

ISSN 2616-7948 (print)

ISSN 2617-1244 (online)

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

2024 #1 (13)

UKRAINIAN INFORMATION SPACE

Науковий журнал

Виходить двічі на рік

Видається з 2018 року

Scientific journal

Issued two times per year

Published since 2018

Київ | 2024 | Київський національний
університет культури і мистецтв

Kyiv | 2024 | Kyiv National University
of Culture and Arts

*Друкується за ухвалою Вченої ради
Київського національного університету
культури і мистецтв
(протокол № 12 від 27.02.2024)*

*Журнал друкується на підставі Свідоцтва про
державну реєстрацію друкованого засобу інформації
(серія КВ № 23123-12963р від 25 січня 2018 року),
виданого Міністерством юстиції України*

Головний редактор — д-р філол. н., проф. Микола Тимошик

Editor-in-Chief: DSc in Philology, Professor Mykola Tymoshyk

Відповідальний секретар — канд. істор. н., доц. Олена Каракоз

Executive Secretary: PhD in History, Associate Professor Olena Karakoz

Редакційна колегія:

*Балаклицький Максим — д-р н. із соц.
комунік., проф.;*
*Гарачковська Оксана — д-р філол. н.,
проф.;*
*Гжебик Маріола — д-р габ., проф. (Же-
шувський ун-т, Польща);*
*Зикун Наталія — д-р н. із соц. комунік.,
проф.;*
Новальська Тетяна — д-р іст. н., проф.;
Бачинська Надія — канд. пед. н., доц.

Editorial Board:

*Maksym Balaklytskyi — Doctor of Social Commu-
nications, Prof.;*
*Oksana Harachkovska — Doctor of Philology,
Prof.;*
*Mariola Grzebyk — Dr hab., Prof. (University of
Rzeszów, Poland);*
*Natalia Zykun — Doctor of Social Communica-
tions, Prof.;*
Tetiana Novalska — Doctor of History, Prof.;
*Nadiia Bachynska — PhD in Education, Associate
Prof.*

***Відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України
від 15.04.2021 № 420 (додаток №3)
науковий журнал «Український Інформаційний Простір»
включено до Переліку наукових фахових видань України
за спеціальностями:
061 — «Журналістика»,
029 — «Інформаційна, бібліотечна і архівна справа».***

**Журнал зареєстровано та індексується в таких науково-метричних
базах даних і каталогах:**

Index Copernicus, Academic Resource Index, PKP Index, BASE, Crossref, GoogleScholar,
Academia, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), ResearchGate, ResearchBib, Journal Factor,
Worldcat, Каталоги НБУВ (IRBIS-NBUV), Наукова періодика України (УРАН).

Шеф-редактор — д-р пед. н., проф. Михайло Поплавський

Editor director: Doctor of Sciences in Pedagogy, Professor Mykhailo Poplavskyi

Адреса редакції:

Кімн. 917, вул. Є. Коновальця, 36
Київський національний університет
культури і мистецтв, м. Київ, 01133

Editorial office address:

Office 917, 36 Ye. Konovaltsia Street
Kyiv National University
of Culture and Arts, Kyiv, 01133

Тел./tel.: +38 (096) 104 79 53
e-mail: ukrinfoprostir@gmail.com

***Редакція залишає за собою право на редагування текстів, яке не змінює позиції автора.
Автор відповідає за фактичний виклад матеріалу.***

© Київський національний університет
культури і мистецтв, 2024

ЗМІСТ

CONTENT

Від головного редактора 7 **The editor's-in-chief address**

The editor's-in-chief address 10 **Від головного редактора**

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УКРАЇНСЬКОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

ACTUAL ISSUES OF UKRAINIAN INFORMATION SPACE

Микола ТИМОШИК Тенденції розвитку журналістики на сучасному етапі	14	Mykola TYMOSHYK Journalism development tendencies at the present stage
Ярослав КАЛАКУРА Українські історики в інформаційному просторі на тлі війни: методологія комунікації	51	Yaroslav KALAKURA Ukrainian historians in the information space during the war: communication methodology

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

THEORY AND PRACTICE OF JOURNALISM

Ірина КОПИСТИНСЬКА Порушення стандартів і маніпуляції в заголовках у матеріалах українських медіа про мобілізацію	75	Iryna KOPYSTYNSKA Violation of standards and manipulation in headlines of Ukrainian media materials about mobilisation
--	----	---

Ксенія СІЗОВА
Віта ХМІЛЬ-ЧУПРИНА
Антон ВОРОБІЙОВ
Інтернет-меми як інструмент
інформаційної війни

91

Ksenia SIZOVA
Vita KHMIL-CHUPRYNA
Anton VOROBIOV
Internet memes as an information
warfare tool

Наталя РОМАНЮК
Журнал для колекціонерів
і дослідників «Хобі»: тематична
палітра, жанрова специфіка

92

Natalia ROMANIUK
“Hobby” magazine for collectors
and researchers: thematic palette,
genre specificity

ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ HISTORY OF JOURNALISM

Мар'яна КОМАРИЦЯ
Інтердисциплінарний вимір студій
квартальника «Богословія»
(до 100-річчя виходу видання)

120

Mariana KOMARYTSIA
Interdisciplinary dimension of the
“Theology” quarterly studies (to the
100th publication anniversary)

Юлія
ГОЛУБНИЧА-ШЛЕНЧАК
Ігор СРІБНЯК
Голоси таборової преси
інтернованих вояків-українців
у Щипіорно, Польща
(1922 – вересень 1923 рр.)

135

Yuliia
HOLUBNYCHA-SHLENCHAK
Ihor SRIBNIAK
Voices of the camp press
of the interned Ukrainian
soldiers in Szczypiorno, Poland
(1922 – september 1923)

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ PUBLISHING AND EDITING

Олена ПОГРІВНА
Websites as a tool for advertising
and promotional work of publishing
houses

160

Олена ПОГРІВНА
Вебсайти як інструмент
рекламно-промоційної роботи
видавництв

НОВІ МЕДІА
NEW MEDIA

Сергій ШАШЕНКО
Дослідницький складник
у графічному дизайні

176

Serhii SHASHENKO
Research component
in graphic design

ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА І АРХІВНА СПРАВА
INFORMATION, LIBRARY AND ARCHIVAL AFFAIRS

Юрій ГОРБАНЬ
Оксана ОЛІЙНИК
Медіаграмотність як чинник
захисту інформаційного простору
від ворожої дезінформації
в час війни

194

Yurii HORBAN
Oksana OLIINYK
Media literacy as a factor
of protecting the information
space from hostile disinformation
in wartime

Анастасія КУЗНЕЦОВА
Архівні аудіовізуальні документи
як інформаційний потенціал
творчої лабораторії журналіста
та їхня роль у створенні
медіапроектів

206

Anastasiia KUZNIETSOVA
Archival audiovisual documents
as an information potential
of a journalist's creative laboratory
and their role in creating
media projects

ПУБЛІЦИСТИКА
PUBLICISM

Анна БЕЛА
Інформаційний простір
на лінії розмежування.
Нотатки зі щоденника
студентки-журналістки
КНУКІМу

224

Anna BIELA
Information space
on the contact line.
Notes from the diary
of KNUKIM journalism
student

- | | | |
|--|-----|--|
| Ігор ЗОЦ
Як виживає місцева
преса в час війни | 234 | Ihor ZOTS
How the local press survives in
times of war |
| Тетяна КОЛЯДИНСЬКА
Журналістика з людським
обличчям, яку ми втрачаємо | 240 | Tetiana KOLIADYNSKA
Journalism with a human face,
which we are losing |

РЕЦЕНЗІЇ, ПРЕЗЕНТАЦІЇ, ПОВІДОМЛЕННЯ REVIEWS, PRESENTATIONS, MESSAGES

- | | | |
|---|-----|---|
| Галина ПРИСТАЙ
Студентський видавничий проєкт
«Поміж текстом: журналісти для
журналістів» | 252 | Halyna PRYSTAI
Student publishing project
“between the text: journalists for
journalists” |
| Микола ТИМОШИК
Пам'яті професора, академіка
і журналіста
Дмитра Степовика | 257 | Mykola TYMOSHYK
In memory of professor,
academician and journalist
Dmytro Stepovyk |

Від головного редактора

Шановний читачу!

Це вже п'яте число фахового наукового часопису з журналістики та інформаційно-архівної справи, яке невеликий колектив ентузіастів із КНУКІМу робить у непростий воєнний час.

Звідси видається закономірним, що низка публікацій цього випуску позначена «воєнною печаткою».

Слід усіляко вітати спроби дослідників братися за таку, вважаю, архіактуальну проблематику тепер. Це непросто, бо потребує передусім «польових досліджень», сталого збирання, узагальнення й осмислення значного масиву емпіричного матеріалу, що називається, з-під коліс, передусім із публікацій ЗМІ, а не з монографій. Ці пишуться довго й, на жаль, не завжди з ясним викладом. Звісно, що таке збирання і в часі, і в зусиллях навіть приблизно не нагадує звичне вже для багатьох у нашому цеху реферування з рясним цитуванням уже написаного кимось раніше. Для цього випадку властиве те, що характеризується коротким і емким «уперше».

Тому й це традиційне представлення свіжого числа «Українського Інформаційного Простору» почну з публікацій, де така першість заслуговує не лише бажаного першопрочитання, а й наслідування багатьма колегами.

Віроломна й нечувана досі в світовій цивілізації російська спроба так званої денацифікації України підвищила суспільний запит на історичні знання в цілому, і на зміст та методику формування інформаційного фронту зокрема. Яка роль у цій війні історичної науки? Чому ми мусимо говорити про чин і місію національно свідомих, політично незаангажованих істориків, передусім українських, в активній протидії брудній інформаційній агресії вічного ворога світового порядку? Як український і глобальний інформаційний простори змінюють своє обличчя, наповнюються новим змістом, зокрема історичним? У чому небезпеки маніпулятивного використання путінською пропагандою в медіа історичних наративів з метою знайти «наукові

аргументи» для легітимації, обґрунтування мотивів і виправдання збройного вторгнення в Україну, лицемірно названого терміном «військова спецоперація»?

Відповіді на ці та інші животрепетні запитання — у статті авторитетного в Україні й за кордоном ученого-гуманітарія професора Ярослава Калакури «Українські історики в інформаційному просторі на тлі війни: методологія комунікації». Ця фундаментальна стаття, без перебільшення, може слугувати еталонним взірцем молодим дослідникам-журналістикознавцям. Бо в цього талановитого й енциклопедично мислячого автора все, як завжди — глибинно, аргументовано, переконливо, показово, україноцентрично.

Інший ракурс проблеми висвітлює молода доцентка й досвідчена журналістка з Івано-Франківська Ірина Копистинська: дотримання, а скоріше, недотримання стандартів журналістики в заголовках публікацій всеукраїнських та крайових ЗМІ з проблематики, що стосується мобілізації. Головний посил цієї розвідки, що мав би насторожити журналістів та редакторів — любителів сенсаційних, часто неперевіраних заголовків: нехтуючи перевіркою інформації та пошуком першоджерел, повнотою та достовірністю інформації, в гонитві за «смаженим», українські медіа можуть несвідомо підігравати ворогу, підживлюючи його отруйні інформаційно-психологічні спецоперації.

Цю проблематику вдало доповнюють дослідниці з Кременчука професорка Ксенія Сізова та доцентка Віта Хміль-Чуприна «Інтернет-меми як інструмент інформаційної війни». Фокус уваги вони зосередили на вивченні сутності феномену, структури, функціонування, жанрово-тематичну специфіку цього модного натепер явища сучасних зарубіжних та українських ЗМІ.

Особливо цінною для дослідників-журналістикознавців є огляд головного редактора всеукраїнського тижневика «Слово Просвіти» Ігоря Зоца «Як виживає місцева преса в час війни». Саме таких оглядів — фахових, конкретних, які базуються на прискіпливому аналізі численних підшивок преси, бракує сьогодні і в періодиці, і в науці.

Історичний аспект сучасного журналістикознавства помітно посилює в цьому випуску стаття докторів філософії з Києва Ігоря Срібняка та Юлії Голубничої-Шленчак «Голоси таборової преси інтернованих вояків-українців у Щипіорно, Польща (1922 — вересень 1923 рр.)». Цінна вона не лише добутим в архівах української еміграції емпіричним матеріалом, який однозначно суголосний із нинішніми реаліями українських ЗМІ, а й рідкісним ілюстративним супроводом.

Розлога стаття автора цих рядків «Тенденції розвитку журналістики на сучасному етапі» також спирається здебільше на «польові дослідження». Це ще одна спроба вивести теорію й практику журналістики

як самостійну й самодостатню науку з тіні соціальних комунікацій і комунікаційних технологій, спонукати побратимів по перу посилити захист і ствердження авторитету правдивої журналістики в нашому національному інформаційному просторі.

Окремо хочу привернути увагу добірного товариства читачів УІПу до публікації наймолодшої авторки цього числа Анни Беллої «Інформаційний простір на лінії розмежування». Тут болісно ставиться питання про те, чому за 30 років незалежності Українська держава не змогла забезпечити надійне покриття сходу України хвилями та сигналами національного радіо й телебачення, чому й досі у прифронтовій смузі легко зловити хвилі радіостанцій із різних міст країни-агресора, але важко — голос Києва.

