

студентський науковий збірник

X

Who

Says What

In Which Channel

T

To Whom

With What Effect

O

говорить

?

!

Анотація

Редакційна колегія

д. н. із соціал. комун., проф. Іванова О. А.

к. ф. н., доц. Джиджора Є. В.

к. н. із соціал. комун., доц. Стеблина Н. О.

Червінчук Аліна (відповідальний секретар)

Бондар С. О.

ЗМІСТ

Вступне слово5

Соціальні комунікації

Оксана Остроушко

Комунікативні стратегії у блоговій публіцистиці Д. В. Драгунського.....?

Діна Вонг

Структурна модель репрезентації соціокультурної дійсності у текстах Сергія Рахманіна

(за матеріалами сайту «DT.UA»).....?

Дар'я Купріянова

Порівняльний аналіз релігійного дискурсу Православної церкви та дискурсу ідеології патріотизму в Україні (на основі мережевих текстів).....?

Артем Котенко

Провідні стратегії просування українського мистецтва на сторінках видання “Український тиждень” за 2015 рік.....?

Дмитро Журавель

Розслідування авіакатастроф на борту МН17 та А321 на порталі «Цензор. Нет».....?

Публіцистика

Наталія Паламарчук

Цілісність та зв'язність у збірці колумністики Андрія Любки

«Спати з жінками».....?

Дана Мітанова

Авторська позиція М. Горького у циклі нарисів “В Америці”.....?

Дана Мітанова

Образ мандрівників у подорожніх нарисах І. Ільфа та Є. Петрова

“Одноповерхова Америка”.....?

Регіональна преса: проблематика та стандарти

Надія Осмокеску

*Волонтерський рух в Україні: ефективність комунікаційних стратегій
(за матеріалами місцевої преси 2015)*

Лоліта Кожем'якіна

Висвітлення проблеми забудови Одеси за матеріалами видання "Думская.NET" ...?

Марія Геник

*Реформа нової поліції у сприйнятті місцевих видань
(на основі публікацій газет Одеси та Львова)*

Анна Гуйван

*Проблеми художньо-технічного оформлення кіровоградської районної газети
"Новомиргородщина"*

Відомості про авторів

Создано

кампаниями

Who

Says What

In Which Channel

To Whom

With What Effect



К о м у н і к а т и в н і с т р а т е г і ї у б л о г о в і й п у б л і ц и с т и ц і Д. В. Д р а г у н с ь к о г о

Проблема дослідження

Сучасне інформаційне суспільство функціонує та розвивається у динамічних умовах загального технологічного прогресу, під потужним впливом Інтернету та його технологій. «Інтернет – це не просто чергова технічна новинка чи технологія. Це ключова технологія інформаційної епохи. Він втілює культуру свободи і особистої творчості, виступаючи як джерелом нової економіки, так і громадського руху, що базується скоріше на зміні людської свідомості, ніж на збільшенні влади держави» [2 : 8].

Поступово налаштовуючись під новий темп життя, трансформуються майже всі сфери людського життя та вектори впливу на нього – видозмінюється міжособистісна та суспільна комунікація і ЗМІ. Журналісти всього світу, користуючись сьогодні інтернетом, переосмислюють власну роль, а також соціальну, політичну й комерційну функції новин та інформації. Під впливом всепроникної та організуючої функції Інтернету в інформаційно-перенасиченому світі виникають нові форми реалізації комунікації і впливу. З'являється і розширюється блогосфера, актуалізується відносно нове і специфічне явище як блог, що є потужним засобом впливу. Блог – це інтернет-сторінка з короткими записами такого формату: посилання на місце в мережі і невеликий, часто підкреслено суб'єктивний коментар. Це інформаційно наповнений щоденник, одна з форм авторського проекту. Автори веблогів (блогери), як правило, пишуть про те, що з ними відбувається, висловлюють свої думки з приводу тих чи інших політичних і культурних подій, а також коментують публікації в інтернеті, пов'язуючи коментарі гіперпосиланнями з джерелом [4 : 54–55]. Блогер не завжди прагне забезпечити повне новинне покриття якої-небудь події. Він скоріше розповідає про свою реакцію на нього [1 : 119]. Власники блогів прагнуть заявляти про себе, вказувати власні думки і оцінки, а отже й впливати (свідомо чи несвідомо). Тому часто блогери вдаються до продукування текстів публіцистичного характеру. За визначенням В. В. Ученової, публіцистика – це особливий вид творчої словесної ді-

яльності, спрямованої на вирішення актуальних соціальних проблем з метою гармонізації життя людини в суспільстві. Публіцистика знаходиться поруч з журналістикою, художньою літературою і наукою і закономірно як щось запозичує в них, так і щось віддає. Проте публіцистика все ж не може визначатися як підрозділ, ні «за відомством художньої літератури», ні за відомством журналістики [6 : 55], хоча і має до них безпосереднє відношення.

Звідси й тісний зв'язок блогів із публіцистикою, оскільки блогівій творчості притаманна висока суб'єктивність, висловлення власної думки про які-небудь події як особистого, так і громадського характеру, здійснення впливу, передбачає свободу стилю, жанру, тематики, проблематики тощо.

Цінність для наукового розгляду представляють особисті текстові блоги публіцистичного характеру як специфічна форма активності у сучасній блогосфері. Цей вид блогів є особливо цікавим, бо є результатом злиття та синтезу інтимного та публічного. До того ж їх автори прагнуть як впливати на громадську думку, так і шукати підхід до кожного читача. На сьогодні блогова публіцистика є помітно представленою і успішною практикою, яка прогресивно поширюється. Більшість інтернет-видань залучають до співпраці авторитетних суспільних діячів, політиків, письменників, яким надають авторську колонку у вигляді блогу (багато сучасних сайтів мають такий розділ / рубрику). Власники таких блогів регулярно публікують яскраві за стилем та мовою повідомлення на суспільно-громадську, політичну, культурну тематику і проблематику. Але оскільки сам феномен блогу є відносно новим, то дослідження та вивчення потребує як власне блог, так і його впливові інструменти. Попри популярність, поширеність та впливовість таких блогів – це явище залишається чорною плямою на вітчизняному науковому полі, а конкретно на стику теорії соціології, комунікації, журналістики та публіцистики. Серед дослідників більш популярною є публіцистика у традиційних ЗМІ, мережевим текстам приділяють мало уваги, до

того ж, малодослідженою лишається проблема впливовості блогів, яку ми прослідковуємо через аналіз комунікативних стратегій.

Проблему мовного впливу та його реалізації за допомогою комунікативних стратегій, ми розглянемо і проаналізуємо на прикладі авторського блогу російського письменника і культурно-суспільного діяча Д. В. Драгунського на популярному медіа-ресурсі «Ехо Москви».

Отже, мета дипломної роботи – на основі ознайомлення, аналізу та співставлення наукових праць з теорії журналістики, комунікації та публіцистики, провести ґрунтовне дослідження поняття комунікативних стратегій, реалізованих у блоговій публіцистиці письменника Д. В. Драгунського на сайті «Ехо Москви».

Хід дослідження

Денис Вікторович Драгунський – російський політолог, філолог, журналіст, письменник, драматург та блогер. Обраний блог розміщений на найпопулярнішому і найвідвідуванішому інформаційному ресурсі серед тих, де має блог письменник – на сайті «Ехо Москви».

«Ехо Москви» характеризується особливою атмосферою та контекстом, плюралістичністю та демократичністю. З першого дня свого існування ресурс дотримується одного правила: «Усі значущі точки зору на події повинні бути представлені». Згідно з даними лічильника відвідуваності HotLog станом на 10 січня 2015 року сайт «Ехо Москви» є сьомим за популярністю серед Інтернет-сайтів у категорії Новини / ЗМІ, а серед всіх сайтів рунету посідає 35 місце.

У своєму блозі письменник висвітлює широке коло актуальних, провокаційних і гострих питань з політики, культури, моралі, освіти, історії, економіки, міжнародних відносин. Автор регулярно міркує про сучасну російську внутрішню і зовнішню політику, колишню і чинну владу, про СРСР та тоталітаризм, про відносини Росії з Україною та Європою, про моральний занепад і корупцію, гомофобію і Pussy Riot, про перенаселення Москви тощо.

За жанром блогові записи – це короткі записи (без чіткої композиції і форми, експресивного тону, на довільну тему та із яскраво вираженим авторським «я» та відображенням авторського досвіду) можна класифікувати як короткі оповідання (замальовки). В інтерв'ю для «Litres.ru» Д. В. Драгунський говорить про власний блоговий жанр як про «коротку (а то й

взагалі надкоротку) розповідь».

Перший запис Д. В. Драгунського розміщений на сайті 18 квітня 2012 року. Станом на 23 січня 2015 року у блозі викладено 90 записів. У розділі «Блоги» на сайті «Ехо Москви» є функція «Рекомендації». Публіцист Д. В. Драгунський є лідером цього рейтингу рекомендацій, бо має 8432 читачьких рекомендацій (станом на 23 січня 2015 року).

У записах у вигляді надкоротких розповідей автор реалізує дві комунікативні стратегії: 1) першорядну широкомасштабну стратегію активізації мислення (у сенсі, активізації розумової діяльності); 2) другорядну стратегію формування позиції. Обидві стратегії мають розгалужені системи тактик і ходів (прийомів).

Автор будує ці стратегії за допомогою встановлення комунікації з читачькою інтернет-аудиторією типу «вчитель-учні», але з певною особливістю – поєднуючи звичну вчительську спокійну, виважену манеру з різкою, жорсткою, агресивною.

У рамках першої стратегії активізації мислення ми виокремили такі тактики і комунікативні ходи (прийоми) відповідно:

1) Тактика встановлення контакту (діалогу):

Як будь-який авторитетний знаний блогер, Д. В. Драгунський пише не лише для власного задоволення та оприлюднення власних думок у мережі, але й заради здійснення впливу на читачів та подальшої зміни суспільної думки, суспільства. Його записи мають діалогічний характер типу «вчитель-учні». Композиція та виклад запрограмовані на встановлення віртуального контакту, діалогу, реакції, ефекту з метою повчання та просвітлення. Ця діалогічна настанова реалізується за допомогою таких комунікативних ходів:

- Комунікативний хід «звертання»;
- Комунікативний хід «розвага читача»;
- Комунікативний хід «відповіді на коментарі»;

Розглянемо цю тактику на прикладі комунікативного ходу «звертання». Драгунський звертається до читачів на «ви», у турботливому повчальному (дещо зверхньому) тоні – не на рівних, а як вчитель до учнів. Наприклад: ми зустрічаємо звертання як до читачів, так і до героїв: «дорогие мои москвичи и москвички, как бы кафе не делалось и нашей национальной идеей» [08.08.12 Хорошо сидим]; «Поймите, милые!» [04.05.12 Государственная измена]; «ДОРОГИЕ СООТЕЧЕСТВЕННИКИ! БРАТЬЯ И СЕСТРЫ! К вам обращаюсь я, друзья мои!» [17.06.12 Трезвость – норма жизни]. «Но почему вы думаете, что власть сама

вдруг застыдятся и уйдет? (...)Очнитесь, дорогие мои сценаристы» [23.04.13 Цена на нефть упадет, и вот тогда...]; «Пока революции не было – простой народ сидел в деревнях и рабочих слободках и ломал шапку перед барином. Таков ваш идеал, защитники стабильности?» [26.01.14 Только революция дала народу право голоса]; «Люди, вы прекрасны!» [15.04.13 Обожаю...].

2) Тактика акцентуації (привертання і утримання уваги).

Сьогодні привернути, заволодіти і утримати увагу читача є важким завданням для будь-яких ЗМІ. За увагу потрібно боротися і постійно підживлювати зацікавленість. У блозі Д. В. Драгунський вирішує це завдання за допомогою лексичних засобів – використовує стилістично забарвлені та експресивні елементи. Потенціал яких спрямований на привертання уваги через прикрашання змісту та збудження свідомості читача, залучення його вглиб тексту. Ця тактика представлена такими ходами:

- Комунікативний хід «вживання неологізмів»;
- Комунікативний хід «вживання метафор»;
- Комунікативний хід «вживання просторічних мовних елементів»;
- Комунікативний хід «вживання жаргонізмів»;
- Комунікативний хід «ставлення риторичних питань».

Стратегію формування позиції ми визначили як другорядну. Оскільки вона включається у комунікативний процес віртуального спілкування тільки після реалізації підготовчих засад першої стратегії активізації мислення. Після активізації розумової діяльності читача (встановлення контакту, акцентуації, привертання уваги тощо) друга стратегія підштовхує до критичного сприйняття, переосмислення у конкретному руслі – через призму суб'єктивного бачення автора. Ця стратегія має маніпулятивний характер, оскільки автор емоційно та експресивно викладає власні думки, натякаючи на те, якщо читач не буде притримуватись авторської думки, він опиниться на боці дискредитованої сторони. Автор використовує такі тактики:

1) Тактика дискредитації:

Ця тактика всеохопно пронизує майже всі тексти і підкреслює природню авторську манеру викладу та спілкування з читачами. Запрограмована на хід думки від негативного, піддрив довіри, применшення чи руйнування авторитету, гідності, значення. Через подання правдивих, але непоміт-

них на перший погляд фактів через призму суб'єктивного бачення. Спрямована на «персонократичну» політику минулого і сьогодення, акцентуацію негативних проявів та образів. Письменник застосовує явні прийоми, що впливають на емоції та розум аудиторії. Прийоми цієї тактики об'єднує вираження негативної оцінки через скривдження, образу, глузування, лайку, пряму негативну оцінку, пробудження в аудиторії негативних емоцій за допомогою словесних образів. Всі ці ходи розрізняються за силою впливу і змістом, але їх об'єднує одне: спрямованість на створення певного емоційного настрою і психологічних установок в аудиторії. Автор використовує такі ходи:

- Комунікативний хід «висміювання»;
- Комунікативний хід «образа»;
- Комунікативний хід «алюзія»;
- Комунікативний хід «контраст»;

2) Тактика переконання:

Прийоми, на яких будується тактика, маніпулюють роздраженою та підготовленою (попередніми прийомами) свідомістю читача. Задля насадження конкретної думки чи ідеї, публіцист апелює до авторитетів та використовує свій власноруч сформований у блозі образ вчителя-наставника. Тут використовуються такі ходи:

- Комунікативний хід «залучення авторитетних думок».

Це потужний інструмент впливу на аудиторію. У ролі авторитету зазвичай виступають особистості, до думки яких об'єкт запланованого впливу може прислухатись. Це може бути відомий діяч, експерт, фахівець у певній сфері (якого аудиторія сприймає як компетентного) чи людина-учасник, очевидець, яка безпосередньо залучена до ситуації, події.

Публіцист найчастіше наводить цитати із літературних творів. Із творів таких письменників та поетів – Л. М. Толстого, Дж. Оруелла, В. В. Маяковського, О. С. Пушкіна, П. Вайса, Ю. В. Трифонова тощо. Також підкріплює свої тексти цитатами та думками з виступів суспільних діячів, організацій, зокрема політиків чи ЗМІ; наводить цитати із документів, приватних щоденників, діалогів.

- Комунікативний хід «повчання».

Д. В. Драгунський реалізує специфічну індивідуальну комунікацію типу «вчитель-учні». Майже всі блогові тексти мають повчальний характер – деякі навіть композиційно схожі на притчу. Тобто автор оповідає певну історію чи аналізує факт прив'язаний до суспільної дійсності, актуальної проблеми і закінчує текст філософською виховною

настановою, порадою, повчанням чи закликком.

Отже, щодо структури комунікативних стратегій, то бачимо, що взагалі мовна стратегія визначає семантичний, стилістичний і прагматичний вибір комунікатора, деякі показники (лексичні, граматичні) слугують маркерами мовної стратегії (також як і тактики). Взагалі в основі мовних, у тому числі комунікативних стратегій, лежать мотиви, потреби і установки комунікантів. Ступінь їх усвідомленості може бути різною і в кінцевому рахунку залежить від рівня розвитку та психологічної культури індивіда (зауважимо, що витоки людських маніпулятивних установок потрібно шукати в онтогенезі – саме брехнею у дитинстві дитина здобуває перший досвід маніпуляції – досвід управління дорослими) [2 : 61].

Тому в основі класифікації комунікативних стратегій кінцева мета, як прогнозований результат, уявлення про ефект, якого хоче досягти автор.

Комунікативна тактика передбачає більш дрібний масштаб розгляду комунікативного процесу, у порівнянні з комунікативною стратегією як загальною канвою комунікативної поведінки. Тактика – спосіб мовного впливу, що представляє собою сукупність мовних засобів і, у той же час, шлях реалізації стратегії. Іншими словами, це технологічна модель спрямованого мовного впливу. Стратегічний задум визначає вибір засобів і прийомів його реалізації, отже, комунікативна стратегія і тактика пов'язані як рід і вид. Необхідно зважати на динамічний характер мовної тактики – це забезпечує гнучкість стратегії, швидке реагування на ситуацію [2 : 55].

У рамках однієї стратегії можна виділити кілька тактик, що працюють на неї. Принципова відмінність комунікативних тактик полягає в їх різному сенсі і мовних механізмах реалізації. У свою чергу, тактика реалізується у тактичних ходах. Комунікативний тактичний хід – це конкретний спосіб досягнення комунікативного ефекту, заданого в тактичній установці.

Комунікативний вплив відбувається «у комплексі», на всіх рівнях: формальному і змістовному (когнітивному, семантичному, мовному). За допомогою комунікативних стратегій автор не тільки передає інформацію, а й надає інформації таку мовну форму, щоб максимально точно впливати на читача, змінювати і коригувати його картину світу. Наприклад, Г. Г. Почепцов у своїх дослідженнях розглядає власне мовний вплив. Але його розуміння цього поняття дещо відображає й

суть комунікативного впливу. Дослідник вивчає мовний вплив у перлокутивному (поняття теорії «мовних актів» Дж. Остіна – акт, що викликає цілеспрямований ефект впливу на почуття і думки людей, які сприймають мову) аспекті, у зв'язку з чим аналізуються реакції з боку адресата: 1) зміна ставлення до якогось об'єкту, зміна конотативного значення об'єкта для суб'єкта (виражається в закликах, гаслах, рекламі); 2) формування загального емоційного настрою (лірика, гіпноз); 3) перебудова категоріальної структури індивідуальної свідомості, уведення в неї нових категорій [5 : 64].

Висновки

Комунікативні стратегії мають розгалужену ієрархічну структуру. Втілюються та реалізуються шляхом тактичних ходів і комунікаційних прийомів. Така розгалужена структура забезпечує різнобічний, широкомасштабний та ефективний вплив. Ці стратегії спрямовані на досягнення поставленої автором мети, бажаного ефекту та реакції. Д. В. Драгунський через реалізацію даних комунікаційних стратегій прагне змусити свою читацьку аудиторію почати мислити критично, переосмислити навколишню дійсність, побачити її під іншим кутом зору, переглянути цінності, дбати про майбутнє, емоційно та морально зростати. Такі цілі досягаються наявністю потужного суб'єктивного фактора, шляхом фільтрації поданої у повідомленнях актуальної інформації через призму сприйняття та свідомість автора. Особливості та засоби реалізації комунікаційних стратегій у письменника – це прямота, гострота, стислість, актуальність, образність, художність, суб'єктивність, експресивність, емоційність, повчання та маніпулятивність.

Блогова публіцистика є новим специфічним феноменом ХХ-ХХІ століття, яскраво представленим сегментом в інтернеті-ЗМІ; що активно функціонує, прогресивно розвивається і поширюється, різнобічно, інтенсивно впливаючи на формування громадської ті індивідуальної думки, а отже й суспільство в цілому. Разом із еволюцією явища трансформуються й засоби здійснення впливу та спонукання до дії. Засоби впливу, тобто комунікативні стратегії, стають розгалуженими та широкомасштабними, породжуються загальноприйнятним плюралізмом, свободою слова, домінуючою суб'єктивністю та потужною експресивністю, яких вимагає розважальна споживацька сучасна культура.

Список літератури

1. Амзин А. Новостная интернет-журналистика / А. Амзин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://alex-alex.ru/nij.php>
2. Драгунский Д. Блог / Д. Драгунский [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://echo.msk.ru/blog/dragunsky/>
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : УРСС, 2002. – 284 с.
4. Кастельс М. Галактика Интернет : Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс. – Екатеринбург : У-Фактория (при уч. изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.
5. Кихтан В. В. Информационные технологии в журналистике / В. В. Кихтан. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. – 160 с.
6. Почепцов Г. Г. Коммуникативные аспекты семантики / Г. Г. Почепцов. – К. : Вища школа, 1987. – 129 с.
7. Ученова В. В. Основные направления разработки теории публицистики / В. В. Ученова. – М. : Изд-во МГУ 1978. – 69 с.

Структурна модель репрезентації соціокультурної дійсності у текстах Сергія Рахманіна (за матеріалами сайту «DT.UA»)

Проблема дослідження

Події 2014-2015 років особливо підсилили увагу українців до журналістських матеріалів, зокрема до публіцистики. І це зрозуміло. Проте варто враховувати, що детальний аналіз певних явищ у публіцистиці так чи інакше пропускається через призму авторського бачення. Таким чином реципієнт отримує виклад подій у вигляді репрезентації.

У сучасній інформаційній ситуації (маються на увазі й умови інформаційної війни, боротьби за свого читача, утримання українця в українському інформаційному просторі) принципово важливо простежувати як репрезентують дійсність журналісти.

У такому контексті доречно розглянути постать журналіста Сергія Рахманіна. Такий вибір обумовлений низкою причин. По-перше, Сергій Рахманін пише про політику – найбільш нестабільну сферу життя соціуму, але, у той же час, найбільш важливу для кожного, адже політика так чи інакше впливає на життя пересічної людини. По-друге, зазначений автор – представник видання «Дзеркало тижня», яке визнано одним із найвпливовіших видань в Україні [1].

Мета роботи – визначити, яким чином Сергій Рахманін репрезентує дійсність, та зробити висновки щодо характеру цієї репрезентації.

Хід дослідження

Кожен текст Сергія Рахманіна умовно можна поділити на вступ, основну частину та заключну частину. У вступі зазвичай висувається проблема, в основній частині вона аргументується та в заключній частині зазначаються результати осмислення. Відповідно до авторського задуму, у кожному з цих структурних елементів можуть з'являтися ті чи інші засоби залучення читацької уваги (надалі називатимемо їх маркерами). Ці маркери пробуджують певні емоції читача, повертають його до осмислення тексту, акцентують увагу на принципово важливих моментах. Під маркерами можемо розуміти метафори, риторичні запитання які по-разному читацьке сприйняття.

Проаналізувавши матеріали зазначеного автора, ми виявили закономірність у побудові текстів. Це можна продемонструвати таким чином:

ВСТУП

- Використання інтригуючого заголовка;
- Залучення потужної метафори;
- Розтлумачення цієї метафори.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

- Апеляція до минулих подій, їх хронологічний виклад;
- Звернення до документів, які не передбачають вільної інтерпретації;
- Трансляція емоційного стану, який притаманний більшості українців на цей період часу.

ЗАКЛЮЧНА ЧАСТИНА

- Потужна метафора;
- Провокаційний умовивід;
- Заклик/виклик читачеві.

На основі цієї схеми вводимо поняття «емоційне коло». У текстах Сергія Рахманіна початок і кінець мають значну емоційну забарвленість. Вона виражається за рахунок інтригуючого, обіграного заголовка, або цікавої метафори на початку і провокацією в кінці. При цьому наявний смисловий зв'язок між початковою метафорою і закінченням тексту. Таким чином читацька емоція, яка виникає на початку, оновлюється та підсилюється, коли текст дочитано. Адже основна частина хоча і містить різні маркери, проте, переважно, апелює до відомих та всім зрозумілих речей.

Для того, аби краще розкрити наведену думку щодо емоційного кола та способу структуризації тексту, пропонуємо аналіз найбільш показових матеріалів. Зазначимо, що наведена модель притаманна усім проаналізованим матеріалам за 2014 та 2015 роки, однак у деяких з них емоційна забарвленість дещо приглушена, тоді коли в інших – особливо вирізняється.

Отже почнемо з аналізу вступів та прослідкуємо, як саме запускається емоційне коло.

