ли коротко ли, далеко ли близко, широко ли узко,*** *вот сколько я наречий знаю! А мы продолжаем следить за нашими героями!; Такое впечатление, что курсом рубля управляет фотограф –* ***выше, ниже, чуть выше, ниже***;

– вариативность предложения:

Цыганка, окончившая филфак, проклинает сложносочиненными предложениями с ярко выраженными деепричастными оборотами.

Если на теплоходе играет музыка, то играет «На теплоходе музыка играет»;

Вы об этом никогда не задумывались, но… Антоним к слову антоним – это синоним;

– вариативность заголовка (тематика игр и отдельных конкурсов);

– варианты названий конкурсов – *от простого к сложному, не все так просто– просто сезон – просто зима – просто весна – просто лето – просто праздник какой-то* + вариант ы названий конкурсов – *от простого к сложному, не все так просто;*

– вариативность стиля: *Ну, что, Идолище Поганое, зачем масштаб трагедии?* (использованы слова разных стилей речи: *Идолище Поганое (*художественный), *зачем* (разговорный), *масштаб трагедии* (научно-публицистический);

– передача известного содержания на другом языке: *– Я прошу, ты ж не сдыхай, а то ж я тогда ж поздыхну тоже ж.*

Эффективность дискурса может зависеть и от степени парадоксальности и несочетаемости его частей. Эффект **неожиданности** достигается при нестандартном окончании высказывания или второй реплики диалога, которая не сочетается в традиционном понимании с первой.

Во Львове прошла олимпиада по русскому языку. Жертв нет.

Дети решили отомстить родителям и неожиданно, без предупреждения приехали на дачу.

Очень хитрый бомж начинает мурлыкать, когда подслеповатая бабушка выносит покушать

По золотым зубам Тамары можно сказать, что муж у нее состоятельный, но ревнивый.

Олег никогда не умел намекать, поэтому на день рождения бабушке он подарил образец заявления на наследство.

Дальнобойщик Виталик умеет писать всего три слова. Пустой, гружёный и Виталик.

Собака, хозяин которой любит подольше поспать, сделала себе вторые ключи.

Анализ представленного выше материала позволяет сделать вывод о том, что, поскольку развлекательный текст − это, прежде всего, текст, то в его основе лежит обязательный набор компонентов, необходимых для понимания сути сказанного, то есть, некий лингвистический материал, базирующийся на фундаменте известных речевых произведений и ситуаций, когда путем их компрессии и варьирования создаются принципиально новые дискурсы с ярко выраженным юмористическим эффектом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Будаев П. Е. КВН-хронотоп: социокультурная характеристика : автореф. …. к. социол. н. : 22.00.06 − социология культуры, духовной жизни (социологические науки) / П. Е. Будаев. − Ростов-на-Дону, 2009. – 20 с.

2. Янішевський С. О. КВН як соціокультурне явище: генеза, історія розвитку, сучасний стан: дис. … к. іст. н. : 17.00.01 – теорія та історія культури / С. О. Янішевський. − Київ, 2004. – 203 с.

Сергій Панченко

Мова КВК як особливий лінгвістичний феномен

У статті у загальному виді ставиться проблема лінгвального аналізу розважального медіадискурсу. Дослідження проведене на фактичному матеріалі текстів Клубу веселих та кмітливих. Розглянуто основні напрями теоретичних праць, які стають при нагоді під час дослідження мови та мовлення розважального медіадискурсу. Проаналізовано такі ознаки мови КВК, як компресія, варіативність та несподіваність.

Ключові слова: дискурс, розважальний дискурс, мова КВК, компресія, варіативність, несподіваність.

Serhiy Panchenko

The language of Club of Merry and Quick-witted as a Linguistic Phenomenon

The article generally raises the problem of lingual entertainment media discourse analysis. The study has been conducted on the factual material of texts of Club of Merry and Quick-witted. The main directions of theoretical studies that are required in the study of language and speech entertainment media discourse have been looked through. Such features of the Club of Merry and Quick-witted language as compression, variation and unexpectedness have been analyzed and illustrated.

Key words: discourse, entertainment discourse, Club of Merry and Quick-witted language, compression, variation, unexpectedness.

Тетяна РЕШЕТУХА
кандидат наук із соціальних комунікацій,
викладач кафедри журналістики
Тернопільського національного педагогічного
університету
імені Володимира Гнатюка

УДК 007:304:655:41(477.84)“19”

«ПОДІЛЬСЬКА ТЕАТРАЛЬНА БІБЛІОТЕКА» ВОЛОДИМИРА МАРТИНЕВИЧА У ВИДАВНИЧІЙ СПАДЩИНІ ТЕРНОПОЛЯ 20-30-Х РОКІВ ХХ СТОЛІТТЯ

Розглянуто діяльність видавництва «Подільська театральна бібліотека» Володимира Мартиневича у 20-30-х років ХХ ст., проаналізовано видавничий репертуар та автуру, з’ясовано причини успіху на книговидавничому ринку краю.
***Ключові слова**: історія видавничої справи, «Подільська театральна бібліотека», видавничий репертуар, Володимир Мартиневич, Тернопіль.*

Державний переворот 1926 р. в Польщі привів до влади маршала Ю. Пілсудського. Початок його правління позначився пом’якшенням адміністративних обмежень щодо національно-культурного розвитку українців. Послаблення тиску призвело до значної активізації всіх ланок суспільного життя: створюються нові та пожвавлюють роботу існуючі кооперативні організації, освітні та культурні товариства, політичні й громадські об’єднання, що сприяло утвердженню видавничої справи на теренах Західної України [11, с. 34, 35; 12, с. 159].

У цей час в Тернополі після десятирічної перерви відновлюється українське пресовидання. У 1928-1932 рр. у місті друкували шість часописів, два з яких («Чар-Зілля» і «Літературно-науковий вістник») розповсюджували не лише на західноукраїнських землях, а й за кордоном [2, арк. 1]. У 1928-1931 рр. у краї видається десять із 27 часописів, що виходили тут у міжвоєнний період; лише ці роки позначені пресовиданням власне у Тернополі. Активізується в цей час і книговидання: всі відомі нам видавництва Тернополя, що діяли в міжвоєнний період, розпочали чи пожвавили свою діяльність.

Першим було засновано видавництво «Подільська театральна бібліотека», що випускало у світ невеликі за обсягом (40-60 сторінок, 8^0) драматичні твори, призначені переважно для аматорських театрів і театральних гуртків, які набули тоді неабиякого поширення. Його очолював відомий у Тернополі драматург та книгопродавець, власник книжкового магазину «Книгарня і Антикварня імені Лесі Українки» (1926-1930) Володимир Мартиневич [13, с. 97; 16, с. 462]. Перший свій твір, драму «Міщане», він випускає у Львові у друкарні Ставропігійського інституту коштом Осипа Костецького з містечка Микулинці поблизу Тернополя, де народився і в той час проживав Володимир Мартиневич [16, с. 462]. Того ж 1925 р. виходить його наступний твір «Потерчук», у вихідних відомостях до якого зазначено: «Подільська театральна бібліотека». Тож саме цим роком можна датувати час заснування видавництва. За більш ніж десятиліття

його діяльності вийшло друком близько 40 видань. Пік активності видавництва припадає на 1928-1930 рр., коли побачило світ близько тридцяти книжок. Усі вони (за винятком трьох) були надруковані в єдиній у місті українській друкарні Олександра Салевича і Спілки, відкриття якої припадає саме на 1928 р. [13, с. 97].

Для видання прозових творів одночасно було засноване видавництво «Поділля». У його видавничому репертуарі – твори українських письменників, здебільшого соціально-побутова та історична проза морально-етичної проблематики: «Панич» А. Чайковського, «Захар Беркут» І. Франка, «Тіні забутих предків» М. Коцюбинського, «Непримиренні» О. Кониського, «Через кладку» О. Кобилянської.

У 1930 р. за сприяння В. Мартиневича в Тернополі було започатковано літературний часопис «Сяйво», який при накладі у п'ять тисяч примірників планували поширювати не лише в Західній Україні, а й за кордоном [2, арк. 1]. Спершу дозвіл на його видання намагався отримати Ярослав Омелян, але він одержав відмову польської поліції [6, арк. 14, 15]. Тоді до справи взявся В. Мартиневич. За його редакцією у січні 1930 р. виходить перше і єдине число часопису. Позиціонуючи себе як позапартійне видання, «Сяйво» ставило за мету «очистити сучасну українську літературу з тавра розкладу і занепаду, а українську літературну мову – з безлічі чужих слів… получити нерозривним ланцом всі шари українського громадянства» [10, с. 197]. На жаль, втілити задумане не вдалося. Пацифікація, початок якої припадає на 1930 р., очевидно, спричинилася до того, що перше число часопису стало єдиним, яке побачило світ.

Займаючись книготоргівлею і маючи власну книгарню, В. Мартиневич налагодив розповсюдження книжок видавництва. Їх можна було замовити не лише в Тернополі, а й у книгарні Наукового товариства імені Шевченка у Львові, а також за кордоном: у книгарнях «Ukrainain Bazar» у Нью-Йорку (США) та Вінніпегу (Канада), в Українській книгарні Т. Савули у Відні (Австрія), про що було зазначено у рекламних оголошеннях з переліком випущених друків, які розміщували на останніх сторінках видання чи на обкладинці.

Драматичні твори, що ввійшли до «Подільської театральної бібліотеки», призначалися для театральних колективів, які створювали при читальнях товариства «Просвіта», гуртках «Рідна школа», і це зумовлювало тематичний та жанровий репертуар друків. Поряд із творами відомих українських драматургів (І. Тобілевича, І. Федорака, М. Старицького, М. Кропивницького) тут видавали твори маловідомих тепер, але популярних на той час місцевих авторів: В. Мартиневича, Я. Коссовського, С. Бєлої, С. Бучака, А. Шатковського, Є. Рудого, В. Герасимовича та ін. Для В. Мартиневача, І. Федорака, Я. Коссовського це були перші публікації власних творів. Побачили світ і п'єси за творами І. Франка «Борислав сміється» та «Захар Беркут», перероблені для театру П. Франком. [15, с. 659; 16, с. 461].

Більшість опублікованих п'єс належала до комедійного жанру: «Гріхи молодості», комедія на три дії, «Досиджувала посагу», комедія на три дії, «Трьох до вибору», комедія на три дії – усі В. Мартиневича, «Паливода», комедія на чотири дії І. Тобілевича, «Побережники» та «Депутати до Відня» комедії на одну дію І. Федорака, «Вій», комедія на п'ять дій М. Кропивницького, «Живі покійники», фарс на три дії Конич-Лисенка, «Більш засоромився, як налюбився», комедія на три дії Е. Рудого, «Чар однострою», комедія на три дії М. Вацика, «Арендар в клопоті», комедія в чотирьох діях М. Білянського та ін. Друкували історичні драми: «Маруся Богуславна», історична драма на п'ять дій М. Старицького, «Пам'ятні могили», ескіз на одну дію В. Мартиневича, «Захар Беркут», історична драма на чотири дії за однойменним твором І. Франка, «Довбуш», драма на п'ять дій Я. Коссовського тощо. Вийшли друком і драматичні образки з народного життя («Міщане», драма на п'ять дій, «Потерчук», п'єса

зі співами і танцями з народного життя на п’ять дій В. Мартиневича та ін.), які легко було інсценізувати, вони не потребували багатого реквізиту й декорацій. Окремими випусками видавалися драматичні твори для дітей та молоді – серія «Діточий театр», у якій вийшли друком комедія на одну дію «Ще той ся не вродив, щоб усім догодив» і драма на три дії «Русалка Бжілка» Є. Рудого, а також драма на три дії «Ой, видно село» С. Бучака.

Про популярність видань «Подільської театральної бібліотеки» свідчить той факт, що їх неодноразово згадували в тогочасних періодичних виданнях, які мали відділи бібліографії. Зокрема на сторінках часопису «Що читати?» за 1927-1929 рр. згадано практично всі драматичні твори, що вже вийшли на той час у видавництві [17-20]. У спеціалізованих виданнях товариства «Просвіта», що популяризували дозволені до показу вистави із зазначенням номера дозволу й установи, яка проводила цензуру, «Спис цензурованих українських, п’єс дозволених владою до вистави», зазначено вісімнадцять друків із «Подільської театральної бібліотеки», назви шести з них винесено на 2-4 сторінки обкладинки, очевидно як такі, що користуються найбільшою популярністю [14]. У переліку книг, що вийшли у видавництві, який традиційно вміщувався на останній сторінці видання чи обкладинці, неодноразово можна прочитати, що наклад того чи іншого твору «на вичерпано» [8].

Невисока ціна на друки «Подільської театральної бібліотеки»: від одного до двох з половиною злотих, а на драматичні твори «Діточого театру» – близько половини злотого [17, с. 6, 7], а також доволі значні наклади (близько 3 тис. примірників) [5, арк. 5 зв.], – робили їх доступними аматорським гурткам і читальням.

Ще одним підтвердженням популярності «Подільської театральної бібліотеки» є численні звернення керівників товариств «Просвіта», «Рідна школа» до Тернопільського воєводського управління з проханням «проведення цензури і уділення дозволу до театральних вистав» драматичних творів, опублікованих видавництвом [1, арк. 9-11, 16-18; 3, арк. 21, 22; 4, арк. 1, 63, 86-88].

Окремі видання «Подільської театральної бібліотеки» зазнавали цензурних утисків з огляду на їх зміст. Часто такі конфіскації відбувалися без достатньо обґрунтованих доказів, лише за суб’єктивним висновком цензора. Так, у 1928 р. Тернопільське повітове староство конфіскувало «Пам’ятні могили» В. Мартиневича. Як зазначалося в листі повітового старости Маліцького до прокурора (L 26509/K), у брошурі «описана збройна боротьба на території Східної Малопольщі з червня 1918 року до липня 1919 року», «автор описує політичне становище руського народу на території Речі Посполитої» і «під виглядом випадків воєнно-політичного розпаду Австрії проводить аналогію з Польщею» [7, арк. 5]. З огляду на це староста конфіскував наклад видання і передав розгляд справи до прокуратури [7, арк. 5 зв.], але окружний суд відхилив його прохання, бо «не побачив у його змісті [змісті видання] характеру злочину» [7, арк. 12]. Увесь наклад було повернено власникові – В. Мартиневичу.

Видавництво «Подільська театральна бібліотека» залишило помітний слід у видавничій спадщині Тернополя міжвоєнного періоду. Це один із найуспішніших видавничих проектів краю того часу: видавництво поширювало свою продукцію не лише Європою, але й американським континентом, де на той час була чисельна українська діаспора. Тематична й жанрова палітра опублікованих творів свідчить про ґрунтовний аналіз видавцем (В. Мартиневичем) читацького попиту та кон’юнктури книговидавничого ринку (драматичні твори для аматорських театральних гуртків, що діяли чи не в кожному осередку «Просвіти» в краї та за його межами). Припинення діяльності «Подільської театральної бібліотеки» на початку 30-х років ХХ ст. є ще одним прикладом посилення утисків українськомовного книговидання на теренах Західної України, що почалися з постанням політики «пацифікації».