Ми додали до цього матеріалу промовистий підзаголовок «Нотатки із щоденника студентки-журналістки КНУКІМу». Саме цей щоденник, який вона веде ще від початку російсько-української війни 2014 року, захищатиме в цьому році як творчу бакалаврську роботу в формі книги на кафедрі журналістики. Перші публікації цієї талановитої авторки були опубліковані на шпальтах всеукраїнського тижневика «Слово Просвіти», коли дівчина лише починала навчання в університеті. На її очах було знищено три рідні домівки родини, яка від 2014 року перебуває в стані біженців від «московитів-визволителів, — у Карлівці, Селідовому, Авдіївці... Ставши активною учасницею заснованого в КНУКІМі громадського руху студентів-журналістів «Лицарі правдивого слова», Анна вирішили вийти на захист бакалаврської роботи з цим доробком. Як керівник проекту, який втілювався на очах, глибоко переконаний, що такі тексти слід перекладати англійською, німецькою. Аби світ знав українську правду та бодай спробував осмислити біль душі української юності, обпаленої несправедливою війною...

Микола Тимошик,
головний редактор
«Українського Інформаційного
Простору»

The editor's-in-chief address

Dear Reader!

This is already the fifth issue of the professional scientific journal on journalism and information and archival affairs, which a small team of enthusiasts from KNUKIM produces in difficult wartime.

Hence, it seems logical that a number of publications in this issue are marked with a "military stamp".

The researchers' attempts to tackle what I believe to be an arch-relevant issue today should be strongly welcomed. This is not easy, because it requires, first and foremost, "field research", the sustained collection, generalisation and comprehension of a significant amount of empirical material, in other words, from the wheels, primarily from media publications, not monographs. These take a long time to write and, unfortunately, are not always clearly presented. Of course, this kind of collection, in terms of time and effort, does not even remotely resemble the abstracting that many in our industry are used to, with copious citations of what someone else has already written. This case is characterised by a short and concise "for the first time".

Therefore, I will start this traditional presentation of the latest issue of the "Ukrainian Information Space" with publications where such a primacy deserves not only the desired first reading, but also to be followed by many colleagues.

Russia's treacherous and previously unheard-of attempt to so-called denazification of Ukraine has increased public demand for historical knowledge in general, and for the content and methodology of forming an information front in particular. What is the role of historical science in this war? Why do we have to talk about the rank and mission of nationally conscious, politically unbiased historians, especially Ukrainian ones, in actively countering the dirty information aggression of the eternal enemy of the world order? How are the Ukrainian and global information spaces changing their face and being filled with new content, including the historical one? What are the dangers of Putin's propaganda manipulative use of historical narratives

in the media to find "scientific arguments" to legitimise, substantiate the motives and justify the armed invasion of Ukraine, which is hypocritically called a "military special operation"?

These and other burning questions are answered in the article by professor Yaroslav Kalakura, a well-respected humanities scholar in Ukraine and abroad, "Ukrainian Historians in the Information Space During the War: Communication Methodology." This fundamental article, without exaggeration, can serve as a benchmark for young journalism researchers. As always, the work of this talented and encyclopaedic-minded author is profound, well-reasoned, convincing, revealing, and Ukraine-centric.

Iryna Kopystynska, a young associate professor and experienced journalist from Ivano-Frankivsk, highlights another aspect of the problem: the observance, or rather the non-observance, of journalistic standards in the headlines of national and regional media publications on mobilisation-related issues. The main message of this research, which should alert journalists and editors who like sensational, often unverified headlines, is that by neglecting to verify information and search for primary sources, completeness and reliability of information, in the pursuit of "fried" Ukrainian media may unknowingly play along with the enemy, fuelling its poisonous information and psychological special operations.

This issue is successfully complemented by researchers from Kremen-chuk, professor Ksenia Sizova and associate professor Vita Khmil-Chupryna, in their article "Internet Memes as an Information Warfare Tool". They focused on studying the essence of the phenomenon, structure, functioning, genre and thematic specificity of this currently fashionable phenomenon in modern foreign and Ukrainian media.

Particularly valuable for journalism researchers is the review by Ihor Zots, editor-in-chief of the all-Ukrainian weekly "Slovo Prosvity" ("Word of Enlightenment"), entitled "How the Local Press Survives in Time of War". Such reviews — professional, specific, and based on a thorough analysis of numerous press files are lacking today in both periodicals and science.

The historical aspect of contemporary journalism studies is significantly enhanced in this issue by the article "Voices of the Camp Press of Interned Ukrainian Soldiers in Szczypiorno, Poland (1922 — September 1923)" by Ihor Sribniak and Yuliia Holubnycha-Shlenchak, PhDs from Kyiv. It is valuable not only because of the empirical material obtained from the archives of Ukrainian emigration, which is clearly in line with the current realities of the Ukrainian media, but also because of the rare illustrative support.

The author's lengthy article "Trends in the Development of Journalism" at the Present Stage" is also based largely on "field research". This is another attempt to bring the theory and practice of journalism as an independent and self-sufficient science out of the shadow of social communications

and communication technologies, to encourage our colleagues to strengthen the protection and affirmation of the authority of truthful journalism in our national information space.

I would also like to draw the attention of the esteemed community of UIP readers to the publication of the youngest author of this issue, Anna Biela, "Information Space on the Contact Line". It painfully raises the question of why, over the 30 years of independence, the Ukrainian state has not been able to provide reliable coverage of eastern Ukraine with waves and signals of national radio and television, why it is still easy to pick up waves of radio stations from different cities of the aggressor country in the front-line, but difficult to "catch" the voice of Kyiv.

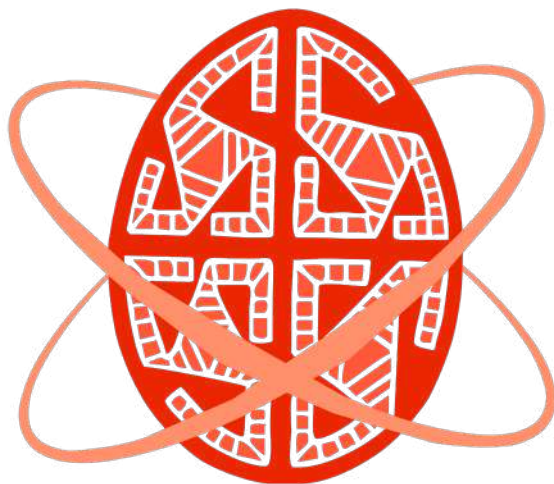
We have added to this material the eloquent subtitle "Notes from the diary of KNUKIM journalism student". It is this diary, which she has been keeping since the beginning of the Russian-Ukrainian war in 2014, that she will defend this year as a creative bachelor's thesis in the form of a book at the Department of Journalism. The first publications of this talented author were published on the pages of the all-Ukrainian weekly "Slovo Prosvity" when she was just starting her university studies. She witnessed the destruction of three homes of her family, which has been a refugee from the "Moscow liberators" since 2014 — in Karlivka, Selidove, Avdiivka...

Having become an active participant in the "Knights of the True Word" public movement of journalism students founded at KNUKIM, Anna decided to defend her bachelor's thesis with this work. As the head of the project, which was implemented directly before our eyes, I am deeply convinced that such texts should be translated into English and German. For the world to know the Ukrainian truth and at least try to comprehend the pain of the soul of Ukrainian youth burned by an unjust war...

Mykola Tymoshyk,
Editor-in-Chief
of "Ukrainian Information Space"

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
УКРАЇНСЬКОГО
ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ**

ACTUAL ISSUES
OF UKRAINIAN INFORMATION SPACE



УДК 070–043.86(477)“20”

Тенденції розвитку журналістики на сучасному етапі

Микола ТИМОШИК
д-р філол. н., проф.

Київський національний
університет культури
і мистецтв

вул. Коновальця, 36
01133, Київ, Україна

nkin@ukr.net

ORCID 0000-0002-7011-3022

© Тимошик М., 2024

У статті зроблено спробу вперше всебічно вивчити сучасні тенденції розвитку української журналістики в контексті світової.

Автор фокусує увагу на сутнісних тенденціях всередині системи ЗМІ: зміни технології виготовлення журналістського продукту, еволюцію функцій журналістики та структурні переформатування двох головних складників цієї системи — мережевої та друкованої.

Зміни в технології журналістикотворення досліджуються не лише в контексті набору позитивних якостей цифрових технологій, а й низки породжених цим явищем серйозних викликів, до яких новітня журналістика виявилася не готовою. Йдеться про труднощі ідентифікації фальшивих новин, виявлення плагіатора чи автор-брехуна, підробку та клонування сайтів, внесення в контент змін, до яких автор чи редакція не були причетними. Також про розробку правових механізмів щодо відповідальності порушників стандартів журналістики.

Нове про еволюцію функцій журналістики: популярна нині у світовій журналістиці функція сторожового пса, на думку автора, вперше була обґрунтована не після Другої світової війни німецькими й швейцарськими дослідниками, а в 1897 р. Іваном Франком. Новочасні українські ЗМІ від недавнього часу вже не формують громадську думку, а виражають її.

З'ясується характер та масштаби змін, що відбуваються в медійній галузі. Ці зміни викликані втіленням реальних кроків держави на шляху до набуття членства в Євросоюзі й НАТО.

Структурному й ідеологічному переформатуванню пострадянських медіа в Україні слугувало прийняття парламентом трьох важливих законів: про суспільне мовлення, про роздержавлення преси та про медіа.

Рішення Ради національної безпеки й оборони про заборону низки олігархічних каналів, з'ява телемарафону «Єдині новини», стрімке падіння його рейтингу, рекомендація Єврокомісії про необхідність відновити незалежний медіаландшафт, тривожні тенденції крайового й місцевого мовлення — головна проблематика цього підрозділу.

Одна з визначальних тенденцій газетно-журнальної журналістики — руйнування моделі комуно-більшовицької структури преси за територіально-адміністративною вертикаллю.

Ключові слова: тенденції журналістики, технологія виготовлення медіапродукту, функції журналістики, структура ЗМІ, система ЗМІ, цифровізація журналістики, суспільний мовник, закон про медіа, місцева преса.

JOURNALISM DEVELOPMENT TENDENCIES AT THE PRESENT STAGE

Mykola TYMOSHYK

Doctor of Philology, Professor
Kyiv National University of Culture and Arts
36, Ye. Konovaltsia St., 01133, Kyiv, Ukraine
nkin@ukr.net
ORCID 0000-0002-7011-3022

For the first time, the article attempts to comprehensively study the current trends in Ukrainian journalism development in the global context.

The author focuses on the essential trends within the media system: changes in the technology of creating journalistic products, the evolution of journalism functions and structural reformatting of the two main components of this system — online and print.

Changes in the technology of journalism production are studied not only in the context of a set of positive qualities of digital technologies, but also several serious challenges that this phenomenon has generated, for which modern journalism has not been ready. This includes the difficulty of identifying fake news, detecting a plagiarist or a lying author, faking and cloning websites, and making changes to content that the author or editorial staff were not involved in. Also, about the development of legal mechanisms regarding the responsibility of journalism standards violators.

New information about journalism's functions evolution: the watchdog function, which is now popular in world journalism, was first substantiated by Ivan Franko in 1897, not after the Second World War by German and Swiss researchers. The modern Ukrainian media no longer form public opinion, but express it.

The nature and scale of the changes taking place in the media industry are being explored. These changes are caused by the implementation of real steps of the state on the way to becoming a member of the European Union and NATO.

The structural and ideological reformatting of the post-Soviet media in Ukraine was facilitated by the adoption of three important laws by the parliament: on public broadcasting, denationalisation of the press, and the media.

One of the defining trends in newspaper and magazine journalism is the destruction of the Communist-Bolshevik press structure model based on the territorial and administrative vertical: republican — regional — district — multi-circulation — wall press.

This refers to the phenomenon of Ukrainian district newspapers. Administrative reform has led to the district's consolidation. However, most of the old district newspapers continue to be published either as organs of the enlarged districts or as organs of new communities. This segment is further diversified by online information portals of the newly formed communities.

Keywords: *journalism trends, media product production technology, journalism functions, mass media structure, mass media system, digitization of journalism, public broadcaster, media law, local press.*

Постановка проблеми

Ключовими в цій статті є поняття *тенденції* та *сучасні (новітні, теперішні) тенденції* журналістики. На тлумаченні терміна *тенденція* як напряму розвитку чогось конкретного немає потреби застановлятися. А от щодо означення *сучасності*, то варто окреслити її часові межі.

В історіографії ці межі й досі дискусійні. Донедавна прийнято було вважати, що це історична епоха світової цивілізації від 1914 року. Деякі дослідники пропонують не прив'язуватися до конкретної дати, а позначати визначальні властивості духу епохи, в якій живемо, такими термінами, як індустріальне, постіндустріальне, постмодерне суспільство.