У матеріалі «І вічний “Мінськ”» Сергій Рахманін починає текст із влучної метафори. «Уявіть, що

ви намагаєтесь описати фабулу мексиканського “мила” після перегляду однієї-єдиної серії, ну, скажімо, 257-ї. Не знаючи, звідки єсть пішла Хуаніта, і хто кому – Педро, ви гарантовано не розберетесь в хитросплетіннях режисерського задуму. Ваша оповідь буде невивагдливим переказом, аматорською чорно-білою фотографією одного фрагмента гігантської мозаїки, яка складається з сотень тисяч елементів» [4]. У наведеному уривку є два принципи для цього дослідження засоби. Перший – це зацікавлення читача шляхом кумедного порівняння політичної ситуації з мексиканським серіалом. Другий – це маркер залучення читача до роздумів, а саме звертальна форма викладу: «уявіть», далі розповідь про подальші кроки, які робитиме читач: «ви не розберетесь», «ваша оповідь».

Залучення потужної емоції на початку тексту особливо помітне у матеріалі під назвою «Згинаючись під ношею, ти збільшуєш її вагу». «Ненависть. Найточніше визначення настрою на Майдані після 20 лютого. Вона палала в очах задимлених бійців із передової. Стискала серця тих, хто носив поранених, будував барикади і розливав по пляшках “коктейль Молотова”. Вона здушувала горло тим, хто дізнавшись про тривожні новини, примчав на перетворену на братську могилу розтерзану площу. Вона переповнювала душі тих, хто спостерігав за побоїщем по телевізору» [3]. Тут Сергій Рахманін апелює до особливо важливих для кожного у країні переживань. Уживання словосполучень «братська могила», «розтерзана площа», «спостерігав за побоїщем» лише підсилюють загальний емоційний стан читача.

Особливо показовим є матеріал «Алюзія на справедливість». Початок тексту – неявна метафора, яку автор пропонує розгадати. Тут використано цитату (приказку). Завдання читача – зрозуміти, чому саме її наводить автор. «Найтемніше місце – під ліхтарем», – каже стародавня китайська приказка, яка зажила популярності (якщо пам'ять мене не зраджує) завдяки Конфуцію. Згадав її 16 вересня після ухвалення Верховною Радою Закону з трохи пафосною назвою “Про очищення влади”» [2].

Тобто, робимо висновок, що для залучення читацької уваги на початку тексту Сергій Рахманін використовує заголовки, у яких обігрується предмет відображення; метафори та приказки, які читачеві пропонують заново переосмислити; прямі заклики; виклад тих фактів, які особливо важливі для читача, або безпосередньо впливають на емоційний стан.

Тепер можна переходити до аналізу основної частини текстів Сергія Рахманіна.

Для того, аби обґрунтувати початкову думку у матеріалі «І вічний Мінськ», а також для детального аналізу ситуації, автор залучає виклад попередніх подій. Такі свої відступи Сергій Рахманін спеціально маркує. «Щоб зрозуміти, що саме втілюється в букву закону й чому необхідно повернутися бодай на кілька “серій” назад. Конкретно – у червень минулого року» [4].

Автор удається до такої манери викладу, із якою обов'язково погодиться реципієнт. Тобто, розповідає про події, які вже відбулися. «Порошенко позиціонував себе як “президент миру” і тому мав запропонувати певний мирний план, який можна було б показати не тільки громадськості, а й Заходу, котрий не бажав ескалації і не поспішав виділяти необхідні для української економіки кошти. Те, що план нездійснений (бо очевидно суперечив задумам Москви та планам сепаратистів), на Банковій розуміли – це був ритуальний крок» [4]. Читач має погодитися із такими висновками, адже матеріал написаний вже після того, як зазначені події відбулися і тому реципієнт міг переконатися у наслідках описаних подій. «Ритуальний крок» – влучна метафора, яка не лише урізноманітнює текст, а й вигідно підкреслює сказане, формуючи певний іронічний контекст. Використання такого художнього засобу в основній частині, де переважно фігурує інформація, з якою читач погоджується, дає підстави стверджувати, що Сергій Рахманін схильний репрезентувати дійсність метафорично.

В основній частині також наявний і відсторонений характер викладу, на кшталт: «26 серпня, коли становище українських військ стало критичним, Петро Порошенко зустрічається в Мінську з Владіміром Путіним», «Вибори не відбулися» [4], тощо. Зрозуміло, що певна авторська позиція прослідковується: використання російського варіанта імені «Владімир» замість українського «Володимир». Журналіст ставиться до цієї людини скептично і зневажливо. Такий спосіб написання особливо вирізняється на фоні бездоганної літературної мови автора. Щодо фрагменту про становище українських військ, то можна стверджувати, що Сергій Рахманін лише погоджується із оцінками компетентних структур – Міністерства Оборони, адже саме представники цієї офіційної структури заявляли про це.

В основній частині тексту «Згинаючись під ношею, ти збільшуєш її вагу» автор звертається до

досить відстороненого викладу подій, лише іноді розповідає про власний досвід перебування на Майдані. Однак ці фрагменти не містять метафор.

Для Сергія Рахманіна характерно використовувати риторичні запитання. Залучення читача до процесу осмислення активізує увагу реципієнта. «Жартували, що парад на честь Дня Незалежності заплановано не тільки в Києві, а й у Донецьку. Чи не жартували?». Або «Чого варто Києву чекати від Заходу?», «Чи варто докоряти заходу?». Автор також безпосередньо звертається до свого читача. «Отже, “Мінськ-1” подавався Банковою як компроміс, необхідний для перепочинку. А перепочинок потрібен був для запуску реформ і посилення військової потуги. Вийшло? Оцінювати глибину військової думки при планування воєнних операцій останніх місяців пропоную читачеві самостійно. Оцінювати, наскільки ми просунулися в реалізації реформ з вересня, – теж» [10].

Залучення читача відбувається на рівні прямого запрошення до осмислення та обговорення. Коли реципієнтові пропонують взяти участь у процесі осмислення – велика вірогідність того, що читач все ж буде, як мінімум, зацікавлений. Сергій Рахманін також пропонує дати оцінку обговорюваній ситуації.

Отже робимо висновок, що в основній частині автор удається до активного залучення читацької уваги шляхом уведення реципієнта в діалог. Це відбувається завдяки риторичним запитанням.

Тепер потрібно перейти до аналізу заключної частини матеріалів, тобто висновків. Саме тут відбувається замкнення емоційного кола.

Сергій Рахманін завершує матеріал «І вічний Мінськ» суб'єктивною констатацією: «Якщо все буде як завжди, якщо українська влада не зробить виразної спроби перетворитися з об'єкта на суб'єкт, з жертви на трударя і воїна... Буде новий “Мінськ”, новий “перепочинок”, нові “пастки”. Нова ефектна, але від того не менш нудотна балаканина замість твердих учинків. Нові втрати. Часу. Територій. Довіри. Людей.

Країну втратити не дамо» [4].

У цьому уривку наявна емоційна забарвленість. Її підсилює використання односкладних речень, уживання слів в лапках. Також до читача апелює явний заклик, або радше виклик: «Країну втратити не дамо». Це той самий засіб, яким автор завершує емоційне коло у цьому конкретному тексті.

Текст «Згинаючись під ношею, ти збільшуєш її вагу» має таке ж сильне завершення як і початок.

«Майдан – це не повстання людей проти державного механізму, який не виконує свої функції: де президент не реформує, а інкасує; де міліція не захищає, а рекетирує; де суди не встановлюють істину, а продають вердикти; де прокуратура не розслідує, а надовго засуджує. Народ вирішив здерти з тіла цю коросту. А йому запропонували перерозподілити повноваження між кліщами-паразитами і шанс на лазню в грудні?

Майдан вирішить інакше...» [3].

Висновки

У текстах Сергія Рахманіна репрезентація відбувається за рахунок залучення емоційного фону суспільства, так і емоцій окремого реципієнта. Тобто, характер репрезентації Сергія Рахманіна, безперечно, емоційний. Засобом такої подачі тексту є емоційне коло, яке створюється завдяки подвійним змістам, символічності та метафорам. Таким чином, до емоційного характеру репрезентації додається ще й метафоричний. Ці два критерії хоч і тісно пов'язані, не є взаємозалежними. Метафора дає початок емоціям, але іноді і загальний емоційний фон краще розкриває метафору.

У середині емоційного кола наявний дещо відсторонений виклад думок. Сергій Рахманін цитує тести із Конституції, Законів, положень, витягів – тобто документів, які не передбачають вільної інтерпретації. Також, публіцист вдається і до звичайного викладу подій, що вже відбулися. Читач погоджується із ними, адже сам переконався у тому, що вони мали місце. Більш того, реципієнт іноді сам на собі відчув результати цих подій – про що і пише Сергій Рахманін. Тобто, у центрі емоційного кола є те, що можна оцінити, як максимально наближене до дійсності такої, якою вона є.

Зрозуміло, що такі фрагменти журналіст розбавляє різноманітними маркерами, які акцентують увагу читача. Також наявні безпосередні звертання до реципієнта, риторичні запитання. Це – принциповий момент у цьому дослідженні. Читач залучається до процесу мислення. У реципієнта складається враження, ніби він сам починає аналізувати дійсність, доходити певних умовиводів. Однак саме Сергій Рахманін задає тон, напрямок думки. Проте, це відбувається на підсвідомому рівні. Урешті-решт, читач абсолютно погоджується із автором, адже, по-перше, вважає наступні думки своїми, або наближеними до своїх; по-друге, вдячний публіцисту за пропозицію діалогу, своєрідної дискусії на мисленнєвому рівні.

Отже, емоція на початку апелює до підсвідомості читача. Відсторонений виклад того, що майже

всім відомо, активізує рацію реципієнта. Починається процес осмислення, за рахунок «запрошення» до діалогу. При цьому, на підсвідомому рівні все ще залишається задане відчуття. Після прочитання це відчуття активізується: емоційне коло замикається.

Завдяки такій схемі реципієнт автоматично сприймає дійсність у тому руслі, яке задає Сергій Рахманін. Адже читач, осмислюючи ситуацію, приходиться до певних висновків, які, якщо не збігаються, то принаймні перегукуються із авторськими умовиводами. Авторський задум, завдяки вживанню аксіоматичних тверджень, відстороненому викладу, апеляції до текстів, які не передбачають вільної інтерпретації, реалізується. Тобто читач сприймає не лише фактичну основу матеріалу, але й емоційний фон. При цьому відбувається накладання сприйняття реципієнта на репрезентацію журналіста. У результаті у читача складається враження, ніби він сам дійшов певної думки, а це переконує його у її істинності. Адже людина схильна вважати, що саме її власна позиція правильна.

Сергій Рахманін удається до безпосередніх звернень до читача. Це або риторичні запитання, або прямі заклики. Закликає журналіст до того, аби читач критично ставився до світу, до подій, які відбуваються у його часопросторі, і до тексту зокрема. Таким чином Сергій Рахманін формує у свого читача критичне сприйняття дійсності. Це основа тієї моделі, яку читач потенційно застосуватиме і до інших матеріалів. Тобто, журналіст виховує свідому аудиторію, що особливо важливо в сучасному інформаційному просторі.

Можна зробити такі висновки. Сергій Рахманін у своїх текстах удається до таких принципових аспектів репрезентації дійсності:

1. Передає дійсність посилаючись на власний досвід;

2. Залучає читача до процесу осмислення;
3. Апелює до емоційного стану суспільства в цілому;
4. Звертається до документів, які не передбачають вільної інтерпретації;
5. Удається до відстороненого викладу подій;
6. Розповідає те, що вже сталося і наслідки чого явні.

Характер репрезентації соціокультурної дійсності у блогах Сергія Рахманіна – безперечно емоційний та метафоричний. Однак сам журналіст закликає реципієнта до критичного ставлення до тексту. Таким чином відбувається зріз емоційного шару і залишається відображення реальності максімально наближене до дійсності.

Список літератури

1. Газету «Дзеркало тижня. Україна» визнано лідером популярності серед медіаекспертів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dt.ua/UKRAINE/gazetu-dzerkalo-tizhnya-ukrayina-viznano-liderom-populyarnosti-sered-mediaekspertiv-136294_.html
2. Рахманін С. Алюзія на справедливість. – [Електронний ресурс] / С. Рахманін. – Режим доступу : http://gazeta.dt.ua/internal/alyuziya-na-spravedlivist-_.html
3. Рахманін С. Згинаючись під ношею, ти збільшуєш її вагу. – [Електронний ресурс] / С. Рахманін. – Режим доступу : http://gazeta.dt.ua/internal/zginayuchis-pid-nosheyu-ti-zbilshuyesh-yiyi-vagu-_.html
4. Рахманін С. І вічний «Мінськ». – [Електронний ресурс] / С. Рахманін. – Режим доступу : http://gazeta.dt.ua/internal/i-vichniy-minsk-_.html

Порівняльний аналіз релігійного дискурсу Православної церкви та дискурсу ідеології патріотизму в Україні (на основі мережевих текстів)

Проблема дослідження

Під час соціальних, економічних та політичних криз зазвичай спостерігається підвищення активності релігійних груп. Суттєві, докорінні зміни у всіх сферах життя людини, недовіра до офіційних джерел, панівної ідеології спричиняє, за соціологом та релігієзнавцем Є.Г. Балагушкіним, поживлення не лише традиційних релігій, але й активізацію чи навіть народження альтернативних релігійних систем. [1] В Україні такою альтернативною системою під час зворушень 2013-2014 років став націоналізм. Ідеологія патріотизму, таким чином, прийняла у себе атрибути релігійної системи, її специфічні терміни та особливості дискурсу, що проявилось, зокрема, у ЗМІ та соціальних мережах.

Мета даної роботи – порівняти релігійний дискурс православної церкви та дискурс ідеології патріотизму і націоналізму в Україні під час подій Євромайдану та після нього за допомогою методів контент-аналізу, дискурс-аналізу, індукції та узагальнення. Емпіричним матеріалом для дослідження стали тексти з офіційних сайтів Української Православної церкви, Одеської єпархії, Грецької православної церкви, Російської православної церкви, сторінки в соцмережах Одеського клубу православної молоді, а також тексти з сайтів та соціальних сторінок, пов'язаних з Євромайданом (організаційні та інформативні сторінки) та тексти Інтернет-ЗМІ.

Хід дослідження

Спершу розглянемо соціальні та психологічні атрибути, спільні для обох систем. За політологом та соціальним психологом Дмитром Ольшанським, соціальною причиною звернення до релігії є прагнення суспільства до єдності. Це є природним механізмом збереження, який особливо активізується під час криз, катастроф та зворушень.

Щоб суспільство залишалося цілісним та мало силу протистояти небезпеці, необхідно, щоб всі його члени мали спільні надії та побоювання, розділяли ненависть до спільних ворогів і віру у свою правоту. [6] Останнє є однією з головних причин усіх релігійних війн. Історик і соціолог релігії А.Ю. Григоренко називає це явище дезінтегративною функцією релігії (поруч з традиційною інтегративною) і пояснює тим, що кожна релігія пропонує власну історію на роль єдиної істини, і тому всі інші релігії є для неї «чужими». [4] А. Григоренко також посилається на німецького соціолога та історика релігії Ернста Трельча, який зауважував, що «всі релігії народилися абсолютними». Ідеологія так само, як і релігія, є закритою системою, не схильною до прийняття кодів інших систем, її адепти так само вважають, що «хто не з нами, той проти нас». І це підводить нас до базового психологічного аспекту обох систем, а саме – матриці «свій-чужий».

Бінарна опозиція «свій-чужий» є однією з найбільш фундаментальних в історії людства. Доктор історичних наук В.І. Фокін вважає, що саме виявлення відмінностей лежить в основі людських відносин, а відчуття страху перед «чужим» є первинним антропологічним станом людини. Цей страх і необхідність протистояти «чужому» є потужним важелем мобілізації соціуму [7]. З точки зору психології, ідентифікація себе з певною групою «своїх» і чітке протистояння певним «чужим», що не входять до цієї групи, є одним з головних механізмів людської психіки.

Приналежність до певної групи проявляється через використання індивідом специфічної лексики, а також у матеріальному світі через ритуали, пожертви, використання розпізнавальних знаків. Всі ці прояви водночас оновлюють, закріплюють зв'язки у суспільстві та дозволяють індивіду про-

явити себе як члена певної групи, відчуті себе частиною чогось великого і потужного [6]. Цьому допомагають календарні свята, що здатні зібрати усіх adeptів системи в одному місці та примусити пережити спільні емоції. Наприклад, містичний захват, що переживають православні у Пасхальну ніч на площі перед собором чи радісна гордість учасників Маршу вишиванок.

Ритуали релігійних та ідеологічних систем також будуються за спільною схемою, коріння якої сягає ще часів перших вірувань – анімізму, тотемізму, тощо. Це ритмічні повторювані рухи і звуки, які вводять людину в медитативний стан, іноді доводячи до катарсису. Повторюваними рухами у православ'ї є хрещення, звуками – співання молитви. Авжеж, ці ритуали мають глибоке символічне значення, але, на жаль, на побутовому рівні більшість людей не усвідомлює ці значення, перетворюючи таїнства на аналог «магічних» рухів у примітивних релігіях. Таким чином, потужні символи, як, наприклад, хресне знамення, отримують нові значення – значення підкорення фатуму («я перехрестився, тож моє прохання виповниться»), значення причетності та наслідування («всі перехрестилися, і я перехрещуюся»). Але ці особливості побутового сприйняття релігії потребують окремого дослідження, тож повернемося до нашого порівняння.

У націоналістичній системі ритуальними рухами можна вважати стрибки під час мітингів Євромайдану (стала реакція на «кричалку» «Хто не скаже, той москаль»), звуками – співання гімну України та різноманітних коротких «кричалок», що характеризувалися гумором та певною агресивністю: «Панду геть», «Зека на нари, тоді підем на пари», а також більш серйозних гасел: «Україна це Європа», «Я тут не за гроші», подвійних гасел (починає спікер («пастор»), закінчують adeptи): «Слава Україні – Героям слава!», «Слава нації – Смерть ворогам!».

Спільні паттерни також можна знайти у промовах спікерів Євромайдану та проповідях діячів церкви. Всі вони містять заклики до єднання, увіряють, що їх зі слухачами спільна справа – свята та попереджають про загрозу з боку «чужих» (невірних, байдужих, ідеологічних противників, тощо). Часто спікери обох систем закликають до пожертви – жертвувати на храм чи на нужди Майдану, на допомогу бійцям АТО чи на підтримку лікарні, столової при церкві. На жертвоних ящиках обох систем – короткі лаконічні написи з чітко сформульованою ціллю, на яку збираються кошти.

Схожими є і заклики до нематеріальних пожертв – часу, сил, навичок (волонтерства у Будинках малюка чи на Майдані, Служби психологічної та юридичної допомоги при Майдані, де спеціалісти на засадах волонтерства надавали допомогу всім потребуючим). Так само збігаються за змістом і формою, стилем звіти з використання зібраних коштів. Наприклад, на сайті maidanfamily.org, що опікується проблемами сімей героїв Євромайдану та АТО, звітують так: «Друзі, ми завершуємо збір коштів для родин Небесної Сотні! За три місяці завдяки всім вам вдалося зібрати безпрецедентну для України суму. Тепер, для того щоб завершити перерахування родинам (та забезпечити справедливий розподіл), ми припиняємо приймати грошову допомогу на рахунок Фонду Приірпіння. Чекайте звіт про передачу коштів сім'ям Героїв до кінця цього місяця. Дякуємо за вашу небайдужість та допомогу! Без кожного з вас нічого б вдалося!»

Порівняємо зі звітом, що розміщено на сторінці Одеського клубу православної молоді «Православне покоління» у соцімережі «Вконтакте»: «Большую часть лечения мы прошли благодаря Вам!! Этот курс лечения уже подходит к концу, осталось ещё несколько процедур. Ориентировочная сумма сбора на 21.07. - 1600 -2000 грн. По состоянию на 15.07. - 11,79 грн. Обращаемся к Вам с просьбой и далее не оставит Николая и помочь дойти до окончания лечения». Тут звіт є дещо лаконічнішим, але він і не є фінальним, як у прикладі з maidanfamily. Загалом, компоненти та стиль звітів схожі: команда звітується про збір/витрати коштів та дякує всім, хто допомагав, наголошуючи, що без них акція була б неможливою.

Розпізнавальними знаками є будь-які матеріальні об'єкти, за якими можна ідентифікувати людину як члена певної системи. У православ'ї цю роль відіграє натільний хрест, специфічні елементи одягу працівників церкви, у ідеологічній системі українського патріотизму – вишиванка, жовто-блакитна чи червоно-чорна стрічка на одязі чи на зап'ясті, прикраси у національному стилі, тощо.

Роль розпізнавального знаку виконує також і специфічна для певної системи лексика, якою користуються adeptи системи. Це підводить нас до висвітлення головного питання цієї роботи – порівняння православного релігійного та українського націоналістичного дискурсів на базі текстів, опублікованих в Інтернет-просторі під час подій Майдану та АТО.

Більшість публікацій релігійного дискурсу за жанром можна віднести до проповіді. У всіх ін-

ших публікаціях проповідь є частиною матеріалу і пропонується читачеві у вигляді аналітичного коментаря або репліки. Досить часто трапляються новина, інформаційна стаття, звіт, анонс та інтерв'ю. У патріотичному дискурсі найпоширенішими жанрами є інформаційне повідомлення та нарис, есей, репліка, часто трапляються звіт, аналітична стаття, коментар, анонс.

За обсягом релігійні тексти є значно більшими за патріотичні, але це пояснюється вимогами аудиторії та специфічними обставинами, у яких творяться тексти. Наприклад, велика кількість реплік та есеїв, опублікованих на сторінках Євромайдану в соціальному мережі Facebook, були написані прямо на Майдані чи в зоні АТО, де немає ані часу на написання великих текстів, ані можливості їх набрати та вчитати (зазвичай такі тексти друкуються за допомогою мобільного телефону). Так, найменші тексти релігійного дискурсу нараховують близько 1500 знаків, а патріотичного – близько 200 знаків для репліки та 500-600 для нарису.

За структурою популярний у патріотичному дискурсі есей нагадує релігійну проповідь та виступи церковних діячів. Це є зрозумілим, адже тексти обох жанрів будуються за принципами риторики, до того ж коріння есею часто виводять від біблійних притч, а в «Еклезіасті» Царя Соломона взагалі вбачають одну з перших есеїстичних робіт.

Тож, щодо спільної структури есею та церковного виступу. Текст починається з розповіді про певну проблему соціальної дійсності або про подію, яку автор бачив на власні очі чи про яку нещодавно почув. Розповідь ведеться емоційно, авторська оцінка не приховується. Другим пунктом автор розкриває своє бачення проблеми чи події, дає їй оцінку, відстоює свою думку за допомогою фактів та барвистих метафор і порівнянь. Наприкінці тексту міститься заклик до дії або висловлення надії автора на певну реакцію соціуму на дану публікацію або прямо виражається мораль історії. Наприклад, послання Митрополита Онуфрія «Ми не маємо права оправдувати війну релігійними лозунгами» (від 15 травня 2015) починається з прив'язки до календарної події (1000 років від мученицької загибелі святих князів Бориса та Гліба), яка потім зв'язується з соціально-політичними подіями (ситуація в АТО та на міжнародній політичній арені). В середині тексту митрополит закликає до миру, любові і злагоди, припинення бойових дій та інформаційної війни, цитує Святе Писання, заперечує право священників благословляти солдатів на війну та вбивство. Текст насичений опе-

раторами повинності («призиваю», «нужно», «мы должны»), дієсловами наказової форми, має категоричний стиль. Завершується текст закликом молитися Богові за мир та просити в нього розуму, щоб цей мир встановити і зберегти.

Аналітичний есей Віталія Квітки «Без емоцій: роздуми на тему розколотих мирною війною», представлений у рубриці «Мнения» на <http://www.segodnya.ua/>, також розпочинається фактом дійсності, який викликав у автора думки, що він виклав у подальшому тексті. В. Квітка також прив'язує текст до календарних подій, перелічивши найбільші потрясіння країни за останні 1 рік та 8 місяців, і робить з цього висновок: настав час поговорити про все «без емоцій». Далі автор викладає власне бачення перебігу подій, посиляючись на факти політики, дані статистики (кількість померлих), історичні факти та репліки громадян з обох таборів («за» Євромайдан та «проти»). Автор емоційно розкриває логічність свого вибору та нелогічність вибору людей, що досі тримаються «Антимайдановських» настроїв. Наприкінці тексту автор закликає читача не бути байдужим до ситуації в країні та точно визначитися, ідеям якої сторони він симпатизує.