ЛІТЕРАТУРА

1. Державний архів Тернопільської області (ДАТО). – Ф. 231 Тернопільське воєводське управління. – Оп. 1. – Спр. 1463 (Листування з повітовим староством про цензуру друматичних творів) [пол., укр.]. – 32 арк.

2. ДАТО. – Ф. 231 Тернопільське воєводське управління. – Оп. 1. – Спр. 1464 (Щомісячні рапорти повітових староств про періодичну пресу на території повітів Тернопільського воєводства) [пол.]. – 8 арк.

3. ДАТО. – Ф. 231 Тернопільське воєводське управління. – Оп. 1. – Спр. 1744 (Листування з Міністерством внутрішніх справ Польщі і повітовими староствами Тернопільського воєводства про перевірку цензурою друкованих видань та нагляді над друкарнями на території воєводства) [пол.]. – 154 арк.

4. ДАТО. – Ф. 231 Тернопільське воєводське управління. – Оп. 1. – Спр. 2101 (Заяви керівників товариств «Рідна школа» та інших про видачу дозволів на театральні вистави і листування з цього приводу) [пол., укр.]. – 150 арк.

5. ДАТО. – Ф. 275. Тернопільський комісаріат державної поліції. – Оп. 1. – Спр. 218 (Інформація почтового і телеграфного управлінь про конфіскацію окремих друкованих видань, газет і журналів) [пол.]. – 18 арк.

6. ДАТО. – Ф. 275. Тернопільський комісаріат державної поліції. – Оп. 1. – Спр. 461 (Розпорядження Тернопільського староства та слідчого відділу про конфіскацію окремих видань, часопису «Сяйво» і заборона подальшого видання) [пол.]. – 16 арк.

7. ДАТО. – Ф. 231 Тернопільське воєводське управління. – Оп. 1. – Спр. 1151 (Листування з повітовими староствами і органами поліції про конфіскацію деяких періодичних видань). – 39 арк.

8. Білянський М. Арендар в клопоті : народна комедія в 4 діях / М. Білянський. – Львів ; Тернопіль ; Нью-Йорк : Накладом видавництва «Подільська Театральна Бібліотека» в Тернополі; З друкарні А. Салевич і С-ки в Тернополі, 1928. – 36 с.

9. Виноградник Т. Великої правди Учитель / Т. Виноградник. – Снятин : ПрутПринт, 2004. — 128 с. + 12 вкл. (Скарби отчої землі).

10. Галушко М. Українські часописи Тернополя і Тернопільщини (1886–1944 рр.): історико-бібліографічне дослідження / НАН України ; ЛНБ ім. В. Стефаника ; Відділення «Науково-дослідний центр періодики» ; відп. ред. Л. В. Сніцарчук / М. Галушко. – Львів : [б. в.], 2008. – 352 с.

11. Дроздовська О. Українські часописи повітових міст Галичини (1865–1939): історико-бібліографічне дослідження / О. Дроздовська ; наук. ред.-консультант М. М. Романюк. – Львів : [б. в.], 2001. – 364 с.

12. Лук’яненко С. Українське питання в національній політиці Польщі (1921–1939 рр.) / С. Лук’яненко // Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету ім В. Гнатюка. Сер.: Історія / заг. ред. проф. М. М. Алексієвця. – Вип. 3 : Національно-державне відродження слов’янських народів Центрально-Східної Європи крізь призму 85-річчя. – Тернопіль : ТДПУ, 2003. – С. 158-161.

13. Сосновський М. Українське господарське життя в Тернополі / М. Сосновський // Шляхами Золотого Поділля / ред. С. Конрад. – Філадельфія : [б. в.], 1960. – С. 87-98.

14. Спис цензурованих українських пєс, дозволених владою до вистави. – Львів : Накладом кооперативи «Т-во Просвіта», 1929. – 38 с.

15. Струпка М. Яків Косовський (1899-1975) / М. Струпка // Шляхами Золотого Поділля. Тернопільщина і Скалатщина : регіональний історично-мемуарний збірник. – Філядельфія, Па ; Нью-Йорк ; Париж ; Сідней; Торонто : [б. в.], 1983. – Т. ІІІ. – С. 659.

16. Тернопільський енциклопедичний словник : у 3 т. / передм. Г. Яворського. – Тернопіль : Збруч, 2005. – Т. 2. – 706 с.

17. Що читати? : щоквартальник / Книгарня Наукового Товариства імені Шевченка у Львові ; відп. ред. В. Паліїв. – 1927. – Ч. 1. – С. 6, 7, 15.

18. Що читати? : щоквартальник / Книгарня Наукового Товариства імені Шевченка у Львові ; відп. ред. В. Паліїв. – 1928. – Ч. 1 (2). – С. 6,7.

19. Що читати? : щоквартальник / Книгарня Наукового Товариства імені Шевченка у Львові ; відп. ред. В. Паліїв. – 1928. – Ч. 3 (4).

20. Що читати? : щоквартальник / Книгарня Наукового Товариства імені Шевченка у Львові ; відп. ред. В. Паліїв. – 1929. – Ч. 1(6).

Татьяна Решетуха

«Подильська театральна библиотека» Владимира Мартыневича в издательском наследии Тернополя 20–30-х годов XX века

Статья посвящена деятельности издательства «Подильська театральна библиотека» Владимира Мартыневича в 20-30-е годы XX века. Проанализировано его издательский репертуар и причины успеха на книгоиздательском рынке края.

Ключевые слова: история издательского дела, «Подильська театральна библиотека», издательский репертуар, Тернополь, Владимир Мартыневич.

Tetyana Reshetukha

Vladimir Martynevych's «Podilska Teatralna biblioteka» («Podolsky Theatrical Library») in Publishing Heritage of Ternopil 20-30-ies of XX Century

The article deals with publishing activities Vladimir Martynovich's «Podilska Teatralna biblioteka» in 20-30 years of the twentieth century, analyzed publishing repertoire and the reasons for success in the publishing market.

Keywords: history of publishing, «Podilska Teatralna biblioteka» («Podolsky theatrical library»), publishing repertoire, Vladimir Martynovich, Ternopil.

Інна ГОРБЕНКО
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри видавничої справи
та редагування
Запорізького національного університету

УДК: 0.25.133:004

ОЦИФРУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ КНИЖКОВИХ ВИДАНЬ БІБЛІОТЕК

У статті розглядаються особливості збереження книжкових бібліотечних видань. Зокрема звертається увага на основні принципи й методи оцифрування друкованих документів, визначаються типові функції електронного фонду Запорізької обласної універсальної наукової бібліотеки ім. О. Горького (ЗОУНБ).
***Ключові слова**: бібліотека, інформація, книга, копія, оцифрування, сканер.*

Питання технології оцифрування книжкових видань були об'єктом наукового вивчення таких вітчизняних дослідників: І. Коханова [2], К. Лобузіна [3], В. Мамрай [4], Л. Назаркевич [5], Н. Самохіна [6], С. Шульженко [8] та ін. Окремі аспекти організації поповнення фонду електронними документами, як складової частини документно-інформаційного ресурсу ЗОУНБ, дослідила І. Степаненко, справедливо наголошуючи на необхідності переведення текстів, особливо цінних, рідкісних документів в інформаційно-машинну форму в повному обсязі [7]. Проте комплексного дослідження оцифрованого книжкового фонду ЗОУНБ не здійснено. що і визначає **актуальність** публікації.

Мета статті – дослідження методу оцифрування як засобу збереження книжкових видань у ЗОУНБ. Для досягнення поставленої мети треба виконати такі **завдання**: описати основні принципи роботи засобу оцифрування книжкових видань ЗОУНБ; визначити типові функції електронного фонду ЗОУНБ.

Упровадження сучасних технологій зберігання книжкових видань – це важливий процес у бібліотечній установі. У практичній роботі ЗОУНБ широко використовується метод оцифрування видань з метою збереження друкованої продукції. Серед переваг цього методу – швидкий доступ до інформації для великої кількості віддалених користувачів одночасно. Першочерговому перенесенню інформації на електронні носії підлягають рідкісні і цінні видання, а також замовлення з відділу «Краєзнавства».

Метод зберігання документів на електронних носіях не може розглядатися як оптимальний, коли йдеться про забезпечення довготривалого зберігання та використання інформації. Оптичні диски легко пошкоджуються, устаткування швидко морально старіє. Виникає потреба періодичного перенесення копій на нові носії. Перенесення інформації з паперового носія на інший коштує досить дорого, крім того неможливо зовсім уникнути зовнішнього негативного впливу на друковану продукцію. Тому бібліотека дуже відповідально підходить до відбору документів, визначаючи їх цінність: як часто видання надається користувачам, чи наявні примірники в інших бібліотеках, чи був він

збережений на іншому носії. Усе це дає змогу уникнути зайвої витрати коштів і часу на опрацювання, а також звести до мінімуму пошкодження книжкових видань.

Роботу зі зберігання фонду ЗОУНБ виконує відділ автоматизації та інформатизації. Одне із найважливіших завдань, поставлене перед фахівцями, – виявлення та аналіз рідкісних та цінних видань, визначення спільних дій зі збереження й використання видань у бібліотеці.

Створення подібної колекції через застосування спеціального обладнання для оцифрування з технологією розпізнавання тексту і перетворення його на один із поширених форматів дозволяє ввести в науковий обіг унікальні документи історичної та культурної цінності. Нагальною потребою є автоматизація створення бібліографічного запису в каталозі бібліотеки на основі аналізу повного тексту електронного документа.

Особливі вимоги ставляться до якості оцифрованих стародруків, які в електронному вигляді існують у таких варіантах: як страхова копія (документ дуже високої якості оцифрування) і як інформація – документ для користувача, в якому зосереджена додаткова інформація про це видання. Страхові копії зберігаються недоторканими на випадок втрати оригіналу внаслідок надзвичайних подій.

При визначенні масиву для оцифрування фахівці відділу автоматизації та інформатизації враховують:

1) вид документа;

2) фізичний стан матеріального носія;

3) формат документа, вагу, товщину і тип палітурки, кутів можливого розкриття документа;

4) запит користувачами;

5) запит працівниками бібліотеки;

6) цінність, унікальність і кількість примірників;

7) значення для історії та культури Запорізького краю.

У бібліотеці використовуються сканери, що дозволяють переносити інформацію, не розшиваючи палітурки. Вони придатні для роботи зі старими виданнями, документами нестандартних форматів; оперативно створюють високоякісні копії з мінімальною участю оператора. На сьогодні в ЗОУНБ найкраще відповідають цим вимогам апарати Epson Perfection V30 Scanner і Mustek Paragon PRO 3600 A3.

Виокремимо такі основні технологічні підсистеми цифрового комплексу ЗОУНБ:

1) створення цифрових копій;

2) опису та обліку цифрових ресурсів;

3) обробки та управління цифровими ресурсами;

4) пошуку та публікації цифрових ресурсів.

Розглянемо детальніше функціональні особливості цих підсистем та ланки технологічного циклу формування оцифрованого фонду ЗОУНБ.

На підготовчому етапі визначається обладнання, необхідне для оцифрування кожного виду документа; відбувається оцифрування документа (сканування в одному із апаратів або фотографування цифровою камерою).

Фахівці бібліотеки працюють за такою схемою, яка окреслює технологічний процес виготовлення оцифрованих копій книжкових видань і включає виконання таких дій:

1) аналіз стану видання та підготовка книги до оцифрування;

2) вибір й установка параметрів апарату;

3) сканування видання;

4) контроль якості процесу оцифрування;

5) зберігання цифрових копій.

Власне сканування складається з трьох етапів: сканування оправи (обкладинки), основної частини книги, кольорових вклейок та ілюстрацій. Фахівець вводить

параметри сканування, оптимальні для різних типів книжкових сторінок. Він приймає рішення про сканування книги в кольорі або у відтінках сірого. Зазвичай, видання не оцифровується у чорно-білому варіанті, навіть якщо книга чорно-біла, оскільки сканер повинен тоді вирішувати, що робити чорним, а що білим. Скажімо, вигин на сторінці може бути переданий чорним і створить чорні смуги і плями. Якщо ж пляма (смуга, інший дефект) сірого (або іншого – при кольоровому скануванні) кольору, а текст чорного (відмінного від дефекту) кольору, то дефект усувають на стадії обробки шляхом видалення із зображення кольору плями. Тому книжки з пожовклими сторінками оцифровують у кольорі, щоб мати можливість усунути жовте забарвлення. Часто чорно-біле сканування розриває лінії і шрифт (скажімо, буква *d* виглядає, як *cl*), тому для якісного оцифрування його, зазвичай, не використовують. За потреби сторінки переводять у чорно-білий формат, коли зображення почищене.

Отримані зображення проходять процес технічної пакетної обробки (вирівнювання, розрізання, обрізання, корекція викривлень та експозиції). У ході цього оцифрування можуть виникати труднощі. Наприклад, не кожну книгу можна повністю розкрити для сканування, вона деформується, необхідно враховувати товщину книги та палітурки, кожну сторінку документа, що оцифровується, технічно редагувати, за потреби зменшувати або збільшувати контрастність зображення, правильно встановлювати сторінку на робочому столі сканера тощо.

Таким чином, після сканування отримані файли містять зміщені й повернені відносно один одного сторінки книги, низький контраст, темні плями біля корінців і полів – там, де книга нещільно прилягала до скла сканера. У такої сторінки в незміненому вигляді мало шансів бути розпізнаною без помилок у PDF-формат. Усунути всі дефекти і підвищити якість розпізнавання тексту допомагає пакетна обробка. Отже, обробка – це найбільш складний етап оцифрування видань.

Останньою стадією оцифрування книжкового видання є створення електронного документа у форматі PDF, що використовується для виготовлення читацьких копій, які можуть бути розміщені у вільному доступі. Цей формат спочатку називався «комп'ютерним» видавничим форматом, розрахованим на максимально точне відображення електронного документа на будь-яких пристроях. Він показує найкращі результати саме при збереженні спочатку електронних документів.

При збереженні у форматі PDF фахівці віддають перевагу виконанню в програмі FineReader, а при фінішній обробці – Adobe Acrobat. Перш ніж дати програмі команду на збереження оцифрованої книги, фахівець обов'язково налаштовує потрібні параметри, формати і виставляє опцію на вкладці PDF. Після обробки якість графіки зростає на 25%. Налаштувавши програму, можна сміливо зберігати всі розпізнані сторінки в один файл, після цього електронна книга придатна для читання. На сайті оцифрована книга представлена у форматі PDF.

Структура записів бази даних включає всю необхідну інформацію про збереження цифрового об'єкта: формат, структуру і використання цифрового ресурсу, історію всіх операцій, проведених над об'єктом збереження, в тому числі будь-які зміни, автентичність, технічну історію, історію зберігання, відповідальність, права, пов'язані зі збереженням тощо.

Далі зображення передаються засобами захищеного мережевого протоколу операторові для перевірки повноти та якості виготовлених зображень. Після перевірки повноти і якості цифрових копій, їхнього первинного опису та обліку матеріал надходить на доопрацювання.