Натомість у цій статті поняття «сучасні тенденції журналістики» стосуватимуться того *часового відтинку суспільних змін, що відбуваються на очах одного покоління*, — від пори його дитинства, дорослішання та активного втілення своїх намірів, професійних навичок і вмінь у пору громадсько-корисної праці.

Разучі зміни в поступі людської спільноти (втім, скоріше технологічного, а не сутнісного значення) чи не найбільш помітні в журналістиці як одній із форм суспільно-політичної діяльності зі збирання, обробки, редакційної підготовки та системному поширенню через ЗМІ актуальної соціальної інформації.

Серед журналістикознавців на Заході спостерігаються різні підходи до систематизації численних характеристик цих змін.

Здебільше увага дослідників концентрується довкола проблем, пов'язаних із карколомними змінами в технології виготовлення й поширення журналістського продукту та такими ж змінами в системоутворювальному сегменті ЗМІ. Тут головні тенденції характеризуються чотирма поняттями:

- цифровізація (або діджиталізація);
- комерціалізація;
- монополізація;
- регіоналізація.

Низка інших учених, до яких належить і автор цих рядків, вбачає в головних тенденціях розвитку журналістики передусім спонукані здобутками технічної революції нові організаційно-творчі аспекти в діяльності й редакцій у цілому, й журналістів зокрема

Цілком очевидно, що механічно накладати будь-які схеми чи напрацювання зарубіжних колег на практику діяльності окремо взятої національної журналістики ніяк не можна. Бо тут важливе достеменне знання низки умов, за яких така журналістика розвивається. Йдеться передусім про тип суспільно-політичної формації конкретного суспільства, рівень його демократичних інституцій, історичний, законодавчий контексти, зрештою, економічні, освітні, культурні особливості нації.

Враховуючи вище викладені аргументи, аналіз новітніх тенденцій розвитку української журналістики в контексті світових автор здійснюватиме за такими чотирма аспектами:

- технологічному;
- функціональному;
- структурному;
- редакційно-творчому.

Змістове наповнення кожного з них у цій статті буде розглянуто детальніше.

Завдання статті:

- з'ясувати зміни, які відбуваються в технології виготовлення журналістського продукту;
- виокремити характерні тенденції щодо генези головних функцій журналістики;
- окреслити структурні зміни в мережевій та друкованій журналістиці за умов суцільної цифровізації редакційних процесів.

Стан розробки проблеми

Вищезазначена тема — складна й всеосяжна. Для її вивчення все ще недостатньо наявних в інформаційному просторі первинних, польових, досліджень, до яких могли би бути причетні журналісти-практики й теоретики-журналістикознавці.

Помічними в цій справі можуть бути напрацювання зарубіжних дослідників. З поміж них — німців Яна Шмідта та Тасіло Пеллегріні (Schmidt & Pellegrini, 2009), британця Бріана Макнейра (McNair, 1994), американця Скотта Еделстейна (Edelstein, 1997), поляка Яслава Ціслака (Ściślak, 2007), француза Ів Аньєса (Agnès, 2008), британців Ангеліни Сміч та Міхаела Хігінса (Smith & Higgins, 2013).

Що ж до українського контексту проблеми, то перелік набутків українукуцій. З-поміж фахових видань варто передусім виділити інформаційно-аналітичне мережеве видання «Детектор Медіа», яке до висвітлення цієї теми підходять системно. Привертають увагу публікації, які можна об'єднати шапкою «журналістика в умовах війни». Насичені добірним фактажем розвідки Н. Данькової (2022), О. Погорелова (2022), С. Чернецької (2022).

Науковий дворічник «Український Інформаційний Простір» від 2021 року започаткував у передньому слові «Від головного редактора» короткі огляди «... найбільш резонансних у загальнонаціональному інформаційному просторі соціально значущих подій за поточне півріччя, у центрі яких опинялася журналістика як сфера суспільної діяльності та носії цієї професії» (Тимошик, 2021a, 2021b). Крім того, низку тенденцій журналістики розглядали автори часопису Ю. Барковська (2019), В. Яржемська (2023).

Комплексний підхід до вивчення цієї теми з охопленням проблематики в технологічному, функціональному та структурному аспектах здійснюється в цій статті вперше.

Виклад основного матеріалу

Перед тим, як приступити до осмислення тенденцій сучасної української журналістики, варто з'ясувати її місце й роль в ієрархії громадсько-політичних та державних інституцій. Найбільш показовими тут можуть бути два чинники:

- індекс свободи преси;
- рівень довіри до ЗМІ.

Традиційно щорічний всесвітній індекс свободи преси здійснює міжнародна правозахисна організація «Репортери без кордонів» (Reporters without Borders-RSF). Скористаємося аналітичною довідкою «Індексу свободи преси за 2023 рік», яку отримала редакція «Детектора Медіа» з центрального офісу RSF. Україна в цьому індексі посіла 79 місце із 180. Цього разу наша держава опинилася між Гвінеєю-Бісау і Еквадором. Перші три місця посіли Норвегія, Ірландія, Данія; останні три — В'єтнам, Китай, Південна Корея. Наші найближчі сусіди Словаччина — на 17-му, Румунія — на 53, Польща — на 57-му місцях (*Всесвітній індекс свободи преси, 2023*).

Якщо порівняти такий індекс за 2021 рік, то Україна за два роки піднялася за цим показником на 18 позицій (тоді вона була на 97 місці) (Голубов, 2021).

Щодо довіри до ЗМІ.

Оперую найсвіжішими даними — на жовтень 2023 року. За замовником опитування, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології у вересні того ж року, виступила Консультативна комісія ЄС в Україні. За результатами цього опитування довіряють засобам масової інформації менше ніж половина українців — 49%, 43% не довіряють. Цікавими є дані про джерела отримання українцями інформації. 44% черпають її з Telegram-каналів, 43% — з телебачення (старші респонденти), 36% — з YouTube-каналів, 34% — з новинних інтернет-видань, 22% — із ФБ. Найнижчі показники в цьому сегменті — з радіо (7%), друкованих ЗМІ — 3% (Лозовенко, 2023).

Наведені вище дані засвідчують непросту ситуацію, пов'язану з місцем і роллю в суспільстві традиційних ЗМІ. Саме вони переживають нині найбільше складних трансформаційних процесів, про які — нижче.

Зміни в технології виготовлення журналістського продукту

Наскільки змінилася журналістська професія в Україні з точки зору технічних засобів створення та поширення призначених для оприлюднення текстів?

Відповісти на це запитання можна легко, якщо зримо уявити еволюцію цих засобів на прикладі одного покоління журналістів, яке нині активно діє.

Найперше з'ясуємо, з чого починали, чим і на чому писали наші зрілі колеги, коли були початківцями?

Ось типовий ланцюжок цих засобів: аркуш формату А-4 чи звичайного зошита → чорнильна ручка → кулькова ручка → клавіатура з перевернутими літерами друкарської машинки → друкарські ліноти-пи (фототи-пи) → курсор із клавіатури настільного чи портативного комп'ютера, а то й мобільного телефону.

Як зберігали та передавали для випуску друкарським способом написані тексти?

Тексти первинно створювалися на *папері* та зберігалися в систематизованих автора-ми за певними критеріями записниках, виписках, вирізках, копіях *машинописів* (так звані досє чи архіви). Значний масив текстів радійної журналістики архівувався в запису живим голо-сом на *магнітних стрічках*.

Далі в професійній термінології учасників процесу жу-ралістико-творення з'являються такі нові, незвичні поняття, як *компакт-диск*, *дискета*.

Компакт-диски та його видозміни — дискети — з'явилися лиш у 80-х рр. ХХ ст. завдяки інженерним розробкам всесвітньо відомих фірм Sony та Philips. На початку вони призначалися для фіксації аудіо-грам («живих» голосів на радіо). Незабаром, із суцільною комп'юте-ризацією редакційного процесу, компакт-диски стали викорис-товуватися як надійні пристрої для зберігання та пересилання інфор-мації. Починали з пластикових дискет, які згодом замінили постійні при-строї для запам'ятовування, читання та копіювання інформації з ме-талевою поверхнею товщиною трохи більше одного міліметра.

Черговий зручний і простий у користуванні винахід у цьому блоці — *флешка*, (іншими словами — *USB-флеш-накопичувач*) з різними, знач-но збільшеними обсягами пам'яті, яка підключається до комп'ютера.

Цілком очевидно, що незабаром у технічному інструментарії жу-рналаста буде вимушена потіснитися й флешка. Адже уречевилося вже нове віяння нинішнього часу — можливість збереження й передачі текстів та зображень у різних форматах через *невидимі «хмари» в ін-тернеті*.

Звісно, що журналісти швидко пристосовуються до нових техно-логій, схвально оцінюючи «на марші» їхні нові переваги, зручність і надійність. Та готуються до зустрічі з іще новітнішим явищем, яке вже отримало назву *великі технології* (Big-technologies).

Таким чином, первинно уречевлений на папері різноманітний текстовий та ілюстративний матеріал поступово перебирався в зруч-

ніше для користувача місце схову накопичення, зберігання й поширення — цифрову базу даних. За посередництва світової павутини «Інтернет» цей матеріал у будь-якому форматі й обсязі може швидко передаватися на різні відстані.

Отже, на очах одного покоління відбувся перехід складного процесу творення журналістського продукту з паперового рукопису в заданий редакцією відповідний цифровий формат.

Маємо справу з чітко окресленою тенденцією ствердження суцільної *цифровізації* (латинізований термін цього поняття, яке стало його заміником, — *діджиталізація*).

Нині важко знайти друковане періодичне видання газетно-журнального типу, незалежне від статусу засновника чи масштабів поширення (всеукраїнського чи місцевого), яке б не мало цифрової версії у формі інтернет-сторінки, — веб-сайту чи мережевої платформи. Що вже говорити про масив мережевих інформаційно-аналітичних видань, які не мають друкованих версій і на яких різножанрові матеріали подаються в так званій конвергентній упаковці.

До конвергентної журналістики як різновиду класичної повернемося пізніше. Тут лише варто зазначити, що йдеться про злиття чи взаємопроникнення різних способів форматування та передачі інформації статичним чи динамічним чином. Йдеться також про поєднання тексту з зображальним рядом (світлина, графіка, таблиці, малюнки, карти, схеми), аудіо- та відеовставками чи посиланнями. Мультимедійність для мережевої журналістики стала чи не найголовнішим козирем у її неупинній боротьбі у сфері свого впливу на читача (користувача).

Зручності й переваги інформації з використанням цифрових технологій очевидні. Для журналістів — це урізноманітнення й удосконалення творчих можливостей. Для читачів (глядачів, слухачів) — повнота змісту, вибірковість пошуку інформації, естетичність й емоційність сприйняття в змісті й формі.

Можна ще й ще перелічувати позитивні якості нових технологій, які стрімко вивели журналістику на якісно новий рівень її розвитку. Однак не можна обминути й породжені цим явищем значні виклики, до яких новітня журналістика виявилася не готовою.

Найперше тут слід мати на оці одне застереження. Воно просте: не варто категорично «списувати» до архіву традиційний процес пошуку й підготовки заготовок до текстів майбутніх різножанрових публікацій. Йдеться про особисте досвід журналіста в формі вирізок, виписок, записок, нотаток, цитат на паперових носіях. Більшість молодих колег такий спосіб вважає рудиментом минулого, оскільки він затратний у часі й часто марудний у способі ведення. Поза цим, надійність і «вічність» його не викликає сумніву, надто в пору суспіль-

но-політичних чи природних катаклізмів (скажімо, війни, стихійні лиха), коли знесилена відсутністю електрики цифрова платформа або накопичувач певний час не реагуватимуть за запити користувача.

Зрештою, тенденції новітньої журналістики, здебільш тривожні, проглядаються не в способі накопичення фактів (паперовому чи мережевому), а в зворотному боці цифрової революції.

Сучасні технологічні можливості в тонкій і відповідальній сфері поширення соціально значущої інформації, що є серцевиною журналістики, виявилися настільки безмежними й доступними, що ними почали зловживати. До того ж кругом і всюди. Особливо ті, хто має до журналістського фаху опосередковане відношення, але широко використовує його давні й ефективні можливості впливати на громадську думку. Йдеться про розробників модерних і високооплачуваних нині новітніх комунікаційних технологій. У першому переліку це:

- політтехнологи;
- професіональні маніпулятори;
- «чорні» піарники;
- творці недобросовісної реклами;
- «сірі кардинали» виборчих кампаній;
- оплачувані «боти» грошовитих бізнесово-олігархічних кланів чи політичних угруповань;
- нечесні на руку ділки й пройдисвіти.