Більшість текстів патріотичного дискурсу направлена на читача, лояльного до ідей Євромайдану чи навіть його учасника. Наприклад, у вищезгаданому есеї Квітки: «І тому частина наших громадян в кріслах ВР та «за кордоном», на Сході продовжує вірити, що «коли Путін схоче, то...», що «коли Путін прийде, то...», що якщо відділитися і відновити ідеї бандитизму 1920-х, то... запечені фазани падатимуть з неба – тільки встигай підставляти кошика». Інформація тут подається з точки зору саме цієї ідеологічної сили, хоча номінально вона претендує на нейтральне висвітлення подій («...без емоцій»).

Тексти релігійного дискурсу направлені на читача вже обізнаного з ідеями православної церкви та лояльного до них або вже віруючого. Тематика у обох дискурсах майже збігається: основою текстів є висвітлення важливих суспільно-політичних подій, висловлення реакції системи та її лідерів думок на певні проблеми, звітування про соціальну допомогу, яку надає система потерпілим внаслідок соціальних катаклізмів. Але у церковному дискурсі ще додаються календарні матеріали, пов'язані з церковними святами.

Стосунки обох дискурсів з реальністю, за класифікацією К. Бобиревої, – висвітлення дійсності, її пояснення та зміна за допомогою текстів. [5]

Тексти патріотичного дискурсу мають за ціль єднання людей навколо ідей Євромайдану, мобілізацію суспільства на боротьбу з внутрішніми та зовнішніми ворогами та уламками старої системи (влади Януковича, пережитками СРСР тощо), просування європейських цінностей та ідей патріотизму і націоналізму, популяризацію української мови та національних символів, вітчизняного виробника, а також висвітлення актуальних подій та формування громадської думки щодо них. Тексти релігійного дискурсу покликані актуалізувати систему, нагадати про неї, а також заохотити читача дізнатися про неї більше, викликати бажання працювати над собою, духовно зростати. Вони спрямовані на моральне пробудження читача, його навчання, формування чи реформування його базових цінностей і вірувань.

Згідно з цілями, тексти патріотичного дискурсу мають такі функції: сугестивна, репрезентативна, дидактична, інформативна, регулятивна, функції мобілізації, повинності та соціального зв'язку, прогнозування, інтерпретації та оцінки дійсності. Тексти релігійного дискурсу відповідно мають такі функції: дидактична, сугестивна, регулятивна, інформативна, функція примусу, соціального зв'язку і прогнозування, інтерпретації та оцінки дійсності. Як можна помітити, набори функцій майже збігаються, хоча цілі їх багато в чому відрізняються. Можливо, це є наслідком подібності двох аудиторій та ролей, які ці тексти відіграють для цих аудиторій.

В обох дискурсах авторство тексту є одним з найважливіших аспектів, на ньому особливо наголошується (окрім новинних текстів, анонсів, звітів та інших інформаційних жанрів, позбавлених прямого висловлення особистої думки). Причина цього – у високому ступені присутності автора у тексті, а також у питанні авторитетності джерела. Текст за авторством Митрополита Онуфрія буде прочитаний більшою кількістю людей і з більшою увагою, аніж текст маловідомого ченця, так само як і на есей Андруховича зверне увагу більше людей, ніж на твір невідомого письменника чи журналіста. Тож метод впливу на аудиторію «посилання на авторитет» є характерним для обох дискурсів. У текстах патріотичного дискурсу зазвичай цитуються відомі соціальні та політичні діячі, у релігійному дискурсі – діячі Православної церкви та Святе Писання. Цікавим спостереженням є те, що посилання цих двох дискурсів досить часто перехрещуються: у текстах Євромайдану зустрічаються біблійні цитати, посилання на слова

Митрополита Онуфрія, Митрополита Агафангела, заклики до християнських цінностей, наголошення, що «Бог з нами». Наприклад, у масштабній аналітичній статті Дмитра Белянського у рубриці «Новини суспільства» на <http://www.segodnya.ua/>, де він приводить думку експерта – психіатра Олега Чабана: «Почему возник Антимайдан? Потому что был Майдан. <...> Когда есть сила, всегда есть противодействие. <...> Есть такая библейская мудрость – Христа бы не было, если бы не было Антихриста. Если бы его не предали, мы бы не имели идею Христа». Релігійна тематика спостерігається зокрема в назвах батальйонів у зоні АТО (добровольчий батальйон «Святий Миколай», «Сотня Ісуса Христа», батальйон «Діва Марія»).

Зворотній перехрест також проявляється – у текстах релігійного дискурсу дають слово політичним та соціальним діячам. Наприклад, на офіційному сайті Одеської Єпархії у репортажі з багатотисячної молитви за мир перед Касперівською іконою Божої матері зазначається, що «...голова Одеської ОДА подякував митрополиту Агафангелу за його молитви про мир і процвітання Одещини, підкресливши, що Владику знають не тільки в південному регіоні України, а й далеко за його межами. І дуже вірно, що і Церква, і держава разом працюють над зміцненням єдності країни, відроджуючи моральні основи нашого суспільства». Участь суспільних, культурних та політичних діячів у релігійних заходах дозволяє актуалізувати тему віри, підняти її у нерелігійних ЗМІ, а також позитивно впливає на імідж самих діячів.

Стиль в обох дискурсах використовується публіцистичний, з використанням риторичних фігур (риторичних питань, звертань, заперечень), у патріотичному – з домішками розмовного (у есеях та репліках, коментарях), у релігійному – з помірним використанням церковної термінології. Публіцистичний стиль є найбільш комфортним для більшості читачів, тож відповідає однієї з головних цілей текстів обох дискурсів – популяризація системи, в якій створено цей текст, та її базових ідей, моделі світу. Автори релігійних текстів свідомо зменшують використання специфічної термінології, щоб їхні матеріали були зрозумілі навіть читачам ззовні системи, чий тезаурус не включає в себе християнських понять. Якщо оминати використання специфічної лексики неможливо, вона лаконічно пояснюється прямо в тілі тексту. Наприклад, у проповіді Митрополита Онуфрія в день Різдва Пророка і Хрестителя Господнього Іоанна: «Покаяння – це усвідомлення того, що ми

зробили помилку, того, що ми вчинили невірною і розкаюємося за це перед Богом», також – у проповіді Митрополита в день пам'яті апостолів Петра і Павла детальна розповідь про життя цих святих. Завдяки таким поясненням навіть ті читачі, що є далекими від віри та православної церкви, можуть зрозуміти, яке свято справляє церква, в чому його головний сенс та як його відзначити, якщо захочуть приєднатися до святкування.

У текстах обох дискурсів розповсюджене використання кліше, зустрічаються канцеляризми. Наприклад, у церковних текстах: «стабільність в регіоні», «служіння полягає у...», «в умовах політичних та соціальних настроїв», «у трагічних обставинах», «потребує особливої уваги», власні церковні кліше «вознесли молитви», «звертався з такими словами», «благословення на подальші труди». У текстах патріотичного дискурсу: «мільйони людей взяли участь», «ми були свідомі того, що...», «готові до тривалої боротьби», «голоси мільйонів», «ще більше роботи попереду». Можна помітити, що сталі конструкції є майже спільними. Неспецифічно релігійні (мирянські) церковні кліше можна легко представити у націоналістичному тексті, та навпаки.

Тексти обох дискурсів характеризуються патетичністю. В патріотичних текстах вона проявляється у героїзації, сакралізації, гіперболізації, використанні високих моральних категорій та абстрактних понять. Спільними концептами двох дискурсів є поняття справедливості, єдності, віри, добра, любові, концепт закону, допомоги ближньому, перемоги над страхом, самодисципліни, страждання та самопожертви заради інших. Специфічними концептами дискурсу Євромайдану є честь, гідність, патріотизм, європейські цінності, концепти ворога, смерті, крові. Специфічними концептами церкви є душа, Бог, святість, Рай, Пекло, храм, гріх. [3]

Тексти патріотичного дискурсу часто містять гумористичні метафори, сарказм, гумористично-зневажливу лексику. Наприклад, у згаданому вже матеріалі Дмитра Белянського: «...случилась невольна технічна проблема. Євромайдан», «...но если сейчас смягчат реформы, денег не дадут совсем», «к советам психиатров нам всем явно пора прислушаться», «временное дубасание друга дубинками и ракетами». Або в матеріалі Віталія Квітки: «беркутня», «вояки», «старі добрі радянські цінності», «іноді їх викурюють з анабіозу байдужості повістки», «приділяти увагу...таким дрібницям, як існування власної держави».

У сучасних церковних текстах таке зниження заборонено, хоча у середньовіччя церковний дискурс іноді дозволяв гумор. Як зауважує відомий дослідник, філософ і культуролог Михайло Михайлович Бахтін, у Середні віки «навіть високопоставлені церковники дозволяли собі... «монашескі жарти» («Joca monachorum»). У своїх келіях вони створювали пародійні і напівпародійні вчені трактати та інші сміхові твори латинською мовою». Серед таких творів М. Бахтін називає «святу пародію» («parodia sacra»), що створювалася під егідою «великоднього сміху»: пародії на літургії («Літургія п'яниць», «Літургія гравців»), пародії на євангельські читання, молитви, церковні гімни, псалми тощо. Одним з найдавніших пародійних текстів релігійного дискурсу можна вважати відому карнавальну травестію всього Святого Писання «Вечера Кіпріана («Coena Cypriani») [2].

Висновки

Дискурс є не лише відбиттям певного аспекту дійсності, він є також і засобом створення, зміни дійсності через її пояснення, інтерпретацію у текстах, що передаються різними каналами комунікації.

Релігійний та націоналістичний дискурси мають за базу бінарну опозицію «свій-чужий», що обумовлює як інтегративну, так і дезінтегративну функцію дискурсів. Ця функція проявляється за допомогою календарних свят, ритуалів, матеріально виражених розпізнавальних знаків, пожертв та текстів. Тексти релігійного та патріотичного дискурсів, що з'являлися в українському інформаційному просторі під час подій Євромайдану та АТО, майже дублюють функції та цілі один одного. Так само майже однаковим є відношення до них їх аудиторії (від байдужості до лояльності чи гарячого подвижництва).

Тексти цих двох дискурсів, опубліковані в Інтернет-просторі, використовують майже однаковий набір жанрів, деякі з жанрів є взаємозамінними між двома дискурсами (есеї та проповідь). Середній обсяг текстів є різним для двох дискурсів через особливості процесів створення текстів та через специфічні типи аудиторій. Однаковими є стосунки обох дискурсів з реальністю – висвітлення дійсності, її пояснення та змінення.

Тексти обох дискурсів використовують для впливу на аудиторію авторитетність джерела (посилання на авторитети, наголошення на авторстві), легкий для сприйняття публіцистичний стиль, патетичність. Теми текстів двох дискурсів часто збігаються, а посилання на авторитети пе-

рехрещуються (патріотичні тексти наводять цитати церковних діячів як аргумент до тези, церковні тексти – соціальних та політичних діячів).

Загалом, два дискурси майже дублюють один одного у функціях, цілях та засобах їх досягнення. Дискурс українського націоналізму та патріотизму, що виник під впливом подій Євромайдану та АТО має змістовно велику кількість ознак класичного церковного дискурсу, що ми побачили під час порівняння на прикладі дискурсу православної церкви. Через ці ознаки патріотичний дискурс має вагомий вплив на населення, що обумовлює необхідність його подальшого ґрунтовного вивчення.

Список літератури

1. Балагушкин Е.Г. Критика нетрадиционных религий / Е.Г. Балагушкин. – М.: ИФ РАН, 1999. – 245 с.
2. Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. – 2 изд./ М.М. Бахтин – М.: Худож. лит., 1990. – 543 с.

3. Бобырева Е.В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, стратегии (на материале православного вероучения) / Е.В. Бобырева – Волгоград: ВГПУ, 2007. – 465 с.

4. Григоренко А. Ю. Свой-чужой в истории религии / А.Ю. Григоренко – Спб.: Известия РГПУ, 2012. - № 146. – С. 41-47.

5. Кожемякина Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. - №2 (73). – 2010. – Вып.11. – С.13-21

6. Ольшанский Д. В. Психология масс / Д.В. Ольшанский – СПб.: Питер, 2012. – 368 с.

7. Фокин В.И. Толерантность сквозь призму социальной антропологии // Альманах сравнительных социогуманитарных исследований. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2002. – 297 с.

Провідні стратегії просування українського мистецтва на сторінках видання «Український тиждень» за 2015 рік

Проблема дослідження

У сучасних українських ЗМІ питання мистецтва висвітлюються недостатньо, особливо в друкованих виданнях, які наразі переживають кризу. Зокрема це стосується власне української культури і сучасного українського мистецтва.

Спеціалізованих на культурі друкованих видань в Україні не так багато, особливо тих, які б спеціалізувалися саме на висвітленні мистецтва. Абсолютна більшість друкованих ЗМІ нашої країни є загальнополітичними, і передбачають охоплення якомога більшої кількості інтересів аудиторії. Втім, загальнополітичні видання часто обходять питання культури або подають в малому, порівняно із іншими темами, обсязі, торкаючись цієї теми поверхнево. Це свідчить про те, що ЗМІ не задовольняють попит аудиторії. Саме тому дослідження відображення мистецтва у друкованих ЗМІ є актуальним.

Хід дослідження

Дослідження відбувалось на прикладі саме «Українського тижня», тому що — це типове українське загальнополітичне видання, приклад якого ілюструє той рівень, на якому висвітлюються культура та мистецтво в сучасній українській пресі.

«Український тиждень» – щотижневий ілюстрований суспільно-політичний україномовний журнал, що висвітлює ключові події та проблеми країни. Видавництво заявляє про орієнтацію на освічених чоловіків та жінок 21-55 років, що умовно належать до «середнього класу»; мешканців переважно великих міст, здебільшого зайнятих в приватному бізнесі, або держслужбовців високого та середнього рангу; представників «ліберальних професій»; студентів та викладачів провідних вишів [8].

Важливим моментом, який говорить про специфіку висвітлення мистецтва у журналі, є практична відсутність матеріалів, написаних у жанрі рецензії. Тому ми розширили коло досліджуваних

жанрів, аби охопити всю проблематику відображення сучасної культури і української мистецтва зокрема.

Проблематика мистецтва може розкриватися в багатьох журналістських жанрах: як у інформаційних, так і у аналітичних. Спираючись на методологію таких науковців-теоретиків і фахівців зі сфери журналістики, як О. Тертичний, В. Здорова, М. Кім, С. Гуревич та інші, у досліджуваному журналі були визначені наступні жанри: стаття, анонс, рецензія, огляд, інтерв'ю, замітка, репортаж, коментар. Окремо була винесена колонка, яка хоч і не є журналістським жанром, але представляє собою форму, в якій можуть порушуватися цікаві для нашої теми питання, зокрема колумністом може виступати і особисто митець.

В процесі дослідження не бралися до уваги матеріали, об'єктом яких не було безпосередньо мистецтво чи культура, навіть якщо його героєм або експертом ставав митець.

Хронологічним рамками дослідження, які б адекватно відображали необхідні тенденції, було обрано період від 16 травня 2014 року по 16 квітня 2015 року. З одного боку це один видавничий рік тижневика, з іншого, це період гарячої ескалації військового конфлікту на Сході, драматичний і екстремальний в житті країни, протягом якого питання культури й мистецтва підіймалися вкрай рідко, виставлялися другорядними. На жаль, він задав відповідні тенденції у висвітленні мистецької і культурної проблематики на найближче майбутнє.

В середньому матеріали на мистецьку тематику з'являються в журналі з періодичністю не набагато частіше, ніж раз в два випуски, що мало б бути прийнятним показником. Однак таких текстів набагато менше, аніж текстів про політику та економіку.

Майже за один рік на сторінках видання «Український тиждень» вийшов тільки 31 матеріал, який би стосувався мистецької чи культурної проблематики. З них: 7 інтерв'ю, 2 рецензії, 4 літе-

ратурні огляди, 6 коментарів, 5 колонок, 7 статей.

Журналісти видання «Український тиждень» у більшості випадків дотримуються основних вимог до жанрів, у яких вони створюють журналістські тексти. Авторами матеріалів стають не просто рядові журналісти, а експерти у кожному з видів мистецтва: поети, режисери, мистецтвознавці. Втім, вони не використовують усього жанрового розмаїття, яке є в арсеналі журналіста. Жанр репортажу не зустрічається взагалі. Жанр рецензії практично ігнорується. Хоча рецензія є необхідною як для читача, якому вона допомагає орієнтуватися у мистецтві та формувати смак, так і для митця, який отримує критику та зворотну реакцію на свою творчість.

Рецензії, автором яких виступає Катерини Барабаш, є гарним прикладом мінливості у висвітленні мистецтва і нестабільності у якості матеріалів «Українського тижня». Велика частка текстів, зокрема коментарів, Катерини Барабаш у виданні присвячені висвітленню питань кінематографа. На момент друку матеріали були актуальними і написаними своєчасно. Так український фільм «Брати», дебютував на Батьківщині лише через півроку після світового прокату, але відповідна рецензія Катерини Барабаш з'явилася ще в той час, коли український глядач просто не мав змоги його подивитись. Проте з якихось причин рецензій за її, чи будь-якого іншого, авторства вийшло всього дві за весь рік. Обидві знаходяться майже впритул один до одної хронологічно.

В першому матеріалі «Тягар «Племені» вона розглядає сучасну українську кінострічку Мирослава Слабошпицького «Плем'я» і дотримується вимог якісної рецензії. Рецензент намагається бути об'єктивним, висвітлюючи як переваги, так і недоліки твору. Хоча й використовує емоційно забарвлену лексику, розповідає про фільм досить зважено. Аргументуючи свою думку, вона вдало посилається до сцен зі стрічки, апелює до реального життя, пробачає фільму умовності, визнаючи їх необхідність задля естетичного ефекту: «Автори відчайдушно прагнуть, щоб глядач зойкнув від незвичної тиші, й працюють над цим щосекунди. Найперша сцена фільму – мовчазний останній дзвоник в інтернаті, знята смачно, детально... Нас ніби намагаються привчити до безмовності, яка тут є головною дійовою особою. Це стає втямки теж від перших хвилин... коли директор школи починає безсловесний діалог на пальцях з одним із учителів... Узагалі-то персонал у закладах для глухонімих, а надто вже керівництво, зазвичай і

чує, і розмовляє. Така безвинна хитрість, звісно, цілком зрозуміла: не допусти її режисер – і вся естетична канва не витримає, порветься, красивий задум буде зведено нанівець» [2]. Лише в кінці, продовжуючи аргументувати свою думку, авторка начебто випадково розкриває один із сюжетних поворотів стрічки. Це може зіпсувати враження від перегляду читачу, котрий до того фільм не бачив.

Проте друга рецензія Катерини Барабаш «Тіні забутих» на сучасну українську кінострічку Вікторії Трофименко «Брати. Остання сповідь», вже не відповідає вимогам якісної. Намагаючись аналізувати персонажів, авторка починає пояснювати їх роль у фільмі, переказуючи цілі епізоди кінострічки, в яких вони беруть участь. Більшу частину рецензії складає саме докладний переказ подій фільму, рецензент розкриває, напевно, всі ключові епізоди картини, від зав'язки і кульмінації до самого кінця. Це ускладнює сприйняття матеріалу і може цілком зіпсувати враження від перегляду фільму в тих читачів, хто на це вирішиться. При цьому автор ніяк про це не попереджає. У рецензії використовується багато емоційної лексики, порівнянь, складних для розуміння алюзій. Часто це здається недоречним: «Погляд в акторки превельми виразний – безупинно тривожний, він немов утікає кудись поза межі кадру, щось там шукаючи. Ніби щось вихоплює з відусіль, убирає в себе, живиться навколишньою дійсністю і її ж таки живить. Тільки людина, що знає ціну любові й Вічності, може так дивитися» [1].

Слід відмітити, що в «Українському тижні» героями, а іноді і авторами, текстів періодично виступають іноземні митці та експерти. Це інтерв'ю «Філіп Ремунда про документування життя і життя документаліста» Леся Белея, «Режис Коломбо: «Я злегка іронізую, подаючи в роботах перше враження від того чи того міста» Ганни Трегуб, колонка та коментар директора Французького інституту в Україні (2011-2014 роках) Франкі Бландо «За скликання генеральних штатів культури» і «Поле культурного виробництва», колонка «Композитор свободи» Філіпа де Лара, сучасного французького філософа.

Інтерв'ю в цілому відповідають усім вимогам якісних, здебільшого є портретними, і тому трапляються тривіальні і недоречні питання на кшталт «Як почали займатися фотографією?», «Які в Вас плани на майбутнє?» тощо. Один із героїв інтерв'ю навіть іронізує в відповідь на питання журналіста: «Якщо поглянути на масштаби

цього проекту мабуть, було витрачено величезні кошти. Хто підтримав цей кінематографічний експеримент?

– Мені дуже подобається, що в Україні це запитання не під номером один. У Чехії мені ставлять його першим. У вас воно шосте, за що я дуже вдячний. Однак бачу, що і вас гроші цікавлять» [3]. Окремо можна виділити декілька дійсно якісних інтерв'ю, де журналісти демонструють чудове знання творчості і біографії митця, обережно змушують його розкривати суть цікавої проблеми чи просто розповідати подробиці про самого себе. Такими є: «Павло Муравський: «Наука дає багато, але ще більше – природа» Ганни Трегуб, «Філіп Ремунда про документування життя і життя документаліста» Леся Белея, «Ігор Закус: «Під впливом етніки може народитися український джаз» Анни Корбут.

Найкраще журналісти «Українського тижня» висвітлюють кіномистецьку та музичну тематику, загальнокультурні процеси в Європі та Україні. Літературні питання з'являються в основному у літературних оглядах, інколи у статтях і авторських колонках. В них же знаходять відображення загальнокультурні теми. Погано висвітлюється фотографія. Цьому мистецтву присвячений лише один текст. Така ж ситуація із архітектурою. Тематика живопису не відображена зовсім. Театральна сцена також ігнорується.

Висновки

З усього перерахованого вище можна зробити висновок, що потреби аудиторії видання в культурній, зокрема мистецькій галузях не задовольняються. І хоча журналісти «Українського тижня» можуть виробляти якісні матеріали на культурну тематику, такі тексти друкуються безсистемно, незрівнянно рідше за інші, при цьому ігнорую-

ється значна частина журналістських жанрів та самих видів мистецтв. Така інформаційна політика загальнополітичних видань в нашій країні призводить до відтоку аудиторії від аналітичних, якісних видань до розважальної преси, стає перешкодою на шляху розвитку сучасного українського мистецтва і культури.

Список літератури

1. Барабаш К. Тіні забутих [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Culture/114783>
2. Барабаш К. Тягар «Племені» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Culture/116347/PrintView>
3. Белей Л. Філіп Ремунда про документування життя і життя документаліста [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Culture/119980>
4. Гуревич С. Газета: вчора, сьогодні, завтра. – М. : Аспект пресс, 2004.
5. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. – Л. : ПАІС, 2008.
6. Ким М. Жанры современной журналистики. – СПб : Издательство Михайлова В. А., 2004.
7. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. – М. : Аспект пресс, 2000.
8. Український тиждень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%82%D0%B8%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%8C

Розслідування авіакатастроф на борту МН17 та А321 на порталі «Цензор.Нет»

Проблема дослідження

Сьогодні для кожної розвиненої держави головною ознакою демократії та свободи слова є вільний та незалежний розвиток засобів масової інформації. У таких країнах журналісти, як правило, завжди тримають руку на пульсі подій, вважаючи своїм обов'язком подавати максимально об'єктивну та правдиву інформацію.

Останні роки в журналістиці різних країн все частіше з'являється жанр «журналістське розслідування», а в деяких інших країнах він вже давно ствердився та встиг стати одним з улюблених серед споживачів інформаційної продукції.