Навіть за цих умов виникають значні проблеми, насамперед через велику вартість такої роботи. Без матеріальної підтримки держави чи навіть створення єдиного центру оцифрування окремим книгозбірням вирішувати ці проблеми дуже складно.

Оцифровану інформацію зберігають у пам’яті бібліотечного комп’ютера і зберігають на компакт-дисках.

Головна перевага компакт-дисків полягає в тому, що якість відтворення зберігається повністю, копії виробляються практично миттєво, інформацію можна передати на будь-яку відстань. Разом з тим залишається проблематичною довговічність вихідного носія внаслідок технічних операцій над ним, адже хімічні реакції, що починаються під впливом світла, незворотні. Вони тривають, навіть коли документ знаходиться у спокої в абсолютно темному сховищі. Висока температура при зйомці, перегинання корінців та інші фактори теж негативно впливають на матеріали первинного носія інформації.

Після запису дисків та повторної перевірки якості запису цифровий матеріал видаляється з жорсткого диска оператора з метою вивільнення місця для наступних надходжень оцифрованих документів. Далі цикл формування наступних дисків страхового фонду повторюється. Паралельно можуть створюватися декілька дисків – залежно від різних проектів оцифрування: газети, рукописи, стародруки тощо.

Паралельно із формуванням страхового фонду для більшості документів на основі отриманих цифрових зображень виготовляються їхні електронні версії з метою подальшого оприлюднення для широкого кола користувачів.

Цифровий фонд ЗОУНБ є мультиформатним зібранням документів, сформованим за колекційним принципом. Цифрові матеріали опрацьовуються у тісній співпраці з фахівцями відділу автоматизації та інформатизації, що дає змогу формувати тематичні електронні колекції. Основні типи колекцій упорядковуються відповідно до визначеної тематики: суспільні науки, історія, держава і право, місцеві органи влади, техніка, економіка, сільське господарство, харчове виробництво, культура, наука, просвітництво, мистецтво, мовознавство, освіта, літературознавство, природні науки, охорона здоров'я, фізична культура і спорт, психологія, документи універсального змісту, художня література. У відділі «Ресурси» можна знайти оцифровані колекції про Запорізький край. Описи документів у цифровому фонді супроводжуються назвою книжкового видання та мініатюрною фотографією палітурки [1].

Цифровий проект ЗОУНБ, крім оцифрування документів окремих фондів, також передбачає створення електронних виставок, головна мета яких – візуалізація представлення користувачам інформації про цінні колекції та окремі документи, що зберігаються у найбільшій книгозбірні країни. Основу такої віртуальної експозиції утворює галерея оцифрованих зображень, відібраних для презентації документів. Модель виставки складається із таких основних блоків: рік публікації, назва, анотація, презентаційне зображення, інформаційна довідка, галерея, тематичні теги [1].

При організації цифрових виставок бібліотека стикається з такою проблемою: відсутність чіткого планування процесу оцифрування фондів. Проте при визначенні пріоритетів його реалізації оцифруванню унікальних, особливо цінних документів відведено одне з перших місць.

Отже, оцифрування книжкових видань – складний технологічний процес, який потребує послідовного системного підходу. Комплексна програмно-технологічна та науково-організаційна політика ЗОУНБ сприяла налагодженню логічної послідовності технологічних ланок формування електронного ресурсу, створенню умов для ефективного управління цифровим фондом, організації популярних он-лайнових інформаційних ресурсів: електронних колекцій та виставок, створенню умов для зручного та ергономічного використання оцифрованих матеріалів віддаленими користувачами бібліотеки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Запорізька обласна універсальна наукова бібліотека ім. О. Горького [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http : // zounb.zp.ua

2. Коханова І. Вплив чинників збереження на стан схоронності документних фондів / І. Коханова // Вісник Харків. держ. акад. культури. – 2011. – № 33. – С. 115-123.

3. Лобузина Е. Оцифровка библиотечных фондов как средство предоставления доступа к историко-культурному и научному наследию / Е. Лобузина // Библиотеки национальных академий наук: проблемы функционирования, тенденции развития. – 2012. – № 10. – С. 222-231.

4. Мамрай В. Збереження документальних фондів у системі бібліотечно-інформаційної діяльності / В. Мамрай // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – К. : НБУВ, 2012. – № 34. – С. 133-142.

5. Назаркевич Л. Сучасні процеси сканування й одночасного мікрофільмування, збереження та оперативного доступу до документованої інформації / Л. Назаркевич // Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – К. : НБУВ, 2011. – № 34. – С. 140-145.

6. Самохіна Н. Організація повнотекстових електронних ресурсів у Національній бібліотеці України імені В. І. Вернадського / Н. Самохіна // Бібліотечний вісник . – 2014. – № 6. – С. 13-17.

7. Степаненко І. До питання формування повнотекстового електронного ресурсу : матеріали Всеукр. науково-практичної конференції директорів державних та обласних універсальних наукових бібліотек (14-17 жовтня 2003 р.) [Електронний ресурс] / І. Степаненко // ОУНБ ім. Д. І. Чижевського. – Режим доступу : http : // library.kr.ua/conference/stepanenko.html

8. Шульженко С. Перенесення на альтернативні носії інформації як засіб збереження бібліотечних фондів / С. Шульженко // Бібліотечний вісник. – 2014. – № 3. – С. 18-21.

Инна Горбенко

Оцифровка как средство сохранения книжных изданий библиотек

В статье рассматриваются особенности сохранения книжных библиотечных изданий. В частности обращается внимание на основные принципы и методы оцифровывания печатных документов, определяются типичные функции электронного фонда Запорожской областной универсальной научной библиотеки им. А. Горького (ЗОУНБ).

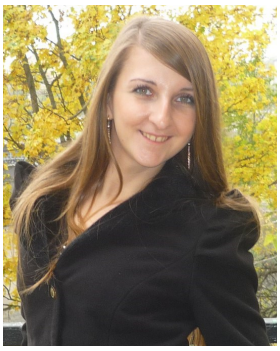
Ключевые слова: библиотека, информация, книга, копия, оцифровывание, сканер.

Inna Gorbenko

Digitization as a Means of Preserving Books Editions Libraries

The article reviews saving the library's book publications. In particular the highlights basic principles and methods of digitization printed documents, determined typical functions of electronic fund Zaporizhzhya Regional Universal Scientific Library named after A. Gorky (ZRUSL)

Keywords: library, information, book, copy, digitization, scanner.



Оксана ЛІВІЦЬКА
кандидат філологічних наук,
асистент кафедри журналісти
Кам'янець-Подільського національного
університету імені Івана Огієнка

УДК 821.111-1.09+070.421

ТОМАС СТЕРНЗ ЕЛІОТ – РЕДАКТОР

Розглянуто особливості діяльності Т. С. Еліота як редактора, який був прихильником поширення культури різних країн, протилежних політичних поглядів і художніх смаків. Проаналізовано основні критерії відбору авторських матеріалів. Встановлено роль Т. С. Еліота у функціонуванні періодичних видань Англії та США.
Ключові слова: *автор, періодичне видання, редактор, Т. С. Еліот.*

Один із найвідоміших редакторських доробків належить Томасу Стернзу Еліоту, який розумів становище і автора, і редактора, оскільки водночас виконував ці дві провідні ролі. Вивченню спадщини Т. С. Еліота присвячено значну кількість праць [1; 2; 3]. Однак можемо констатувати дефіцит розвідок щодо сфери видавничої та редакторської справи митця.

Т. С. Еліот співпрацював з різними журналами, у яких не раз декларував свої політичні, ідейні, естетичні позиції. Велика частина ранньої еліотівської поезії і критики публікувалася в журналах, зокрема такі поетичні твори: «Любовна пісня Дж. Альфреда Пруфрока» («Поетрі», 1915), «Прелюди» («Бласт», 1915), «Рапсодія вітряної ночі» («Бласт», 1915), «Пошепти безсмертя» («Літтл Рев'ю», 1918), «Суїні випроставшись» («Арт енд Леттерз», 1919) і т. д. Багато критичних праць також вперше з'явилося в періодиці: «Генрі Джеймс» («Літтл Рев'ю», 1918), «Традиція та індивідуальний талант» («Егоїст», 1919), «Гамлет» («Атенеум», 1919), «Метафізичні поети» («Таймз літерері Саплемент», 1921), «Улісс», порядок і міф» («Дайал», 1923), «Ланселот Ендрюз» («Таймз Літерері Саплемент », 1926) та ін.

Перші спроби редакторської діяльності Т. С. Еліота простежуються в журналі «Гарвард Адвокат» («Harvard Advocate»), у якому митець займав посаду редактора (1909–1910). Подальша праця Т. С. Еліота в якості заступника головного редактора пов'язана з журналом «Егоїст» (1917-1919), проблематика якого формувалась у широкому просторі новітніх ідей політичної філософії, психології, історії мистецтва і літератури. Важливу роль у виданні відігравали публікації про новітні тенденції у цих та інших сферах. Вагомим внеском у становлення нової парадигми художньої літератури можна вважати літературні дебюти поетів та прозаїків (В. Льюїса, Дж. Джойса, В. Б. Єйтса, Т. С. Еліота), які друкувалися у цьому журналі.

Серед системних інновацій варто відзначити, що «Егоїст» став першим виданням, у якому почали публікувати відгуки і коментарі читачів, які, на думку редактора, були важливими для покращення комунікації з аудиторією. Нотатки, що містили читацькі інтерпретації літературних подій, друкувались у кожному випуску відразу після вступної статті та займали близько однієї-двох сторінок. До того часу англійські періодичні

видання допускали хіба що дискусії між двома постійними дописувачами, зазвичай, відомими письменниками або критиками. «Егоїст» поширив можливість дебатів на масового читача. Отже, журнал залучив широку читацьку аудиторію до філософських і літературознавчих обговорень. У царині художньої літератури і літературної критики це стало важливою комунікаційною новацією.

Діяльність Т. С. Еліота в журналі «Егоїст» відображає зародження основних концепцій літературної критики митця. У цьому виданні він отримав перший серйозний досвід роботи редактора літературного журналу. Зауважимо, що пізніше у власному журналі «Крайтеріон» митець практично нічого не писав про сучасну поезію. Саме в «Егоїстові» Т. С. Еліот найяскравіше заявив про себе у якості критика віршованих творів сучасників – предусім георгіанців. Мабуть, жоден інший напрям у літературі редактор так нещадно не критикував, як цей. Для Т. С. Еліота поезія георгіанців була втіленням деградації культури, урочистості «масової людини», «розпаду сприйнятливості», зневаги до точності вираження. Парадоксальним чином Т. С. Еліот, який апелював до традиції, у контексті літератури того часу був революціонером. А георгіанців, які наслідували неблизькі Еліотові традиції романтичної і вікторіанської поезії, автор критикував ним саме за відсутність традиції, розглядуваної в глобально-історичному і космополітичному вимірах.

У 1922 р. Т. С. Еліот заснував журнал «Крайтеріон», у якому виконував роль головного редактора до 1939 р. Це було одне з найупливовіших періодичних видань, яке протягом майже двох десятиліть відігравало значну роль у культурному житті Великобританії. Коментар редактора, що з'являвся у кожному номері, відображав зростання консерватизму позиції Т. С. Еліота в питаннях політики і культури. Незважаючи на це у журналі друкувалися письменники, які дотримувалися протилежних точок зору. «Крайтеріон» позиціонував себе, за задумом головного редактора, як журнал загальноєвропейський, що репрезентує і популяризує культуру різних країн. Це видання не мало чіткої політичної платформи і відображало не одну чиюсь думку або позицію, а їх різноманітність. Тому з першого номера (жовтень, 1922 р.) на сторінках журналу висловлювалися протилежні, малосумісні погляди як крайньо лівої, так і правої орієнтації. Т. С. Еліот згуртував навколо «Крайтеріона» європейську культурну еліту і вже в перший рік видрукував тут твори Л. Піранделло, В. Вульф, Е. М. Форстера, П. Валері, В. Б. Єйтса.

У прощальному зверненні до читача («Last Words») в останньому номері журналу (січень, 1939 р.) Т. С. Еліот ще раз підкреслив цю важливу міжнародну місію редагованого журналу: «Метою «Крайтеріона» було встановлення тісних відносин з іншими аналогічними літературними журналами на континенті і в Америці, а також створення в Лондоні власного міжнародного інтелектуального форуму» [5, с. 271]. За наміром засновника, саме цим інтернаціональним характером журнал повинен був відрізнятися від традиційних «товстих» англійських літературних видань.

«Крайтеріон» став не тільки практичним втіленням модерністського універсалізму і космополітизму, а й реалізацією еліотівської концепції «Європейської свідомості» («the mind of Europe»). Зауважимо, що вперше Т. С. Еліот вводить це поняття в есе «Традиція та індивідуальний талант» («Tradition and Individual Talent»). На сторінках «Крайтеріона» друкувалися роботи авторів різних національностей, протилежних політичних поглядів і художніх напрямків, виходили статті академічного характеру, огляди сучасного культурного життя в різних країнах, рецензії на книги, йшли дискусії про комунізм і фашизм, релігію і культуру, політичну ситуацію в європейських країнах тощо.

Важливу роль «Крайтеріон» зіграв у популяризації «нового» мистецтва, зокрема в ньому регулярно публікувалися роботи модерністських авторів: Дж. Джойса, Д. Г. Лоуренса, Р. Фрая, Е. Паунда, У. Льюїса та ін. У передмові до восьмитомного перевидання всіх номерів журналу («Фабер енд Фабер», 1967 р.) Т. С. Еліот зазначає, що пишається тим, що зумів надати читачам праці не тільки представників свого покоління, а й молодих авторів, таких як: У. Х. Оден, С. Спендер, Ф. Л. Макніс.

У «Крайтеріоні» митець регулярно друкував власні поетичні твори, критичні статті, редакторські коментарі, численні рецензії тощо. У першому номері журналу було опубліковано поему «Безплідна земля», яка стала еталоном модерністських творів. У журналі було надруковано такі поетичні тексти Т. С. Еліота: «Три вірші» (№ 10, січень 1925), «Фрагмент прологу» (№ 4, жовтень 1926), «Фрагмент агону» (№ 1, січень 1927), «Вітання» (№ 1, січень 1928), «Вправи для п'яти пальців» (№ 47, січень 1933) та ін.

У цьому виданні опубліковано ряд літературно-критичних і соціокультурних есе Т. С. Еліота: «Призначення критики» (№ 5, жовтень 1923), «Чотири єлизаветинських драматурги» (№ 6, лютий 1924), «Ідея літературного рев'ю» (№ 1, січень 1926), «Аксьон Франсез», м. Моррас і м-р Уорд» (№ 3, березень 1928), «Література фашизму» (№ 31, грудень 1928), «М-р Барнс і м-р Роуз» (№ 33, липень 1929) та ін. Залишається тільки дивуватися працездатності редактора, який, крім відбору матеріалу, переговорів і листування з авторами, готував для кожного номера редакторські коментарі, рецензії.