Саме ця категорія нових гравців на ринку інформаційних послуг породила низку проблем, через часту повторюваність яких сформувалися тривожні тенденції в розвитку новітніх ЗМІ. Перший десяток цих тенденцій виглядає так:

- підробка або клонування сайтів популярних ЗМІ в соціальних мережах;
- внесення «невидимою рукою» змін до переміщеного на інші платформи тексту;
- з'ява чужорідного зображального чи текстового «тіла» в створеному кимось мультимедійному матеріалі;
- викривлення сутності сказаного методом «нарізки» звуків голосу мовця;
- приписування фрази чи слова авторові, який цього не писав і не говорив;
- імітування звернення голосом особи, яка цього не говорила;
- розповіді про події, яких не було;
- масована компрометація тих, хто пішов на прю за правду і, наотмість, вигороджування провокаторів та порушників;
- побутування неперевіреної, неправдивої інформації;
- оприлюднення текстів не перевірених щодо достовірності фактажу;

— оприлюднення текстів «із-під коліс» — не редагованих, без елементарної коректури.

Окрема проблема, яка тепер загострилася перед глобальною журналістикою в цілому і українською зокрема, — загрози штучного інтелекту. Поняття це вже встигло набути в науці означення своєї ідентифікації аббревіатурою ШІ. У мережах усе більше з'являється результатів, спроб користувачів, часто приголомшливих, «замовити» в ШІ публікацію за задану тему. Оприлюднені спроби (у поєднанні тексту й зображального ряду) дають підстави стверджувати, що сама професія журналіста в класичному її розумінні насправді перебуває під загрозою. Бо створення низки текстів, передусім інформаційного характеру, що завжди було «хлібом» журналіста, перебирає на себе вигаданий людиною невидимий монстр — без душі, тіла, емоцій, переконань і, за професором А. Москаленком, «групи крові».

Не можна стверджувати, що всі ці явища, які компрометують якість журналістики, є новими й породженими ерою цифрової технології виготовлення та поширення журналістського продукту. Звісно, що деякі з них (зокрібно, сенсації, вигадані факти, маніпуляції фактами) існували віддавна. Але стали проникати в процес журналістикотворення, який раніше був більше контрольований самими творцями ЗМІ, не в таких масштабах. І не так легко з технічного боку, як тепер.

З прикрістю доводиться констатувати, що журналістська спільнота поки що не виробила єдиних й ефективних рецептів боротьби з цими тривожними явищами. На це, зокрема, звертає увагу відомий редактор популярної американської газети «Newsday» (штат Нью-Йорк) Говард Шнайдер (Howard Schneider). Його актуальну думку цитує головне українське фахове видання з журналістики «Детектор Медіа»:

Цифрова революція може обіцяти просвітлення, але через патологічну відсутність підзвітності вона також може легко поширювати вірус плутанини та дезінформації. Гідної перевірки неточної або безвідповідальної преси ніколи не вдасться досягти лише підготовкою більш кваліфікованих журналістів чи більшою кількістю медіакритиків та етичних кодексів. (*Чого навчають на курсах, 2017*)

Таким чином, на порядок денний постає пошук конкретного та ефективного інструментарію, за допомогою якого можна усунути породжені технологічними процесами проблеми повнокровного функціонування журналістики за нинішніх реалій. Найгострішими виглядають на видноколі чотири:

- як ідентифікувати фальшиві новини й бульварні сенсації;
- як перевірити джерело інформації;
- як за текстом виявити плагіатора чи автора-брехуна;
- як притягнути до відповідальності непорядного журналіста.

Слушною є думка цитованого вище досвідченого американського редактора про те, що одним посиленням професіоналізму та знанням етичних кодексів самих журналістів тут не обійтися. Необхідно залучати правові механізми. Йдеться про доконечну розробку в рамках закону норм, правил і міри відповідальності злісних порушників сутності правдивого журналізму.

Зміни у функціях журналістики

З-поміж низки показових тенденцій сучасної доби одна особливо тривожна: українські ЗМІ чи то за інерцією, чи то керовані «невидимою рукою», все ще не визволилися остаточно з полону свого комуно-більшовицького минулого.

Дослідники називають ту епоху по-різному: тоталітарна, радянська, пострадянська. Автор цієї статті називає той період *добою радянізації та змосковлення України*. Йдеться про живучі й дотепер постулати журналістики тоталітарної доби, які стосуються функцій журналістики.

Поняття *функція* латинського походження й перекладається як діяльність, виконання. У гуманітарній науці означає роль, яку виконує той чи інший елемент соціальної системи.

Якщо накласти це поняття на предмет нашої розмови, то функції журналістики можемо тлумачити як суспільну роль, основні завдання, сукупність обов'язків, які виконує журналістика як соціальний інститут перед суспільством. Розуміння цих завдань й обов'язків дає можливість побачити роль, місце, призначення, покликання журналістики. А відтак — характер діяльності журналістів.

Що ж нового з'явилося в діяльності сучасних українських ЗМІ?

У пошуках відповіді на це запитання ретроспективно розглянемо та з'ясуємо тлумачення функцій журналістики на Заході та пострадянському просторі.

Упродовж тривалого часу в науковій і навчальній літературі доби змосковлення України домінувало ленінське вчення про три універсальні функції журналістики:

- *агітаційну*;
- *пропагандистську*;
- *організаторську*.

За цим ученням свобода преси для народу однозначно тлумачилася як свобода для однієї правлячої партії, що виступає як вершителька інтересів цього народу, а головним покликанням преси проголошувалося саме агітація, пропаганда та організація ентузіазму трудящих мас на втілення завдань цієї партії.

У результаті такої однобічної діяльності радянські й пострадянські ЗМІ багато в чому сприяли народженню нової, роздвоєної сус-

пільної моралі: одна — для офіційного вжитку, зокрема й зі сторінок радянської преси, інша — для домашнього, у вузькому колі людей, яким можна було ще довіритися, не боятися, що тебе огудять, знеславлять, викриють, а то й засудять. Преса, телебачення й радіо поступово ставали чинником комунізації та денаціоналізації українців. Споживач такої дозованої інформації переставав думати. За нього починали думати й діяти так звані проводирі народу.

Розуміння шкідливості й обмеження цих трьох функцій, здійснюваних журналістикою під суворим контролем правлячої партії чи владної верхівки, актуалізується нині, в новочасну російсько-українську війну.

Теоретики західної школи журналістики вже давно детально описали різні функції журналістики. Первинно їх було три:

- повідомляти;
- повчати;
- розважати.

Невипадково саме таке триєдине завдання-слоган викарбуване великими літерами біля входу до головного офісу найбільшої в світі суспільної телерадіомовної компанії, у штаті якої працює понад 26 тисяч осіб, — Бі-Бі-Сі в Лондоні.

Згодом так звана повчальна функція журналістики перевтілилася в західному світі на *функцію формування громадської думки*.

Після Другої світової війни додалися одна найсуттєвіша, найактуальніша — *контролююча*, або функція *соціальної критики*. Для означені цієї функції несподівано прижився в науці образний термін *Watchdog function* — *функція сторожового пса*. Отже, за правду, за істину журналістика має стояти так, як вірний пес стоїть на порозі дому господаря — не допустити злого, злочинного, злодійського, підробленого, фальшивого. Знаходження такого влучного поняття належить професорові Бернського університету Роджеру Блюму.

Втім, відважуюся ствердити сенсаційну заяву, яку легко перевірити за першоджерелами: першість у з'яві та обґрунтуванні функції сторожового пса як провідної для журналістики належить не розвиненим швейцарцям чи американцям, а... бездержавним українцям. Конкретно Іванові Франку — талановитому журналістові і публіцистові, засновникові й редакторові низки перших періодичних видань із чітко декларованою україноцентричною позицією, який за свої переконання в часи перебування Галичини під Польщею не раз сидів у тюрмі. Написав він про це ще 1897 р. — майбутньому генієві українського народу тоді було 30 років. Детальніше про це — дещо нижче.

Своєрідним мотто важливості цієї функції журналістики в демократичному суспільстві є гасло однієї з найвпливовіших газет світу — американської «Washington Post»: «Демократія помирає в темряві».

Іншими словами — все, що передано гласності засобами журналістики, вимагає відповідальності та покарання. Йдеться про добути журналістами всупереч бажанню впливових у політиці чи бізнесі осіб факти щодо їхніх системних зловживань чи порушень закону у масштабах, що завдають шкоди суспільству.

Яскравим представником такої журналістики можна назвати, скажімо, новозеландця Гілберта Остіні (Gilbert Ostini). Його постійна колонка в журналі «Shorthand» збирає що раз більше переглядів. «Сторожова журналістика, — наголошує журналіст, — це особлива форма журналістських розслідувань, яка проливає світло на системні зловживання владою, часто з боку заможних і впливових людей, які захищені в тому, щоб корупція була поза увагою» (Ostini, n.d.).

В українському журналістикознавстві маємо поодинокі спроби окреслити окремі грані еволюції функцій журналістики в українських реаліях. Йдеться, зокрема, про розвідки М. Житарюка (2018), Б. Потятиника (1991, 1992), М. Сороки (2009), М. Тимошика, Г. Дацюк та К. Таран (2008). Фрагментарно висвітлює цю тему І. Михайлин (2019).

Найповніше розкрити цю проблематику вдалося А. Москаленку (1998) в підручнику «Теорія журналістики». Показово, що свої висновки автор виводив із урахуванням перехідного періоду буття української журналістики — від тоталітарної до демократичної.

За збереження організаторської та пропагандистської функцій радянської журналістики у цій класифікації не знаходимо найбільш заполітизованої — агітаційної. Натомість додані три нові функції: *виховна, контрпропагандистська, соціологічна* (Москаленко, 1998, с. 28).

Таку класифікацію відомого журналіста й професора епохи перебудови й гласності варто розцінювати як проміжну, враховуючи, в якому стані опинилася гуманітарна політика України після розвалу СРСР. Щойно звільнену з пазурів комуно-більшовицької партії, ослаблену кадрами й дезорієнтовану в переосмисленні головних функцій українську журналістику прибрали до загребущих рук дві інші антиукраїнські сили — імперська росія й проросійськи налаштовані українські олігархи. Для нових власників важливо було утримувати й надалі в своїх руках весь інформаційний простір країни так, як це робила правляча партія: надавати преференції пропагандистській функції журналістики з її елементами маніпулятивності, однобічності, напівправди.

На жаль, можна без перебільшення ствердити: сучасна журналістикознавча наука безнадійно відстала від актуальних запитів буття професії журналіста.

Застрягнувши в абстрактних теоріях масової комунікації та далеких від сутності цього фаху комунікаційних технологіях, які жодною гранню не дотичні до історичного контексту, така наука все більше віддаляється від сутності журналістського фаху.

Натомість і досі залишається не поміченим, не вивченим, не поцінованим цілий пласт цінних напрацювань чільних засновників і творців дійсно національної за формою, але європейською й прозахідною за змістом української журналістики за умов її бездержавного розвитку (кінець XIX –початок XX ст.). Упродовж підрадянських років вивчати такий контент забороняла влада, а після розвалу СРСР українські журналістикознавці активно взялися засвоювати соціальні комунікації та новітні комунікаційні технології, кинувши напризволяще сфальшовані, засмічені ідеологічною половою національні скарби.

Скажімо, про функцію публіцистики, зокрема й преси в цілому як сторожового пса, щодо захисту національної окремішності українців, їхньої історії, мови, культури відкрито, сміливо й безнастанно говорили в своїх творах і Тарас Шевченко, й Леся Українка, й Іван Франко.

Останній із цієї трійки українських геніїв, як один із чільних журналістів і публіцистів загальнонаціонального масштабу, вперше вводить це поняття в національне інформаційне поле значно раніше, ніж це зробили швейцарці чи американці. Ще 1897 р. він пише про це в автобіографії під назвою «Niесo o sobie samym», призначеній для публікації з збірці своїх оповідань польською мовою «Obraski galicyjskie» у видавництві «Biblioteka mrowki».

Цього сильного за змістом і дещо несподіваного посылу в спробі Франка відмосковити інформаційне українське поле, ввести його в європейський контекст українські дослідники — і франкознавці, й журналістикознавці — свідомо уникали в коментарях. Бо саме тут Франко прямо, публічно заявив та детально обґрунтував свою «крамольну» фразу про те, що не любить русинів (тобто українців). І саме за цю заяву багато так званих патентованих патріотів із числа галицької інтелігенції, не звертаючи увагу на переконливі пояснення автора у відповідях на свій кілька разів повторюваний рефрен «а що в ній маю любити?», часто й безпідставно звинувачували його у такому «смертельному гріху».