В Україні наразі відбувається новий етап становлення журналістського розслідування та методів роботи у цьому жанрі. Однак цей процес часом гальмується незадоволенням журналістів від виконаної роботи, адже дуже часто результати розслідування нічого не змінюють. Проте, незважаючи на відносну «молодість» жанру та низку перешкод, українські журналісти продовжують працювати у цьому жанрі та розвивають його у вимірі вітчизняної журналістики. Яскравим прикладом якісної роботи у сфері журналістського розслідування є інтернет-портал «Цензор.Нет» [1].

«Цензор.Нет» – один із провідних українських інтернет-порталів, заснований у 2004 році Юрієм Бутусовим. Сайт займає одне з провідних місць серед українських засобів масової комунікації і входить до рейтингу «ТОП-25» у розділі «ЗМІ та періодичні видання» України. Команда журналістів та головний редактор сайту Юрій Бутусов є визнаними в Україні майстрами розслідувань. За словами головного редактора, журналісти «Цензору» дотримуються жанру «емоційних новин», у якому вино дозволяють собі свідомо порушувати журналістські стандарти, часто відмовляючись від балансу думок, об'єктивності та повноти інформації. В коло інтересів «Цензору» доволі часто потрапляють питання, котрі мають не просто локальне, а міжнародне значення. Прикладом такої роботи є розслідування двох найгучніших трагедій остан-

ніх років – авіакатастроф на бортах МН17 та А321.

Саме тому предметом дослідження є специфіка та особливості втілення журналістських розслідувань авіакатастроф на бортах літаків МН17 та А321, опублікованих на сайті «Цензор.Нет». Однак журналістських розслідувань, котрі б відповідали класичній пострадянській термінології, на «Цензорі» знайти не вдалось. Натомість під журналістським розслідуванням на Інтернет-порталі «Цензор.Нет» у дослідницькій роботі розумівся процес створення журналістами метатексту та проведення розслідування он-лайн.

Підставами для такої думки стало використання теоретичних праць європейських дослідників. Так, наприклад, паризький вчений Марк Лі Хантер стверджує, що розслідування будується на матеріалах, зібраних або створених за власною ініціативою журналіста [3, с.8]. Слова паризького дослідника наштовхують на думку, що подібна серія журналістських публікацій може розглядатися як метатекст, тобто розслідування он-лайн.

Проте Марк Лі Хантер наголошує, що у такому разі матеріали у своїй сукупності мають складати повноцінну та логічну картину, вміщуючи у собі відповідну гіпотезу. До того ж, метатекст як журналістське розслідування може існувати лише у тому випадку, коли журналісти відчувають гостру необхідність у швидкій публікації новин. Як правило, це стосується гучних та значущих питань, відповідей на які суспільство бажає отримати якомога швидше [3, с.13]. Саме такими питаннями і стали розслідування авіакатастроф на бортах МН-17 та А321

Через це метою роботи є аналіз журналістських публікацій, пов'язаних з авіакатастрофами літаків МН17 та А321 на інтернет-порталі «Цензор.Нет» на основі європейської теорії розслідувань; дослідження феномену он-лайн розслідувань та метатекстів на Цензорі, визначення їх головних ознак, методів та принципів функціонування.

Хід дослідження

Під час аналізу матеріалів до уваги бралися усі публікації, котрі так чи інакше стосувались зазна-

чених авіакатастроф. У обох випадках найчастіше зустрічалися жанри замітки, звіту, статті та інтерв'ю. Значну частину матеріалів, опублікованих журналістами «Цензор.Нет» становлять переклади текстів закордонних ЗМІ.

Спираючись на теоретичні праці Марка Лі Хантера, ми дійшли висновків, що обидва метатексти містять у собі гіпотезу – головний метод розслідування, котрий виділяє дослідник. Вочевидь, саме використання «емоційного» підходу журналістів «Цензор.Нет» і дало можливість робити певні припущення.

Так, наприклад, у журналістському розслідуванні авіакатастрофи малайзійського літака простежується версія причетності бойовиків «ДНР» та Російської Федерації. Цю гіпотезу журналісти «Цензор.Нет» підтверджують низкою матеріалів, як власних, так і позичених у закордонних засобів масової інформації. Цей факт у поєднанні з гіпотезою максимально наблизив розслідування до європейських стандартів.

Крім того, усі проаналізовані у дослідженні публікації у своїй сукупності укладаються у суцільний текст, що за рядом ознак виконує функцію журналістського розслідування. До таких ознак належать: оригінальна журналістська робота; висування гіпотези; оприлюднення фактів, котрі намагаються приховати від суспільства; викриття винних у скоєнні правопорушень; демонстрація важливих для суспільства проблем; збір, аналіз та публікація інформації, котра стосується не лише конкретного інциденту, а й питань, що утворилися навколо нього. До того ж, тема розслідування є не просто цікавою для суспільства, а резонансною та важливою.

Теза про створення журналістами «Цензор.Нет» метатексту та проведення розслідування онлайн не лише підтверджується, а й дає змогу говорити про цілком оригінальний підхід до специфіки та методів жанру журналістського розслідування. Цілком можливо, що розслідування на цьому етапі ще не можна вважати завершеним, адже це стане можливим лише після повного підтвердження поставленої гіпотези на офіційному рівні.

Той самий метод та формат роботи журналістів прослідковується у он-лайн розслідуванні авіакатастрофи на борту А321. У цьому випадку первинна гіпотеза про причетність «Ісламської держави» до вибуху літака змінюється на зовсім іншу. Одна з останніх публікацій демонструє аудиторії «Цензору» безпосередню причетність президента Росії до вибуху на борту А321.

Однак, незважаючи на складність та заплутаність он-лайн розслідування, усі проаналізовані матеріали також становлять собою цільний метатекст, котрий відповідає головним ознакам журналістського розслідування. Більш того, помилка з первинною гіпотезою та перехід до іншої версії причини авіакатастрофи на борту А321 може свідчити лише про складність та заплутаність ситуації. Робота, пророблена журналістами «Цензору», є дійсно масштабною, адже до он-лайн розслідування було залучено публікації журналістів з різних країн. А у своїй єдності всі ці матеріали становлять метатекст, що вже вдруге спостерігається під час аналізу розслідувань на «Цензорі».

Висновки

На досліджуваному Інтернет-порталі «Цензор.Нет» прослідковується тенденція проведення он-лайн розслідувань та створення метатекстів. Однак стверджувати, що є певний шаблон, за яким діють журналісти «Цензора», неможливо, адже два розслідування виявилися цілком різними за своїми структурами, характерами та гіпотезами. Враховуючи незавершеність обох розслідувань, тема дослідження вважатиметься актуальною до виявлення всіх обставин авіакатастроф. До того ж, з'ясувавши всі подробиці трагедій, ми матимемо можливість повторити аналіз цих розслідувань та змінити наше розуміння про журналістське розслідування в Україні та безпосередньо про створення метатексту журналістами «Цензор.Нет».

Список літератури

1. Український новинний інтернет-портал «Цензор.Нет»: [Електронний ресурс] / Ю.Бутусов// «Цензор.Нет». — 2016 — Режим доступу: [http:// http://censor.net.ua/](http://http://censor.net.ua/).
2. Hugo de Burgh. Investigative journalism: Context and Practice / Hugo de Burgh — London, 2000. — 325 с.
3. Mark Lee Hunter. A manual for investigative journalists / Mark Lee Hunter — Paris, 2009. — 81 с.
4. Тертичний, А.А. Жанри періодичної преси: учеб. пособ. для вузов / А.А. Тертичний. — М.: «Аспект Пресс», 2000. — 312 с.

Публичность

Who

Says What

In Which Channel

To Whom

With What Effect



Цілісність та зв'язність у збірці колумністики Андрія Любки «Спати з жінками»

Публіцистичні тексти межують із журналістикою та літературою. Вони, окрім всього, мають бути суспільно вагомими та володіють до певної міри оперативністю, на яку література не претендує. Компонуючи такі тексти у збірки, упорядники продовжують життя публіцистичним творам, переводячи їх із журналістського простору (актуального, оперативного відгуку, резонансного) до літературного. А літературному тексту притаманні цілісність та зв'язність, завершеність і неподільність, навіть якщо він складається із кількох досить самостійних творів.

Тексти, що виходять у світ зібраними під однією обкладинкою, претендують на те, щоб сприйматися читачем як єдиний твір – завершений, цілісний об'єкт, який, тим не менш, має свої, певною мірою автономні, складові. Тут ми маємо змогу говорити про континуальну та дискретну природу твору і тексту – одночасну членимість та неподільність. Для розмежування понять «текст» і «твір» ми скористаємося визначенням Р. Барта, який стверджує, що «...твір є матеріальним фрагментом, що займає певну частину книжкового простору (наприклад, у книгозбірні), а Текст – поле методологічних змагань. Твір може вміститися на долоні, текст знаходить притулок у мові, існує тільки в дискурсі...» [2] Таким чином, об'єднані у збірку тексти ми маємо змогу прочитувати як (не позбавлені часткової автономності) елементи єдиного твору, який несе певне повідомлення, пропонує варіант осмислення навколишньої дійсності, просуває певну провідну для всього твору ідею, концепт: «Беззаперечно виділяються дві ознаки: наявність авторського замислу і комунікативна природа явища (...) Текст, по-перше, може розумітися, як матеріальний об'єкт, що володіє конкретним інформативним змістом, а по-друге, як фіксація розгортання та постійного здійснення дотекстового авторського замислу». Ю. Лотман виділяє такі дві (основні, на його думку) функції тексту, як адекватне передання значень та творення нових смислів: «Основною структурною ознакою текстів у цій другій функції є його внутрішня неоднорідність. Текст – це механізм, утворений як система різних семіотичних просторів, у конти-

нуумі яких циркулює деяке вихідне повідомлення» [6]. Не всі дослідники користуються бартівським розмежуванням. Тим паче, основні ознаки твору і тексту (крім «матеріальності») спільні. Але можемо зрозуміти, що «матеріальний об'єкт» у Ю. Лотмана відповідник твору у Р. Барта.

Ми уже згадували про відносну автономність частин, які складають твір. В. Кухаренко пише, що «системність та структурованість тексту не заперечує, а, навпаки, пропонує можливість його формального (архітектонічного) та змістового (композиційного) членування. Так, твори великих форм (книги) поділяються на частини, розділи, абзаци, які розробляють свої локальні теми і тому володіють певною формальною та змістовою самостійністю». [4] Особливою, винятковою автономністю володіють тексти у збірках публіцистики та поезії. Зокрема, есеї, нариси та колонки, з огляду на те, що були опубліковані до їх об'єднання під однією обкладинкою, є цілком незалежними один від одного текстами, які, тим не менш, сполучаються для передання одного конкретного повідомлення. Як відомо, типовими ознаками будь-якого твору і тексту є цілісність, зв'язність, членимість, лінійність, інформативність та структурно-смілова завершеність. Колонка, якщо простежити у хронологічній послідовності за матеріалами колумністів, уже сама по собі несе якусь ідею, якусь провідну думку, утверджує певний кут зору, з якого автор спостерігає навколишню дійсність. Певним чином компонуючи твори до збірки, можна трохи змістити акценти, але основа – особистість автора та проблеми, які його турбують – є незмінним компонентом такої книжки. Тим не менш, нездатність упорядника чи редактора вдало окреслити для читача ті вище згадані акценти (за допомогою заголовку, який несе безпосередньо об'єднуючу функцію та перегукується і доповнює всі твори у тексті; анотації та власне композиції) негативно позначиться на якості такого книжкового продукту.

Поняття про зв'язність часто пов'язують із когерентністю та когезією, як синоніми. Для означення одних і тих же понять лінгвістами та мовознавцями іноді використовуються різні назви. Але, виходячи із визначень, які вони дають зв'яз-

ності та когерентності, ми розуміємо синонімічний зв'язок. Згадуючи про формальне та змістове членування, В. Кухаренко також аналізує зв'язки в тексті, поділяючи їх за таким же принципом на формальні та змістові. У В. Дресслера формальна зв'язність – це когезія, у К. Кожевникової – внутрішня спаяність. Зв'язність змістову дослідники називають відповідно когерентністю та внутрішньою спаяністю. К. Серов пише: «Фундаментальними категоріями тексту виступають зв'язність та цілісність. Уявлення про цілісність відображає наявність у мовного твору єдиної систематичної програми, єдиного замислу». Зв'язність науковець поділяє на внутрішню та зовнішню: «...внутрішньотекстова зв'язність – когезія. У центрі дослідження текстової когезії знаходяться зв'язки між реченнями, які складають мікротекст». [9] А. Леонт'єв стверджує, що зв'язність реалізується на окремих ділянках тексту. Цілісність же навпаки – властива всьому тексту. Цілісність буває смисловою, структурною та комунікативною. Зв'язність він поділяє на лінійну (лексичний чи граматичний зв'язок між частинами тексту) та вертикальну (небезпосередній зв'язок частин, здійснюється через тему, заголовок, власні назви і тощо)

Беручи до уваги особливості публіцистичних текстів (високий рівень суб'єктивності, мемуарність і тощо), упорядники повинні керуватися якимось принципом, обираючи одні тексти для повторної публікації під спільною обкладинкою, і відмітаючи інші. Саме таким принципом має бути цілісність та зв'язність, на нашу думку. Прослідкувати втілення однієї ідеї у збірці, до якої увійшли різні за тематикою та жанрами тексти, ми можемо на прикладі книги молодого публіциста, письменника та перекладача, володаря звання «Колумніст року» у 2015 – Андрія Любки. Андрій Любка – постійний дописувач для таких популярних інтернет-ресурсів, як «Газета «День», «Збруч», «Kontrakty.ua», «Радіо «Свобода», «Мукачево.net». Авторські колонки в «Галицьких контрактах» та «Радіо «Свобода» послужили основою для виходу книги «Спати з жінками».

Авторська колонка – явище у журналістиці досить нове та поки що недостатньо вивчене і окреслене науковцями. Слід також зазначити, що єдиного уявлення у світовій журналістиці про цей жанр немає. І. Михайлин дає нам розуміння авторської колонки у тому вигляді, в якому вона представлена саме в Україні: «Авторську колонку можна вважати особливим різновидом есею,

як найбільш суб'єктивного художньо-публіцистичного жанру, де авторська концепція життя підпорядковує собі публіцистичний сюжет, добір фактів, логічних аргументів, художніх засобів, риторичних емоційних звернень до читача. (...) Суть авторської колонки – у синтезі есею, мемуарів, щоденника, проблемної статті. Це унікальний синтетичний жанр, зосереджений навколо репрезентації авторської оптики бачення світу, його проблем, інтенції виправлення світу, поліпшення його. Кожна авторська колонка являє собою вчинок журналіста, який він спрямовує на примноження добра в соціальному довіллі» [8].

Як не дивно, але про особливості організації текстів у збірку «Спати з жінками», краще говорять тексти, які до неї не увійшли. Авторська колонка Андрія Любки на ресурсі «Kontrakty.ua» рясніє оперативними відгуками та коментарями автора з приводу українських та європейських політичних реалій. Натомість тексти політичної тематики у збірку майже не входять. Це можна пояснити, з одного боку, проблемою актуальності, з іншого – виразним романтично-меланхолійним та авантюрно-мандрівним характером, якого намагалися надати книжці автор з редактором.

Як ми уже згадували, цілісність реалізується протягом усього твору. Вона є ознакою його завершеності. Цілісність збірки «Спати з жінками», перш за все, смислова. Смислова цілісність реалізується в єдності теми. Темою (спрощено) можемо назвати узагальнений зміст твору. Поділити (принаймні, спробувати) збірку на тематичні блоки було би логічно, для аналізу, але ми вбачаємо в книжці не просто кілька близьких тем, які концептуально сполучаються (що часто спостерігаємо у таких збірках). Ми вбачаємо тут послідовне розгортання нарисистського сюжету. А всі тексти можемо поділити на авторські колонки з ознаками есе та авторські колонки з ознаками тревелогу – сучасної модифікації подорожнього нариса, що характеризується «значним зміщенням акценту з реального зовнішнього світу на не менш реальний внутрішній світ мандрівника. (...) Відбувається суттєва белетризація твору, але як і раніше основну структуроутворюючу роль продовжує виконувати нарратив реальної подорожі мандрівника світом» [1]. Щоправда, сюжет збірки А. Любки виходить дещо мозаїчним, «клаптиковим» і непослідовним. Це пояснюється зокрема і тим, що рамки жанру авторської колонки не дають суттєво розгорнутися тревелогу. Авторська колонка як жанр

журналістики є глибоко суб'єктивною. Редактори дозволяють іменитим авторам писати про що ті забажають і вимагають лише періодичності та дотримуватися достатньо куценького обсягу. Таке мистецтво небагатослів'я, за висловом М. Кундери, «вимагає іти напрома в суть речей» [3]. Говорячи про гібридність жанру авторської колонки, професор Михайлин згадує збірки письменницької публіцистики, де «тільки-но розпочатий сюжет мусив одразу згортатися, відступаючи перед сентенцією, авторським висновком». За таким же принципом побудовані колонки Андрія Любки.

З іншого боку, таку розбитість, мозаїчність можна пояснити і тим, що тут маємо приклад порушених вертикальних зв'язків. Вертикальна зв'язність (на рівні об'єднаних локальних тем) неповна. Упорядник збірки дещо легковажно потасував тексти, розмістивши їх у не те щоб довольному порядку, та все ж не зовсім послідовно. Спочатку спостерігаємо накопичення один за одним текстів за превалюючою тематикою естетики смерті («Смерть і ще тисяча приводів для любові», «Тут жив хтось до нас», «Люби мене навіть по смерті»), потім іде тема подорожей (Європа-Україна-Європа і тощо: «Серце, серце», «Автостопом до Відня», «Життя для себе», «Місто, яке мені сниться», «Просто захотілося тобі розказати»), улюблених книжок («Мій роман із Фрідріхом Ніцше», «Тореадори з Виноградова»), трохи цікавих історій із життя оповідача та його розмірковувань на різні життєві теми («Уявна лінія», «Ця прекрасна людська недосконалість», «Чи може українець бути космополітом?»), потім знову повертаємося до мотивів смерті («Меґаполіс: місто без людей», «Хто всі ці люди?»), повз книжкову полицю автора («Тінь Джорджа Орвела», «Інопланетяни Європи», «Наполеон, Казанова») і закінчуємо рухом («Зоряна», «Спати з жінками»). У всьому цьому ще можливо розгледіти нарисистський сюжет (безперечно наявний, якщо прогортати публікації Андрія Любки на ресурсі «Kontrakt.ua»), але який дуже постраждав через легковажність упорядника та відсутність хронології, яку легко можна було б відновити, просто продублювавши всі тексти у порядку, в якому вони з'являлися у «Контрактах».

«Шлях, який долає мандрівник, веде його на зустріч світу», – пише професор О. Александров. Ця цитата влучно демонструє рух (часом, більше внутрішній, ніж зовнішній) автора-героя. Починається розповідь кількома меланхолійно-романтичними есеями про недовговічність матеріального та нетлінність духовного («Смерть і ще тисяча

приводів для любові», «Тут жив хтось до нас», «Люби мене навіть по смерті»). Ця частина твору (із 3 текстів) демонструє романтичну натуру та зачарованість естетикою смерті. Романтично-меланхолійна частина тексту не обійшлася без переміщення – як внутрішнього, так і зовнішнього.

У колонці з виразними характеристиками тревелогу «Серце, серце», прочитується переломний момент у житті автора-розповідача: «...і я раптом зрозумів, що помирати не тільки просто, помирати – соромно» [7]. Далі починається динамічний сюжет про подорожі, які змушують героя закохатися у життя, глибше зануритися у пізнання світу в усій його багатогранності та невичерпності – любовні пригоди, література, цікаві місця та люди. Мандруючи, герой витягує із нетрів пам'яті спогади про друзів і коханих, про улюблені книжки та улюблені міста; задумується про саме явище кордону (реального та уявного); коментує побачене у Європі, активно бере участь у подіях в Україні.

Як пише О. Александров, популярність такої «літератури подорожей» серед українських читачів «свідчить про серйозні зміни в національній ментальності. Вона залучається у процеси формування глобальної, загальнолюдської свідомості, структура якої репрезентована, насамперед, бінарною опозицією природа-цивілізація. Це супроводжується зміною когнітивної діяльності індивідуума. Проявляються прикмети становлення екстенсивної свідомості, орієнтованої не тільки на «свій» простір, свою хату (хутір), (...), а й на великий світ» [1]. Україна в книзі Андрія Любки – невід'ємна складова Європи. Такий висновок можемо зробити навіть на рівні організації текстів, не кажучи уже про їхній зміст. Автор міркує над проблемами кордону, про можливість (або неможливість) стати космополітом для українця, про наших емігрантів, про європейські ідеали тих, хто творив українську Революцію гідності, тобто шукає усі можливі зв'язки та варіанти нашого поза-географічного, ментального зближення. Вписує наші реалії у загальноєвропейський контекст, пропонує приклад свого героя, як українця-космополіта – патріота, не обмеженого політичними та ментальними кордонами.

Щоправда, недоречний, як на нашу думку, заголовок, такий, що не здатен об'єднати, пов'язати собою тексти, зафіксувати в собі ідею, концепт, проілюструвати їх (як засіб вертикальної зв'язності, когезії) – ускладнює прочитання реципієнтом авторського задуму. Вмотивованість заголовку видавцям не вдалося виправдати ано-

тацією, тому вони винесли на зворот обкладинки основний посил, сентенцію заключного есе із назвою «Спати з жінками», яка, тим не менш, не відображає основного настрою, концепту збірки, навіть дисонує із ним. Причина такої помилки полягає у тому, що автор та редактор не врахували, проігнорували категорії цілісності та зв'язності, заграючи із власними читачами. Незадовго до того, як книжка мала піти у друк, на своїх сторінках у соціальних мережах А. Любка запропонував читачам самим обрати назву збірки. Звісно ж, провокативна «Спати з жінками» перемогла в голосуванні. Щоправда, ніхто не знав, які ж тексти увійдуть до збірки. Всі розуміли, що колонки із «Контрактів», але які саме – ніхто не поцікавився, та й навряд отримав би відповідь. Сам колумніст, як відомо, надавав перевагу заголовку «Смерть і ще тисяча приводів для любові». Ми переконані, що провокативність назви збірки відіграла роль не лише у заграванні із публікою, але і збільшила кількість продажів, хоч це і «розмазало» частково основний посил книжки.

Збірки письменницької публіцистики – вельми популярне явище в українській літературі останніх років. Щоправда, можемо простежити таку тенденцію: якщо досі до об'єднання подавалися есеї різних років, раніше публіковані у різних виданнях, але поєднували їх один автор та одна провідна ідея, то сьогодні до об'єднання просяться саме авторські колонки, публіковані на порталах одного інтернет-видання чи інтернет-версії популярної паперової періодики. Наприклад, збірки публіцистики Юрія Андруховича «Дезорієнтація на місцевості» (есеї різних років, що вийшли у 2006-му році під однією обкладинкою) та «Тут похований Фантомас» (збірка авторських колонок, опублікованих на порталі «Телевізійної служби новин» телеканалу «1+1», що побачила світ у 2014 році). З різницею у вісім років, книжки демонструють, як змінився напрямок письменницької публіцистики: «Дезорієнтація...» має чітку тематичну лінію, заявлену як у заголовку, так і в анотації, а збірка колумністики Юрія Андруховича – це хронологічний зріз авторського бачення стану нашого суспільства та змін, які відбуваються чи назрівають в ньому протягом усього часу ведення колонки на tsn.ua. Популярні нині збірки авторських колонок більш тематично розгалужені, на відміну від збірок есеїстики. Саме таке тематичне розмаїття і демонструє книга «Спати з жінками». Щоправда, різноманітність не повинна

свідчити про легковажність, про абияк скомпоновані тексти. Її можна вдало підкреслити, зробити перевагою книжки, якщо точно зловити, почути ідею, яку колонка промовляє у першопочатковому своєму варіанті (як журналістика) і зафіксувати її для читача літературного твору за допомогою заголовку, структури та анотації.