«Крайтеріон», тираж якого ніколи не перевищував 800 екземплярів, став одним із найбільш авторитетних «майданчиків» для оприлюднення англійського і загальноєвропейського літературного мистецтва. Спочатку журнал не мав суто літературного характеру. З часом його «синтетична» й інтердисциплінарна спрямованість лише посилювалася. Т. С. Еілот не раз зауважував про недопустимість «змішування» окремих сфер і дисциплін, розуміючи відмінності «правил гри» [9, с. 164]. Але наприкінці 1920-х років редактор звертається до «синтетичного» підходу. У 1926 р. у журналі «Крайтеріон» Т. С. Еліот писав про те, що не може обмежити літературний огляд лише літературними питаннями [6, с. 3–4]. Більшість еліотівських критеріїв оцінки поезії застосовувалися і до текстів з інших галузей знань. Характерним зразком цього підходу стала «синтетична» збірка «Ланселоту Эндрюсу» (1928) [4].

Особливістю видання «Крайтеріон» була відсутність у ньому будь-якої єдиної «школи» [8, с. 133]. Так, одним із постійних авторів журналу був Г. Рід, який виступав із романтизму, сюрреалізму, анархізму і психоаналізу [11, с. 109-126]. Т. С. Еліот вважав: «Чим більше конфліктів і підозрілості, тим краще: так усі будуть союзниками в одних стосунках і ворогами в якихось інших, і жоден конфлікт, заздрість або страх не переможе...» [10]. Такого принципу дотримувався головний редактор «Крайтеріону». Загалом багато ідей та літературних новацій митця (англо-американських модерністів 1910-х рр.) почали набувати широкого визнання саме на сторінках цього видання.

Ключовим критерієм відбору поезії 1920-х рр. для журналу «Крайтеріон» була точність формулювання фрази, образу (що багато в чому перетиналося з «імперсональністю» й «індивідуальністю» в еліотівській системі цінностей). Основними рисами поезії в журналі (за усієї її різноманітності) були «об'єктивованість», прагнення уникати невмотивованих повторів, штампів, кліше, невдалих епітетів.

Якщо не всі поети, які з'являлися на сторінках «Крайтеріону», створювали «об'єктивний корелят», то, принаймні, вони були цілком поглинуті об'єктом, прагнули дати кожній думці й емоції точне словесне вираження. Головні еліотівські вимоги до

поезії були сформульовані в листі О. Степлдону: «вражаюча конкретність» і оригінальний ритм, обов'язковий, на думку редактора «Крайтеріона», і для «вільного вірша».

Опублікована у журналі в 1930-і рр. поезія в основному продовжувала тенденції, характерні для більш раннього періоду, хоча, паралельно з поліпшенням ставлення Еліота-теоретика до метафори, спостерігалося посилення образного начала. У «Крайтеріоні» публікується широке коло поетів, проте перевагу віддано С. Спендеру і Л. Макнісу. Їх просування (разом з У. Х. Оденом, для кар'єри якого журнал мав відчутно менше значення), на думку головного редактора, було одним з основних досягнень видання.

Твори С. Спендера і Л. Макніса, опубліковані в еліотівському журналі, позбавлені традиційних термінів літературознавства. Художній пошук авторів виражався в різнорідних рисах, які ріднили їх з імажизмом, експресіонізмом, метафізичною поезією, сюрреалізмом (і загалом – із авангардом), соціальним реалізмом. С. Спендер і Л. Макніс, на відміну від Т. С. Еліота, який використовував передусім як певний фактичний матеріал літературні алюзії, переважно послуговувалися метафорами у своєму прагненні створити унікальні інтелектуальні еквіваленти емоцій. «Об'єктивний кореляту» створювався не лише з «об'єктів», але й зі складних метафоричних складових. У поетичних текстах С. Спендера і Л. Макніса були закладені шляхи подолання «сухості» і «механічності» еліотівської поетики.

Отже, Т. С. Еліот сформулював основні принципи аналізу поетичних творів, їх редакційного опрацювання та підготовки до друку. Недарма митець писав: «Наша мета була не стільки добиватися домінування якихось певних ідей, скільки підтримувати інтелектуальне життя на всеможливому високому рівні» [7]. Таке прагнення розкриває суть редакторської діяльності Т. С. Еліота, яка відіграє значну роль для редакторів сучасних видань.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ackroyd P. T. S. Eliot : A Life / P. Ackroyd. – New York : Simon and Shuster, 1984. – 400 p.

Bush R. T. S. Eliot : A Study in Character and Style / R. Bush. – Oxford : Oxford UP, 1984. – 287 p.

2. Frye N. Anatomy of Criticism: Four essays / N. Frye. – London : Penguin Books, 1990. – 383 p.

3. Eliot T. S. For Lancelot Andrewes. Essays on Style and Order / T. S. Eliot. – L. : Faber and Faber, 1970. – 112 p.

4. Eliot T. S. Last Words // The Criterion. Collected Edition / T. S. Eliot. – Vol. 8. – L., 1967. – P. 271.

5. Eliot T. S. The Idea of a Literary Review // The Criterion / T. S. Eliot. – 1926. – January. – Vol. IV. – № 1. – P. 3–4.

6. Eliot T. S. Selected Essays / T. S. Eliot. – L. : Faber and Faber, 1963. – 544 p.

7. Eliot T. S. The Letters of T.S. Eliot. – Vol. 4 : 1928 – 1929 / T. S. Eliot. – L. : Faber & Faber, 2013. – P. 133.

8. Eliot T. S. The Use of Poetry and the Use of Criticism. Studies in the Relation of Criticism to Poetry in England / T. S. Eliot. – L. : Faber & Faber, 1934. – P. 64.

9. Gluckman M. Custom and conflict in Africa / M. Gluckman. – Oxford : Basil Blackwell, 1966.

10. Harding J. The «Criterion» : Cultural Politics / J. Harding. – P. 109 – 126.

Оксана Ливицкая

ТОМАС СТЕРНЗ ЭЛИОТ – РЕДАКТОР

Рассмотрены особенности деятельности Т. С. Элиота как редактора, который был сторонником распространения культуры разных стран, противоположных политических взглядов и художественных

вкусов. Проанализированы основные критерии отбора авторских материалов. Установлена роль Т. С. Элиота в функционировании периодических изданий Англии и США.

Ключевые слова: автор, периодическое издание, редактор, Т. С. Элиот.

Oxana Livitska

Thomas Stearns Eliot is Editor

The article deals with the main features of T. S. Eliot's editorial activity. T. S. Eliot was the supporter of distribution of culture of different countries, opposite political looks and artistic directions. The basic criteria for selection of authorial materials are analysed. The role of T. S. Eliot in the functioning of periodicals of England and the United States is found out.

Key words: author, editor, periodicals, T.S. Eliot.

Катерина ДЕЙКУН
студентка Прилуцького
гуманітарно-педагогічного коледжу
імені Івана Франка,
науковий керівник – кандидат філологічних наук
Ю. Шакура

УДК 070:37(477)

БУКТРЕЙЛЕР ТА БУККРОСИНГ – НОВІТНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ У ПРОМОЦІЇ КНИГИ

Розглянуто нові маркетингові стратегії, які стають перспективними в сучасному видавничому бізнесі. Проаналізовано поняття буктрейлера, буккросингу та вивчено пріоритетність їх застосування у промоції книги.

Ключові слова: *книга, промоція, стратегія, буккросинг, буктрейлер, видавничий бізнес.*

Розвиток сучасного інформаційного суспільства диктує нові умови у способах і засобах поширення інформації. Ефективність стандартних методів просування видавничого продукту повільно знижується. Все більше рекламних носіїв та ефірного часу необхідні для поширення інформації про нову друковану продукцію.

Роль книжки у формуванні окремої особистості й суспільства загалом виявляється у низці функцій, зокрема естетичній, соціально-комунікативній, інформаційній, ідеологічній. Однак на сучасному етапі її значення недооцінене. Про це свідчать відомості щодо низького рівня читання в Україні, особливо небажання знайомитися з літературою сучасних вітчизняних авторів. За статисткою, 82,2 % населення впродовж 2011 р. не прочитали жодної книжки українських письменників.

Щоби зацікавити аудиторію, підштовхнути її до активних дій, необхідно влаштовувати заходи, спрямовані на популяризацію читання, говорити на шпальтах періодики, в ефірі телебачення і радіо про конкретні твори та їхніх авторів. Промоційні акції, здійснювані видавництвами, книгарнями, бібліотеками, фаховими виданнями, пресою, окремими людьми, зазвичай, не набувають масового характеру, а отже, не є реалізованими на повну потужність. У наш час цю масовість здатна забезпечити всесвітня мережа Інтернет.

Пошук альтернативних методів просування видавничої продукції у світовій павутині, що відповідали б як мінімум двом умовам – доступна вартість «ідеї» та бажаний маркетинговий ефект, є сьогодні доволі перспективним. Це і зумовлює **актуальність** нашої розвідки.

Мета статті – дослідити нові маркетингові стратегії популяризації книги, а саме буккросинг і буктрейлер.

В останні роки це питання активно цікавило закордонних науковців. Відзначимо працю С. Хіла та Г. Ріфкіна «Радикальний маркетинг», у якій розглянуто основні положення нестандартних методів просування. Провідне місце у цьому напрямі посідає праця «Бізнес в стилі Шоу» Б. Шмітта, Д. Роджерса.

Серед вітчизняних учених це питання розглядалося менш активно, що пов'язано з відставанням українських ринків у розвитку книговидання. Так, дослідження у цій сфері проводили Т. Діброва, Л. Балабанова, Г. Гольдштейн, І. Іванов, О. Катаєв. Сьогодні питання підбору та застосування альтернативних методів просування книжкової продукції залишається актуальним, відкритим та потребує подальшого опрацювання.

Розглядати способи промоції книжки в Інтернеті варто, поділивши їх на дві групи: 1) вихідці з традиційних ЗМІ; 2) породжені мережею. Серед найпоширеніших форм популяризації книжок, віднесених до першої групи, можна виділити онлайн-програми, рецензії та книжкові огляди, інтерв'ю з письменниками, анонсування подій, пов'язаних із випуском нових творів, літературні дайджести, нариси про знані персоналії у сфері літератури, фотоконкурси, рейтинги. До другої групи відносять: 1) флешмоби, 2) буккросинг, 3) банер, 4) буктрейлер, 5) чати та форуми письменників.

Саме буктрейлер у книговидавничій справі сьогодні набуває поширення і визнання. **Буктрейлер** – короткий відеоролик за мотивами книги, яку планують опублікувати (за аналогією до анонсів-трейлерів до кінофільмів), і до видань, що вже вийшли друком. Бібліотечні трейлери створюють як до сучасних книг, так і до творів літературної класики. Метою створення буктрейлера є спонукання прочитати книгу, зацікавити нею. Ця форма передбачає образну, інтригуючу розповідь про книгу [5].

Перші відеоролики про книги почали з'являтися у 2002 р. і набули популярності з розвитком YouTube та подібних сервісів. У 2003 р. відбувся перший публічний показ буктрейлера: про десятий роман вампірської саги Крістін Фіхан «Темна симфонія». Розвиток соціальних мереж, блогів, серверів відеоінформації, на зразок YouTube, призвів до того, що у багатьох країнах представлення кожного бестселера супроводжується буктрейлером. Зараз над створенням таких роликів у США працюють провідні кінокомпанії. В Україні та Росії буктрейлери з'явилися в 2009 р. Першими буктрейлерами в Україні вважають відеоролики до детективів Наталки та Олександра Шевченків «Кривава осінь у місті Лева», «Оксамитовий перевертень» та до книги Ігоря Померанцева «Винарні» [11].

На відміну від закордонних книгороликів, українські трейлери у кращому випадку назбирують по кілька сотень переглядів. Лише деякі продивилось більше тисячі користувачів, але це зумовлено переважно не якістю ролика, а зірковістю самого автора й роботою піар-служб видавництв. Спостережено, що немало кліків додає поява у кадрі автора. Так, буктрейлер до книги «Голова Якова» Любка Дереша зібрав майже 5 тисяч переглядів, хоч і зазнав критики в затягнутості й одноманітності відеоряду.

Створення буктрейлера стало справжнім мистецтвом. На спеціалізованих фестивалях, які ініціюють відомі бібліотеки, журнали та окремі видавництва, навіть вручають нагороди за найкращі роботи в цьому жанрі. Найвідоміші премії: Moby Awards (вручає американське видавництво Melville House Publishing); Book Video (заснована лондонською книгарнею Foyles); Trailee (вручає американське видання School Library Journal). Схожі премії є майже в усіх розвинутих країнах. В Україні кращі буктрейлери виявляють шляхом проведення конкурсів за участю бібліотек та Української бібліотечної асоціації (УБА) [9]. Серед них: Всеукраїнський конкурс «Оживають герої на екрані у рекламі», організований Державною бібліотекою України для юнацтва за підтримки УБА (перший відбувся 15 березня – 15 жовтня 2013 р.); «Читаємо з Клубом сімейного дозвілля», який проводить УБА спільно з партнером – видавництвом «Клуб сімейного дозвілля» (перший відбувся 15 січня – 15 березня 2014 р.); конкурс ініційований Гете-Інститутом в Україні (перший відбувся 1 лютого – 20 травня 2014 р.).

Переважно тривалість буктрейлера не перевищує трьох хвилин. Він не містить спойлерів – інформації про сюжет книги. За призначенням буктрейлери поділяють на

видавничі (вихід нової книги) та бібліотечні (про книгу з фонду). Така форма популяризації оригінальна й ефективна, особливо серед користувачів, які не люблять читати рецензії.

Першими просувати буктрейлери почали книжкові видавництва, побачивши в цьому ресурсі новий інструмент для ведення бізнесу (в Україні – це видавництво «Грані Т»). Потім цю ідею підхопили бібліотекарі, започаткувавши конкурси буктрейлерів. Так, у Херсоні у вересні 2012 р. проводився конкурс на кращий ролик серед бібліотек Херсонської ЦБС [6]. Проте в Україні буктрейлери – це рідкість, порівняно зі США. Хоча зробити навіть елементарне відео й «викласти» його безкоштовно у YouTube нескладно.

Розміщують буктрейлери переважно на сайтах літературних порталів або книжкових магазинів. Наприклад, на сайті книгарні «Є» демонструють промо-ролик до книжки Еда Стаффорда «Уздовж Амазонки» (видавництво «Темпора»). У YouTube його переглянуло 3275 користувачів. Навряд чи така кількість людей прочитала б рецензію на книжку.

Буктрейлер допомагає знаходити нових читачів. На відміну від книжкового ринку, який «упав» у 2 рази за останні п'ять років, Інтернет а стільки ж розширив свою аудиторію, і тепер за обсягом витраченого часу в українців перемагає читання книг майже в три рази [10]. Відеоформат в Інтернеті зараз актуальний та ефективний: YouTube б'є всі рекорди за популярністю. Настав час використовувати цей канал для пошуку свого читача і поширення творчості та особистого бренду.

Буктрейлер вирішує кілька завдань: звертає увагу на книги; створює аудиторію читачів; формує персональний бренд письменника. Ці завдання повинні бути в сфері уваги сучасного автора. На їх виконання, як і на творчість, має виділятися достатня кількість часу.