До тяжкої, часто невдячної праці заради просвіти свого безправного народу цього автора примушували не пустопорожні балачки про патріотизм, за якими часто не було діла, а почуття «собачого обов'язку». Далі, щоб глибше зрозуміти сутність «собачої функції» преси в тлумаченні Івана Франка, доцільно навести цю розлогу цитату:

Коли... почуваю себе русином і по змозі й силі працюю для Русі, ото, як бачиш, шановний читачу, не з причин сентиментальної натури. **До цього примушує мене почуття собачого обов'язку** (виділення моє — М. Т.). Як син українського селянина, вигодуваний чорним селянським хлібом, працюю твердих селянських рук, почуваю обов'яз-

ком панщиною всього життя відробити ті шеляги, які видала селянська рука на те, щоб я міг видряпатися на висоту, де видно світло, де пахне воля, де ясніють вселюдські ідеали... І коли що полегшує мені нести це ярмо, так це те, що бачу, що руський народ, хоч він гноблений, затемнюваний і деморалізований довгі віки, хоч і сьогодні він бідний, недолугий і непорядний, все таки поволі підноситься, відчуває в щораз ширших масах жадобу світла, правди і справедливості і до них шукає шляхів. Отже, варто працювати для цього народу і ніяка праця не піде на марне. (Франко, 1955, с. 25)

Була й друга причина обґрунтування Франком функції сторожового пса. За гострі виловлювання про продажність і збайдужіння української інтелігенції свої ж часто звинувачували його в... непатріотизмі. Цього разу геній українців, уже в поетичній формі, вступив у полеміку із земляками, які часто прикривалися вишиванками, а насправді патріотами ніколи не були. Посил цей і сьогодні, як ніколи, звучить набатом — про собачу любов до Батьківщини і вірність їй у конкретних справах. Він архіактуальний і для багатьох сучасних журналістів, часто пригodoвуваних владою чи олігархами-власниками ЗМІ:

Ти, брате, любиш Русь,
Я ж не люблю, сарака!

**Ти, брате, патріот,
А я собі собака.**

Ти, брате, любиш Русь,
Як хліб і кусень сала, —

**Я ж гавкаю раз в раз,
Щоби вона не спала** (Франко, б.д.).

У час відновленої незалежності багато сміливих й одержимих ідеєю справедливості українських журналістів провели низку розслідувань. Їхня резонансність і результативність не залишає сумніву в тому, що контролююча функція нашої журналістики не лише прижилася, а й упевнено розвивається.

Про кілька найгучніших розслідувань, що мають емкі назви, розповів на суспільному телебаченні тележурналіст Олесь Николенко (2020).

Пригадаємо деякі з них.

«*Державний переворот*» — серія публікація редакції газети «Вечірній Київ» 1996 року. Йдеться про так звану військову реформу Валерія Шмарова, за якою міністерство оборони України мало намір ліквідувати військові округи та передати фінансування потреб Української

армії на місцеві бюджети. Результат — суд проти газети за поданням міністра не відбувся, сам міністр оборони подав у відставку.

«*Георгій Гонгадзе і Кучма*» — серія викривальних матеріалів інтернет-видання «Українська правда» упродовж 1999–2000 рр. про чин українського журналіста, який відважився розповісти про злочинну діяльність чиновників вищого ешелону влади, зокрема міністра внутрішніх справ Ю. Кравченка, та про «життя президента Кучми в ілюзіях». Результат — винних у замовленні вбивства журналіста не знайдено, покарано другорядну особу в ланцюжку виконавців.

«*Перевертні*» — публікація газети «Сьогодні» 2002 р. про банду під керівництвом високопосадовця УБОЗу Гончарова, яка викрадала й вбивала людей. Результат — «перевертні в погонах» викриті й покарані, а тема «честі мундира» в рядах правоохоронців перестала бути закритою для громадськості.

«*Вишка для Бойка*» — розслідування журналістів корпункту німецької газети «Deutsche Welle» 2011 р. про масштабні махінації в нафтогазодобувній сфері України. Результат — Бойка не засудили, але в народі довіра до української влади різко впала.

«*Таємниці Межигір'я. Розкіш султана*» — розслідування «Української правди» 2009 р. Результат — колишню резиденцію президента України В. Януковича під тиском громадськості відкрили для відвідування екскурсійними групами. Це дало можливість тисячам небайдужих на власні очі побачити цинізм влади, яка за народні кошти замовляла для своїх особистих потреб унітази з золота.

В активі новочасної журналістики й такі викривальні акції, що вищують її авторитет і повертають довіру суспільства.

– афери Міністерства оборони в закупівлі харчів для вояків Української армії;

– цинічні обладунки на війні олігархічного клану Гринкевичів;

– непомірні офіційним зарплатам видатки на придбання в особисте користування елітної нерухомості, землі, предметів розкоші;

– захмарні щомісячні зарплати (до одного мільйона гривень) чиновників державних підприємств;

– непомірні бюджетні витрати на створення фільмів сумнівної якості продюсерами-непатріотами;

– злочинна безвідповідальність високопоставлених чиновників «Київметрбуду», що призвела до зупинки цілої гілки столичного метро та додаткових мільярдних витрат на її ремонт;

Немало прикладів посилення контролюючої функції журналістики можна навести з практики діяльності крайових та місцевих ЗМІ.

Потрібність, дієвість й ефективність нової для української журналістики функції «сторожового пса» найбільш переконливою виглядає ось із цієї цитати журналіста А. Левченка (2024):

Суспільство, яке обрало собі не царя, імператора чи довічного диктатора, а найманих працівників, державних менеджерів, має право і мусить знати все, що відбувається в цьому менеджерському колі. Натомість суспільство годують різноманітними байками, вкидами та іншим інформаційним сміттям... Але суспільство — хай за кого воно голосувало — не заслуговує на харчування з помийниці. Суспільство заслуговує на чітку і якісну комунікацію.

І остання позитивна тенденція в цьому огляді питання — відсутні зміни у сфері формування громадської думки. Новочасні українські ЗМІ від недавнього часу вже не формують цю думку (час для цього проминув), а певнено й послідовно виражають її. Щоправда, це стосується переважно незалежних від влади мережевих видань, у яких наприкінці кожної аналітичної публікації передбачена опція для відкритого обговорення.

Зріз думок й оцінок, часто діаметрально протилежних, які залишають читачі, засвідчує: в Україні тяжко, зі скрипом, із частим порушенням етичних норм спілкування й культури дискусій за допомогою ЗМІ формується громадянське суспільство.

Коротко щодо нерозв'язаних проблем у цьому підрозділі теми.

Від журналістів суспільство чекає конкретних відповідей на запитання, які загострилися в час новітньої війни росії проти України:

– якими засобами посттоталітарна й олігархічна журналістика досягали своїх цілей у ствердженні в українському інформаційному просторі російських наративів щодо «єдиного народу», «єдиної історії», «єдиної мови»,

– чому засобами журналістики вчасно не було викрито ідеологічні постулати москви в проведенні її багаторічної агресивної політики денацифікації (іншим словом — денацифікації) свідомості українців?

– до яких результатів призвели акції центральних і місцевих ЗМІ щодо «промивання мізків» на рівні ментальності цілої нації?

Пошуки відповідей на ці та інші запитання щодо функцій і завдань новітньої журналістики не втратили своєї актуальності сьогодні. І їх, як засвідчує практика, не можна відкладати «на потім».

Зміни в структурі системи ЗМІ

У цьому підрозділі теми спробуємо з'ясувати характер та масштаби змін, що відбуваються нині в структурі системи засобів масової інформації, та окреслити характерні тенденції цього процесу.

Виходимо з усталеного розуміння структури ЗМІ як функціонального взаємозв'язку головних частин журналістики — друкованої й мережевої — та складників цих двох частин у відповідності з визначальними видо-типологічними ознаками:

– матеріальна конструкція (способи передачі інформації);

- належність до засновника;
- редакційна програма (етичні засади діяльності);
- періодичність виходу та обсяги (друку, мовлення, показу);
- характер та адресність інформації;
- масштаби поширення.

На початку варто наголосити, що характер і масштаби цих змін, які припали на межу 10–20-х років, виявилися різючими. І з позитивного, і з негативного боків.

Що вплинуло на такі зміни?

Який головний чинник виявився детонатором, що фактично підірвав із середини наявну доти систему ЗМІ та спонукав до формування нової?

Як не дивно, це не розвал СРСР і не заборона КПРС як засновниці, власниці й розпорядниці сформованої за майже сто літ правління комуністичної держави потужної та розмаїтої системи радянської преси, радіо й телебачення.

Таким чинником стали перші реальні кроки Української держави щодо остаточного вибору вектора розвитку — стати частиною цивілізованої Європи, бути членом Європейського Союзу й НАТО. Уперше багаторічна риторика ЗМІ про побудову демократичного суспільства зміщується з декларативних гасел у площину творення реального правового поля. Відбулося це, однак, під тиском Ради Європи, куди Україна нарешті була прийнята з твердою обіцянкою привести свою законодавчу базу в відповідність із європейською.

З-поміж першорядних законів, які мусили прийняти українські парламентарі на шляху узгодження стандартів життя українців із Європою, три безпосередньо стосувалися медійної галузі:

- усупільнення телерадіопростору;
- роздержавлення ЗМІ;
- закон про медіа.

Не станемо аналізувати довколапарламентські й парламентські перипетії з прийняттям цих законів. Лиш зауважимо, що приймалися вони фактично з боями численних прихильників й опонентів змін; із низкою правок, застереженнями, проголосованими проблемними місцями. Не менше перешкод (як організаційного, так і правового характеру), передусім з боку органів влади, було на шляху втілення положень цих законів. Про це детальніше йдеться в низці статей, які публікувалися в «Українському Інформаційному Просторі». Зокрема, в розвідках О. Наливайка (2019), Ю. Барковської (2019), В. Абліцова (2018), І. Чижа (2020), О. Савенка (2023).

Перший проект закону «Про суспільне телебачення та радіомовлення України» було подано для розгляду законодавцями ще 2006 р., але остаточного ухвалений закон був 2014-го. У результаті внесених у гру-

ді 2022 р. чергових змін цей документ став називатися «Про суспільні медіа України».

Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» було прийнято 25 грудня 2015 р. (у журналістському середовищі отримав назву закону про роздержавлення й приватизацію друкованих ЗМІ. За три роки до завершення його дії (2016–2018 рр.) з-під «опіки» держави було виведено 507 газет і журналів. Це становило 80% від їхньої загальної кількості.

Даючи оцінку закону про роздержавлення ЗМІ, тодішній голова Держкомтелерадіо України О. Наливайко (2019) наголосив на головному досягненні: «Можемо з упевненістю констатувати: нині Україна фактично відмовилася від спадку радянського минулого, коли існував тотальний контроль із боку держави над засобами масової інформації» (с. 14).

Закон України «Про медіа» прийнято 13 грудня 2022 р. В цілому його позитивно сприйняли медіафахівці в Україні та за кордоном, однак, на їхню спільну думку, він потребує низки невідкладних доповнень, уточнень та переробок. Передусім вони стосуються повноважень нового регулятора — Національної Ради України з питань телебачення і радіомовлення — й політичної незалежності членів цієї ради.

Саме ці три закони спонукали до справді тектонічних змін в структурі ЗМІ. Окреслимо найхарактерніші з них за головними сегментами журналістики.

Телевізійна й радійна журналістика

Кардинальні зміни в українському радійному та телевізійному просторах розпочалися всередині 10-х рр. Законом від 2014 р. «Про суспільне телебачення та радіомовлення України» вчергове переформатовувалася вся структура українського радіо й телебачення.

Як відомо, створена 1991 р. Держава телерадіомовна кампанія (Укртелерадіокомпанія) Указом Президента України 1995 р. була поділена на три самостійні структурні одиниці:

- національну телекомпанію України (НТКУ);
- національну радіокомпанію України (НРКУ);
- обласні телерадіокомпанії (всього — 24) та державну телерадіомовну компанію «Крим».

Керівництво цими підрозділами здійснював спеціальний орган — *Державний комітет з питань телебачення і радіомовлення*.

Із прийняттям закону 2014 р. про виведення телерадіокомітетів зі сфери державного управління попередня структура українського телерадіомовлення ліквідувалася й на її основі створювалася *Національна суспільна телерадіокомпанія України* (НСТУ). Отож, Україна отримала довгоочікуваного суспільного мовника.

Що нового давала ця реорганізація й чи справдилися позитивні очікування журналістів та мільйонів глядачів (слухачів)?

Цього разу йшлося не про чергову зміну вивіски, а про впровадження й дотримання українськими телерадіомовниками європейських стандартів журналістики.

В управлінському контексті новим законом заборонялося «... втручання державних органів та органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб, а також недержавних організацій у діяльність НСТУ з метою встановлення цензури, попереднього контролю та незаконного впливу на зміст інформації, що поширюється Суспільним медіа України» (Верховна Рада України, 2014).

У змістовому контексті законом прописані головні положення, які стосуються журналістських стандартів:

- всебічне, об'єктивне й збалансоване інформування про суспільно значущі події в Україні та за кордоном;
- дотримання норм суспільної моралі, традицій і культури Українського народу;
- поширення сімейних цінностей та зміцнення ролі традиційної сім'ї в розбудові українського суспільства;
- пріоритет суспільних інтересів над комерційними та політичними;
- чітке відокремлення фактів від коментарів та оцінок;
- вільне вираження поглядів, думок і переконань» (Верховна Рада України, 2014).

Звісно, що введення в дію цих законів не означало одномоментну зміну проблемно-тематичної палітри телерадіопростору. Навпаки, в цей період боротьба за володіння рейтинговими телеканалами між двома-трьома групами українських олігархів загострилася.

У цій боротьбі, на жаль, журналісти й глядачі (слухачі) програли. Пограли грошовитим і ментально далеким від проблем «гуманітарної аури нації» (за Ліною Костенко) новим телемагнатам. Їм не могли протистояти безгрошівні журналістські колективи, які за умовами роздержавлення ЗМІ формально мали право першими стати розпорядниками й майна, й редакційної політики.