Список літератури

1. Александров О. В. Подорожній нарис: «Пам'ять жанру». Стаття перша. На перетині видів масової комунікації / О. В. Александров. // Діалог: медіа-студії. — 2015. — №20. — С. 8-35.
2. Барт Р. Від твору до тексту / Ролан Барт // Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. М.Зубрицької. — Львів: Літопис, 1996. — С.378 – 384.
3. Кундера М. Искусство романа / Милан Кундера. — СПб: Азбука, 2014. — 194 с.
4. Кухаренко В. А. Интерпретация текста / В. А. Кухаренко. — Одесса: Латстар, 2002. — 292с
5. Леонтьев А. А. Признак связности и цельности текста // Лингвистика текста: Материалы науч. конф. — Ч. 1. — М.: Изд-в МГУ, 1995. С. 45
6. Лотман Ю. Текст у тексті / Юрій Лотман // Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. М.Зубрицької. — Львів: Літопис, 1996. — С.428 – 441.
7. Любка А. Спати з жінками / Андрій Любка. — Чернівці: Книги – XXI; Meridian Chernovitz, 2014. — 168 с.
8. Михайлин І. Колумністика про любов до людини й до Батьківщини. Про книжку Віталія Портникова «Богородиця у синагозі» (Харків: Акта, 2010) [Електронний ресурс] / Ігор Михайлин. — Режим доступу: <http://historians.in.ua/index.php/en/dyskusiya/103-ihor-mykhaylyn-kolumnistyka-pro-liubov-do-liudyny-i-do-batkivshchyny-pro-knyzhku-vitaliia-portnykova-bohorodytsia-u-synahozhi-kharkiv-akta-2010>
9. Трофимова О. В. Публицистический текст. Лингвистический анализ: учебное пособие / Ольга Викторовна Трофимова, Наталья Владимировна Кузнецова. — М.: Флинта, Наука – 2010. — 340 с.

вторська позиція М. Горького у циклі нарисів “В Америці”

Проблема дослідження

Стаття містить дослідження нарисів М. Горького, які були створені ним під час подорожі до Америки у 1906 році і увійшли до циклу «В Америці». Серед них: «Місто Жовтого Диявола», «Царство нудьги», «Моб». Метою даної роботи є визначення позиції автора з приводу описуваних явищ та способів її втілення на основі зазначених текстів. Треба відзначити, що публіцистична творчість М. Горького раннього періоду маловивчена, більше уваги у науковому середовищі приділяють його нарисам 30-х років. Тож розробка цієї теми є вкрай актуальною для дослідження розвитку зарубіжної публіцистики і еволюції жанру нарису. Не можна не відзначити масштабність постаті М. Горького, якого вважають одним з європейських інтелектуалів, що вплинув на формування ціннісних орієнтирів в політиці та культурі ХХ століття.

Хід дослідження

Проблема автора у публіцистичному творі на сьогодишньому етапі ще не має достатньої наукової розробки. З цього приводу В. Й. Здоровега зазначав: «Образ автора в публіцистиці – тема в нашій науці майже не порушена, про неї більше нагадують самі публіцисти, але між іншим дане питання дуже важливе. Індивідуальний публіцистичний стиль – це, насамперед, індивідуальність автора» [7, 7].

На думку науковців, публіцистика припускає відкрите, не опосередковане авторське слово і прямий контакт з аудиторією у вираженні своїх думок. Автор «... доносить свою небайдужість, оцінює події, які відбуваються, і розкривається у кожній публікації як особистість з певними моральними устоями, позицією, поглядами» [5, 3]. Тут маємо говорити про публіцистичність. Вона виникає тоді, коли автор має на меті викликати емоції реципієнта, вплинути на його свідомість, зумовити відповідну реакцію, змінити не тільки уявлення, а й поведінку людини.

Під авторською позицією розуміється соціально-оціночне ставлення до фактів, явищ подій [5, 3]. А світоглядні позиції автора виражаються через систему оцінних суджень, моральні уявлення, ідеї, цінності тощо, крізь призму яких він і оці-

нює дійсність. Щодо М. Горького, то на початку ХХ століття він мав славу автора творів із революційною тенденцією і знаходився у опозиції до царського режиму. Відчуваючи потребу зробити щось для народу, у 1905 році він вступив до соціал-демократичної партії. Практична діяльність соціал-демократів ставила собі за мету керувати класовою боротьбою пролетаріату та організувати цю боротьбу у двох напрямках: соціалістичному (боротьба проти класу капіталістів, спрямована на знищення класового устрою та організацію соціалістичного суспільства) та демократичному (боротьба проти абсолютизму, спрямована на демократизацію політичного та суспільного устрою в Росії та на завоювання її політичної свободи). І хоча письменник не повністю погоджувався із визначенням соціалізму, яке було прийнято у партії, йому більше імпонували пролетарій з його колективною працею та колективістською психологією, ніж селянин-індивідуаліст. Горький взяв безпосередню участь у подіях 1905 року, упевнений в тому, що тільки революція принесе справедливість у Росію. Та революція глибоко розчарувала його, оскільки не відповідала його романтичному світогляду [8, 54]. До того ж за допомогою грошима та зброєю під час Московського грудневого повстання письменнику загрожувала розправа з боку офіційної влади, тому лютому 1906 року за дорученням партії більшовиків він виїхав з Росії.

Варто зазначити, що позиція автора повинна орієнтуватися на навички судження і спосіб мислення адресата, аби вона була зрозуміла і мала вплив на аудиторію. При такому підході у відтворенні дійсності бачення художника, як правило, фокусується на художньому завданні [7, 96]. Перед М. Горьким стояли конкретні завдання: розповісти іноземним робітникам правду про російську революцію, пропагувати її ідеї, організувати збір коштів для революційної боротьби більшовицької партії, агітувати проти іноземних позик, які царський уряд прагнув отримати для придушення революції. Вони і визначили кут зору, під яким розглядаються об'єкти, розкриваються ті чи інші закономірності. У перших же публічних виступах в Америці М. Горький висловив солідарність

з американськими трудящими, а деякі публікації викликали неабиякі обурення з боку американських капіталістів. Як згадував сам письменник, говорили навіть про те, що він робить революцію у штатах. Власне прихильність до ідеалів соціал-демократів та негативне ставлення до буржуазного устрою і визначили таку оцінку американської дійсності. Гострій критиці піддається практично все, що потрапляє на очі М. Горькому: місто з його архітектурою та пам'ятками, океан, американці, їхня робота, розваги, відпочинок, вірування.

Письменник дивується тому способу життя, який ведуть американці. Йому відкривається великий контраст між багатими та бідними. Нью-Йорк він називає містом Жовтого Диявола, акцентуючи увагу на те, що прагнення до наживи захопило усіх людей без винятку: одні прагнуть збільшувати свої багатства, інші – намагаються заробити на шматочок хліба. Жителі, які в уяві М. Горького постають шматками м'яса у шлунку міста, позбавлені своєї людської сутності. Автор називає їх «двуногие существа», «ничтожный винт», «пища города-чудовища», «болезнетворные микробы в желудке города», «белокожие дикари в котелках и шляпах с перьями», «гибкие орудия в руке Желтого Дьявола, рудой, из которой он неустанно плавит Золото, свою плоть и кровь», «вши в лохмотьях нищего», «черви во рве трупа». Письменник зазначає: «Я впервые вижу такой чудовищный город, и никогда еще люди не казались мне так ничтожны, так поработаны. И в то же время я нигде не встречал их такими трагикомически довольными собой, каковы они в этом жадном и грязном желудке обжоры, который впал от жадности в идиотизм и с диким ревом скота пожирает мозги и нервы... О людях - страшно и больно говорить».

У чомусь М. Горький співчуває жителям цього страшного міста, які не за своєю волею стали «рабами жизни», свободу яких він називає свободою сліпих знарядь у руках Жовтого Диявола – Золота. Та більш за все він переймається долями людей, які є представниками робочого класу. Письменник дуже яскраво показав, як важко і несправедливо живеться людям у країні з капіталістичним укладом, де усе підпорядковано бажанням еліти, яка має необмежену владу: «Все думают только для хозяина, о себе думать нечего; если есть работа – будет хлеб и дешевые наслаждения жизнью, – кроме этого, ничего не нужно человеку в городе Желтого Дьявола».

Соціально-оціночне ставлення автора до описуваних фактів, явищ та подій на лінгвістич-

ному рівні виражається у підпорядкуванні усіх мовних засобів його комунікативній установці. Тобто використовується лінгвістичний механізм переконання – сукупність лінгвістичних сигналів, за допомогою яких читача налаштовують на вироблення конструктивних рішень, необхідних автору [5, 3]. У даних нарисах авторська позиція особливо підкреслюється використанням сатири, для якої базовою характеристикою є визначене (в основному – негативне) ставлення творця до предмета свого зображення. У тестах нарисів найчастіше зустрічається гіпербола – один із художніх засобів сатири:

«Вагоны несутся мимо Ист-Сайда, квартала бедных, компостной ямы города. Глубокие канавы улиц, ведущие людей куда-то в глубины города, где - представляется уму - устроена огромная, бездонная дыра, котел или кастрюля. Туда стекаются все эти люди, и там из них вываривают золото. Канавы улиц кишат детьми».

Якщо брати лінгвістичний аспект реалізації категорії сатири у тексті нарисів, можна відзначити, що він представлений широким спектром використаних тропів, серед яких: епітети, порівняння, метафори.

Епітети: квадратные, лишенные желания быть красивыми, тупые, тяжелые здания; грязный город, испачканный дымом фабрик; бронзовые люди; голодно-жадный рев; костлявая щека.

Порівняння: «А кругом ничтожного куса земли, на котором она стоит, скользят по воде океана, как допотопные чудовища, огромные железные суда, мелькают, точно голодные хищники, маленькие катера. Ревут сирены, подобно голосам сказочных гигантов, раздаются сердитые свистки, гремят цепи якорей, сурово плещут волны океана».

«Как огромные черви, ползут локомотивы, влача за собою вагоны, крикают, подобно жирным уткам, рожки автомобилей, угрюмо воет электричество, душный воздух напоен, точно губка влагой, тысячами ревуших звуков».

Метафори: «Улица - скользкое, алчное горло, по нему куда-то вглубь плывут темные куски пицци города - живые люди».

«(Дети) жалкие микробы нищеты, живые упреки жадности богатых рабов Желтого Дьявола».

«Город засыпает в духоте, он ворчит, как огромное животное. Оно слишком много пожрало за день разной пицци, ему жарко, неловко и снятся дурные, тяжелые сны».

Значимим, що переважна більшість використаних у текстах слів мають негативну або

нейтральну конотацію. Ми провели дослідження і визначили слова з негативним смисловим навантаженням, які найбільш часто повторюються у всіх нарисах (враховувалися також спільнокореневі слова). Серед них: грязный, темный, железный, жадный, кровавый.

Також необхідно додати, що поміж викривальних описів американських реалій наявні фрази, які відсилають до російської дійсності, маючи на меті підкреслити те, що у капіталістів немає майбутнього. Прикладом є такі з них: «В окнах нет цветов и не видно детей...»; «В мутных внутренностях комнат мелькают железные прутья кроватей, покрытых лохмотьями, грязная посуда и объедки пицци на столах. Хочется увидеть цветы на окнах, ищешь человека с книгой в руке».

Висновки

Авторська позиція М. Горького у циклі нарисів «В Америці» проявляється у негативному ставленні до капіталістичного устрою Америки і як наслідок до його гострої критики та викриття. Письменник оцінює реалії заокеанської країни крізь призму своїх оцінних суджень, моральних уявлень, ідей та цінностей. Перебуваючи під впливом ідеалів партії соціал-демократів, Горький критикує американське суспільство, висміюючи та засуджуючи його вади та негативні явища: різку межу між бідністю та багатством; стрімкий технічний розвиток, який підпорядковує собі людину та знищує все прекрасне; невміння людей самостійно приймати рішення та захищати свої інтереси, підпорядкування стадному інстинкту. Але між тим він висловлює солідарність з американськими трудящими.

Щоб продемонструвати свою позицію, автор підпорядковує усі мовні засоби своєму основному комунікативному завданню для посилення впливу на читача. Таким чином на допомозі Горькому стає сатира, для якої базовою характеристикою є визначене (в основному – негативне) ставлення творця до предмета свого зображення. А її реалізація у численних тропах дозволяють малювати яскраві і наочні образи. Отже, М. Горький для вираження своєї позиції використовує лінгвістичний механізм переконання, за допомогою якого він має

можливість впливати на свідомість реципієнтів і передавати їм своє ставлення до відображуваних явищ.

Список літератури

1. Александров О.В. Тези до теорії публіцистики / О. Александров // Діалог: Медіа-студії: збірник наукових праць / відп. ред. О. В. Александров. – О.: Астропринт, 2006. – Вип. 5. – С. 4-12.
2. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества./ М.М. Бахтин. – М.:Искусство, 1986. – С. 175.
3. Борев, Ю. Б. Эстетика. Теория литературы : Энциклопедический словарь терминов/ Ю. Б. Борев. – М., 2003. 574 с.
4. Волков И.Ф. Теория литературы: Учеб. пособие для студентов и преподавателей/ И.Ф.Волков. – М.: Просвещение Владос, 1995. – 256с.
5. Горький М. В Америке [Электронный ресурс] / Максим Горький. — Режим доступа: <https://bookmate.com/books/bQLd1i9W>
6. Кайда Л.Г. Авторская позиция в публицистике (функционально-стилистическое исследование современных газетных жанров): автореф. дис. ... докт. филол. наук (10.01.10 – журналистика) / Л.Г.Кайда; Московский ордена Ленина и ордена Трудового Красного Знамени гос. ун-т им. М.В.Ломоносова. – М., 1991. – 44 с.
7. Ким М.Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – СПб.: Издательство В.А. Михайлова, 2004. – 336 с.
8. Старуш, М.И. Авторское «Я» в публицистическом произведении: автореф. дис. ... канд. филол. наук (10.01.10 – журналистика) / М.И. Старуш. –М.: МГУ имени М.В. Ломоносова, 1985. – 20 с.
9. Чони П. Феномен М. Горького в политической борьбе первой трети XX века:): автореф. дис. ... канд. ист. наук (07.00.02 – отечественная история) / П. Чони; Гос. ун-т гуманитарных наук. – М., 2007. – 156 с. (23

Образ мандрівників у подорожніх нарисах І. Ільфа та Є. Петрова «Одноповерхова Америка»

Проблема дослідження

У подорожніх нарисах І. Ільфа та Є. Петрова «Одноповерхова Америка» віднаходимо образ автора-мандрівника, який, спираючись на власний досвід та світоглядні позиції, відтворює реалії життя незнайомої країни. Слід відзначити, що цей твір І. Ільфа та Є. Петрова малодосліджений, оскільки більше уваги дослідники звертали на їхні сатиричні романи та фейлетони. Проте зараз зростає цікавість до подорожніх нарисів. Отже новизна дослідження у тому, що до цього ніхто не розглядав «Одноповерхову Америку» з цього ракурсу.

Хід дослідження

На думку дослідниці Т. В. Ковальової, розквіт нарисів у радянській журналістиці припадає на 30-ті роки ХХ століття. Саме тоді, зазначає вона, після проголошення курсу на колективізацію та прискорення темпів розбудови держави стрімкого розвитку набувають газетні жанри, зокрема, ділові, подорожні та портретні нариси [7,86]. Показово, що саме на цей час припадає діяльність унікального творчого тандему радянських публіцистів І. Ільфа та Є. Петрова. Уся їхня порівняно недовга літературна діяльність нерозривно пов'язана з першими десятиліттями існування радянської влади. Вони не просто були сучасниками своєї епохи, але й активними учасниками соціалістичного будівництва.

І. Ільф та Є. Петров здебільшого відомі завдяки дилогії сатиричних романів «Дванадцять стільців» і «Золоте теля» та фейлетонам. Проте особливий інтерес викликає їхня книга подорожніх нарисів «Одноповерхова Америка» – останній твір, який публіцисти написали разом.

До Америки автори вирушили у вересні 1935 року як кореспонденти газети «Правда». Там І. Ільф та Є. Петров пробули два з половиною місяці. За цей час вони двічі на мишачо-сірому «Фордику» перетнули весь материк - зі Сходу на Захід

і з Заходу на Схід: «Среди миллионов автомобилей и мы пролетели от океана до океана, песчинка, гонимая бензиновой бурей, уже столько лет бушующей над Америкой!» [5,83]. Поїздка виявилася дуже насиченою. «Мы побывали, - писали нарисовці, підсумовуючи результати поїздки, - в двадцати пяти штатах и в нескольких сотнях городов, мы дышали сухим воздухом пустыни и прерий, перевалили через Скалистые горы, видели индейцев, беседовали с молодыми безработными, старыми капиталистами, радикальными интеллигентами, революционными рабочими, поэтами, писателями, инженерами. Мы осматривали заводы и парки, восхищались дорогами и мостами, подымались на Сьерра-Неваду и спускались в Карлсбадские пещеры. Мы проехали десять тысяч миль» [1,391].

Нарисовцям дуже пощастило, оскільки вони подорожували Америкою в ті часи, коли президентом країни був Франклін Рузвельт, який багато зробив для зближення США та СРСР. Їм вдалося побачити ті сторони американського життя, які були приховані від інших мандрівників, які приїжджали з Радянського Союзу. І. Ільфа та Є. Петрова привертала та Америка, яку найменше відвідували кореспонденти та туристи. Це Америка «середнього американця», так званого «простого американця». Як писав Д. Заславський, вони в'їжджали до США ніби не з парадного під'їду, бажаючи власними очима подивитися на ту Америку, яка не кричить про себе пронизливими голосами великих буржуазних газет, а мовчить та веде «непримітне» життя. Це зовсім не означає, що І. Ільф та Є. Петров уникали великих і серйозних соціальних проблем. Вони прагнули показати Америку з іншого боку, намагаючись проникнути в душу пересічного американця [3]. У них не було наміру створити сатиру, гротеск або «відрецензувати» американське життя: «Америка не прем'єра нової пьєсы, а мы – не театральные критики. Мы пере-

носили на бумагу свої впечатлення об этой стране и наши мысли о ней» [5,398].

Перш ніж перейти до аналізу образу автора-мандрівника в «Одноповерховій Америці» зазначимо, що подорожній нарис – це різновид нарису, для якого характерна наявність певного маршруту подорожі, сильне авторське (суб’єктивне) начало, та претензії на авантюризм сюжету. Його основною метою є опис найцікавіших найяскравіших фактів та явищ дійсності, які справили найбільше враження на нарисовця під час подорожі. Суб’єктивність авторського підходу у осмисленні реальної дійсності є характерною рисою жанру нарису, а відкрита авторська публіцистичність – її характерною ознакою. Найбільш розповсюджений прийом її введення до тексту – розповідь від першої особи, тобто введення авторського «я», яке виконує різноманітні функції. Автор може відігравати дуже різні ролі, але він обов’язково реальна людина. У нашому випадку головними героями є самі Ільф і Петров, чії думки, оцінки та спостереження надають книзі публіцистичної гостроти. Проаналізувавши текст, ми доходимо висновку, що публіцисти постають у нарисі у двох іпостасях (класифікація за М. М. Кімом): автори-свідки, які прагнуть якомога детальніше інформувати, розповісти, показати, описати реалії життя заокеанської країни; та автори-ліричні герої, які прагнуть виразити власне авторське «я», надати викладенню емоційного характеру щоб, створити ефект присутності, безпосереднього контакту з героями, та, зрештою, привернути увагу читача. «Я» героя у подорожньому нарисі зазвичай виражається за допомогою форм чужого мовлення, найбільше – веденням прямої мови. За допомогою діалогів ми можемо визначити, що автори зацікавлені, допитливі, відкриті та налаштовані на плідне спілкування з героями свого твору. Проте авторська світоглядна позиція розкривається не лише через їхні діалоги з персонажами. Іноді свої думки публіцисти проводять за допомогою реплік героїв, зокрема це стосується думок щодо життя радянських емігрантів у США.

З чого ж складається образ автора-мандрівника у книзі подорожніх нарисів «Одноповерхова Америка»? Розглянемо це питання докладніше. На думку російського дослідника М. М. Кіма, «публіцистичний образ автора виникає на основі творчої індивідуальності журналіста, яка проявляється і в особливій манері письма, і в методах подачі інформації, і в тематичних орієнтаціях, і в особли-

востях авторського світосприйняття» [6,262].

За роки творчої співпраці у І. Ільфа і Є. Петрова виробилася однакова манера письма, тобто авторський стиль. З огляду на те, що обидва автори писали гумористичні та сатиричні твори для газет, у «Одноповерховій Америці» використовується дуже багато засобів комічного, які в основному проявляються у використанні гумору та іронії. Завдяки цьому нарисовці надають текстові деякий жартівливий тон, пожвавлюють його, роблячи легше для читання та сприймання. Як писала дочка І. Ільфа О. І. Ільф: «Притаманний письменникам гумор у поєднанні з невеселою іронією висвічує звичні аспекти американського життя» [4,6].

Гумор, наприклад, можна знайти у таких рядках: «Название супа забылось, потому что уже первая ложка его выбила из головы все, кроме желания схватить огнетушитель и залить костер во рту. Что же касается «энчалады», то это оказались длинные аппетитные блинчики, начиненные красным перцем, тонко нарезанным артиллерийским порохом и политые нитроглицерином. Решительно сесть за такой обед без пожарной каски на голове – невозможно» [5,187]. Іронію ж можна простежити у таких рядках: «А кому может понадобиться делать славу Томсону или Джексону, Вильсону или Адамсу, если эти люди всего только строят какие-то машины, электростанции, мосты и оросительные системы! Их хозяевам даже невыгодно делать им славу. Знаменитому человеку придется платить больше жалованья» [5,252].

Щодо методів подачі інформації в «Одноповерховій Америці», то при аналізі тексту ми використовували класифікацію методів пред’явлення інформації Г. В. Лазутіної. Дослідниця виокремлює фактологічний метод, який виникає в результаті відображення поточної реальної дійсності, та культурологічний, що формується за рахунок використання «культурних запасів» суспільства, тобто того, що створене раніше і ввібрало в себе накопичений соціальний досвід [8]. Ми розглянемо методи фактологічної подачі інформації, оскільки особливістю нарису є його документальна основа, яка ґрунтується на поданні фактів дійсності у авторській інтерпретації. Серед них: констатація, опис (репортажний та реконструктивний), оповідь (репортажна та реконструктивна), характеристика, пояснення, міркування і типізація. Наведемо приклади використання кожного з методів у тексті.

Констатація: «...почти все американские города похожи друг на друга...» [5,92].

Опис репортажний: «Невероятный город, оперенный гребенкой молот, лежал внизу. Серый зимний воздух слегка золотился от солнца. По черным узеньким улицам сигналы крохотные автомобили и поезда надземных дорог. Городской шум доносился сюда слабо, не было слышно даже воя сирен» [5,402].

Опис реконструктивний: «Плетется куда-то семейство негров. Впереди сидит молодой негр, рядом с ним жена. На заднем сиденье дремлет седая теща, а молодые негрятя с любопытством разглядывают наш желтый нью-йоркский номер. Семья едет, как видно далеко, потому что к машине привязаны ведро и деревянная лестница» [5,161].

Оповідь репортажна: «В кафедральный собор мы попали к часу дня, но патер был так любезен, что немножко отложил свой обед. Он отпер собор, быстро и ловко преклонил колени и, поднявшись, повел нас смотреть стену с замечательными испанскими скульптурами» [5,189].

Оповідь реконструктивна: «По пути на Русскую горку, где живут сан-францисские молокане, наш проводник рассказывал историю их переселения. Когда-то давным-давно молокане жили на Волге. Их притесняло царское правительство, подсылало к ним попов и миссионеров. Молокане не поддавались. Тогда их переселили на Кавказ, куда-то в район Карса ... Жить становилось все труднее, преследования делались ожесточеннее, и молокане решили покинуть родную страну...куда ехать? Люди едут в Америку. Поехали в Америку и они – пятьсот семейств. Было это в тысяча девятьсот втором году. Как они попали в Сан-Франциско? Да так как-то. Люди ехали в Сан-Франциско. Поехали в Сан-Франциско и они» [5, 286].