Ще одна новітня маркетингова стратегія, яка набуває поширення на теренах України – це **буккросинг** – громадський рух, що діє за принципом соціальних мереж і близький до буктрейлера. Звичайно, цей рух ще не досягнув таких обертів, як наприклад в Америці, та за відносно короткий час таки завоював свою нішу у видавничій справі України.

Буккросинг – це процес обміну книгами. Прочитавши книгу, людина залишає її у громадському місці, щоби інша випадкова людина могла цю книгу знайти. Спостереження за «подорожжю» книги здійснюється через спеціальні інтернет-сайти [1].

У липні 2007 р. Сінгапур став першою офіційною буккросинговою країною у світі. Ініціатива належить Національній бібліотеці Сінгапуру: по всій країні було призначено 2000 «гарячих точок» як офіційних зон буккросингу. У 2010 р. буккросингові зони відкрито в Сербії; 2014 р. вуличні публічні буккросингові безпечні полиці нарешті з'явилися і в Україні: у Львові, Києві, Хмельницькому, Херсоні. Цей рух може стати новою прибутковою справою для видавництв, які орієнтуватимуться на попит споживачів та враховуватимуть такий досвід у своїх планах-проспектах.

Існує кілька різновидів буккросингу:

- за допомогою **безпечних місць** (полиць, шаф);

- букрей (англ. *bookray*) – пересилання книги поштою, по ланцюжку, від одного учасника до наступного, часто за кордони країн та континентів. Книга не повертається до буккросера, що «відпустив» її;

- букрінг (англ. *bookring*) – єдина відмінність від букрею: книгу повертають власникові [6; 10-12].

Найбільшу популярність флешмоб здобув у Європі. В італійському буккросингу, який називають по-італійськи PassaLibro, беруть участь навіть державні установи.

Наприклад, влада Флоренції подарувала рухові 4000 книг, які були поширені через ринки міста й будинок мерії. Як і в Америці, в книгу вкладають листок із телефонами, адресами електронної пошти та адресою сайту радіопередачі, а також із поясненнями умов «гри». Буккросинг користується попитом й у Франції. Країни, в яких цей рух набув популярності, є найрозвинутішими в плані книговидання.

В Україні цей рух менш популярний, ніж у європейських країнах. Проте полички буккросингу є у більшості великих міст: Києві, Харкові, Миколаєві, Луцьку, Львові, Хмельницькому, Дніпропетровську, Кривому Розі, Одесі, Івано-Франківську, Тернополі, Рівному, Херсоні, Донецьку, Луганську, містах Криму та в багатьох менших містах [8]. В останні роки буккросинг почав поширюватися у містечках та навіть селах.

Буккросинг в Україні підтримує багато книгарень, кафе, клубів, бібліотек. Вони відкривають «безпечні полиці», або «зони буккросингу», тобто місця, де книги залишаються у відносній безпеці і не потраплять до рук двірника, поліції або недобросовісних «любителів книг», які привласнюють «відпущені» книги.

Активісти буккросингу почали популяризувати рух, починаючи з 2008 р. Основною проблемою поширення був мовний бар'єр, оскільки міжнародний сайт не мав версії українською мовою. Тому активісти цього руху вирішили створити якісний україномовний сайт – bookcrossing.net.ua [2]. Веб-ресурс почав працювати в 2013 р., на якому вже до кінця наступного року було зареєстровано більше 3300 книг, з яких «звільнено» понад 2700. Зареєстрованих буккросерів – більше тисячі з усієї України [2]. Активісти сайта є ініціаторами створення книжкових «шаф»-бібліотек для обміну. Такі «шафи» є у Львові, Києві та Хмельницькому, коди від замків є на сайті та у офіційних спільнотах сайта. На 2015 р. більше 2000 книг було «розсіяно». За допомогою цього руху популяризація видання стає доступнішою: усього за кілька «кроків» про книгу можуть дізнатися тисячі користувачів ресурсу.

Новизна руху сприяє його пріоритетності на сучасному книговидавничому ринку. Це явище може стати новою прибутковою справою для видавництв, які орієнтуватимуться на попит споживачів та враховуватимуть такий досвід у своїх планах-проспектах.

Отже, сучасний видавничий ринок потребує оновлення свого стратегічного наповнення. Багато якісних, нових, конкурентоспроможних книг не знаходять свого споживача і залишаються лише на полицях книгарень. Такі проблеми пов’язані з незнанням видавцями новітніх маркетингових стратегій, які повинні застосовуватися на книжковому етапі редакційно-видавничого процесу. Часто видавці не цікавляться запитами читацької аудиторії, а діють навмання, що й призводить до негативних наслідків.

Провівши дослідження, можна зробити висновки, що промоція книжки в Інтернеті – ефективний спосіб популяризації читання в добу інформатизації та глобалізації. Аналіз новітніх форм просування книжки довів, що найрізноманітніше вони представлені на літературних порталах. Вважаємо, що значно активніше в цьому напрямку мають працювати видавництва, книгарні та, звісно, самі письменники. Можна перейняти зарубіжний досвід створення комп’ютерних ігор, в основу яких покладено літературні твори. Ефективним є створення буктрейлерів.

З розвитком новітніх інформаційних технологій повинні розвиватися і видавці. Новітніми напрямами є явища буккросингу та буктрейлера, що здійснюються за допомогою Інтернету, що є невід’ємною частиною життя сучасної людини.

ЛІТЕРАТУРА

1. Буккросинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://bookcrossing.net.ua/full_page_menu_work.php?id=1&menu=info&page=1&stat.9.12.2012

2. Bookcrossing [Електронний ресурс] // Буккросинг в Україні [сайт]. – Режим доступу : http://uk.wikipedia.org/wiki/BookCrossing

3. Біличенко О. Культурно-виховна роль книги в умовах формування інформаційного суспільства : автореф. … канд. пед. наук : 07. 00. 08 / О. Л. Біличенко; Харків. держ. акад. культури. – Х., 2001. – 18 с.

4. Біличенко О. Функціональні особливості художньої літератури в системі соціальної комунікації / О. Біличенко // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 7. – С. 49–52.

5. Словник нових бібліотечних термінів [Електронний ресурс] / ЦРБ ім. П. Тичини ; уклад. Осипенко В. М. – К., 2013. – Режим доступу : http://ru.calameo.com/read/000693638d7bc4c171c7c;

6. Судин А. Ю. Неоплачувані прийоми реклами у книжковій справі [Електронний ресурс] / А. Ю. Судин. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/pivs/2008_1.pdf

7. Ключковська Г. Книжкова промоція як взаємодія книжкової справи та ЗМІ (засади формування української моделі) : автореф. ... канд. філол. наук / Г. М. Ключковська. – К., 2000. – 20 с.

8. Копистинська І. Тенденції сучасного вітчизняного книговидання: організаційний, тематичний та рекламно-промоційний аспекти (1991–2003 рр.) : дис. … канд. філол. наук / І. Копистинська. – К., 2004. – 223 с.

9. Поцілух О. Буктрейлер по-українськи: додаткова промоція книги чи забавки для видавця? [Електронний ресурс] / О. Поцілух, О. Хмельовська // Читомо. – Режим доступу : http://www.chytomo.com/ news/buktreyler-po-ukrayinsky-dodatkova-promotsiya-knyhy-chy-zabavky-dlya-vydavtsya.

10. Танчин Л. Особливості PR-діяльності у процесі популяризації книги та просуванні її на ринок [Електронний ресурс] / Л. М. Танчин. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/pivs/2008_1.pdf

11. 10 українських буктрейлерів [Електронний ресурс] // Inspired. Джерело натхнення. – Режим доступу : http://inspired.com.ua/books/ukrainian-booktrailers/.

Екатерина Дейкун

Буккросинг и буктрейлер – новейшие маркетинговые стратегии по промоции книги

Рассмотрены новые маркетинговые стратегии, которые становятся перспективными в современном издательском бизнесе. Проанализировано понятие буккроссинга, буктрейлера и изучена приоритетность их применения в презентации книги.

Ключевые слова: продвижение, стратегия, буккроссинг, буктрейлер, издательский бизнес.

Kateryna Deykun

Bookcrossing and Buktreyler is New Marketing Strategies of Promoting Book

The article deals with new marketing strategies that are promising in today's publishing business. It analyzed the concept bukkrossing, buktreyler studied and prioritize their use in the presentation of the book.

Key words: promotion, strategy, bookcrossing, buktreyler, publishing business.

Марина КОНОНЕНКО
студентка Прилуцького гуманітарно-педагогічного коледжу імені І. Франка,
науковий керівник –
кандидат педагогічних наук Наталія Грона

УДК 007 : 304 : 659.3

ПАТОГЕННІ ТЕКСТИ НА ШПАЛЬТАХ МІСЦЕВИХ ГАЗЕТ

Розглядаються особливості використання та функціонування патогенних текстів у пресі Чернігівщини. Встановлено негативний вплив, розповсюджених засобами масової інформації повідомлень, які часто маніпулюють свідомістю адресата та руйнують його психологічні і духовні основи світогляду.

***Ключові слова**: пропаганда, маніпуляція, текстова структура, патогенність, деморалізація.*

У часи масової інформатизації суспільства важливе раціональне управління інформаційним потоком. Одним із основних завдань цього вагомого процесу є формування навичок правильного сприйняття інформації, свідомого вибору засобів і методів її обробки. Відповідно до цього текстову структуру розглядають як складну комунікативну систему, детерміновану такими її складниками, як особистість автора та читача в сукупності їх психологічних, когнітивних, соціально-культурних та інших особливостей. Текст повідомлення не завжди несе позитивне інформаційне навантаження або ж якісно впливає на сприйняття реципієнта. Інколи отримана інформація може спричинити зрушення свідомості, оскільки текстова структура, як продукт творчості (у значенні вдосконалення, збагачення, розвитку діяльності людини, спрямований на створення духовних і матеріальних цінностей, пройнятий елементами нового), почасти стає причиною протилежних та негативних процесів. Такі тексти називають патогенними, буквально «хвороботворними», адже вони завдають шкоди психічному або моральному здоров'ю людини, гальмують її розвиток. За визначенням К. Серажим, це тексти, що містять пропаганду класової, расової ворожнечі, порнографію, гіперболізовану рекламу, тексти тоталітарного спрямування [4, с.161].

Зовсім інше питання – навмисне створення та застосування патогенних текстів у засобах масової інформації з метою деморалізації окремої особи, групи людей, суспільства загалом чи населення певної країни. Прикладом патогенності у періодичних виданнях може бути не тільки кримінал чи політика. Сучасні ЗМІ намагаються якомога більше впливати на свого читача. Задля цього виникають все нові і нові способи маніпуляції, методи нав’язування думок та посилення характеру впливу. Активніше застосовуються і різновиди «хвороботворних» текстів: насильство, гіперболізована реклама, пропаганда, порнографія. Не становить винятку і періодика Прилуччини на Чернігівщині. Застосування різних методів маніпуляції забезпечують виданню прибутки, рейтинги і підтримку органів влади.

Мета статті полягає у дослідженні текстів патогенного характеру в місцевій пресі та аналізі неправомірного використання у ній маніпулятивних, хвороботворних» засобів.

Патогенні тексти ми віднайшли на шпальтах місцевих газет «Град Прилуки» (далі – ГП) та «Відомості Чернігівщини» (далі – ВЧ).

1. Явище патогенності притаманне рекламі, тексти якої є шкідливими, оскільки ґрунтуються на сугестії (підсвідомому впливові, гіпнозі) [5, с. 12]. Вона лише шкодить реципієнту, адже нав'язує щось конкретне, позбавляє права вибору. Публікація із гіперболізованою рекламою (ВЧ, 18.02.2015) займає майже півсторінки, побудована на засобах маніпуляції. Зокрема, заголовок переконує читачів у потрібності товару: «*Кращий подарунок чоловікові – набір інструментів*». Протягом усієї статті використовуються маніпулятивні прийоми: «кожен повинен мати», а також акцентується увага на незамінності цих інструментів, їхній універсальності та необхідності у професійній діяльності.

2. Засоби масової інформації не тільки здатні транслювати перебіг подій, а й поставити аудиторії конкретне запитання, звертаючи увагу на певну проблему, підібрати потрібний контекст, зорієнтувати реципієнта підсвідомо підтримати чи розвинути подану ідею [2, с. 45]. Так, стаття «Пенсійні зміни: кому чого чекати?» (ВЧ, 18.03.2015) має своєрідну структуру, що здатна керувати діями адресата, засвоїти лише ті істини, на яких наголошує автор. Суттєво впливають на читача й поставлені ультиматуми: «*Хочете пенсії – прощайтеся з спецпосадами*», «*менше 1453 гривень не буде*». Подібні формулювання можуть викликати в читача відчуття зверхності, неминучості, посіяти паніку. «*Електроенергія дорожчає – переходимо на свічки*» – промовистий заголовок статті (ВЧ, 18.03.2015), у якому застосовано перебільшення. Матеріал відразу викликає хвилювання та тривогу в читача, тому вважаємо, що він має патогенний вплив.

У газеті «Відомості Чернігівщини» часто використовується ефект «обманутого очікування». Творить його суперечність між заголовковою одиницею та змістом статті. Наприклад, заголовок «*Політа боїться за своє майбутнє*» створює ефект чогось кримінального, що безперечно привертає увагу читача. Проте після прочитання розумієш, що мова йде про фінансову кризу.

3. Публікація «*ОСББ за рік – не пропозиція, а необхідність*» (ВЧ, 17.06.2015) відверто акцентує увагу на примусовому переході до іншого житлово-комунального устрою і має пропагандистський характер. На неминучості змін наголошує рубрика «*Вибір без вибору*», а також речення у тексті: «*Однак із 1 липня в них практично не буде вибору*». Також патогенність статті підкреслює й принцип контрасту, який є одним із способів маніпуляції – ознаки «хвороботворності» тексту. Емоції, які виникають після прочитання, асоціюються із психологічним тиском на підсвідомість реципієнта.

Матеріал «*Лічильників усім не вистачить*» (ВЧ, 17.06.2015) – своєрідна маніпуляція, мета якої – спонукати до переходу населення на приватне газопостачання, вигідне державі. Тут використовують не маніпуляцію думками, а маніпуляцію діями, що вагоміше для людської психіки. На думку С. Кара-Мурзи, з трьох основних форм тиску на людину – фізичного насильства (насильства щодо конкретних індивідів), соціального тиску (насильства, що загрожує правам і свободам індивідів і суспільству) і психологічного впливу («промивання мізків», маніпулювання переконаннями, цінностями, почуттями, поведінкою), останній найбільш небезпечний [1, с. 87].

4. Публікація «*Зростає все, окрім добробуту*» (ВЧ, 01.07.2015) викликає лише негативні емоції, бо розповідає про суттєвий ріст інфляції, підвищення цін на товари та послуги. Ця стаття не несе якогось нового інформаційного навантаження, а містить лише суху та негативну статистику. Тож вплив такої статті розцінюємо, як патогенний, бо вона підриває довіру до держави та шкідливо впливає на читача.