Крім того, переділ інформаційного простору між «грошовими мішками» проводився в цинічний спосіб: перекупувалися не лише теле- та радіоканали, а й більшість журналістів — здібних, талановитих, але з корисливою позицією пристосуванця й хамелеона. Для таких питань честі, дотримання стандартів у професії поступилися примарам захмарних заробітків, пізнаваності, тимчасової слави.

І це стало тенденцією.

Йшлося про хронічні хвороби української журналістики, які в ту пору набирали загрозливого характеру й потребували термінового

лікування на рівні держави. У передовій наукового журналу «Український Інформаційний Простір» (число 1 — 9 за 2022 рік) з низки інших виділяються чотири такі «хвороби»:

- просування окремими каналами інтересів власників-олігархів;
- прихована політична реклама;
- низькопробні розважальні шоу в російській обгортці, в яких суто національне, українське часто піддавалося глуму;
- нахабне ігнорування закону про державну мову (Тимошик, 2022, с. 8).

«Градус кипіння» суспільної думки показували громадські активісти та журналісти. Їм вдалося, бодай на коротко, об'єднатися та провести низку акцій, які набули широкого розголосу. Серед найбільш вдалих у 2021 році були:

- бойкот телеканалів «Інтер», «1+1»;
- бойкот керівництва Укресімбанку за організований напад на журналістів програми «Схеми» Радіо «Свобода» (акція мала назву «Зітриць Мацгера в нуль!»);
- бойкот скандально відомого митрополита Павла УПЦ МП за перешкоджання професійній діяльності журналістів телеканалу «Магнолія –ТБ».

Довгоочікувана, хоч і дещо запізнена пора, коли розв'язали гордіїв вузол засміченого московською пропагандою українського телерадіопростору, на хвилях якого тривалий час відкрито розігрувалася проросійська карта та ідеї «руського міра», сіявся ментальний хаос у головах пересічних українців, все ж настала. Йдеться про рішення Ради національної безпеки і оборони України (РНБО) від 2 лютого, за яким фактично заборонялася діяльність олігархічних каналів. Цього разу, щоправда, йшлося лише про медіаімперію «групи Медведчука» (Президент України, 2021). Сюди потрапили телеканали «112», «ZIK», «News One» та одіозні політики, які за ними стояли.

Наслідком переформатування прямого телефіру в час війни стала *поява єдиних загальнонаціональних новин*. Ідеться про нечуваний доти випадок об'єднання різних за формами власності (приватна, державна, суспільна) та творчою політикою редакцій телебачення й радіо у форматі телемарафону заради головної мети — заговорити до свого народу мовою правди.

До нового українського феномену на початку була прикута увага всієї української спільноти. Людям набридли «диванні експерти» на кшталт «арестовічей» з їхнім нарочитим нарцисизмом і прихованим маніпулятивними технологіями. Люди хотіли мови фактів й аргументів, фактів перевірених і соціально значущих, підходів до висвітлення подій усебічних, але україноцентричних й об'єктивних.

Втім, щодалі ставало зрозумілим: те, що на початку називали «телевізійним дивом», не справдило завищених очікувань суспільної думки.

Активісти та фахівці медіаспільноти все голосніше висловлювали претензії до складу «коаліції марафону».

Дійсно, не всі телеканали, які туди ввійшли, мали добру репутацію в телеглядачів та радіослухачів. Справедливих претензій заслуговувала й низка ведучих, які доти працювали на підпорядкованим олігархам телеканалах і нерідко декларували свою антиукраїнську позицію. Цікаво, що незабаром у народі до назви марафону «Єдині новини» додалося означення «єдиноправильні» — в переносному значенні цього слова.

Критичні стріли не були випадковими. На фоні загострення проблем із постачанням боєприпасів, викриття корупційних схем забезпечення захисників України належним харчуванням та якісним обмундируванням у новинному контенті продовжували переважати бравурні повідомлення. За експертів ведучі часто запрошували одних і тих самих, не найкращих в обізнаності та аналітиці.

«Єдині новини» поступово, але неухильно стали втрачати свого глядача та слухача. Так, за даними соціологічного дослідження, яке проводив Київський міжнародний інститут соціології з травня 2022 по жовтень 2023 р., довіра до телемарафону знизилася з 69 до 48%. До грудня 2023 року цей показник упав ще на п'ять пунктів — до 43 відсотків%. Частка тих, хто не довіряє марафону, порівнюючи період від травня 2022 і грудня 2023, зросла із 12 до 38% (*Довіра до телемарафону, 2023*).

Звісно, що така оцінка ефективності використання багатомільйонних грошових вливань із державного бюджету не може не спонукати керівництво Національної суспільної телерадіокомпанії України внести необхідні корекції до формату новинних передач та розстановки відповідних кадрів.

У цьому контексті варто звернути увагу на звіт Єврокомісії про початок вступу України до ЄС. Зокрема, на ту його частину, яка стосується прав і свобод ЗМІ. В ній висловлено рекомендацію українській владі «відновити незалежний медіаландшафт»: «У березні 2022 року в умовах воєнного стану президент підписав указ про єдину інформаційну політику через об'єднання програм усіх національних телеканалів у єдину інформаційну платформу. Це рішення призвело до розширення державного контролю над мовленням і певних обмежень. Деякі ЗМІ вважають ці обмеження непропорційними. Таким чином, виключення трьох приватних (опозиційних) телеканалів із наземного мовлення (тоді, як канали продовжують працювати та залишаються доступними іншими способами) критикувалося опозицією з тих самих підстав» (*Вимоги Єврокомісії щодо медіа, 2023*).

Більш тривожними в сегменті радіотелевізійної журналістики виглядають тенденції з розвитком *крайового і місцевого мовлення*.

Вони намітилися відразу після формування суспільного мовника. Прогнозованим було те, що в новій структурі колишні облтелерадіокомітети чи не відразу опинилися на правах попелюшок, адже змушені були самостійно вирішувати низку непереможних проблем.

А проблем виникло немало й відразу. Вони стосувалися передусім непомірного зростання витрат на оренду приміщень, комунальні послуги, поширення сигналу через передавальні станції. Усе важчим ставав податковий тиск. Це відбувалося на тлі помітного зменшення надходжень за рекламу й скорочення фінансування з боку засновників. Низка місцевих телерадіокомпаній (ТРК) різко втрачала обігові кошти не лише на створення якісних програм, а й на заробітні плати. Почалося скорочення працівників, звуження зони охоплення сигналу місцевих передавачів, надто ж на прифронтових територіях.

В інформаційному просторі все більше повідомлень про серйозні кризові процеси в сегменті саме місцевого мовлення та періодичного друку й відсутність будь-якої реакції на це державного регулятора медійної галузі.

Захисником інтересів мільйонів постійних споживачів місцевого медіапродукту покликана була стати Національна спілка журналістів України (НСЖУ). І в цій справі вона виявилася на місці. Від початку 2021 р. з її ініціативи було проведено кілька всеукраїнських нарад керівників місцевих ЗМІ (одночасно газет, радіо, телебачення). У цілому в таких нарадах взяли участь близько 250 редакторів районних, міських та обласних газет і понад 100 керівників місцевих телерадіокомітетів. Лейтмотивом їхньої акції став слоган «Закликаємо зберегти місцеві ТРК як надійні джерела інформації».

Завершальним акордом акції стала скликана 27 травня 2021 р. з ініціативи НСЖУ всеукраїнська нарада в мережі редакторів місцевих ЗМІ. На ній були озвучені результати проведеного напередодні анкетування, напрацьовані конкретні дієві заходи. Про гостру актуальність, рішучість і невідкладність таких заходів засвідчує ось такий фрагмент резолюції:

«Закликаємо до вжиття невідкладних заходів для збереження регіонального (місцевого мовлення та створення можливостей для діяльності телерадіокомпаній як надійних джерел місцевої інформації та незалежних майданчиків із обговорення місцевих проблем. Збереження цих каналів інформації забезпечить прозорість і підконтрольність роботи влади на місцях та допоможе громадянам приймати усвідомлені рішення в будь-яких ситуаціях, які стосуються їхнього життя: від особистого здоров'я до виборів» (Дорофейчук, 2021).

Резолюція містить небагато пунктів. Але вони конкретні й адресовані тим, хто має в державі реальні важелі зупинити руйнацію гуманітарної аури нації, — відповідним законодавчим на виконавчим структурам в центрі й на місцях.

На думку авторів резолюції, витягнути з кризи місцеві ЗМІ можуть такі кроки, втілені спільно з парламентом, урядом, Нацрадою з питань телебачення і радіомовлення, органами державної влади в краї та органами місцевого самоврядування:

- урядова програма підтримки місцевих медіа (така існує в усіх країнах Євросоюзу);
- регулювання державою цін на послуги трансляторів, провайдерів та розповсюджувачів ЗМІ (пошта);
- зниження податкового тиску;
- заснування фонду сприяння місцевих медіа.

Чи змінилася на краще ситуація з місцевими ЗМІ від тієї акції, якій цієї весни виповнюється два роки?

Відповідь на це запитання знайдемо, коли ознайомимося з позицією відомого чернігівського журналіста Василя Чепурного, багаторічного редактора газети «Сіверщина». Він із прикрістю констатує, що з початком 2024 року одна із колишніх потужних філій суспільного мовника «Українське радіо. Чернігівська хвиля» різко скоротила час мовлення в своєму краї. Якщо до 2016 р. обласне радіо мало на добу чотири години власного мовлення (шістьома часовими відрізками зранку до самого вчора), то нині мешканці краю мають для цього лише 45 хвилин і то лише в будні. Ось аргументи журналіста:

Мене як споживача, як мешканця області, одрізано від передач із політики та історії краю, не почую громад, особливо віддалених... До речі, а чому я, як слухач, маю **тричі** слухати по всеукраїнському радію одні й ті ж передачі? Нема чого розповідати? Обласне радіо зведено до ролі районного, яке колись називали брехунцем. Мовчить обласна рада. Мовчить обласна адміністрація. Мовчить колектив обласного радіо. Мовчить обласна Спілка письменників (38 членів). Мовчить і обласна Спілка журналістів, у яку і я входжу. Мовчать за-служені журналісти України. Написав одному народному депутату — він теж мовчить... Йде системне позбавлення українців права голосу — після ліквідації Смілянським пошти, після закриття газет і журналів, після ліквідації проведеного радіо — що далі? (Чепурний, 2024)

Цікавою є реакція небайдужої до цієї проблеми медійної спільноти. Наведу кілька витинок жвавого обговорення та тему: що далі з місцевим мовленням?

Далі вивільнення частот обласного радіо й телебачення й передача цих частот комерційним телекомпаніям. А обласне радіо й телебачення заженуть у якісь відрізки на суспільному. Де їх ніхто не бачитиме й не чутиме (*Леонід Мельник*).

Дякую, що ви не мовчите. Ситуація, про яку розповіли, — суцільний державний сором і ганьба. Але чому мовчать самі журналісти?... Невже їм байдуже? (*Олена Головатенко*).

Що далі? Далі все просто — ера діпфейків, анонімних ТГ каналів, розкручених «за бабло» лідерів думок-блогерів іт. д. та викривленого «замовниками» погляду на світ! (*Ірина Медвідь*).

А далі під єдиний марафон нівелювання та приниження ролі військових і здача України. (*Марина Кривда*).

Офіційна реакція на цю широку дискусію була. Від виконавчого продюсера Українського радіо Юлії Шелудько. Однак її змістові акценти не можуть викликати розчарування — текст обтічний, загальний. Тут ідеться всього лише про прагнення суспільного мовника «посилити частку регіонального мовлення», про наміри «вивести регіони на загальнонаціональний рівень», про спроби забезпечити «більше можливостей слухачам по всій Україні почути про кожен регіон» (Пущенко, 2024).

Отож — жодної конкретики про нагальні проблеми галузі, які озвучувалися майже два роки тому на всеукраїнській нараді редакторів.

Газетно-журнальна журналістика

Найперше — про разючу відмінність у ставленні до друкованої періодики з боку суспільства й державницьких структур за рубежем і в Україні.

У суспільствах зрілої демократії недовчених учених чи далеких від фаху диванних «експертів-всезнаюк» апріорі не допускають до широких екранів із метою розганяти хвилі щодо непрестижності, неперспективності газетної журналістики, не передрікають безапеляційно її скорого кінця. Там пресі вірять більше, ніж виданням у мережі. Там чітко розрізняють пресу якісну й жовту або бульварну. Там усіяко підтримують видання, що творять імідж землі (повіту, гміни, штату) чи цілої нації.

У нас — усе навпаки. Падають накладі газет; зникає цілий пласт періодики, з якою пов'язана національна чи місцева історія; зростає гурт постійних нечитальників — це не стає предметом занепокоєння ні громади, ні владних структур. У відповідь чуємо пояснення таких «експертів»: а що, мовляв, поробиш — така епоха.

Втім, справа зовсім не в епосі, а часто в штучно створених умовах побутування цього виду журналістики.