Характеристика: «Современная американская техника несравненно выше американского социального устройства. И в то время как техника производит идеальные предметы, облегчающие жизнь, социальное устройство не дает американцу заработать денег на покупку этих предметов» [5, 109].

Пояснення: «В переводе на русский язык «паблिसити» означает – реклама. Но это слишком простое объяснение. Паблисити – понятие гораздо более широкое. Оно, пожалуй, играет в американской жизни роль не меньшую, чем сама техника» [5, 109].

Міркування: «На свете, в сущности, есть лишь одно благородное стремление человеческого ума

– победить духовную и материальную нищету, сделать людей счастливыми. И те люди в Америке, которые поставили своей целью этого добиться – передовые рабочие, радикальные интеллигенты, – в лучшем случае считаются опасными чудаками, а в худшем случае – врагами общества. Получилось так, что даже косвенные борцы за счастье человечества – ученые, изобретатели, строители – в Америке не популярны. Они с их трудами, изобретениями и чудесными постройками остаются в тени, вся слава достается боксерам, бандитам и кинозвездам. А в народе, который видит, что с увеличением числа машин жить становится не лучше, а хуже, существует даже ненависть к техническому прогрессу. Есть люди, готовые разбить машины, подобно тонущему человеку, который в отчаянном желании выкарабкаться из воды хватается своего спасителя за горло и тащит его на дно» [5, 393].

Типізація: «Средний американец, невзирая на его внешнюю активность, на самом деле натура очень пассивная. Ему надо подавать все готовым, как избалованному мужу. Скажите ему, какой напиток лучше, – и он будет его пить. Сообщите ему, какая политическая партия выгоднее, и он будет за нее голосовать. Скажите ему, какой бог «настоящий», – и он будет в него верить. Только не делайте одного – не заставляйте его думать в неслужебные часы. Этого он не любит, и к этому он не привык» [5, 116].

Щодо тематичних орієнтацій, то Ільф та Петров «не залишили поза увагою практично ні однієї сторони життя цієї країни. Вони не дозволили себе обдурити, віддаючи перевагу можливості самостійно переконатися та розібратися в протиріччях соціального та політичного устрою заокеанської країни» [2,4]. Зокрема, вони писали про американський побут, політику, церкву, соціальне, культурне, економічне життя.

А ось про особливості авторського світосприйняття треба поговорити дещо детальніше. Енциклопедія практичної психології дає таке визначення цього терміну: світосприйняття – це загальне бачення світу та ставлення до нього. Як правило, йдеться про сприйняття зовнішнього світу крізь призму внутрішнього світу з допомогою своєї внутрішньої картини світу. У світоглядній позиції автора проявляється сукупність принципів, поглядів та переконань, що визначають напрямок діяльності публіциста та його ставлення до дійсності [1].

Як ми розуміємо, світосприйняття радян-

ських мандрівників вкрай відрізняється від світосприйняття американців. Це зумовлено, зокрема, географічним місцем, умовами їх проживання, історією, менталітетом, соціальним устроєм. Тож І. Ільф та Є. Петров – вихідці з СРСР, країни із соціалістичним суспільним устроєм, яка знаходиться у тисячах кілометрів від США, – зовсім по-іншому побачили заокеанську країну. У нарисах радянські публіцисти викривають різкий контраст між технікою, яка пішла далеко вперед, та примітивним, убогим духовним світом населення Америки. Для них стають відкриттям деякі сторони життя американців: їхня залежність від «паблицити», систематизація та раціоналізація всіх без винятку сфер діяльності («главное – это порядок и система» [5,115]), де всім заправляють грошові підвали Уолл-Стріту. Нарисовців тяготить швидкий, безупинний ритм життя у великих містах, та обурює одноманітність, сірість життя у маленьких. Вони відзначають працелюбність американського народу, його діловитість, кажуть, що він міг би стати великою громадською силою, проте у реальному житті пересічні громадяни не мають жодних прав. Д. Заславський пише: «Велика імперіалістична буржуазія монополізувала все: промисловість, владу, культуру, просвіту. Вона досконало оволоділа мистецтвом одуріння народу» [3].

Різницю світосприйняття можна прослідкувати у ставленні до мистецтва – системи, яка моделює картину світу. І. Ільф та Є. Петров просто дивувалися, як холодно американці сприймають твори мистецтва, зокрема музичні концерти Рахманінова, Вагнера: «Рахманинов кончил. Мы ожидали взрыва. Но в партере раздалась лишь нормальные аплодисменты. Мы не верили своим ушам. Чувствовалось холодное равнодушие, как будто публика пришла не слушать замечательную музыку в замечательном исполнении, а выполнить какой-то скучный, но необходимый долг. Только с галерок донеслось несколько воплей энтузиастов» [1,150].

Всі ці яскраві приклади, описи та ситуації лише підтверджують існуючу в СРСР думку про те, що рівень технічної культури в США в десятки разів вищий за рівень культури духовної, і вже тільки це для людини з російською душею було достатньою підставою для того, щоб сформувати далеко не схвальне уявлення про Америку [2,5].

Проте, на думку деяких дослідників, публіцистам таки вдалося створити об'єктивний образ заокеанської країни, уникнувши ідеологічної за-

ангажованості. Як пишуть О. Б. Арчакова, Т. О. Деомидова: «Характерною рисою книги є практична відсутність ідеологічних елементів», – пишуть вони [10,56]. Такої ж думки притримується О. І. Ільф – донька І. Ільфа.

Хоча з цього приводу існують й інші думки. Дослідниця Н. С. Фролова зауважує, що при читанні «Одноповерховой Америки» не покидає враження, що Ільф та Петров весь час боялися випустити з голови думку про те, як би не перехвалити капіталізм. «В связи с этим они часто использовали прием сравнений, сопоставляя жизнь за океаном с жизнью в Советском Союзе. Вполне естественно, что политические убеждения авторов не способствовали созданию реальной картины увиденного...» [11]. А реальна картина, на думку К. Г. Валькової, полягала в тому, що Америка дійсно справила позитивне враження на письменників. Вони повернулися з новими поглядами та ідеями, з новим баченням життя, про яке радянській людині було нічого не відомо [2,7]. Вони дійсно захоплювалися діловими якостями американця, його умінням працювати та визнавали той факт, що у Америки можна та потрібно багато в чому навчатися. Зокрема, автори дивуються рівню технічного прогресу, бездоганному американському «сервісу», ідеальним американським дорогам, усталеним порядку і системі, американській гостинності, американському оптимізму, демократизму у відносинах між людьми, точності й охайності роботи американських працівників, їхньому вмінню тримати слово. Дослідниця зазначає, що їхні думки щодо деяких позитивних сторін життя американців висловлюються несміливо і губляться серед широкої критики. Публіцисти критикували майже все: американську демократію, яка є офіційно задекларованою, але насправді не здатна надати будь-яку допомогу простій людині; американський патріотизм, що докорінно відрізняється від патріотизму російської людини; американську їжу, на яку письменники під кінець подорожі не могли дивитися; американське кіно, яке зовсім не має художньо-естетичної цінності; американську церкву, яка заробляє гроші на людях; американську рекламу, яка нав'язливо супроводжує мандрівників на всіх етапах їхньої подорожі; американські міста, які різняться лише своїми пафосними назвами, запозиченими в інших міст світу. Публіцисти доходять висновку: що «Америка серьезно и тяжело больна». А страшний діагноз полягає в тому, що, маючи неймовірні можливо-

сті, країна не в змозі забезпечити людям спокійне та гідне життя: «Америка богата. И не просто богата. Она богата феноменально...она в состоянии сейчас, сегодня прокормит миллиард людей, а не может прокормит свои сто двадцать миллионов» [5,395-396]. Тому, як зазначають публіцисти, «эту страну интересно наблюдать, но жить в ней не хочется» [5,398].

Отже, І. Ільф та Є. Петров відіграють роль путівників, які, з одного боку, є свідками подій і просто хочуть детальніше інформувати, розповісти, показати, описати реалії життя заокеанської країни, а з іншого боку, вони хочуть надати своїй оповіді більшої емоційності, ніби наочно показати читачеві те, що вони бачать, чують, відчувають. Тобто введення авторського «я» І. Ільфа та Є. Петрова виконує різноманітні функції. Серед них: створення ефекту присутності читача на місці подій, його емоційної причетності до описуваних подій, створення ефекту безпосереднього контакту з героями, створення ефекту спільного розмірковування читача з публіцистом, розкриття внутрішнього світосприйняття автора. Усі вони сприяють створенню емоційного, а разом з тим і комплексного ідейно-психологічного впливу на читачів.

Треба зазначити, що відтворені у «Одноповерховій Америці» реалії американського побуту, політики, церкви, соціального, економічного та культурного життя реалізуються за допомогою фактологічних методів подання інформації з використанням засобів комічного та крізь призму поглядів радянської людини. На думку деяких дослідників, публіцистам таки вдалося створити об'єктивний образ заокеанської країни, уникнувши ідеологічної заангажованості. Однак, не можна сказати, що ідеологічний компонент у подорожніх нарисах І. Ільфа та Є.Петрова повністю відсутній. Зокрема, це зумовлено впливом на них соціалістичної ідеології та зрощенням нею негативного ставлення до капіталістичного устрою держави. Відмінності у сприйнятті дійсності також зумовлені відмінностями географії та умов проживання, історією, менталітетом, соціальним устроєм. Тому у творі ми бачимо, що критика Америки переміжується з позитивними відгуками про неї.

Список літератури

1. Ільф І., Петров Е. Одноэтажная Америка [Электронный ресурс] / И. Ильф, Е. Петров. – Режим доступа: <http://usa-history.ru/books/item/f00/s00/z0000004/index.shtml>
2. Валькова К.Г. Пропагандистська складова у подорожніх нарисах І. Ільфа та Є. Петрова «Одноповерхова Америка» [Электронный ресурс]/ К. Г. Валькова. – Режим доступа: http://library.univ.kiev.ua/ukr/host/viking/db/ftp/univ/nz_ij/nz_ij_2014_54.pdf
3. Заславский, Д. И. Ильф и Петров [Электронный ресурс]/ Д. И. Заславский. – Режим доступа: <http://ilfipetrov.ru/osoc7.htm>
4. Ильф, А.И. Сталин посылает Ильфа и Петрова в страну Кока-Колы [Электронный ресурс]/ А. И. Ильф. – Режим доступа: <http://www.textpubl.ru/upload/iblock/d8e/wsdx-zdhxbug-mocdman.qxd.pdf>
5. Ильф, И., Петров, Е. Одноэтажная Америка/ И. Ильф, Е. Петров; Познер, В., Ургант, И., Кан, Б. Одноэтажная Америка / В. Познер, И. Ургант, Б. Кан. – М.: АСТ, 2013. – 768 с.
6. Ким, М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – СПб.: Издательство В.А. Михайлова, 2004. – 336 с.
7. Ковальова, Т.В. Подорожній нарис: із історії жанру/ Т. В. Ковальова// Журналістська освіта на Сумщині: набутки й проблеми: матеріали VI всеукр. наук.-практич. конф., (СДУ, Суми, Україна, 2– 3 червня 2010). – Суми: Вид-во СумДУ, 2010. – С. 85
8. Лазутина, Г.В. Основы творческой деятельности журналиста [Электронный ресурс]/Г. В. Лазутина. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text6/43.htm#з_07
9. Літературознавча енциклопедія. У 2 т. Т. 2Л-Я/ Ю. І. Ковалів; автор-укладач Ю. І. Ковалів. – К.: Видавничий центр «Академія», 2007. – 624 с.
10. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты: Учебное пособие/ З. С.Смелкова, Л. В.Ассуирова, М. Р.Савова, О. А. Сальникова. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 320 с.
11. Фролова, Н. С. Америка и американцы в восприятии советского общества в 1920–1930-е гг. [Электронный ресурс]: дис. ... канд. ист. наук (07.00.03 – история) / Н. С.Фролова. – Челябинск, 2001. – 225 с. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/amerika-i-amerikantsy-v-vospriyatii-sovetskogo-obshchestva-v-1920-1930-e-gg>

Регионална преса: проблематика и стандарти

Who

Says What

In Which Channel

To Whom

With What Effect



Волонтерський рух в Україні: ефективність комунікаційних стратегій (за матеріалами місцевої преси 2015)

Проблема дослідження

Громадська думка в умовах глобалізації найбільшою мірою формується журналістикою. Відповідно, у сучасному світовому співтоваристві на сприйняття волонтерства чуттєво впливають інформаційні ресурси і те, який створюється образ; позитивний або нейтральний (як правило, негативний зустрічається вкрай рідко). Багато в чому це залежить від засобів масової інформації. За останні півстоліття ЗМІ стали основним каналом трансляції інформації та зміни громадської думки. Тому в інформаційному просторі на тлі складних суспільно-політичних перетворень і військової агресії зростає потреба дослідження стратегій та особливостей формування іміджу соціально-важливих феноменів у друкованих ЗМІ. Тут постає необхідність простежити процес формування іміджевої комунікації як з точки зору її соціально-комунікативної природи, так і з огляду на когнітивні механізми впливу на соціальну поведінку.

Актуальність дослідження визначається необхідністю аналізу впливу засобів масової інформації на розгортання ставлення до волонтерського руху, створення образу волонтера при використанні певних комунікаційних засобів та стратегій. Медіа формують певний образ волонтера, який сприймає читач та переносить на реалії життя. Діяльність волонтерів в Одесі пов'язана з низкою гучних подій: терористичні акти, вибухи, рейди, звинувачення, ув'язнення. Тому дуже цікавим є дослідження реакції ЗМІ на ці події, дотримання журналістами стандартів при висвітленні значенної проблематики та міри неупередженого ставлення до теми.

Метою роботи є виявлення комунікативних стратегій, що працюють на створення образу волонтера в одеських ЗМІ, визначення та актуалізація мовних, журналістських, етичних стандартів.

Комунікація, як одна з базових умов існування людської спільноти, надзвичайно важлива складова культури. Одним з феноменів, що функціонують в інформаційному просторі, є імідж. За

оцінкою Луї Ческіна, імідж не є самим явищем, а враженням стосовно явища. Враження прирівнюється до факту. Імідж - це таке відображення сприйнятого явища, в якому ракурс сприйняття свідомо звужується, акцентується сприйняття лише певних сторін явища. Між явищем і його іміджем завжди існує розрив достовірності. Головним є те, що нова інформація щодо старого чи зовсім нового об'єкта має обов'язково співвідноситися з уявленнями та очікуваннями реципієнта. Якщо інформація суперечить цим уявленням, не узгоджується з ними, тоді залежно від багатьох чинників реципієнт пристосовує уявлення до нової інформації або формує нові уявлення. Відмінна риса рекламної (іміджевої) комунікації — побудова та зміст матеріалу повною мірою сприяють формуванню оптимального комунікаційного середовища для реципієнта [6].

Імідж волонтера — це образ, який спеціально формується для різних соціальних груп. Він виникає не спонтанно, а завдяки цілеспрямованим зусиллям як самого волонтера, так і зусиллям ЗМІ. На формування мовного іміджу волонтера впливають два види факторів: ті, що залежать від дій та особливостей самого волонтера; ті, що формуються під впливом вимог соціуму (соціальні фактори, цільова аудиторія, національні та державні особливості і традиції) [2, с. 73].

У межах дослідження нами було проведено моніторинг п'яти одеських друкованих ЗМІ за період з 1.09.15 р. по 1.11.15 р. щодо особливостей висвітлення ними теми волонтерського руху. Газети було обрано за такими критеріями: ареал розповсюдження, наклад, популярність, доступність. Також газети мали висвітлювати всі сторони суспільного життя Одеси. Зокрема було обрано такі видання: одеська газета «Порто-Франко»; суспільно-політична газета «Вечерня Одесса»; щотижнева інформаційно-аналітична газета «Одесская жизнь»; газета міської ради «Одесский вестник»; суспільно-політична газета «Слово».

Всі газети - щотижневики, накладом більше

за 10.000 примірників. У цих виданнях знаходять відображення теми політики, економіки, суспільних проблем, урбаністика, культурне життя тощо. Всього за два місяці ми відстежили 39 матеріалів стосовно досліджуваної теми.

У результаті аналізу загальної вибірки матеріалів, стало можливим виділити шість позицій, в контексті яких згадувалася тема волонтерства. Зокрема це такі позиції: антитерористична операція (19 матеріалів, 49%); доля переселенців (6 матеріалів, 15%); політична тема (5 матеріалів, 13%); безкоштовна медична допомога волонтерів (5 матеріалів, 13%); культурні заходи (2 матеріали, 5%); випадки шахрайства серед волонтерів (2 матеріали, 5%).

Найбільше уваги ЗМІ приділяли темі волонтерського руху в контексті допомоги воїнам АТО. За кількістю це 19 матеріалів, що становить 49%. Загалом, матеріали цієї тематики, присвячені висвітленню волонтерської допомоги воїнам АТО, можна поділити на три підрозділи: матеріальна допомога (збір та передання необхідних речей та продуктів); психологічна допомога (тренінги та психологічна робота з постраждалими); безпосередньо волонтерська діяльність (допомога в пікетах та акціях протесту, приготування їжі та надання медичної допомоги, транспортування тіл загиблих з територій військових дій до родичів).

В газеті «Слово» міститься матеріал під заголовком «Украинский синдром или жертвы необъявленной войны» за 21.10.2015, в якому можна помітити відверту критику методів волонтерської психологічної реабілітації бійців: «В лучшем случае, с бойцами, пережившими стресс, работают волонтеры. Но они зачастую не имеют психологического образования, не знают техники, как вывести из стресса человека, только что вышедшего из окопов и находящегося в неадекватном состоянии» [14, №41]. Майже всі матеріали з теми антитерористичної операції містять слово «волонтер», найчастіше до волонтерів звертаються вже як до експертів із справ їх допомоги воїнам та постраждалим. Наприклад, матеріал газети «Одесская жизнь» за 11.10.2015 під заголовком «Киборг» из Донецкого аэропорта назначен новым командиром 28 мехбригады» повністю побудовано на інформації, яку повідомили волонтери та вміщує позицію волонтера в якості аргумента.

Найчастіше журналісти використовують цитати активістів з їхніх сторінок у соціальній мережі Facebook, як наприклад, у новині тієї ж газети за 26.09.2015 під заголовком «Поборы в одесском госпитале: помощь бойцам стоит 10 гривен». Цей

матеріал також цікавий тим, що він майже повністю побудований на трьох різних коментарях з Facebook та містить мінімум авторського журналістського тексту [11, №39].

Покажем є те, що в ЗМІ сприймається образ волонтера як національного героя, на рівні з самими бійцями АТО. Це дуже помітно в матеріалі під назвою «Одесские волонтеры вернулись с фронта», який було надруковано в газеті «Одесская жизнь» за 05.10.2015.

Ще одна тема, пов'язана з образом волонтера, є тема вимушених переселенців зі східних територій України. Вона складає 15% - всього 6 матеріалів. Тут також можна розподілити згадування волонтерської допомоги на матеріальну та психологічну. У матеріалі за 20.10.2015 видання «Одесская жизнь» під заголовком «Если из дома выгнала война: как в Одессе выживают переселенцы» можна помітити тенденцію до протиставлення роботи волонтерства та державної діяльності: «Государство не смогло оперативно среагировать на ситуацию и поддержать своих граждан. Поэтому на помощь пришли волонтеры» [15, №40]. Така опозиція вбудовується майже в усіх матеріалах, де порушується тема переселенців. Один з прикладів негативного згадування волонтерського руху в контексті протистояння держави та волонтерства - матеріал за 18.09.2015, який вийшов під заголовком «Подавляющее большинство переселенцев не хотят слезать с «волонтерской иглы» в газеті «Слово» [9, №38]. У цьому випадку волонтерство сприймається як зайвий елемент, що заважає переселенцям розпочати повноцінне життя в нових умовах.

Також на неспроможність волонтерів, на відміну від експертів, надати повноцінну психологічну допомогу вказує журналіст в матеріалі «Переселенцы в Одесской области нуждаются не только в материальной, но и психологической помощи», який було надруковано 18.09.2015 також в газеті «Слово» [8, №37]

Ще один контекст згадування волонтерської діяльності - це політика. Саме тут тема волонтерства висвітлюється через діяльність публічних осіб, політиків тощо. Матеріал газети «Одесская жизнь» за 07.11.2015 під назвою «У Саакашвили новый заместитель?» містить відчутне акцентування на тому, що герой матеріалу пов'язаний з волонтерською діяльністю: «Исполняющей обязанности заместителя одесского губернатора назначена волонтер и активистка Евромайдана Соломия Бобровская». Також в цьому ж матеріалі присутня апеляція до ставлення та думок волон-

терів: «Не все одесские волонтеры позитивно оценивают работу С. Бобровской» [16, №43].

Політики в досліджуваних матеріалах згадують волонтерство як вже сталие та звичне для українських реалій явище. У цьому ж виданні «Одесская жизнь» в матеріалі «В Киеве представили «Одесский пакет реформ»: масштабная волна приватизации и упрощение налогов» за 07.10.2015 ми зустріли таку цитату: «Мы устали от того, что по нашему учреждению ходят волонтеры, которых мы не можем взять на работу, - заявил Боровик» [17, №35]. Тема волонтерства в матеріалах політичної проблематики постає в основному в контексті процесу виборів. Апеляцію до волонтерства використовують політики як засіб самопіару та показової причетності до добровільної діяльності на благо інших. Досліджуваний період співпадає з підготовкою та проведенням виборів міського голови та депутатів міської ради Одеси, тому майже всі матеріали містять ознаки політичної «джинси» або використання політиками поняття волонтерського руху в своїх політичних цілях. Поняття волонтерства завдяки своїм особливостям може створити благородний образ політикові.

Тема збору коштів або крові для медичної підтримки постраждалих також складає 13%. Їх вирізняє наявність закликів про допомогу та суцільно позитивне висвітлення явища волонтерського руху. Типовим матеріалом можна назвати, наприклад, новину, що була надрукована 23.10.2015 в газеті «Одесский вестник» під заголовком «Помочь может каждый» [3, №41].

Наступні два матеріали стосуються найбільш суперечливої теми щодо висвітлення волонтерського руху - теми шахрайства серед волонтерів та явища псевдо-волонтерства. Перший матеріал було надруковано в газеті «Одесская жизнь» під заголовком «Лже-волонтеры в Одессе. Кто и как играет на вашем сочувствии?». Незважаючи на загальне негативне наповнення матеріалу, ставлення до явища волонтерства є стримано-нейтральним. Волонтери мали нагоду прокоментувати явище псевдо-волонтерства та виступили в якості спікерів. Але при цьому в матеріалі зазначено, що «чесні» волонтери можуть перейти в розряд «нечесних»: «Фонды-мошенники набирают волонтеров, обещая им 10-40% от дневной «выручки». А иногда волонтеры договариваются непосредственно с родителями больных малышей, что будут оставлять себе часть собранных денег в счет оплаты труда» [12, №38].

У наступному матеріалі під назвою «Благотво-

рительность как инструмент наживы», який було надруковано в газеті «Одесский вестник», взагалі не має спікерів, це цілковита експлікація думок журналіста Валентина Костельського: «Вред, который приносит данная, с позволения сказать, деятельность, - больше, чем это может показаться на первый взгляд. Да, граждане, часто не богатые, расстаются со своими «кровными», но это, как говорят, еще полбеды. В конце концов, это их выбор. Хуже то, что люди, разуверившиеся в благотворителях или отдавшие часть своих скромных средств мошенникам, а таких не мало, не захотят или не смогут помочь в тех случаях, когда их помощь действительно будет необходима тем, кто на деле попал в беду» [4, №38]. Автор закликає з підозрою ставитися до будь-якої волонтерської діяльності: «Внешность, конечно, обманчива, но и она может сказать о многом. Не следует стесняться и спросить у волонтера документы - тот обязан их предъявить. А проще и надежнее всего - без всяких посредников передать деньги или что-то еще нуждающимся». Така форма міркувань веде до дискредитації всього волонтерського руху в цілому, не зважаючи на те, що мова йдеться лише про псевдо-волонтерів та шахраїв.

Ставлення авторів до теми волонтерства в матеріалах за результатами моніторингу розподілилося наступним чином: нейтральне ставлення (24 матеріали або 62%); позитивне ставлення (9 матеріалів або 23%); негативне ставлення (6 матеріалів або 15%).