5. Стаття «*Жить стало лучше, жить стало веселей*» (ВЧ, 22.07.2015) схожа на попередню своїми патогенними особливостями, проте побудована на різкому контрасті

«все погано сьогодні – зробимо краще завтра» (прийом маніпуляції), а для більшої переконливості наведено цифри та факти. Проте поданий матеріал – відкрита пропаганда політичної сили, зокрема конкретного депутата, а також його політичного блоку. Автор порівнює Україну з «Титаніком», обіцяє «не дати потонути кораблеві».

6. Ще одна політична пропаганда розміщена в газеті «Град Прилуки». Вона масштабніша й професійніша. Запитання-заголовок «*Що привіз Яценюк із США?*» (ГП, 24.06.2015) відразу зацікавлює читача. Це пропаганда вже не одного політика, а влади загалом. Авторитетність інформації забезпечують такі слова: «*експерти відзначають* (анонімне джерело – *М. К.*): *поїздка виявилася результативною*», «*рішучі зусилля українського уряду*», «*вдалося залучитися підтримкою*». Тут в одному абзаці два рази наголошено на необхідності реформ (прийом повторення). Особливо підкреслено роль А. Яценюка в цій поїздці: «*Найголовніше, що вдалося А. Яценюку, – отримати підтримку США*». Хоча в цій же статті зазначалося, що – зусиллями всього уряду. Присутня також антиреклама політичного блоку «Батьківщина»: «*На цьому тлі огульна критика з боку деяких депутатів з коаліції, особливо з «Батьківщини»*.

7. Публікація «*Дмитро Барнаш: «Проводимо систему опалення до ладу*» (ГП, 08.07.2015) – політичний піар-хід. Вдало використано лід статті: «*міський голова – за тепло в кожному домі*», який декларує готовність мера допомогти кожному. Не дивно, що використано «вдалі словосполучення», які ніби тиснуть на свідомість, формуючи «правильну» думку: «мер міста не зволікає з рішенням», «наше завдання – зробити перехід якомога комфортнішим» і т. ін. Окремий абзац цієї статті – відверта маніпуляція: «*Усе просто: чим більше людей зараз перейдуть на систему автономного опалення, тим менше коштів вони будуть сплачувати…*».

8. Матеріал «*Рука дружби Заходу, а не простягнута рука України*» (ГП, 22.07.2015) – політична реклама влади. Це звіт про успішність дій влади, зокрема прем'єр-міністра А. Яценюка, поступове відродження України та ін. Ця стаття є вдалим прикладом застосування маніпуляцій та прихованої реклами на сторінках ЗМІ. Подібні статті розміщено і в інших номерах газети (24.06.2015; 29.07.2015); вони мають спільні ознаки маніпулювання думкою.

9. Патогенним може виявитися не тільки друкований матеріал, а й фото, як-от до статті «Шість фестивалів серпня» (ГП, 05.08.2015), на якому зображено дівчину-підлітка з сигаретою в руках. Таке зображення налаштовує на негативне сприйняття публікації, має руйнівний вплив на неповнолітніх читачів, а також є відкритою пропагандою куріння.

Хоч періодика Прилук малотиражна, все ж у ній не лише публікують патогенні тексти, а й використовують методи маніпуляції. Найпоширеніші принципи маніпулятивного впливу – це контраст, «буденна розповідь», «ефект присутності», а також уживання надмірної деталізації сцен насильства. Задля посилення застосованих прийомів використовують факти, статистику, цифри, дати, думки анонімних авторитетів.

Негативний вплив патогенних текстів оцінюється, як дія психологічної бомби повільної дії. Такі тексти загрожують формуванню особистості, а отже, не можуть бути використані як матеріал для навчання, розвитку й аналізу. Постійне сприймання патогенних засобів зменшує чутливість до агресії, насильства, притупляє внутрішні фактори, які їх стримують, збільшує реальні вияви агресивності в поведінці індивіда, формує нераціональний образ соціальної дійсності. Саме медіа мають суттєву перевагу в поширенні інформації і для окремої особистості, і для масової аудиторії. І ця перевага полягає в тому, що при сприйнятті навіяної інформації, люди не можуть відповісти на неї, а їхня психологічна напруга посилюється і не знаходить розрядки. Тому боротьба з

патогенним впливом у ЗМІ відбувається за допомогою найуживаніших способів, таких як законодавчі обмеження, громадські акції та медіаосвіта.

Важливим є питання нейтралізації патогенного тексту (за Б. Потятиником):

- організаційний полягає у контролі інформаційних потоків за допомогою певних заходів – цензури, протекціонізму (захисту текстів естетичних, моральних, інтелектуальних тощо);

- альтернативно-конкурентний передбачає нейтралізацію патотексту іншим конкурентним текстом; нейтралізація, звісно, відбувається у психіці «споживача» [3, с. 222].

Висновки. Чим більше читач буде поінформований про можливість патогенного впливу, а також буде захищеним від насильства та пропаганди, тим якісніше і серйозніше сприйматиме надруковане. Для цього необхідно виключити статті пропаганди політичних структур, держорганів, кримінальних новин, адже вони не мають необхідного інформаційного навантаження, а лише погіршують внутрішній стан людини. Проте сьогодні таке вирішення проблеми неможливе, адже періодика «тримається» на подібних новинах, саме завдяки їм має змогу отримувати прибутки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – К. : Орріяни, 2000. – 448 с.

2. Лігачова Н. Л. Маніпуляції на ТБ. Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних телепрограмах українського телебачення: моніторинг, рекомендації щодо захисту від впливу та запобігання застосуванню. Принципи відкритої редакційної політики телеканалів / Н. Л. Лігачова, С. В. Черненко, В. О. Іванов. – К. : Телекритика, Інтерньюз-Україна, 2003. – 224 с.

3. Потятиник Б. В. Патогенний текст / Б. В. Потятиник, М. В. Лозинський. – Львів : Місіонер, 1996. – 296 с.

4. Серажим К. С. Журналістський текст патогенного характеру / К. С. Серажим // Держава та регіони : науково-виробничий журнал. – 2010. – № 2. – С. 161–171.

5. Якобсон Р. В. В поисках сущности языка / Р. В. Якобсон. – М. : Радуга, 1983. – 127 с.

Марина КОНОНЕНКО

Патогенные тексты на страницах местных газет

Рассматриваются особенности использования и функционирования патогенных текстов в местной прессе Черниговщины. Установлено негативное влияние, сообщений, распространенных средствами массовой информации, которые часто манипулируют сознанием адресата и разрушают его психологические и духовные основы мировоззрения.

Ключевые слова: пропаганда, манипуляция, текстовая структура, патогенность, деморализация.

Marina KONONENKO

Pathogenic Text on the Pages of Local Newspapers

This article is about special side of the use and operation of pathogenic texts in the local press. Established negative influence that carry media to spread messages which are always manipulate the consciousness of the recipient and destroy his psychological and spiritual foundations of world.

Key words: propagation, manipulation, the text structure, pathogenicity, demoralization.

УДК 007 : 304 : 070

ПРАВДА – ВИЗНАЧАЛЬНИЙ СТАНДАРТ У ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Тимошик М. С. Українська книга і преса в Італії : монографія. – К : Наша культура і наука, 2015. – 352 с. – іл., ім. пок., резюме італ., англ., нім. мовами (Серія «Бібліотека видавця, редактора, автора»; Т.5).

Кожна нова науково-дослідницька, науково-публіцистична і науково-популярна праця доктора філологічних наук, професора Миколи Степановича Тимошика відкриває особливу сторінку його інтелектуально-творчого потенціалу. До оригінальних, наповнених українським патріотичним і духопіднесеним змістом належить монографія «Українська книга і преса в Італії» Миколи Тимошика – лауреата премій Івана Огієнка, Івана Франка, Якова Гальчевського, завідувача кафедри видавничої справи та мережевих видань Інституту журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв.

Щоби вивчити, осмислити й узагальнити феномен пресо- і книговидавничої діяльності українців в Італії, автор монографії опрацював 236 джерел в архівах, бібліотечних сховищах Італії та США. Завдяки цілеспрямованій, наполегливій, професійно означеній праці М. Тимошика вперше перед читачем постає потужний пласт різноманітного фактологічного матеріалу про умови й результативність побутування українського друкованого слова в Італії, про високий житейський, громадянський та професійний чин десятків, а то й сотень, українських авторів, редакторів, коректорів, видавців і друкарів, які стверджували в різний час своєю непростою працею українську ідентичність у цій частині Європи. Автор наголосив, що особливість зародження, склад та характеристика основних осередків українського пресо- і книговидання Італії залежить від специфіки тамтешньої української еміграції, оскільки вона суттєво відмінна від подібних середовищ у країнах Європи й Америки. Шість розділів монографії побудовані одночасно і на хронологічному, і на сюжетному розвитку подій.

У першому розділі монографії «Від початків до середини XX століття» М. Тимошик характеризує осередки пресо- та книговидавничого руху в Італії. Першим осередком він вважає Українську папську колегію св. Йосафата в Римі, засновану 1596 р. як Греко-руську колегію св. Анастаса. Представники монашого чину василіан-українців організували тут студентський науковий гурток, члени якого у 1904 р. заснували рукописний журнал «Записки питомців Руської колегії в Римі». Вихід трьох чисел цього журналу вважається початком української видавничої справи в Італії. У стінах цього навчального закладу також народилася студентська газета «Український зільник».

Незважаючи на короткотривале існування, ці видання стали провісниками ствердження в Українській колегії св. Йосафата в Римі постійного і результативного

книгодрукування. Народжена в 10–20-х роках ХХ ст. ідея видання друкарським способом студентського журналу «Альма-матер» була реалізована лише 1953 р. – до півстолітньої річниці набуття колегією статуту української. Першим і багатолітнім редактором його був отець Іван Музичка.

Другим за часом виникнення осередком українського друкарства в Італії є Українське пресове бюро Дипломатичної місії Української Народної Республіки у Римі (1919–1922 рр.), у якому працювало сім осіб. З червня 1920 р. керівником цього бюро до закінчення діяльності місії був добрий знавець італійської мови Євген Онацький. Нечисельний колектив пресового бюро випускав циклостильовим способом «Бюлетень Українського пресового бюро в Римі» двічі-тричі на тиждень італійською мовою обсягом від двох до чотирьох сторінок, накладом від 100 до 300 примірників (збережено 56 чисел цього видання) та «La Voce dell' Ucraina» («Голос України») – тижневик італійською мовою (вийшло 50 чисел).

Змістовний аналіз часопису «Голос України», який фахово здійснив сумлінний дослідник М. Тимошик, засвідчує характерну деталь: програючи в оперативності, редакція вигравала низкою позитивних якостей. З-поміж них – продумана, професійна редакційна політика щодо формування проблемно-тематичної палітри видання, неухильне дотримання балансу в поданні матеріалів різних жанрів – від інформаційних заміток до аналітичних статей, яким притаманний високий рівень переконливості й публіцистичності. Головна мета працівників редакції – сповна використовувати свою головну зброю до численних опонентів УНР – правду про Україну і українців. Правда, як стандарт журналістської професії, має бути визначальним у діяльності нинішніх засобів масової інформації в Україні.

Гурток українців-друкарів у монастирі Гроттаферрата неподалік Рима – третій осередок українського книговидавничого руху в Італії. Діяв у 30-х роках ХХ ст. Основою цього гуртка було п’ять юнаків із Жовківської друкарні (Львівська обл.), яких спровадив до Рима митрополит Андрей Шептицький у 1936 р. Це були складальники Йосип Ленцишин (з Яворова) та Мефодій Борис (із Жовкви), палітурник-реставратор Йосип Курило (із Самбора), механік друкарського верстата Пахомій Павлик (з-під Перемишля) та його молодший брат Партеній, якого вже в процесі роботи навчали коректорської справи. Із живих донині залишився один активний член гуртка – отець Партеній (Павлик), спогади якого Микола Тимошик записав у серпні 2012 р.

Про постать Євгена Онацького як талановитого журналіста, редактора, видавця, дипломата, автора 16-томної «Української малої енциклопедії» автор цікаво, професійно, переконливо розповідає у другому розділі монографії – «Журналістська і видавнича діяльність Євгена Онацького: італійський період». Із двох періодів його емігрантського життя (італійського й аргентинського) найбільш плідною була 27-річна діяльність у Римі. Микола Тимошик наголошує, що життя на чужині щодня, щогодини гартувало його для нелегкої, невдячної, часто небезпечної, але вкрай потрібної для майбутнього України праці на необробленому ще ратаями-патріотами українському полі. Впродовж більш ніж річного ув’язнення смерть неодноразово «заглядала» йому у вічі. І коли під конвоєм викликали на часті допити, і коли нелюдськими катуваннями нацисти довели до самоповішання в сусідній камері друга й однодумця Олега Ольжича, і коли в’язниця горіла від бомбардування радянськими літаками, і коли «ішов додому від табору до табору зруйнованою, брудною, здеорганізованою Італією, сплючи на голій землі, голодний і обдертий, з вояцьким мішком за плечима».

З оранієнбурзької камери смертників Євген Онацький вийшов на волю 19 жовтня 1944 р., а до свого римського помешкання добрався майже через вісім місяців – 9 червня 1945 р. І йому, і Степанові Бандері, і сусідам по камерах Тарасові Бульбі-

Боровцю, Олегові Штуль-Ждановичу та іншим доля в чергове подарувала шанс вижити. Гітлерівці не встигли їх розстріляти тільки тому, що перед ними постала неминучість утечі від власної смерті.

Проаналізувавши різножанрові книги (мемуари, щоденники, навчальні посібники, словники, енциклопедії, листи), публікації у газетах «Діло», «Український Голос» та інших українськомовних періодичних виданнях Західної Європи та Америки Євгена Онацького, професор Микола Тимошик слушно наголосив: не будучи професійним журналістом, але набувши значного практичного досвіду під час активного багаторічного співробітництва з десятками українських та іншомовних періодичних видань, Євген Онацький виробив власні професійні стандарти українського журналіста, власне бачення ефективної мережі української періодики в еміграції, власні рецепти журналістської майстерності.

Вивчивши уроки національно-визвольних змагань українців та практики західної журналістики, Євген Онацький закликав поставити, нарешті, на перше місце у багатолітній боротьбі з ворогами інтереси нації, а не одного її прошарку чи классу, інтереси держави, а не якоїсь партії. Він часто повторював улюблений клич Дмитра Донцова та Сергія Єфремова: «Держава – понад партію, нація – понад клас».

Досліджуючи науково-публіцистичний доробок Євгена Онацького – одного з найактивніших творців української преси в еміграції, – Микола Тимошик привертає увагу до важливих морально-педагогічних, професійно-етичних засад журналістської праці. Переконувати опонента аргументами, а не огульно критикувати його – визначальна риса й аналітичних статей Онацького-журналіста, і численних звітів, оглядів, записок, листів, проектів документів Онацького-політика і дипломата.