Вірусну тезу про неминучість загибелі газет і книг на теренах СРСР було посіяно на початку 80-х років минулого століття постановниками одного московського фільму про трьох дівчат-провінціалок, які приїхали «завойовувати» столицю країни рад. Варто нагадати фрагмент діалогу. На молодіжній вечірці в професорській квартирі один із головних героїв, який грав роль телевізійного оператора, розповідаючи про принади телевізії, урочисто озвучив ту тезу: «Скоро не буде нічого — ні газет, ні книг, ні радіо, ні театру». «А що ж буде?», — оторопіло запитують засліплені пафосом мовця провінціалки. «А буде кругом — суцільне телебачення!», — захопливо передірік той.

Минуло майже півстоліття від тієї заяви, а й досі телебачення ще нікого не «вбило», не витіснило, та й його потуга помітно знесилена. Натомість театр процвітає, особливо в час війни; традиційна, а не електронна книжка живе й, безумовно, житиме, газета теж.

Як відомо, головним критерієм рівня досягнень тієї чи іншої нації в галузях освіти, науки, культури за визначенням спеціалізованої установи міжнародної спільноти ЮНЕСКО є кількість примірників друкованих видань на душу населення. В останні десятиліття він такий: в країнах Західної Європи щороку на душу населення стабільно видається в середньому 12 — 14 книг, в Україні — 0,33 — 1,6. Рівень насиченості газетами та журналами: в Західній Європі — 1,2 — 2,4, в Україні — 0,39.

На тлі стрімкого розвитку цифрових медіа якісна пресова журналістика не здавала й не здає своїх позицій. Донині головними авторитетами не лише для національної, а й світової спільноти, зокрема в жанрах аналітичної журналістики та публіцистики, були й залишаються не телеканали, не радіостанції, не інформаційно-аналітичні портали й навіть не інформаційні агенції з міжнародним статусом, а газети. Із давньою, часто з більш ніж столітньою історією й серйозною репутацією. Щоденні, ілюстровані, багатошпальтові, впливові, авторитетні в себе вдома й у світі. Варто назвати хоча б американську «The Washington Post», канадську «Globe and Mail», британську «The Times», німецьку «Bild», французьку «Le Figaro», італійську «La Repubblica», польську «Gazeta Wyborcza», чеська «Lidové noviny», румунську «Monitorul Oficial al României».

На жаль, головної української газети, яка б говорила для дому й світу мовою й думками своєї нації, назвати не можна. Такої ніколи не було. І в світі про таку не знають.

Офіційні «Голос України», «Урядовий Кур'єр» через наперед задану хронічну залежність від влади, яка часто змінювалася, ніколи сповна не могли бути виразниками думок українського народу. Донеда-

на на такий статус претендували досить авторитетні в суспільстві «День» та «Дзеркало тижня» і, частково, «Газета по-українськи». Однак уже не перший рік вони не виходять до читачів «наживо». Дві перші присутні лише в мережах і поступово стають маргінальними, схожими на десятки інших, які в друкованих версіях також поступово прощалися зі своїми традиційними читачами. Вихід таких із інформаційного поля був непомітним, не ставав подією загальнонаціонального масштабу.

Чи не єдиною натепер всеукраїнською газетою, яка стабільно виходить у світ від липня 1991 року, є «Україна Молода». До речі, вона була заснована вже конаючим ЦК компартії України як всеукраїнське молодіжне видання, але швидко позбулася опіки остаточно скомпрометованої засновниці. Однак вважати її впливовою на національному медійному ринку, звісно, не можна.

Симптоматичною стає й сучасна практика чільних діячів держави: виступати зі своїми резонансними статтями на шпальтах періодичних газет Заходу, а не своїх.

У новітній історії української журналістики кінець 10-х — початок 20-х рр. нинішнього століття буде зафіксований як час остаточного завершення епохи існування уніфікованої моделі комуно-більшовицької структури преси за територіально-адміністративною вертикаллю: республіканська — обласна — районна — багатотиражна (з її видами: заводська, машинно-тракторних станцій, вузівська, колгоспна) — стінна преса.

Стінна й багатотиражна преса канули в лету ще в середині 70-х років минулого століття. Обласна й районна ж вертикаль протрималася ще пів століття. Щоправда, із кардинальними змінами. Об'єктами неминучих змін були назви, засновники, програми редакційної політики, структурні підрозділи.

Уся система тоталітарної журналістики зазнала кардинальних змін в останній період існування радянської імперії (80-ті — початок 90-х років ХХ ст.)

Спостерігалися неоднозначні, почасти суперечливі, тенденції:

— різкий спад кількості передплатників аж до самоліквідації видання в одному місці і значне зростання кількості прихильників у іншому;

— завоювання популярності в читачів шляхом передруків сенсаційних публікацій з одного боку, і посилення зв'язку зі своїм читачем шляхом організації масових акцій із соціально важливих проблем краю — з іншого боку;

— боязливе згладжування «гострих кутів» у питаннях політики, української історії й активна підтримка тих, хто звинувачував комуністичну партію у збанкрутілості їхньої політики;

— мовчазне потурання засновникові чи новому власникові у його прагненні зберігати за собою монопольне право на істину і відкрита конфронтація з ним усього редакційного колективу;

— послідовне, цілеспрямоване вивільнення друкованих органів з-під апаратного диктату і все голосніше звинувачення їх з боку того ж апарату у критиканстві, тенденційності, «перегинах», вимоги «поставити на місце» молодіжну пресу, «загнуздати» її, повернути в «ділове русло».

У таких процесах все ж переважало здорове начало: поступовий вихід видань на незалежність, об'єктивність, повноту й завершеність суджень та оцінок, вироблення терпимого, шанобливого ставлення до думки опонента, прагнення бачити в читачеві не «об'єкт ідеологічного впливу», а вдумливого, зацікавленого співбесідника.

Відчутних змін зазнала внутрішньоредакційна структура.

Розформування традиційні відділи (партійного життя, ідеології, радянського будівництва, сільського господарства, промисловості та транспорту). Газети масово позбавлялися нав'язаного москвою ідеологічного гасла «Пролетарі всіх країн, єднайтеся».

Змінювався формат видань, періодичність їх виходу. Удосконалювалося художньо-поліграфічне «обличчя». Переглядалися усталені методи і форми організаційно-масової роботи. Більшістю редакційних колективів вона розглядалася не як самоціль, а як засіб розширення тематичного змісту, актуалізації журналістських виступів, встановлення довірливого, компетентного діалогу з читачем.

Суттєві зміни торкнулися проблемно-тематичного аспекту діяльності ЗМІ. Зняття всіляких обмежень на заборонені раніше теми, послаблення, а в низці випадків і відмова від ідеологічного контролю публікацій у місцевих виданнях сприяли тому, що тематична палітра цих видань стала свіжішою, розкутішою, максимально наближеною до життєвої правди. Поступово зникали з перших шпальт організовані відгуки трудящих про «одностайне схвалення» чи «засудження». У практику друкованих органів входить публікація листів читачів, позиція яких може не збігатися з позицією редакції.

Таким чином, ішлося про початок реального сповідування принципу плюралізму думок, прагнення дотримуватись культури дискусій. Водночас проглядалися в цьому процесі й негативні аспекти. Передусім, зримишою ставала поспішність висновків журналістів, огульний характер критики, неперевіреність оприлюднених фактів, публікації так званих викривальних, сенсаційних матеріалів. Як ніколи низькою стала дієвість журналістських виступів. На газетних шпальтах помітно зменшувалося кількість листів читачів за рахунок збільшення кількості матеріалів штатних працівників редакції.

Нині в Україні не збереглося жодної центральної газети, заснованої після 1917 р.

Одиничними з тієї епохи залишаються *обласні газети*.

Зазвичай органи обласної влади, які поставали після заборони компартії (обладміністрації та облради), перереєстрували в новому статусі старі газети, прибираючи з них заполітизовані назви *радянський, соціалістичний, комуністичний*. Скажімо, «Радянська Житомирщина» стала «Житомирщиною», «Радянська Буковина» — «Буковиною», а «Радянське Поділля» — «Подільськими Вістями». Першою порушила цю традицію київська обласна влада. 2012 р. новопризначене центром керівництво краю вирішило відмовитися від своєї ж «Київської Правди», що була багатолітньою правонаступницею найстарішої в Україні обласної газети — «Пролетарської Правди». Витративши значні суми з обласного бюджету, влада з нуля створює нову крайову газету «Час Київщини» (*Облрада заснувала нову газету*, 2012). За іронією долі, вона проіснувала недовго — до зміни нового керівництва краю.

Процес зникнення мережі старої обласної періодики посилюється з початком широкої російсько-української війни 2022 року. Найбільш резонансна втрата останнього часу — припинення в грудні 2023 р. виходу газети «Житомирщина», заснованої ще 1919 року — відразу після звільнення краю від окупації російськими військами. Про причини закриття довідуємося з пояснення комерційного директора видання Богдана Лісовського:

Важкий фінансовий клімат, що спричинив значне зменшення кількості передплатників. Також на цю ситуацію вплинули й «драконівські» підвищення ціни за свої послуги та перебої зчасною доставкою періодики поштарями, підвищення друкарських послуг та ціни на газетний папір... Останнім часом у редакції працювало шість осіб, ще декілька людей перебували за кордоном. Колектив написав заяви на звільнення, майно буде все продане, кошти будуть розподілені за борг із зарплати перед усіма працівниками. (Мельник, 2023)

Окреслені редактором Б. Лісовським причини закриття житомирської газети є типовими для всієї місцевої преси, й вони впливають із площини недосконалості українського законодавства щодо медіа й аж ніяк не зі світових тенденцій розвитку ЗМІ.

Чи не єдиною обласною газетою в Україні зі старою, ще радянською назвою, залишається чернівецький «Молодий Буковинець».

Цікаві тенденції спостерігаються в сегменті низової місцевої періодики, якою віддавна вважалася *районна преса*. Викликані вони передусім результатами адміністративної реформи в Україні, яка проводилася відповідно до постанови Верховної Ради України від 17 липня 2020 р.

Упровадження в дію рішень цього документа поставило на кін питання про подальше існування 490 районних газет, які досі були не-

обхідним атрибутом життям кожного району. Районів в Україні стало втричі менше (136), натомість утворилися нові адміністративні одиниці — територіальні громади, яких тепер налічується 1470.

Така реформа неминуче спонукала до формування нової системи місцевих ЗМІ. Несподіванкою в ній є те, що більшість старих районних газет продовжують виходити в світ. Одні — в статусі органів укрупнених районів, інші — в статусі органів нових громад. Розмаїтості цього сегмента додають мережеві інформаційні, а то й інформаційно-аналітичні портали новоутворених громад.

У час підготовки до написання цієї статті автор звернувся до редакторів кількох районних газет із різних областей України з запитальником про феномен живучості й витребуваності низової преси в Україні. Найбільш детально й переконливо відповіла на ті запитання редакторка «Вісника Сквирщини» (Київська область) Катерина Бондарчук. Району цього вже не існує на карті Київщини, але газета продовжує виходити в світ.

Коротко про цей феномен можна розповісти так. Газета цього району заснована 1930 р. з типовим для всієї партійно-радянської преси гаслом «Пролетарі всіх країн, єднайтеся!». З набуттям української незалежності маленький редакційний колектив в основу своєї програми взяв промовисте Франкове «Нам пора для України жити!»

Про стале зацікавлення місцевого населення в своїй «районці», про безумовний пріоритет у глибинці друкованого слова пані Катерина висловилася так:

Мешканці села зберегли потребу читати місцеву газету. Це можливість спожити й осмислити поданий фактаж та зміст загалом, залишити собі зшиток на згадку, зберегти як реліквію для нащадків. Помиляються ті, хто каже, що газета — одноденна річ. Вона фіксує й закріплює в сходинках історії цінне — глибинний пласт життєвих підвалин рідного краю. Саме тої місцини, яка чи не для кожного містить живильний нектар становлення та зміцнення особистості, є дотичною до формування характеру, скріплення у сувій тепла краплиночки добра, любові, сонця, поваги до свого найдорожчого: громади, села, міста, вулиці, трудового колективу, бізнес-компанії, громадської організації тощо. У всьому цьому налаштовується просте — зміст спілкування, вміння підтримати й допомогти, стати партнером, а головне — зафіксувати ці почуття на шпальтах місцевого тижневика. (Бондарчук, б.д.)

З інформації редакторки районної газети стає зрозумілим, що найбільшим гальмом для життєдіяльності місцевої преси стала державна «Укрпошта»: вартість її послуг за доставку та передплату є економічно необґрунтованою й невмотивованою. Лише квитанція за

оформлення передплати коштує там 15, ще 45 гривень з примірка мало витратитися на доставку.

Ця редакція чи не першою в області відмовилася від справді драконівських послуг пошти. Передплату на газету організували самотужки — через десять старостинських округів. Туди доправляють віддруковані примірники «Новою поштою», що виявилось значно дешевше. Тісніше стали спілкуватися з керівниками промислових, переробних, аграрних підприємств, закладів соціального захисту, культури, охорони здоров'я, освіти, фермерами, представниками громадських організацій, інших структур. Там місцевих газетярів зрозуміли, підтримали. Наклад, навіть дещо наростили — 1100 примірників, тоді як у грудні він становив 800 примірників. Собівартість одного примірка на місяць замість прогнозованих 60 грн вдалося знизити майже вдвічі — до 34 грн.