Загалом, ми маємо нагоду побачити, що в більшості матеріалів тема волонтерства висвітлена нейтрально, неупереджено. Ми можемо це пояснити переважанням жанру новини серед представлених матеріалів, який не передбачає жодного авторського судження або прояву суб'єктивного ставлення до явищ, проблем або подій. Але навіть в новинах ми зустрічаємо натяки на авторське бачення та приховану сугестію, які виражаються у порушенні правила балансу думок або використанні емоційно-забарвлених слів.

Відверто негативне та, навіть, саркастичне ставлення до явища волонтерства ми можемо спостерігати в матеріалі з газети «Слово» під заголовком «Жизнь в одесском «гетто»: уехать нельзя остаться...». Автор реагує на волонтерську діяльність з відтінками відвертого знущання: «В свое время волонтеры, видимо в расчете на солидный западный грант, собрали их в Одесской области со всей зоны АТО. Однако этот расчет, надо полагать, не оправдался». Або ще: «На днях побывав-

шие в санатории волонтеры подарили Светлане для внучки красивую школьную форму. Женщина вынула из шкафа и с гордостью показала мне черненькие пиджачок и юбку. И то и другое – явная синтетика. Зато в стиле Версаче! Ушлые китайцы всегда были горазды на штучки такого рода» [16, №37]. Така позиція може сприйматися як відвертий прояв спроби маніпулювання аудиторією та нав'язуванням автором своєї власної суб'єктивної позиції. Жанр репортажу дуже добре підходить для цього, тому що автор в ньому виступає як свідок та описує лише те, на що реагує зовні, пропускаючи через власне сприйняття.

Аналіз характеру згадувань теми волонтерського руху дозволяє виявити ступінь чутливості до теми волонтерства. На базі цих досліджень ми зможемо робити припущення щодо створення (або ігнорування) певного образу волонтера в одеських друкованих ЗМІ. Загальний аналіз вибірки матеріалів за характером згадувань дозволив розподілити позиції таким чином: разове згадування в матеріалах (18 матеріалів або 46%); поверхове висвітлення теми (12 матеріалів або 31%); глибоке висвітлення теми (9 матеріалів або 23%).

За результатами аналізу, матеріали, які містять в собі лише разове згадування теми волонтерського руху становлять більшість - 46%. Це переважно новинні матеріали, в яких журналісти не подають розширеного глибокого аналізу.

Висновки

Соціальна проблематика, в межах якої функціонує поняття волонтерства, стає одним із пріоритетних напрямків для висвітлення одеськими друкованими ЗМІ. Це пов'язано насамперед із постійним інформуванням про військово-політичні події на Сході, допомогу українській армії та внутрішнім переселенцям. У дослідженні ми з'ясували, що сформований одеськими друкованими ЗМІ образ волонтера має суперечливий характер: з одного боку, ми можемо спостерігати героїзацію цього поняття, але з іншого - створення ареалу недовіри до роботи волонтера, звинувачення у шахрайстві та непрофесійній діяльності.

Темою, в межах якої найчастіше було згадане явище волонтерського руху, є тема антитерористичної операції (АТО). До волонтерів звертаються вже як до експертів у справах допомоги воїнам та постраждалим. Показовим є те, що у ЗМІ образ волонтера постає майже як образ національного героя, на рівні з самими бійцями АТО.

Аналіз характеру згадувань теми волонтерського руху дозволив визначити, що більшість

матеріалів лише один раз мимохідь згадують тему волонтерства. Це переважно інформаційні матеріали, які не вимагають глибокого ґрунтовного висвітлення від журналіста. Серед невеликої кількості аналітичних матеріалів (9 матеріалів), цілком присвячених досліджуваній проблематиці, у п'яти матеріалах журналісти негативно оцінюють роботу волонтерів. Це матеріали, присвячені проблемі шахрайства або випадкам непрофесійної допомоги волонтерів.

Отже, не дивлячись на те, що тема волонтерського руху набуває вагомого суспільного значення, ступінь чутливості одеських друкованих ЗМІ до неї, на наш погляд, є низьким. Образ волонтера або набуває штучної привабливості через героїзацію, або критикується та висвітлюється в негативному контексті.

Список літератури

1. Владимиров В. Місія журналістики: у порядку постановки питання / В. Владимиров. – К.: Наукові записки Інституту журналістики. – 2001. – Т. 2. – 276 с.
2. Грушин Б. А. Массовое сознание / Б. Грушин – М.: Политиздат – 1987. – 368 с.
3. Дымовский Б. Помочь может каждый / Б. Дымовский – Одесса: Одесский вестник. – 2015. – №41
4. Костельский В. Благотворительность как инструмент наживы / В. Костельский – Одесса: Одесский вестник. – 2015. – №38
5. Марков Б. Мораль и Разум. Послесловие / Б. Марков. – С-Пб., – 2000. – 377 с.
6. Макурина О.А. Имидж «звезды» и «звездное» интервью [Электронный ресурс] / О.Макурина. – Режим доступа: <http://privately.ru/1146872534-imidzh-zvezdy-i-zvezdnoe-intervju.html>
7. Михайлов А. Переселенцы в Одесской области нуждаются не только в материальной, но и психологической помощи / А. Михайлов // Слово. – 2015. – №37
8. Михайлов А. Подавляющее большинство переселенцев не хотят слезать с «волонтерской иглы» / А. Михайлов // Слово. – 2015. – № 38
9. Моисеев В.А. Паблик рилейшнз средство социальной коммуникации (теория и практика) / В.А. Моисеев. – К.: ДаКор. – 2002. – 500 с.
10. Мячина А. Поборы в одесском госпитале: помочь бойцам стоит 10 гривен / А. Мячи-

- на. // Одесская жизнь. – 2015. – №39
11. Мячина А. Лже-волонтеры в Одессе. Кто и как играет на вашем сочувствии? / А. Мячина. – Одесса // – 2015. – №38
 12. Назаров М.М. Масова комунікація і суспільство. Введення в теорію і дослідження / М.М. Назаров. – М.: Аванті плюс, 2003. – 428 с.
 13. Радишевская Е. Украинский синдром или жертвы необъявленной войны / Е. Радишевская. // Слово. – 2015. – № 41
 14. Уманец И. Если из дома выгнала война: как в Одессе выживают переселенцы / И. Уманец. // Одесская жизнь. – 2015. – №40
 15. Чернецкая Н. У Саакашвили новый заместитель? / Н. Чернецкая. // Одесская жизнь. – 2015. – №43
 16. Чернецкая Н. В Киеве представили «Одесский пакет реформ»: масштабная волна приватизации и упрощение налогов / Н. Чернецкая. // Одесская жизнь. – 2015. – №35
 17. Чернецкая Н. «Киборг» из Донецкого аэропорта назначен новым командиром 28 мехбригады / Н. Чернецкая. // Одесская жизнь. – 2015. – №37

Висвітлення проблеми забудови Одеси за матеріалами видання “Думская.net”

Проблема дослідження:

Відсутність єдиного інформаційного простору – одна з актуальних проблем сучасної України. Центральні ЗМІ багато в чому випереджають регіональні, кількість та якість доступної преси для регіонів набагато менша за обсяг медіа столиці. Однак, регіональна преса – надзвичайно важливий інститут суспільства. Перш за все, через те, що місцеві ЗМІ є полем для діалогу, потужним засобом забезпечення ідентичності серед членів місцевої спільноти. Їх основне незаперечне призначення – забезпечити баланс на місцевому рівні та суспільну згоду.

А. Левченко називає регіональні ЗМІ «не лише лідером в отриманні щоденної оперативної інформації про події у місті, країні, світі, а й важливим джерелом основних знань та уявлень про навколишній світ і життя взагалі, навіть більш важливим ніж традиційні інститути й канали соціалізації, культури. Великим є їх значення як важливого елемента буденності, без якого більшість не уявляє свого життя. Адже регіональні ЗМІ залишаються єдиним джерелом отримання місцевої інформації» [1]. Л. Михайлин пояснює важливість існування регіональної преси функціонуванням на її шпальтах правила наближення інтересів «ось де ховається таємниця максимального заповнення читацької аудиторії районною газетою. Її хочуть читати, її з нетерпінням чекають в оселях, така газета має міцний зв'язок з читачем, вона до нього просторово близька. До редакції можна завжди зателефонувати чи навіть прийти, познайомитися з автором цікавого матеріалу. Тут люди ну обов'язково вислухають. Цей ефект зворотного зв'язку так само надзвичайно важливий і сприяє популярності регіональних часописів. Сьогодні ні в кого не повинно викликати сумнівів і те, що право особи на задоволення потреб у місцевій, регіональній інформації належить до числа її природних прав, які підлягають задоволенню так само, як і всі інші» [2:102]. С. Гуревич називає регіональну пресу соціальним посередником та зазначає: «для місцевого населення газета стає трибуною, кон-

сультантом, довідковим бюро і головне — джерелом інформації, необхідної йому для вирішення життєво важливих питань» [3:42].

Однак, на практиці журналісти нерідко нехтують відповідальністю перед суспільством. Однією з причин цього, є звичка працювати у залежності від місцевої влади, що є неприйнятним для журналістики сучасного демократичного суспільства. Проведене Інститутом масової інформації дослідження показало, що основними проблемами регіональної преси України є: суцільна недовіра, джінса, цензура власника та самоцензура, поверховість та недосконала співпраця з органами влади [4]. Прискіпливої уваги заслуговує висвітлення регіональними ЗМІ конфліктних ситуацій, особливо, за участі місцевої влади. За таких умов дотримання журналістських стандартів у матеріалах місцевих ЗМІ підпорядковується складному вибору з боку тих, хто працює з інформацією. Об'єктивне відображення явищ суспільно – політичного життя та дотримання професійних стандартів чи нав'язане власником та жагою наживи соціальне замовлення – ось що багато у чому визначає як стратегію, так і тактику роботи працівників медіа. Так, за даними дослідження медіа й медіааудиторії, здійсненого компанією InMind на замовлення «Інтерньюз Нетворк» восени 2012 року «73% журналістів знайомі з Етичним кодексом журналіста, натомість 27% – незнайомі. За цими ж даними 43% редакційних колективів прийняли Кодекс, 14% – ні, а 44% – користуються тільки деякими його положеннями, але і в цьому разі рішення приймаються власником ЗМІ» [5].

Наразі проблема прискореної забудови міст – питання актуальне та злободенне, як для політиків, так і для громадських активістів та місцевих жителів. Мешканці мегаполісів уже відчувають на собі наслідки прискореної забудови, яка відбувається з порушеннями генеральних планів, екологічних та технічних норм. Приватизація територій громадських пляжів, забудова приберегової зони, вирубування парків, руйнація старих житлових будинків під впливом від будівництва нових

об'єктів – це далеко не повний перелік очевидних наслідків незаконних забудов. Тому, неабияку роль у висвітленні цієї тематики відіграють місцеві засоби масової інформації. А саме – слугують плацдармом для виголошення громадської думки, об'єктивної збалансованої оцінки ситуації та захисту міста від порушення законодавчих норм.

Особливості висвітлення регіональними ЗМІ конфліктних ситуацій ми розглянемо й проаналізуємо на прикладі висвітлення проблеми забудови Одеського регіону місцевим виданням «Думская.net».

Отже, мета нашого дослідження, визначити основні події, яким приділяли увагу журналісти, висвітлюючи проблему забудови Одеси, та дослідити сприйняття цієї проблеми виданням в аспектах вибору жанру та дотримання професійних стандартів

Хід дослідження:

Аналіз здійснюється на основі одного з одеських Інтернет видань, що присвячують публікації висвітленню проблем забудови міста «Думская.net», яке за результатами дослідження Михайла Мейзерського є одним серед лідерів на інформаційному ринку Одеси та має постійну та досить велику аудиторію читачів [6]. Видання позиціонує себе як ЗМІ про новини Одеси та Одеської політики. За свідченнями Інституту масової інформації [7] видання належить одіозному політику Олексію Гончаренку, посаду головного редактора обіймає Олег Константинов. Сайт онлайн - видання містить наступні рубрики: «Новости», «СМИ», «Выборы». Найбільшу увагу «Думская.net» присвячує висвітленню політичної тематики, набагато менше суспільству, культурі та урбаністиці.

Протягом 2014 – 2015 років виданням було опубліковано 91 матеріал стосовно теми проблем забудови Одеси. Проведений нами аналіз змісту публікацій продемонстрував, що видання «Думская.net», висвітлює питання про забудову Одеси досить нерівномірно. А саме – журналісти подають матеріали однобоко, не відділяючи факти від коментарів, без балансу думок, якісної аналітики, експертної думки. Також не вистачає унікальних авторських матеріалів та більш широкого охоплення тематичного поля. Досліджуваний нами період показав, що найбільш обговорюваною темою на цей проміжок часу став скандал щодо будівництва паркінгу у районі мису Ланжерон на території парку «Ювілейний». Від листопада 2014 року до червня 2015 «Думская.net» опублікувала 51 матеріал стосовно цієї теми. 3

них тридцять сім заміток (двадцять три з яких є «паркетними» новинами, тобто передрукованими повідомленнями прес служб міських відомств, а саме прес-служби мерії та прес-служби прокуратури), сім кореспонденцій, два звіти про громадські слухання у містобудівній раді, один репортаж щодо пікетування дельфінарію, два аналітичних коментарі та дві проблемні статті. Найбільш «гарячою» фазою конфлікту був грудень 2014 року, коли декілька сотень активістів, у тому числі суспільні діячі відомої організації «Гепротест» під охороною «Самооборони» та у присутності міліції розібрали бруківку на місці майбутнього паркінгу. У відповідь власники будівництва підготувалися до оборони. На цей період часу «Думская.net» публікувала найбільшу кількість заміток, слідом за якими із розривом у два - три дні виходили кореспонденції або аналітичні коментарі. Видання порушує стандарт редакційної незалежності, при цьому кількість таких матеріалів збільшувалася протягом року. Це пов'язано перш за все з тим, що, по-перше, видання просуває інтереси свого власника, а по-друге, із тим, що посаду заступника директора «Думской.net» обіймає Сергій Дибров, який вже протягом десяти років є активним захисником міста та безпосереднім учасником обговорень проекту генерального плану містобудування. До того ж він неодноразово висловлювався на громадських слуханнях щодо проблеми Ланжерону, голосуючи проти будівництва паркінгу та вирубування дерев. Настання зимових свят та снігопади трохи охолодили масштаби протистояння та на деякий період часу тема забулася до настання 2015 року, коли протистояння перейшло у юридичну площину та постала необхідність втручання міської влади, а саме мера – Генадія Труханова та губернатора Ігоря Палиці. Мер називав акції протесту на Ланжероні витівками політичних опонентів, а порушення Законів України стосовно забудови берегової зони – реконструкцією. А губернатор, зрадивши своєму пацифізму, пообіцяв карати тих, хто своїми руками намагається спинити конституційне беззаконня. Тож влада також опинилася у вирі протистояння, зайнявши окрему позицію. А якщо бути точними, завуальовано прийняла сторону власників скандального дельфінарію «НМО», які й стали ініціаторами будівництва. Після ідентифікації супротивників на полі бою, засилля критичних матеріалів послабилося, й видання почало публікувати лише замітки, що коротко інформували про перебіг подій у справі, зокрема, про хід судового протистояння.

З того моменту була опублікована лише одна проблемна стаття, у якій були представлені позиції та інтереси супротивників. А загальний інтерес редакції щодо проблеми залишився у минулому.

Другими за популярністю темами, яким надає перевагу «Думская.net» є обговорення проблем зведення багатоповерхівок у житлових масивах міста та забудови зеленої зони міста. Зокрема, це конфлікти стосовно проектів 24-поверхового та 32-поверхового будинків з паркінгами у районі Фонтанської дороги, чотирьохповерхівки на місці житлових будинків у районі «Слободка», 17-поверхівки біля театру Музкомедії, багатоповерхівки у парковій зоні на вулиці Академіка Корольова та будівництва на території парку «Перемоги». У контексті цієї проблеми Думська опублікувала двадцять два матеріали, з них дев'ять заміток (чотири з них за матеріалами прес-релізів, стосовно суспільних слухань у містобудівній раді), чотири інформаційних звіти про перебіг громадських слухань стосовно забудови на Фонтанській дорозі та реконструкції Траси Здоров'я, п'ять кореспонденцій та чотири проблемні статті. У руслі цієї теми помічаємо більший обсяг аналітики, перш за все, це пов'язано із менш стрімким розгортанням подій, на відміну від ситуації з Ланжероном, що дає авторам більше часу для збору коментарів та плідного розвитку думки.

Третьою за актуальністю стала тема реконструкції маршруту п'ятого трамваю, довкола якої точилися суспільні обговорення. Стосовно цієї проблеми видання спочатку виявило значну зацікавленість, але протягом місяця зовсім перестало друкувати публікації - від жовтня 2014 по червень 2015 було опубліковано чотири матеріали - це аналітичний звіт про громадські слухання стосовно перенесення маршруту у зв'язку із реконструкцією Французького бульвару, дві замітки та одна кореспонденція. Значно меншу увагу видання приділяє забудові історичного центру Одеси, це лише три інформаційні замітки, що свідчить про незацікавленість у цій темі. Та ж сама ситуація й стосовно висвітлення несанкціонованих забудов на територіях санаторних комплексів - це лише дві замітки та одна кореспонденція, зведення торговельних центрів - одна замітка та забудови на території кладовищ - одна замітка.

Окремою проблемою видання є дотримання балансу думок у поданих матеріалах. Проаналізувавши 68 матеріалів із поданими коментарями, ми виявили, що найчастіше журналісти «Думская.net» цитують мера Одеси Генадія Труханова - оди-

надцять прямих цитат та «активістів» - дев'ять прямих цитат у коментарях, сюди ж необхідно віднести найбільш відомих громадських активістів, які також позиціонують себе як суспільний актив: Леонід Штекель - чотири прямі цитати, Сергій Сарафанюк - п'ять прямих цитат, Олексій Чорний - дві прямі цитати. Тож, у загальній кількості отримуємо двадцять одну пряму цитату від громадських активістів. Значно менше цитують безпосередньо представників будівельних компаній - це шість прямих цитат, губернатора Одеської області Ігоря Палицю - це три прямі цитати, головного архітектора міста - це лише дві прямі цитати. У жодному з досліджуваних матеріалів не містилося коментарів від незалежних експертів. Подібне вибіркоче цитування, дає підстави для висновків про те, що журналісти «Думская.net» не дотримуються стандартів повноти відображення теми, адже зосереджують увагу суто на вигідній для них позиції коментатора, маніпулюючи думкою читачів. Несумнівна перевага у цитуванні на бік активістів каже про посилений інтерес авторів у висвітлюваних темах та незаперечну близькість до поглядів протестувальників, однак висловлення власної позиції, хоч і з намірами приховати її за вдаваною об'єктивністю є нічим іншим як відсутністю об'єктивності та заангажованістю.

Щодо заголовків у проаналізованих матеріалах, бачимо, що найчастіше ньюзмейкерами виступають прес-служби міських відомств, а саме: прес-служба мерії, прес-служба прокуратури, прес-служба адміністративного суду та прес-служба містобудівної ради. А отже «Думская.net» тяжіє до тенденції передруку інформації, замість пошуку власних ексклюзивних джерел. Наслідком цього стає непоінформованість аудиторії стосовно думок опонентів та часткове відображення того, що відбувається, демонстрація події лише під певним кутом зору, а отже неповнота картини дійсності.

Ще одним порушенням стандартів при висвітленні проблем забудови Одеси є наявність оціночних суджень у заголовках матеріалів, наприклад: «Дельфиноводы рассказали, что планируют сделать с Ланжероном: повторяется история с набережной?» [8]. У такому заголовку яскраво відображена позиція автора щодо одного з учасників конфлікту, найперше вона виявляється у використанні номінативу «дельфиноводы», ми можемо віднести це слово до мови ворожнечі, адже воно містить у собі явний відтінок агресії та зверхності. Теза «повторяется история с набереж-

ной» також містить у собі неприкритий натяк на звинувачення, а отже одразу викликає у читача негативне ставлення до однієї зі сторін конфлікту. Сюди ж можна віднести заголовок «Судебная тяжба из-за набережной Ланжерона пошла на второй круг: пока побеждает дельфинарий», у якому частка «пока» наголошує на авторській позиції щодо бажаного роз'язання конфлікту [9]. Варіативний приклад маніпуляції зі словами, які можна віднести до мови ворожнечі - «депутат-дельфиновод» у заголовку «Акція протеста на Ланжероне: депутата-дельфиновода едва не побил, а у его охранника отобрали пистолет», яка демонструє ставлення автора до вказаної особи [10]. Очевидно, що завдяки використанню подібних номінативів читачі розуміють, про кого йдеться, однак це є явним порушенням з боку журналіста - не зазначати імені та прізвища особи про яку пишеться. Для підтримання розмаїття автори також використовують ще один номінатив «благоустроители», як от: «Благоустроители совершили подлог документов», звичайно, у будь - якому іншому контексті це слово не містить негативного забарвлення, однак взяте у лапки набуває зовсім іншого характеру, а саме - прямо протилежного, тобто «руйнівники», що також зазначає позицію автора [11]. Наступними поміченими вадами є використання укорінених штампів, з явним негативним відтінком на кшталт: «Градсовет одобрил очередную высотку на Белинского: как одесситам вешают лапшу на уши»[12] або «Благоустройство» Ланжерона: прокуратура «запускает дурочку» [13]. Використання подібних виразів є також прямою маніпуляцією стосовно читацької аудиторії, адже у першому випадку використовується безпідставне узагальнення «одесситам вешают лапшу на уши», що наштовхує читача до обурення та негативного сприйняття усієї зазначеної інформації, а у другому «прокуратура запускает дурочку», змушує читача одразу сформулювати позицію щодо винуватця конфлікту.

Висновки:

Забезпечення місцевого населення оперативною, правдивою та суспільно значущою інформацією є основним призначенням регіональних ЗМІ. Проблема визначення ролі місцевої преси як поєднання засобів суспільного контролю та безперервного якісного інформування є актуальним питанням для України. Її вирішення може забезпечити лише становлення правових та етичних норм, притаманних журналістиці демократичного суспільства.

Проведене дослідження показало, що проаналізоване видання висвітлює питання про забудову Одеси досить нерівномірно. А саме - журналісти подають матеріали однобоко, не відділяючи факти від коментарів, без балансу думок, якісної аналітики, експертної думки. Також не вистачає унікальних авторських матеріалів та більш широкого охоплення тематичного поля. Помічена тенденція видання до передруку інформаційних повідомлень з сайтів прес - служб міських відомств призводить до зниження якості пропонованих повідомлень, через відсутність ексклюзивної інформації та непропорційності у висвітленні думок опонентів. До того ж використання у заголовках оціночних суджень, висловів - штампів, що мають явно негативне забарвлення, некоректних слів та слів, які можна віднести до мови ворожнечі є неприпустимим з точки зору професійної журналістики, у тому числі через нав'язування читачу відповідної позиції «свої - чужі», «злодій - герой». Тож, розгляд основних особливостей висвітлення регіональними ЗМІ конфліктних ситуацій показав, що рівень місцевої преси Одеси знаходиться на стадії свого становлення та потребує удосконалення, що в першу чергу, залежить від підвищення якості професійних навичок журналістів.