Євген Онацький вважав пресу не лише потужним знаряддям впливу на громадську думку, а й дзеркалом внутрішньої вартості українського суспільства. Щоби від відображення в тому дзеркалі не було соромно цілій нації, варто, на його думку, без зволікань підвищувати «вартість суспільства». Євген Онацький підтримував думку головного редактора «Українського голосу» Зенона Пеленського, що газети покликані підтягувати людей до кращого способу думання, не допускати не лише орфографічних, а й смислових помилок, подавати якнайточніші відомості, підвищувати якісний рівень публікацій. Діяч гаряче вітав будь-яку спробу українців заснувати нову газету чи журнал, програмною метою яких була б понадпартійна, соборницька ідея. На жаль, і сьогодні в Україні є такі засоби масової інформації, у яких відсутня соборницька програма. Російська інформаційна і військова агресія проти України спонукає глибше осмислити стандарти журналістської діяльності Євгена Онацького, в основі яких, говорячи сучасними термінами, – людиноцентризм та україноцентризм. Адже Україна потребує не лише державної, а й національної безпеки. Покликання працівників ЗМІ полягає також у тому, щоби сприяти формуванню україноцентричної ідеології і політики.

Позитивно-інтелектуальним підмурком цього складного морально-психологічного і політико-ідеологічного процесу є розглядувана монографія - панорамне, науково обґрунтоване видання, в яке органічно вписується третій розділ – «Видавничий рух у таборі українських військовополонених «Ріміні». Автор уперше взяв за основу дослідження, окрім мемуарів та спогадів, повні комплекти підшивок усіх періодичних та книжкових видань, що виходили упродовж двох років існування табору «Ріміні» (від 2 червня 1945 р. до 10 червня 1947 р.) і які зберігаються нині в бібліотеці-архіві Головної управи Василіанського чину на Авентіно в Римі. Перед тим, як схарактеризувати видавничу продукцію, автор монографії стисло описав історію створення дивізії «Галичина» й обставини, за яких вона опинилася в полоні англійців; розкрив умови, в яких творилася видавнича справа впродовж довгих 739 днів «сірих буднів полону»;

осмислив морально-психологічну атмосферу, що панувала в таборі, та її вплив на характер і зміст друкарської творчості.

Професор М. Тимошик підкреслює, що доведеним і беззастережним є нині історичний факт: дивізія «Галичина» народилася в переломний момент Другої світової війни з глибокою вірою мільйонів українців, що Німеччина допоможе їм визволитися від московсько-більшовицького ярма й створити незалежну Українську державу. Коли в Україні посилився німецький терор і стали зрозумілими наміри фашистів перетворити цей багатий на природні ресурси край у свою колонію, вояки дивізії «Галичина» почали воювати на два фронти: і проти комуністів, і проти нацистів. З жовтня 1944 р. це військове об'єднання українців перейменовується на Першу дивізію Української національної армії (УНА).

Кінець Другої світової війни 8 травня 1945 р. застав українську дивізію «Галичина» на австрійській території неподалік міста Грац. Із трьох боків сюди наближалися війська воюючих сторін із чіткими намірами взяти територію історичної Каринтії під свій контроль: югославські партизани під керівництвом комуніста Йосипа Броз Тіто, британські та радянські війська. Мета командування українського військового з'єднання полягала в тому, щоби якнайскоріше відступити на захід – углиб Альп, у британську зону окупації, й там добровільно скласти зброю.

З метою попередження впливу комуністичної пропаганди щодо української дивізії командування УНА доручило доктору Петрові Савицькому підготувати для британців відповідний лист-меморандум, в якому коротко викладено передумови постання й мету військового формування українців на окупованих Німеччиною західноукраїнських землях. «Меморандум до англійського командування в Італії» від 18 травня 1945 р., вперше оприлюднений в українському перекладі в журналі Братства колишніх вояків «Вісті» 1967 р., справив відповідне враження на командування англійських військ, а згодом і на уряд Великобританії, який пізніше, після розформування табору «Ріміні», дав політичний притулок і постійне місце проживання у своїй країні воякам-дивізійникам.

Професор М. Тимошик віднайшов матеріали про безпосереднє відношення Української греко-католицької церкви до створення за колючим дротом потужного й результативного видавничого осередку. Духовні опікуни табору зробили все можливе, аби десятки тисяч полонених в очікуванні своєї подальшої долі змогли подолати зневіру, безвихідь й навіть за екстремальних побутових умов знайшли застосування своїм талантам і займалися самоосвітою. Впродовж двох років у таборі діяло два видавництва: «Життя в таборі» та «Батьківщина». Вони випускали газети, журнали, книги, листівки, плакати, брошури, марки, канцелярські товари. Виходило 15 газет. Наклади періодичних видань становили від 30 до 2000 примірників. Найтиражнішими були газети «Життя в таборі» та «Батьківщина».

Тематична палітра книжкових видань: поетичні і прозові твори військовополонених, перевидання класики української літератури історичної тематики, дайджести кращої публіцистики із друкованих видань української еміграції, посібники з вивчення української мови. Український видавничий осередок у Ріміні уславився виданням кількох серій поштових марок.

За колючим дротом табору формувалася плеяда особистостей – поетів, письменників, малярів, графіків, які, опинившись на волі, поповнили незабаром освітні, наукові й культурницькі сили української еміграції у різних країнах розселення. З-поміж них – відомі діячі українського руху в діаспорі Степан Ярмусь, Василь Верига, Іван Музичка, Євстахій Загачевський, Микола Вірний (Французенко), Анатолій Курдидик, Орест Городиський, Володимр Гоцький та ін.

Тривалий геноцид, етноцид і лінгвоцид українського народу за московської імперії (царської Росії і Радянського Союзу) призводив до морально-духовного, світоглядного і фізичного винищення не одного покоління українців, розмивання у них національної ментальності та формування особливого характеру антиукраїнської російської свідомості. Асиміляційні процеси українців з початку 60-х років ХХ ст. набирали також загрозливого характеру в західних країнах насамперед тому, що «церква втрачала свій український характер і свою українську душу» (с. 173). Микола Тимошик слушно наголошує, що у ситуації, яка складалася, боронити українське слово, збагачувати українську культуру, розвивати і стверджувати свою богословську науку за посередництвом латинських наукових інституцій надалі ставало неможливо. Виникла потреба створювати за кордоном розгалужену мережу українських вищих навчальних закладів із головним науковим осередком у Римі. Починати доводилося все ж не на порожньому місці: на той час в Італії вже існувала база для студій української молоді рідною мовою. Йдеться про Українську колегію св. Йосафата та Українську католицьку духовну семінарію.

Заснування Українського католицького університету в Римі 1963 р. пов'язано з ім'ям першоієрарха УГКЦ Йосифа Сліпого, якого того ж року, за наполяганням світової спільноти, московське керівництво випустило на волю із сибірської каторги і дозволило переїхати до італійської столиці. Йосиф Сліпий був ізольований від своєї пастви на 18 років, постійно зазнаючи голоду, холоду, приниження і знущання. Після розгрому комуністичною владою Української греко-католицької церкви та закриття богословської академії у Львові постала потреба оживлення її діяльності в західному світі.

Ректор Йосиф Сліпий об'єднав довкола нового навчального закладу провідні українські наукові сили, розкидані Другою світовою війною в різних закутках світу. Викладачами університету, а згодом і авторами видавництва, стали Володимир Янів, Ісидор Нагаєвський, Ярослав Рудницький, Дмитро Бучинський, Олекса Горбач, Микола Чубатий, Богдан Лончина та ще низка відомих учених.

У четвертому розділі – «Видавнича діяльність Українського католицького університету в Римі» – Микола Тимошик всебічно характеризує видавничу діяльність – пріоритетний напрям «нового огнища української науки». Про великий науковий потенціал університету та його видавничого підрозділу свідчить одна з перших серій «Монументи української історії», під маркою якої видавалися документи з ватиканських архівів, що мали прямий чи опосередкований стосунок до України. У кожному томі видання дослідники мають можливість віднайти немало документів, які досі історичній науці були не відомі. З-поміж них – лист Папи Григорія VII 1075 р. до великого київського князя Ізяслава; листування грецьких патріархів Єремії, Пігача, Лукариса з українськими церковними проповідниками; свідчення й документи про переслідування Української церкви московськими царями та в часи Петра І, Павла, Катерини ІІ, Олександра ІІІ; писані із в'язниць численні листи-сповіді священиків-мучеників, подання митрополитів про геройство і мучеництво цих священиків тощо, цензура книжкових видань. «Загальне число рідкісних документів, включених до цього видання, складає близько чотири тисячі; загальне число сторінок, на яких розмістили тексти, – понад 5200», – зазначає автор монографії.

До золотого фонду українського книговидання в еміграції Микола Тимошик цілком заслужено зараховує багатотомне зібрання творів Йосифа Сліпого в серії «Opera omnia». Скрупульозно вивчивши діяльність видавництва УКУ, яке виклало на полиці інтелектуальної світової думки сотні томів українознавчих праць (монографій, посібників, підручників, словників), професіонал вищої категорії видавничої справи Микола Тимошик справедливо наголосив, що кожен із цих томів відповідає

міжнародним стандартам. А саме: фактична нерозробленість попередниками теми, актуальність якої не зменшується з плином часу; широке залучення авторитетних зарубіжних джерел, а також архівів української діаспори, до чого радянські дослідники, десятиліттями перебуваючи в лещатах марксистсько-ленінських догм, практично не мали доступу; популярний, доступний для широкого кола читачів виклад тексту, який ґрунтується на поширеному в західній науці принципі «просто й аргументовано про складне» і який суперечить принципу радянських і пострадянських науковців «чим незрозуміліше, тим науковіше».

На час заснування УКУ і розгортання його видавничої діяльності також припадає відновлення видання «Вістей з Риму». Ініціатором та спонсором цього видання був митрополит Йосиф Сліпий. Перше комплексне дослідження «Вістей з Риму» здійснив наполегливий інтелектуальний працелюб професор Микола Тимошик. Він ознайомився з публікаціями усіх чисел видання (441), які виявив у книгозбірнях Рима та американського Стемфорда. Привернув увагу до трьох головних типологічних ознак бюлетеня: організаційно-технічного, структурного (додатки і спецвипуски) і тематичного. Він виділив три періоди їх випуску: перший – від січня до серпня 1940 р. (15 чисел); другий (після 23-річної перерви) – від вересня 1963 р. до листопада 1979 р.; третій (після понад трирічної перерви) – від липня 1983 р. до березня 1990 р.

Засновником видання на першому етапі була українська секція «Радіо Ватикану». З початку 1940 р. радіовисилання з Вічного Міста здійснювалося й українською мовою. Головні матеріали українськомовного інформаційного блоку ставали основою наступних випусків «Вістей з Рима». Після 23-річної перерви видавцем відновленого у 1963 р. видання стає Українське пресове бюро. Від 1983 р. «Вісті з Рима» видає крилос при патріаршому соборі св. Софії. Фактичним же засновником і видавцем бюлетеня був провід УГКЦ у Римі.

Уперше проведений детальний аналіз повної підшивки «Вістей з Рима» дав підстави Миколі Тимошику виокремити чотири головні тематичні напрямки різножанрових публікацій: а) діяльність Української католицької церкви та її інституцій, б) українська еміграція в захисті своєї ідентичності, в) ситуація в Україні, г) промоція національної книги і преси.

Дуже важливо, що професор Микола Тимошик – послідовний захисник української національної культури – привернув увагу до аналітичної статті «Українська мова на Римському державному університеті», у якій піднято проблему вивчення української мови та створення відповідних кафедр в університетах Америки (США), Канади, Італії. У статті згадується талановитий журналіст, дипломат і вчений Євген Онацький, який перед Другою світовою війною викладав українську мову в Римському університеті, створював італійсько-український та українсько-італійський словники в Інституті східних мов у Неаполі. Основна ж розповідь у цьому матеріалі присвячена ще одному українському довгожителю в Римі Володимиру Федорончуку. З його ініціативи створили в Італії українськомовну радіопередачу, а також заснували курси з вивчення української мови в головному університеті Італії (1964 р.). За підтримки професора-італійця Рікардо Піккіо вдалося запровадити на цих курсах викладання граматики української мови, етнографії та історії України.

«Вісті з Рима» беззастережно підтримали акцію паризької газети «Українське слово» та нью-йоркського видавництва «Пролог» щодо поширення у вільному світі інформації про арешти української інтелігенції, що розгорнулися в Україні в 60-х роках після завершення короткої «хрущовської відлиги». Бюлетень також публікував листи під рубрикою «Вісті з України». У деяких листах автори розповідали про штучні обмеження комуністичною владою української мови та про спроби патріотів

перешкодити цьому процесові. Промовистим у цьому контексті видається матеріал «Я українець і хочу слухати богослужіння рідною мовою». Йдеться про греко-католиків на Слобожанщині, про їхні багаторічні зусилля не зрадити батьківської віри. Боротьба із засиллям «Русского мира» через московський патріархат в Україні досі триває.

У контексті нинішньої російської інформаційної та військової агресії проти України оцінюємо аналіз редакційної статті «Журналістика, преса і ми», який зробив Микола Тимошик. Мовиться про те, що на початку 1973 р. у Ватикані було організовано зустріч Папи Римського Пія X із християнськими журналістами. Святий Престол ставить перед ними вимоги морального порядку:

«Найголовніша вимога – служба для правди. Людина має жити правдою і для правди. Читач хоче документації чесної, точної, повної, а над усе – правдивої. Журналістика й преса – це служіння передусім народові й правді. Коли вони цього не сповняють, – їхня праця є даремна й шкідлива.

У журналіста має бути любов до правди, працьовите дослідження подій і фактів, прямолінійність, людяність і здібність до діалогу. Коли цих прикмет люди пера не мають, вони підуть на службу темним силам, які роз'їдають організм суспільства, а то будуть подібні до сліпців, що хочуть вести сліпців.

Коли журналіст і преса не працюють для правди, вони працюють для ложі. Нема третьої можливості. Замовчувати правду – це прикмета душевнохворої людини».

Друга частина редакційної статті присвячена проблемам української еміграційної преси. Редакція загострює увагу на найголовніших: брак професійних журналістів, відсутність скоординованих дій між редакціями, використання газетних шпальт для зведення особистих чи партійних порахунків. Очевидно, що ці проблеми якоюсь мірою стосуються також «Вістей з Риму»: «Та найбільш болюче є те, що серед нас є люди, які журналістського чорнила вживають для брудних цілей, щоб просто блудити: для підлих наклепів, для кирині, брехні й жахливих інтриг. Це просто Юдина робота… По архівах уже остануться вонючі й колючі будяки їхньої «творчости» як згадка тієї зрадницької роботи в цей важкий час для нашої церкви й нашого народу» (с. 276).

Надто актуальними й нині словами закінчується стаття «Журналістика, преса і ми»: «Працюймо для правди на журналістському полі. Не біймося правди, хоч би вона й була важка. Борімося за правду і дбаймо, щоб вона жила в нас, бо правда визволить нас».