Список літератури

1. Левченко А. М. Роль регіональних ЗМІ у соціокультурній, економічній та політичній системах суспільства [Електронний ресурс] / А. Левченко. — Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1381>
2. Михайлин Л.І. Журналістика як Всесвіт / Л.І. Михайлин. - Харків., 2008. - 387 с.
3. Гуревич С. М. Газета: Вчора, сьогодні, завтра: Учебное пособие для вузов / С. М. Гуревич. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 288 с.
4. Чулівська І. П'ять проблем української місцевої журналістики [Електронний ресурс] / І. Чулівська. — Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/regional_newspapers/pyat_problem_ukrainskoi_mistsevoi_zhurnalistiki/
5. Єременко С. Хліб з мишею, вигадані герої та журналістська етика [Електронний ресурс] / С. Єременко. — Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/khlib_z_misheyu_vigadani_geroita_zhurnalistiska_etika/
6. Мартыновская В. Медиа: как это де-

- лається в Одессе? [Електронний ресурс] / С. Єременко. — Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/media_kak_eto_delaetsya_v_odesse/
7. Васіна О. Кому належать одеські ЗМІ [Електронний ресурс] / О. Васіна. — Режим доступу: <http://imi.org.ua/analytics/51295-komu-nalejat-odeski-zmi-analiz-institutu-masovoji-informatsiji.html>
 8. Дельфиноводы рассказали, что планируют сделать с Ланжероном: повторяется история с набережной? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dumskaya.net/news/proekt-langerona-040896/>
 9. Судебная тяжба из-за набережной Ланжерона пошла на второй круг: пока побеждает дельфинарий [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dumskaya.net/news/delfinovody-nastupayut-naberegnyaya-langerona-sta-041399/>
 10. Акция протеста на Ланжероне: депутата-дельфиновода едва не побили, а у его охранника отобрали пистолет [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dumskaya.net/news/vo-vremya-akcii-protesta-na-langerone-deputata-d-041382/>
 11. «Благоустроители» Ланжерона совершили подлог документов [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dumskaya.net/news/delfinovody-mecenaty-sovershili-podlog-dokumento-041377/>
 12. Градсовет одобрил очередную высотку на Белинского: как одесситам вешают лапшу на уши [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dumskaya.net/news/gradsovet-048105/>
 13. Благоустройство» Ланжерона: прокуратура «запускает дурочку» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://dumskaya.net/news/blagoustrojstvo-plyaga-langeron-prokuratura-zapu-041285/>

Реформа нової поліції у сприйнятті місцевих видань (на основі публікацій газет Одеси та Львова)

Проблема дослідження

Протягом минулого року в Україні почала впроваджуватися реформа правоохоронних органів: замість старої міліції повинна з'явитися Національна поліція. Першим етапом реформи стала поява патрульної поліції. Набір і навчання майбутніх патрульних, складання присяги, перші кроки нової поліції – усі ці теми активно висвітлювалися у всеукраїнських і місцевих ЗМІ. Одеські та львівські видання теж не залишилися осторонь. Одеса та Львів стали другими після Києва українськими містами, де запрацювала нова поліція. Вона отримала величезний кредит довіри від громадян, зокрема, і від журналістів. Саме від того, як ЗМІ висвітлюватимуть діяльність поліції, наскільки якісно й об'єктивно інформуватимуть аудиторію, залежить громадська думка про новостворену структуру й довіра людей до правоохоронних органів.

Створення поліції – надзвичайно важлива реформа, тому ЗМІ повинні контролювати її впровадження. При цьому подача інформації про діяльність поліції місцевими виданнями Одеси і Львова практично не досліджувалася. Ці факти зумовлюють актуальність досліджень на дану тематику.

Мета дослідження – виявити особливості подачі інформації про діяльність нової поліції у місцевих виданнях Одеси і Львова.

Хід дослідження

Ми проаналізували матеріали, присвячені новій поліції, у газетах «Одесская правда», «Одесская жизнь», «Ратуша», «Львівська пошта» та в електронній версії газети «Експрес». До уваги бралися публікації, оприлюднені протягом січня-жовтня 2015 року.

Зазначимо, газети «Одесская правда», «Одесская жизнь» і «Ратуша» є щотижневими. «Одесская правда» виходить на чотирьох шпальтах, «Одесская жизнь» – на 12 шпальтах, «Ратуша» – на 16 шпальтах. Газета «Львівська пошта» виходить

тричі на тиждень на 16 шпальтах, а сайт «Експрес Онлайн» оновлюється цілодобово.

Для досягнення мети дослідження ставилися наступні завдання:

- виявити матеріали про поліцію на шпальтах газет «Одесская правда», «Одесская жизнь», «Ратуша», «Львівська пошта» та в електронній версії газети «Експрес» за зазначений період;
- визначити жанри матеріалів, у яких висвітлюється діяльність нової поліції у досліджуваних виданнях;
- дослідити тематику матеріалів про нову поліцію;
- з'ясувати головні джерела інформації у матеріалах про нову поліцію.

У ході дослідження виявилось, що найактивніше реформу правоохоронних органів висвітлювала газета «Львівська пошта». З початку січня до кінця жовтня 2015 року у газеті вийшло 34 матеріали про нову поліцію. Решта друкованих видань у зазначений період опублікувала приблизно однакову кількість матеріалів з досліджуваної теми: сім матеріалів вийшло у газеті «Одесская правда», по чотири матеріали – у газетах «Одесская жизнь» і «Ратуша». Зазначимо, більша кількість матеріалів у «Львівській пошті» також зумовлена тим, що дана газета, на відміну від решти досліджуваних видань, виходить тричі на тиждень.

Нам також було цікаво порівняти, як діяльність нової поліції висвітлюється в електронній версії друкованого видання. Для дослідження ми обрали сайт «Експрес Онлайн». З початку січня до кінця жовтня 2015 року на зазначеному сайті вийшли 103 матеріали про нову поліцію. Така кількість матеріалів зумовлена специфікою новинного сайту, що оновлюється цілодобово й оперативно інформує читачів про події.

Ми виявили, що переважна більшість матеріалів про нову поліцію у досліджуваних виданнях написана в інформаційних жанрах. Український дослідник Ігор Михайлин зазначає, що особли-

вістю інформаційного журналістського роду є обрання за предмет новини, важливої суспільної події, оперативне представлення її в достовірному повідомленні, зредукованість коментарів, суб'єктивних оцінок, аналізу. До числа інформаційних жанрів належать замітка, звіт, репортаж, інтерв'ю [2; с. 218].

Найактивніше місцеві видання Одеси і Львова використовували жанр замітки. За визначенням Володимира Здоровеги, «замітка – найоперативніша і найпростіша усталена форма повідомлення у ЗМІ про об'єктивно існуючі події, факти реально-го життя з метою насамперед найелементарнішого пізнання навколишнього світу» [1; с. 165]. Цьому жанру надали перевагу газети «Одесская правда» (шість заміток), «Львівська пошта» (22 замітки), електронна версія газети «Експрес» (102 замітки).

При цьому газета «Одесская жизнь» у більшості випадків використовувала інформаційну кореспонденцію (три з чотирьох матеріалів). «Інформаційна кореспонденція відрізняється від замітки більш детальним і більш широким висвітленням предмета. Таким предметом зазвичай виступає якась одинична подія, явище, дія», – зазначає О. Тертичний [4; 106]. Українська дослідниця Наталія Стеблина вказує на те, що обираючи між заміткою і кореспонденцією автор повинен керуватися потребами й інтересами читачів, тим, які деталі їм цікаво буде знати. «Рішення щодо написання замітки чи кореспонденції ухвалюється не відповідно до того, скільки у журналіста є інформації, а згідно із тим, наскільки актуальною є та або інша новина. Рішення влади можуть подаватися як у форматі заміток, так і у форматі кореспонденцій, але якщо ці рішення стосуються резонансних подій, більшість публікацій викладатимуться у жанрі кореспонденції. А коли інтерес до певної події згасне, але інформаційні приводи все ще виникатимуть, журналісти найчастіше використовуватимуть замітку», – пише Н. Стеблина [3; с. 331].

Враховуючи те, що всі публікації про формування поліції в газеті «Одесская жизнь» написані у жанрі кореспонденції, можна стверджувати, що ця тема посідає у виданні важливе місце. Інформаційна кореспонденція також широко використовується у газеті «Львівська пошта» (дев'ять матеріалів).

Інші жанри представлені у незначній кількості. Зокрема, у досліджуваних виданнях були виявлені один коментар, одне інформаційне інтерв'ю, одне опитування, один репортаж і три статті.

У ході дослідження ми визначили тематику

матеріалів про нову поліцію в одеських та львівських виданнях:

1) формування поліції – повідомлення про етапи реформи, анонс запуску поліції в різних містах, прийняття відповідних законопроектів, складання поліцейськими присяги, розповіді про новачків в роботі поліції, тощо. Даній тематиці було присвячено найбільше матеріалів: 75% матеріалів в газетах «Одесская жизнь» та «Ратуша», 29% – у газетах «Одесская правда» і «Львівська пошта», 32% – на сайті «Експрес Онлайн»;

2) набір до патрульної служби і навчання майбутніх поліцейських. Найповніше ця тематика представлена у газеті «Львівська пошта» (38% матеріалів). Також про набір до поліції писали «Одесская правда» (28%), «Одесская жизнь» (25%, репортаж), «Експрес Онлайн» (11%);

3) виконання обов'язків новою поліцією. Дана тема у досліджуваних виданнях піднімалася рідше. Безпосередньої роботи поліцейських стосувалися два матеріали в газеті «Одесская правда» (29% від загальної кількості), три матеріали у «Львівській пошті» (9%), 22 матеріали на сайті «Експрес Онлайн» (21%).

Зазначимо, матеріали про помилки нової поліції або скандали за її участю у досліджуваних виданнях майже відсутні. Зокрема, жодного матеріалу з цієї теми не виявлено у газетах «Одесская правда» і «Одесская жизнь». У газеті «Львівська пошта» негативу у роботі поліції стосувалося 6% матеріалів, на сайті «Експрес Онлайн» – 5%. У газеті «Ратуша» один матеріал (25% від загальної кількості) гостро критикував очільника львівської поліції Юрія Зозулю і був винесений на першу шпальту.

Основні джерела інформації у матеріалах про нову поліцію:

1) посадові особи – керівництво країни та МВС. Чиновники виступають головним джерелом інформації в усіх досліджуваних виданнях. Коментарі посадовців наявні у 67% матеріалів газети «Ратуша», 52% – у газеті «Львівська пошта», 43% – у газеті «Одесская правда», 34% – у газеті «Одесская жизнь», 45% – на сайті «Експрес Онлайн»;

2) поліцейські – прес-служба поліції, керівники поліції в Одесі і Львові. Дане джерело використовували всі видання, крім газети «Одесская правда». Натомість газета «Одесская жизнь» опитувала майбутніх поліцейських і їх тренерів під час навчання, а газета «Львівська ратуша» також наводила коментарі кандидатів у патрульну поліцію;

3) експерти. Коментарі експертів у матеріалах використовували лише два видання – «Львівська пошта» (10% матеріалів) і «Ратуша» (16%);

4) звичайні громадяни виступили джерелом інформації у матеріалах двох видань. Так, журналісти газети «Одесская правда» запитали думку одеситів щодо поліції, а у «Львівській ратуші» опублікували опитування львів'ян з цього приводу.

Висновки

Діяльність нової поліції посідає на шпальтах місцевих видань Одеси і Львова важливе місце. Висвітлюючи цю тему, журналісти надавали перевагу інформаційним жанром, насамперед, замітці. Таким чином, головним завданням авторів було просте інформування читачів про хід реформи, і лише незначний відсоток матеріалів містить аналіз цього явища.

Темою більшості матеріалів було формування поліції та набір працівників до патрульної служби. Натомість про те, як поліцейські виконують свої обов'язки, досліджувані видання писали рідше. Така тенденція може бути зумовлена тим, що нова поліція почала свою роботу у другій половині 2015 року і лише в декількох містах. Таким

чином, аналізувати перші підсумки роботи новоствореної структури ще зарано. При цьому матеріали про негатив у роботі поліції або критика на її адресу у досліджуваних виданнях майже відсутні. Це може бути зумовлено величезним кредитом довіри, який нова поліція отримала від громадян, зокрема, і від журналістів.

Список літератури

1) Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник / Львівський нац. ун-т ім. І. Франка / В. Й. Здоровега. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Львів: Паіс, 2004. – 263 с.

2) Михайлин І. Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 3-є доп. і поліпш./ І. Л. Михайлин. – К.: ЦУЛ, 2003. – 284 с.

3) Стеблина Н. О. Формат сучасної інтернет-кореспонденції (на матеріалі публікацій «Української правди») / Н. О. Стеблина // Діалог: Медіа-студії: збірник наукових праць / ред. кол.: відп. ред. Александров О. В. [та ін.]. — Одеса: Астропринт, 2012. — Вип. 15. — С. 326-341.

4) Тертыйный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие / А. А. Тертыйный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.

Проблеми художньо-технічного оформлення кіровоградської районної газети «Новомиргородщина»

Районна преса в Україні переживає не найлегші часи. Незважаючи на помітне зростання інтересу читачів до регіональної преси, вона залишається фінансово збитковою та залежною від місцевої влади. Основними проблемами районної періодики є, по-перше, відсутність кваліфікованих кадрів, що значно впливає на якість видання, по-друге, редакційний колектив не завжди усвідомлює загальні принципи ефективного оформлення видання, по-третє, місцева преса рідко буває незалежною від власника, що призводить до того, що інформація подається у певному ракурсі. Це має незначний, але все ж помітний вплив на художньо-технічне оформлення видання. Тож головною проблемою, яка розглядатиметься в даній статті є: низька якість художньо-технічного оформлення кіровоградської районної періодики.

Існує низка робіт, присвячених регіональній пресі у перші роки незалежності, найпоказовішими з яких є статті «Українська періодика в перші роки незалежності» В. Карпенко [3] та «Тенденції розвитку української газетної публіцистики 1991-2006 рр.» О. Лебедевої-Гулей [4]. Тим часом регіональна періодика останніх років мало досліджувалася науковцями, існує декілька робіт на які слід звернути увагу. Наприклад, стаття А. Андрієнко та Л. Чернявської «Проблеми та перспективи розвитку районної преси на прикладі чернігівської газети «Нива» (Запорізька область)» [1] має загальні ґрунтовні дослідження у сфері регіональної періодики, а матеріал А. Марущака «Регіональні друковані ЗМІ в Україні: сучасний стан і перспективи правового регулювання» [5] демонструє тенденції, які мають та можливо матимуть місце у правовій сфері районної періодичної преси. Наша робота, на прикладі кіровоградського районного видання «Новомиргородщина», демонструє позитивні та негативні тенденції, які сьогодні мають місце в художньо-технічному оформленні регіональних друкованих ЗМІ. Стаття має іншу локацію та вужчу тему ніж матеріал А. Андрієнко й Л. Чернявської та інший ракурс дослідження ніж у А. Марущака. Крім аналізу стану художньо-техніч-

ного оформлення сучасної районної періодики ми пропонуємо ймовірні варіанти поліпшення становища, що склалося в редакціях.

Мета статті: довести показовість видання «Новомиргородщина», як типового представника кіровоградської районної періодики та виявити позитивні та негативні тенденції художньо-технічного оформлення кіровоградських регіональних ЗМІ. Завданнями, які ми ставимо перед собою у нашій науковій праці є: по-перше – вивести основні принципи роботи редакції над виданням в умовах регіональної локації, по-друге – з'ясувати головні тенденції, які мають місце в художньо-технічному оформленні районних друкованих ЗМІ Кіровоградської області, по-третє – показати місце видання «Новомиргородщина» в контексті аналогічних кіровоградських видань, по-четверте – проаналізувати художньо-технічний аспект видання «Новомиргородщина», по-п'яте – сформулювати основні принципи покращення художньо-технічного оформлення газети «Новомиргородщина» та регіональної преси в цілому.

Газета «Новомиргородщина» гармонійно вписується в контекст схожих видань, оскільки більшість із них мають аналогічні риси. Так, наприклад, засновником газети «Вісті Світловодщини» теж виступають районна рада та райдержадміністрація. Однак, тираж цього видання більш ніж вдвічі менший. Газета «Гайворонські вісті» має таку ж періодичність виходу, як і досліджуване нами видання, проте у нього майже вдвічі більший наклад. Газету «Вперед», як і «Новомиргородщину» можна знайти на просторах Інтернету. У досліджуваного видання та у видання «Долинские новости» однаковий формат – А3. Газета «Знам'янські вісті», як і видання «Новомиргородщина» виходить також українською мовою.

Що стосується жанрової палітри, то всі розглянуті нами районні видання надають перевагу інформаційним матеріалам. Аналітичні матеріали все ж зустрічаються в таких виданнях як «Новоукраїнські вісті», «Знам'янські вісті» та «Вперед».

Загальні характеристики, інформаційна по-

літика, тематика та оформлення газети «Новомиргородщина» подібні до переважної більшості кіровоградських районних газет. Крім цього, ми можемо говорити і про схожість аудиторії, оскільки географія поширення цих видань є аналогічною. Жодна з газет не обходиться без реклами, яка займає значну частину на шпальтах. Всі згадувані раніше видання займають більш-менш стійке економічне та суспільне положення у своїх районах, однак їх якість зазвичай лишає бажати кращого.

Перейдемо, власне, до художньо-технічного аспекту аналізу газети «Новомиргородщина». З першого по сьомий випуск газета експериментує з кольорами у заголовному комплексі: зустрічаються рожевий, жовтий, блакитний, червоний та зелений кольори. З восьмого по вісімнадцятий номери чергуються блакитний та червоний заголовні комплекси, з дев'ятнадцятого використовується лише червоний.

Над заголовним комплексом у газеті розміщуються декілька анонсів та одне або два фото. Вони не структуровані та розташовані хаотично, що, по перше, відволікає увагу від заголовного комплексу, куди вперше має падати погляд, а, по-друге, робить незручним сприйняття інформації.

Заголовки у газеті «Новомиргородщина» виділяються різними кеглями, накресленнями, гарнітурами, плашками та інколи кольором. Вони розміщуються суворо по центру матеріалу та без жодних зсувів вправо чи вліво. Зустрічаються як довгі так і короткі заголовки, але не залежно від номеру їх довжина не відповідає довжині матеріалу. У кожному номері є матеріал під назвою «З поживклих сторінок районки». Над ним розміщується зображення напис «Червона зірка». Ця ілюстрація є дуже не якісною, що впадає в око: дуже помітна зернистість та розмитість фото. Назви рубрик можуть бути виконані у різних стилях, навіть у межах одного випуску, що не є правильним.

Всі фото у виданні чорно-білі. Зустрічаються горизонтальні, вертикальні та квадратні зображення. Інколи вони розміщені не найкращим чином, при цьому одна фотографія накладається на іншу або ж фотографія розриває текстову колонку. Також зустрічаються сторінки перенасичені ілюстраціями або ж навпаки з помітною їх недостатчею. Щодо навантаження фотографій, то досить часто можна зустріти справді динамічні та змістові зображення, однак є і цілком неінформативні та безбарвні. Інколи можна побачити запозичені ілюстрації з Інтернету. Ще одним недоліком видання щодо використання та розміщення

фотографій є часта відсутність провідного фото, що позбавляє шпальту будь-яких акцентів та знімає зі зображень їх основну функцію – привертання уваги. Крім цього, зустрічаються випадки, коли зображення є занадто малими, що «знебарвлює» сторінку.

Такий важливий елемент, як підпис під фото абсолютно відсутній у газеті «Новомиргородщина». Так, дивлячись на зображення, ми не можемо дізнатися ні що або хто зображений на фото ні навіть ким воно зроблено. У деяких матеріалах, якщо автор тексту та фото є однією людиною, в їх кінці використовується напис «фото автора».

Позитивним моментом є те, що у верстальника газети «Новомиргородщина» немає абсолютної прив'язки лише до однієї форми матеріалів чи зображень, він постійно їх чергує. Однак, у цього видання великі проблеми з розміщенням матеріалів на шпальті. По-перше, відсутній однотипний розподіл на колонки. Матеріали, які займають однакову ширину на шпальті можуть мати різну кількість колонок. І навіть декілька матеріалів на одній сторінці, які зверстані у двох або більше колонках, зазвичай мають різну їх ширину. По-друге, матеріали розміщені дуже дивним способом. Майже всі тексти у виданні обводяться рамкою. Таким чином, шпальта складається з певної кількості прямокутників (від двох до двадцяти семи), заповнених текстом. Сторінка при цьому виглядає, як колаж рекламних оголошень. Найбільш вдало у цій газеті зверстана телепрограма, оскільки вона має рівномірні чіткі колонки, але й та займає лише половину сторінки.

Проблемою для видання «Новомиргородщина» є також періодична відсутність будь-яких акцентів на головних матеріалах. Вони часто лишаються непоміченими серед низки другорядних.

Що стосується реклами, то вона складається з великої кількості незначних оголошень об'єднаних у один вертикальний прямокутний блок, що розміщується поряд з телепрограмою. Трапляються випадки, коли до цього рекламного блоку потрапляють журналістські матеріали, буває і навпаки, коли реклама маскується за інформаційними текстами.

Підсумовуючи зазначимо, що художньо-технічне оформлення газети «Новомиргородщина» потребує значних покращень. По-перше, їй варто вдосконалити блок анонсів. По-друге, не заважало б поекспериментувати з розміщенням заголовків, це зробило б шпальту більш цікавою. По-третє, необхідно зробити однотипною рубрикацію.

По-четверте, внести узгодженість до зображень: не використовувати занадто малі, виділяти провідні, віддавати перевагу динамічним ілюстраціям. По-п'яте, додати підписи під фото. По шосте, зробити чітко розділення на колонки і постійно його дотримуватися. Використовувати рамки лише в окремих матеріалах задля їх виділення, а не розміщувати їх у кожному тексті. По-сьоме, почати виділяти головні матеріали з поміж другорядних. І, по-восьме, чітко розмежовувати текстові та рекламні матеріали.

Висновки. Газета «Новомиргородщина» є типовим прикладом районної періодики. Її періодичність, тираж, інформаційна політика, об'єм є тотожними до більшості кіровоградських регіональних газет. Незважаючи на те, що видання існує ще з 1930 року, його художньо-технічне виконання є не надто вдалим.

Анонси у виданні «Новомиргородщина» не структуровані та розташовані хаотично. Заголовки виділяються різними кеглями, накресленнями, гарнітурами, плашками, інколи кольором та розміщуються по центру матеріалу. Зустрічаються як довгі так і короткі назви. Рубрики можуть мати різні стилі виконання.

Всі фото у виданні чорно-білі. Інколи вони збігаються або переривають текст, чим порушують правила художньо-технічного оформлення. Зустрічаються сторінки перенасичені ілюстраціями або ж навпаки з помітною їх недостатчею. Газета «Новомиргородщина» використовує як динамічні зображення, так і цілком безкорисні. Інколи можна побачити запозичені ілюстрації з Інтернету. Ще одним недоліком видання щодо використання та розміщення фотографій є систематична відсутність провідного фото. Крім того, зустрічаються випадки, коли зображення є занадто малими. Також видання не використовує підписи під фото.

У газеті «Новомиргородщина» відсутній однотипний розподіл на колонки. Майже всі тексти у виданні обведені рамкою. На шпальтах не завжди виділяються основні матеріали, що лишає їх непоміченими читачем. Реклама складається з великої кількості невеликих оголошень об'єднаних у один вертикальний прямокутний блок, до якого інколи потрапляють журналістські матеріали.

Список літератури

1. Андрієнко А. Проблеми та перспективи розвитку районної преси на прикладі чернігівської газети «Нива» (Запорізька область) [Електронний ресурс] / А. Андрієнко, Л. Чернявська // Стаття. – Режим доступу : http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2008/fil_2008_1_2/2008-26-06/001.pdf
2. Газета «Новомиргородщина» : офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://novomyrhorod.osp-ua.info/html/ch5/raygazeta.html>
3. Карпенко В. Українська періодика в перші роки незалежності [Електронний ресурс] / В. Карпенко // Підручник. – Режим доступу : <http://ukrlife.org/main/karp/bezpeka6.htm>
4. Лебедева-Гулей О. 3. Тенденції розвитку української газетної публіцистики 1991-2006 рр. [Електронний ресурс] / О. 3. Лебедева-Гулей // Стаття. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2169>
5. Марущак А. Регіональні друковані ЗМІ в Україні: сучасний стан і перспективи правового регулювання [Електронний ресурс] / А. Марущак // Стаття – Режим доступу : <http://www.uapp.org/privatizationnews/9831.html>
6. Феличи Дж. Типографіка: шрифт, верстка, дизайн / Дж. Феличи. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2014. – 497 с.
7. Харроуэр Т. Настольная книга газетного дизайнера / Т. Харроуэр. – Воронеж : Комсомольская правда, 1999. – 212 с.
8. Шевченко В. Художньо-технічне оформлення видань різних видів [Електронний ресурс] / В. Шевченко // Стаття. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815>

Інформація про авторів