Правдиве, аргументоване, змістовне наукове дослідження «Українська книга і преса в Італії» Миколи Тимошика закінчується розділом «Інші видавничі осередки». До них належать «Видавництво отців Василіян у Римі», «Видавництво сестер служебниць», «Видавництво Василя Федорончука», «Журнал «До світла» як сучасний видавний осередок». «Видавництво отців Василіян у Римі» можна вважати другим за вагомістю видавничим осередком після видавництва УКУ. Утворене після закінчення Другої світової війни, піку своєї діяльності воно досягнуло в 60–70- х роках минулого століття, збагативши полиці українського книговидання в діаспорі десятками вартісних з історичного погляду новинок книгодруку.

Візитівкою цього видавництва є «Записки чина св. Василія Великого» – неперіодичне багатотомне видання наукових прць, започатковане у Львові 1924 р. і перенесене до Рима 1949 р. До початку 1990 р. тут вийшло у світ 10 томів «Записок», що в загальному складає 7273 сторінки тексту, зверстаного на великий книжковий формат А4. Високий науковий рівень «Записок» віддавана забезпечив їм заслужене поважне місце в українській історичній і церковній науці.

Після Другої світової війни постала гостра необхідність обороняти українську національну самоідентичність розсіяних світами мільйонів земляків. Координатором

громадських, культурних, наукових і духовних чинників було «Видавництво отців Василіян у Римі» для здійснення проекту «Українська духовна бібліотека». Із випущених 81 тому цієї серії 42 здійснено силами римських українських василіан. Микола Тимошик із серії «Українська духовна бібліотека» особливо виділяє проект, що починався із щотижневих радіовисилань – бесід талановитого богослова і ритора Анастасія Великого. Ці бесіди транслювали від середини 60-х років минулого століття з української редакції «Радіо Ватикану». Одна передача охоплювала певну драматичну сторінку зародження, ствердження та розвою християнства на українських землях. Йшлося в них про світлі й темні картини з глибин віків, що засвідчували незнищенність народного духу, віковічне прагнення українського народу до своєї державної самостійності й національної самобутності. Радіопередачі викликали велике зацікавлення слухачів. Редакція стала отримувати листи з пропозиціями зафіксувати озвучені в ефірі сюжети в книжках. І такі незабаром з'явилися. До 1969 р. вийшло три томи книги «З літопису християнської України» з текстами 150 таких радіовисилань, що охоплювали період від зародження християнства до кінця XVI ст.

Відгалуженням українських василіанських видавництв є видавництво сестер служебниць у Римі, що утворилося 1955 р. Перше книжкове видання – «Каталог згромадження сестер служебниць Пресвятої Непорочної Діви Марії», який упорядкував письменник, історик і публіцист отець Анастасій Великий. У цьому видавництві побачила світ серія «Українська релігійна бібліотека» (60-ті роки XX ст.), присвячена богослужбовій літературі, якою користуються в монастирях. Одне з найпомітніших видань – «Часослов» 1957 р.

Микола Тимошик уперше розповів про видавництво Василя Федорончука. В історію української видавничої справи цей діяч увійшов як невтомний промотор українського питання на чужині. Його суспільно-політичні брошури та журнал «Україна», які видавали італійською мовою, були своєрідним вікном України у світ. Як громадський діяч, він упродовж багатьох років був пропагандистом української мови, зініціював відновлення курсів української мови у Римському університеті, що їх вів до війни професор Євген Онацький. Він замінив Є. Онацького також у представництві ОУН в Італії.

Окрім активної видавничої діяльності Василь Федорончук прислужився українській справі і як радіожурналіст. Майже чверть століття (1951–1975 рр.) він був незмінним керівником української програми італійського державного радіо. Цю програму, яка значно доповнювала українську програму «Радіо Ватикану», фінансував італійський уряд.

Автор монографії також схарактеризував щомісячний журнал «До світла», який побачив світ 2001 р. Його заснувала громадська релігійна організація «Координатор українців греко-католиків Італії» за підтримки блаженнійшого Любомира Гузара та парохії Сергія і Вакха в Римі (парох Іван Музичка). Її редакція первинно розмістилася в місці осідку УКУ на Віа Бочея. Попередником цього журналу був неперіодичний бюлетень «Христос – наша надія» за редакцією отця Євгена Небесяка.

Програмні засади нового часопису окреслені у загальних рисах: гуртувати українську громадськість Італії під світлом Ісуса Христа. Редакція лише обгрунтувала доцільність зміни його назви: «Благодатна назва часопису підкреслює не стільки наш теперішній стан «еміграції», скільки нашу мету: до Світла. Адже світло Боже зігріває всіх, хто не ховається в тінь. Просимо вас, українці, вийдіть з пригнобленого стану безнадії, огляньтеся навкруги, бо проміння Вічного Світла досягає кожного з нас. Віримо, що часопис нестиме тепло і розраду в духовних і культурних тематиках видання. Рівно ж хочемо діалогувати з вами на сторінках наших рубрик» (с. 307). Журнал друкує інформаційні та аналітичні матеріали.

Редакція журналу «До світла» здійснила резонансний видавничий проект, випустивши у світ книгу «Світло на чужих стежках: Антологія творчості заробітчан. Том перший». «Духовність», «Чужина», «Україна» – такі назви трьох тематичних розділів, де представлені від однієї до трьох поезій першої сотні авторів. Про кожного – коротка біографія з фотографією, де коротко викладена своя історія «заробітчанина». Поетична збірка не лише викликає співпереживання за понівечені долі сотень тисяч наших земляків, розсіяних світами в пошуках заробітків, а й загострює увагу на тривожних явищах і проблемах сучасної еміграції українців.

Змістовні, цікаві, правдиві матеріали кожного з шести розділів Микола Тимошик написав у властивій йому розповідній манері: ясність, популярність, аргументованість, чітка структурованість викладу, сюжетний розвиток подій. Ця монографія, говорячи словами Євгена Онацького, є важливим науково-публіцистичним оком в Європу. Микола Тимошик належить до тих авторитетних, національно свідомих науковців, які своєю цілеспрямованою працею утверджують високоморальну, духову й духовну українськість в Україні та на різнобарвному материку української діаспори.

Василь ЛИЗАНЧУК
доктор філологічних наук,
професор, завідувач кафедри
радіомовлення і телебачення
Львівського національного
університету імені Івана Франка

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТ

Шановні колеги!

Кафедра журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка запрошує опублікувати матеріали своїх досліджень у збірнику наукових статей **«Медіапростір» (№ 9)**, що виходить як спецвипуск часопису «Літературний Тернопіль».

Основні рубрики:

Теорія та історія національної публіцистики.
Публіцистична комунікація.
Теорія та історія соціальних комунікацій.
Теорія та історія журналістики.
Медіаекологія.
Медіаосвіта.
Тематична і жанрова парадигма сучасного медіатексту.
Комунікаційні технології в мас-медіа.
Реклама та PR у контексті сучасних соціальних комунікацій.
Технології впливу реклами.
Технології впливу PR.
Крос-журналістика.
Мова у сучасному медійному просторі.
Новітні медіа.
Історія та сучасні тенденції розвитку видавничої справи.
Рецензії.
Magisterium.

До співпраці запрошуються науковці, аспіранти, магістранти, керівники медійних установ, відповідних департаментів обласних та міських адміністрацій, журналісти, краєзнавці.

Матеріали просимо надсилати до **15 квітня 2016 року** на кафедру журналістики ТНПУ ім. В. Гнатюка на електронну адресу **mprostirtnpu@gmail.com.**

Вартість друку залежить від кількості знаків усієї статті (**1800 знаків з пробілами – 30 грн. та 20 грн. на пересилку збірника**). Вартість публікації визначається собівартістю верстки, рецензування матеріалів, літературного редагування, виготовлення обов'язкових примірників, розсилки видання.

За наявності у статті нестандартного матеріалу (таблиці, віршовані рядки, графіки) редакція застосовує стандартні нормативи перерахування обсягу в текстовий. Щоб отримати збірник поштою, необхідно переказати гроші за публікацію статті. Докладнішу інформацію про суму і порядок оплати публікації надішлемо на Вашу адресу після отримання статті.* Збірник матеріалів буде надіслано на адресу (домашню або службову), вказану Вами у відомостях про автора.

Одноосібні статті докторів наук публікуємо безкоштовно. Статті у співавторстві з докторами наук оплачуються за половину вартості.

Статті приймаються до друку українською, російською, англійською, німецькою та іншими мовами.

Автори несуть відповідальність за достовірність поданої інформації, керівники магістерських робіт – відповідають за зміст, структуру, фактаж публікацій магістрантів.

За додатковою інформацією звертатися:

(098)26-79-717 – Фурманкевич Наталія Михайлівна, канд. н. із соц. ком., доцент.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ

1. ***Текст статті (від 6 сторінок) повинен відповідати вимогам ВАК України, згідно з якими обов'язковими є такі елементи***:

- вступ (обсяг 3000 знаків). Постановка проблеми в контексті сучасної науки та її зв'язок із важливими науковими й практичними завданнями;

- аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання проблеми і на які опирається автор; визначення раніше не вивчених частин загальної проблеми або напрямів дослідження;

- формулювання **мети** і **завдань** статті;

- виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтування отриманих наукових результатів;

- висновки (обсяг 2000 знаків) дослідження та **перспективи** подальших наукових пошуків у визначеному напрямі.

- подяки (на адресу ВНЗ та дослідників, які надали допомогу при підготовці цієї публікації).

2.Формат аркуша А 4, відступи: зліва – 2,5 см, справа – 1 см, зверху та знизу – 2 см.

3. Текст: гарнітура Times New Roman; кегль – 14 pt (анотації та бібліографія 12 pt), інтервал – 1,5, абзац – 1,27 см.

4. Матеріали подавати в такій послідовності:

- рубрика у збірнику (з поданих у переліку або запропонована автором статті з вирівнюванням по середині рядка);

- ім'я та прізвище автора, напр.: Іван ІВАНЕНКО (новий абзац малими та великими літерами жирним курсивом із вирівнюванням по правому краю);

- індекс УДК (окремий абзац з вирівнюванням по правому краю);

- назва статті (через рядок великими літерами жирним шрифтом із вирівнюванням по центру);

- анотація (реферат) українською мовою (обсягом 800-1000 знаків), яка має містити відповіді на такі питання:

що було зроблено?
чому ви це робите?
що ви отримали?
чому ці дані корисні та важливі?

- ключові слова (не більше 3-10 слів), які повинні бути ЗМІСТОВНИМИ ТА УНІКАЛЬНИМИ;
- текст статті (через рядок після анотації українською мовою);
- література в алфавітному порядку (через рядок після основного тексту статті, великими літерами звичайним шрифтом (ЛІТЕРАТУРА) оформлюється згідно з **вимогами ВАК України** (Бюлетень ВАК України. – 2008. – № 3. – С. 9-13); УВАГА! СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ МАЄ ПОДАВАТИСЯ У ДВОХ ВАРІАНТАХ: 1) мовою оригіналу; 2) той самий список, але латиницею (траслітерація);
- анотація російською мовою (ім'я (повністю) та прізвище автора, назва статті, текст анотації, ключові слова);
- АНОТАЦІЯ АНГЛІЙСЬКОЮ (німецькою чи іншою) мовою (не автоматичний комп'ютерний переклад) ПОВИННА БУТИ РОЗШИРЕНОЮ (до однієї сторінки) та включати ім'я (повністю) та прізвище автора, назву статті, текст анотації, ключові слова.

5. Ілюстративний матеріал виділяти курсивом, авторські акценти, думки – жирним курсивом.

6. Для посилань на наукову літературу використовувати квадратні дужки, напр.: [2, с. 364–367]; [5, с. 127], де перша цифра позначає видання у списку використаної літератури, наступні цифри – сторінки; посилання на джерела ілюстративного матеріалу здійснювати в круглих дужках (І. Франко).

7. Обсяг списку літератури, якщо це не оглядова стаття, не має перевищувати 10% від загального обсягу наукової розвідки (не більше 8–12 позицій).

8. Формат комп'ютерного файлу з текстом статті без переносів обов'язково – Microsoft Word DOC. Комп'ютерні файли інших форматів не приймаються.

9. Електронне ФОТО автора.

Файл статті підписувати **за прізвищем автора** (наприклад, IVANENKO), **фото автора** (foto_ivanenko), **відомості про автора** (vidomosti_ivanenko).

Матеріали друкуються мовою оригіналу. Редакційна рада розглядає кожну статтю на предмет дотримання вимог наукового рівня. Приймає рішення (до друку, на доопрацювання або відхилити). Статті, які мають низький науковий рівень або оформлені з порушенням вимог, не публікуватимуться. Не схвалені до друку статті авторам не повертаються. Результат повідомляємо авторові електронною поштою.

Відомості про автора

Прізвище, ім'я, по батькові _____
Науковий ступінь _____
Вчене звання _____
Посада, кафедра_____
Місце роботи (навчання) _____
Адреса для відправки збірника _____
Контактний телефон, e-mail _____
Назва статті _____
Рубрика у збірнику (з поданих у переліку або запропонована автором статті) _____
Для студентів, магістрантів, аспірантів та авторів без наукового ступеня – дані про наукового керівника (вчений ступінь, вчене звання, місце праці, посада)_____
Вказівка на кількість попередніх публікацій у збірнику «Медіапростір» (див. табл. знижок) _____

ВАЖЛИВО!!!

Автори, які публікувались у попередніх випусках збірника «Медіапростір», отримують знижку на публікацію статті у розмірі:

1 раз – 10 %; 2 рази – 20 %; 3 рази і більше – 30 % (необхідно вказати назву публікації, рік, номер, сторінки).

5% – знижка авторам, що розмістили запрошення до публікації у збірнику "Медіапростір" на сайті свого ВНЗ, блогу, форуму, сторінці в соціальних мережах і т.ін. (діє при відправленні на нашу електронну адресу, підтвердження – посилання).

50% знижки отримують автори збірника за умови публікування понад **п'яти** статей із одного навчального закладу за комплексною заявкою.

***Увага**! Якщо протягом 3-х днів після відсилання матеріалів на нашу адресу, ви не отримали від нас відповідь, будь ласка, ще раз надішліть нам свої матеріали. Можливо, електронна пошта не спрацювала і ми не отримали вашого листа.

«Медіапростір» – спецвипуск журналу *«Літературний Тернопіль»*

Свідоцтво про державну реєстрацію журналу «Літературний Тернопіль» ТР № 449-49Р.

Редакція розглядає рукописи, подані на електронних носіях та в роздрукованому примірникові.

У публікаціях за підписами авторів висловлено їхні погляди.

За достовірність фактів, цитат, власних імен, статистичних та інших даних відповідають автори публікацій.

При передруці посилатися на збірник «Медіапростір» обов'язково.

Комп'ютерні дизайн і верстання Ганни Йордан.

Підписано до друку 16.12.2015 р.
Формат 60х84/8
Папір офсетний.
Наклад 100 прим.

Адреса редакції збірника статей «Медіапростір»:
м. Тернопіль,
вул. М. Кривоноса, 2
гол. корпус ТНПУ
ім. В. Гнатюка, ауд. 110.

Наша електронна адреса:
mprostirtnpu@gmail.com