Щоб не застрягнути в борговій ямі та не «поховати» газету, до мінімуму скоротили редакційний штат — до двох осіб. Редактор виконує обов'язки журналіста, фотокора, коректора, бере на себе й інші навантаження; верстальниця за сумісництвом — бухгалтер.

Що з проблематикою?

На першій і другій шпальтах під рубрикою «Незагойна втрата» — замальовки та есеї про полеглих Героїв — земляків-захисників, повідомлення про підтримку Збройних Сил України, про волонтерську діяльність. Ця проблематика переформатується після війни в книжкове видання. Провідна тема — національно-патріотичне виховання молоді, мужніх українців, які віддані справі порятунку держави в нерівному двобої з нападником, новини з повсякденного життя громад.

Подібну ситуацію може описати й будь-який інший редактор типової районної газети української глибинки.

Однозначним є те, що правити бал на інформаційному полі поступово стають мережеві видання. Фактично їм вдалося відтіснити на друге місце телебачення. А воно в останнє десятиліття стало утримувало в цій сегменті першість.

Поза берегами цієї статті залишається два аспекти розвитку сучасної журналістики, аналіз яких виводитиме також на певні її тенденції. Це поняття «нові медіа», що вводить нас у світ конвергентної журналістики (про її сутність на початку статті було обумовлено), та цікаві й неоднозначні тенденції редакційно-творчого характеру. Однак межі статті не дають можливості викласти таку проблематику в повному обсязі. Автор має намір повернутися до аналізу цієї проблематики незабаром.

Висновки

1. Суцільна цифровізація стрімко вивела журналістику на якісно вищий рівень її розвитку й спонукала до кардинальних змін у технології виготовлення журналістського продукту. На очах одного покоління відбувся перехід складного процесу втілення творчого задуму з паперового рукопису в заданий редакцією відповідний цифровий формат.

Водночас із низкою переваг нових технологій не можна обминути й таку ж низку породжених цим явищем серйозних викликів, до яких новітня журналістика виявилася не готовою. Йдеться про труднощі ідентифікації фальшивих новин, виявлення плагіатора чи автор-брехуна, підробку та клонування сайтів, внесення в контент змін, до яких автор чи редакція не були причетними. Також про розробку правових механізмів щодо відповідальності порушників стандартів журналістики.

2. В еволюції функцій української журналістики простежуються тенденції до рішучого розриву зі зловісною спадщиною тоталітарної епохи з її обмеженою ідеологічними постулатами триединою функцією — всього лиш як агітатора, пропагандиста, організатора. У цьому складному процесі відбувається перевтілення й інших завдань: функція формування громадської поступово набуває обрисів сміливого вираження такої думки; функція соціальної критики (функція сторожового пса — образна назва, що вже прижилася в науковому побутуванні) все більше тяжіє до прагнення журналістів рішучіше оприлюднювати факти про системні зловживання чи порушення закону в масштабах, що завдають шкоди суспільству. Свідчення цьому — помітне збільшення резонансних журналістських розслідувань.

Щодо першості обґрунтування функції сторожового пса у світовому журналістикознавстві, то є потреба ствердити цю тезу в контексті постаті видатного українського журналіста й редактора Івана Франка. Спроби відмосковити інформаційне поле бездержавних українців, спонукати їх «з почуття собачого обов'язку» працювати заради відродження нації Франко зробив ще 1897 р., задовго до того, коли німецькі і швейцарські дослідники науково обґрунтували цю функцію.

3. Початок масштабних змін щодо переформатування структури системи українських медіа припали на межу 10 — 20-х років нового тисячоліття. Реальні, а не декларативні кроки щодо декомунізації й деолігархізації національного інформаційного простору були спонукані вимогами Ради Європи привести українську законодавчу базу у відповідність із європейською. Три засадничі закони стосувалися буття медіа — усупільнення телерадіопростору, роздержавлення ЗМІ та, власне, статусу медіа.

Остаточно покінчено зі спадком радянського минулого — тотальним контролем за діяльністю ЗМІ з боку держави, яка упродовж десятиліть виконувала роль своєрідного послідовника колись безроздільно правлячої комуністично-більшовицької партії.

У сегменті змін газетно-журнальної журналістики можна констатувати завершення уніфікованої моделі комуністично-більшовицької структури преси за територіально-адміністративною вертикаллю: республіканська — обласна — районна — багатотиражна (з її видами: заводська, машинно-тракторних станцій, вузівська, колгоспна) — стінна преса. Розмаїтості цього сегмента додають активно створювані мережеві інформаційні портали низових адміністративних одиниць — територіальних громад.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Аблицов, В. (2018). Боротьба за українські ЗМІ загострюється. *Український інформаційний простір*, 2, 238–245.
- Барковська, Ю. (2019). Реформування друкованих ЗМІ: перші результати та перспективи. *Український інформаційний простір*, 1(3), 232–246. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.3.2019.171379>
- Бондарчук, К. (б.д.). *Про газету «Вісник Сквирщини»* (Папка Листування з журналістами. Україна), Архів М. Тимошика.
- Верховна Рада України. (2014, 17 квітня). *Про суспільні медіа України* (Закон № 1227–VII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/en/1227-18?lang=uk>
- Верховна Рада України. (2015, 24 грудня). *Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації* (Закон № 917–VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/917-19/ed20151224#Text>
- Верховна Рада України. (2020, 17 липня). *Про утворення та ліквідацію районів* (Постанова № 807–IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/807-20>
- Верховна Рада України. (2022, 13 грудня). *Про медіа* (Закон № 2849–IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2849-20#top>
- Вимоги Єврокомісії щодо медіа: в ОП заявили, що не бачать підстав закривати телемарафон. (2023, 10 листопада). Espresso.tv. <https://espresso.tv/vimogi-evrokomisii-shchodo-media-v-op-zayavili-shcho-ne-bachat-pidstav-zakrivati-telemarafon>
- Всесвітній індекс свободи преси 2023 року: загроза індустрії симулякрів. (2023, 3 травня). Детектор медіа. <https://detector.media/infospace/article/210803/2023-05-03-vsivitniy-indeks-svobody-presy-2023-roku-zagroza-industrii-symulyakriv/>
- Голубов, О. (2021, 20 квітня). *Індекс свободи преси: Україна опустилася на одну позицію*. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/uk/indeks-svobody-presy-ukraina-opustylasia-na-odnu-pozytsiyu/a-57259826>
- Данькова, Н. (2022, 28 травня). *Як виживають газети і журнали під час війни. Сім історій із різних кінців України*. Детектор медіа. <https://detector.media/rinok/article/199558/2022-05-28-yak-vyzhyvayutgazety-i-zhurnaly-pid-chas-viyny-sim-istoriy-iz-riznykh-kintsiv-ukrainy/>
- Довіра до телемарафону «Єдині новини» знизилася з 69% до 43%, — опитування КМІС. (2023, 28 грудня). Espresso.tv. <https://espresso.tv/dovira-do-telemarafonu-edini-novini-novini-znizilasya-z-69-do-43-opituvannya-kmis>
- Дорофейчук, І. (2021, 15 червня). *Закликаємо зберегти місцеві ТРК як надійні джерела інформації*, — НСЖУ. Українські новини. <https://ukranews.com/ua/news/782412-regionalni-trk-potrebuyut-negajnego-reaguvannya-z-boku-mediaregulyator>

- Житарюк, М. (2018). *Теорії та моделі масової інформації*. Львівський національний університет імені Івана Франка.
- Левченко, А. (2024, 30 січня). *Справа не в Залужному. Коли політика чи особисті амбіції стають поперек дороги армії — бути біди*. Zaxid-Net. https://zaxid.net/sprava_ne_v_zaluzhnomu_n1579070
- Лозовенко, Т. (2023, 23 жовтня). *Українським ЗМІ довіряють близько половини українців — опитування*. Українська правда. <https://www.pravda.com.ua/news/2023/10/26/7425820/>
- Мельник, Р. (2023, 29 грудня). *Найстаріша газета Житомирщини припиняє роботу*. Детектор медіа. <https://detector.media/rinok/article/221195/2023-12-29-naystarisha-gazeta-zhytomyrshchynu-prupnyuaie-robotu/>
- Михайлин, І. (2019). *Основи журналістики*. Центр учбової літератури.
- Москаленко, А. (1998). *Теорія журналістики*. Експрес-Об'ява.
- Наливайко, О. (2019). Україна позбулася тотального контролю діяльності преси з боку держави. *Український інформаційний простір*, 1(3), 12–18. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.3.2019.171330>
- Николенко, О. (2020, 6 червня). *5 найгучніших журналістських розслідувань України*. Суспільне. <https://suspilne.media/38952-5-najgucnisih-zurnalistskih-rozsliduvan-ukraini/>
- Облрада заснувала нову газету — «Час Київщини» — й дала їй нове приміщення*. (2012, 7 серпня). Громада Приріпіння. <https://kotsubynske.com.ua/2012/08/07/oblrada-zasnuvala-novu-hazetu-chas-kyjivschynu-j-dala-jij-nove-prymischennja/>
- Погорелов, О. (2022, 24 червня). *Війна та місцеві медіа: три важливі зміни*. Детектор медіа. <https://detector.media/blogs/article/200428/2022-06-24-viyna-ta-mistsevi-media-try-vazhlyvi-zminy/>
- Потятиник, Б. (1991). До питання функціонування «тоталітарної журналістики». В А. З. Москаленко & О. Ф. Коновець (Ред.), *Українська журналістика '90* [Матеріали конференції] (с. 51–54). Київський університет імені Т. Г. Шевченка.
- Потятиник, Б. (1992). *Тоталітарна журналістика*. Львівський державний університет.
- Президент України. (2021, 2 лютого). *Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 лютого 2021 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)»* (Указ № 43/2021). Верховна Рада України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/43/2021#Text>
- Пущенко, П. (2024, 8 лютого). *Українське радіо скоротило час мовлення на Чернівщині*. Інститут масової інформації. <https://imi.org.ua/news/ukrayinske-radio-skorotylo-chas-movlennya-na-chernigivshhyni-i59061>
- Савенко, О. (2023). Закон України «Про медіа»: історія ухвалення, позитиви, недоліки, перестороги. *Український інформаційний простір*, 2(12), 55–70. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(12\).2023.291165](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291165)
- Сорока, М. (Упоряд.). (2009). *В об'єктиві часу: київські журналісти про колег, свою професію, творчі будні редакційних колективів, спілчанське життя*. ЕксОб.
- Тимошик, М. (2021a). Від головного редактора. *Український інформаційний простір*, 1(7), 7–9. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.233735](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.233735)
- Тимошик, М. (2021b). Від головного редактора. *Український інформаційний простір*, 2(8), 7–10. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(8\).2021.245784](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(8).2021.245784)
- Тимошик, М. (2022). Від головного редактора. *Український інформаційний простір*, 1(9), 7–10. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(9\).2022.257054](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(9).2022.257054)
- Тимошик, М. С., Дацюк, Г. І., & Таран, К. П. (2008). *Історія одного журналістського курсу: в мемуарах, щоденниках, інтерв'ю, замальовках, записках, есеях, документах, світлинах*. Наша культура і наука.
- Франко, І. (1955). Дещо про самого себе. В П. С. Козланюк & Д. Д. Копиця (Ред.), *Твори: Т. 1. Автобіографічні матеріали. Оповідання* (с. 25–29). Держлітвидав України.

- Франко, І. (б.д.). *Сідоглавному*. KnigoGo. Взято 3 лютого, 2024 року з <https://knigogo.com.ua/knigi/sidoglavomu/>
- Чепурний, В. (2024, 8 лютого). *Заткнуте обласне радіо*. Pravda. <https://pravda.cn.ua/zatknyte-oblasne-radio/>
- Чернецька, С. (2022, 13 вересня). *Отар Довженко: Усі ЗМІ, які доживуть до кінця 2022 року, заслуговують на медаль*. Детектор медіа. <https://go.detektor.media/otardovzhenko-usi-zmi-yaki-dozhivut-dokintsya-2022-roku-zaslugovuyut-na-medal/>
- Чиж, І. (2020). Гарантування національної інформаційної безпеки — в небезпеці. *Український інформаційний простір*, 1(5), 268–278. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(5\).2020.206139](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(5).2020.206139)
- Чого навчають на курсах медіаграмотності студентів США?* (К. Толокольнікова, пер.). (2017, 1 грудня). Детектор медіа. <https://ms.detektor.media/mediaosvita/post/20129/2017-12-01-chogo-navchayut-na-kursakh-mediagramotnosti-studentiv-ssha/>
- Яржемська, В. (2023). Особливості діяльності ЗМІ Хмельницького краю в час війни росії проти України. *Український інформаційний простір*, 2(12), 135–148. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(12\).2023.291174](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291174)
- Agnès, Y. (2008). *Manuel de journalisme*. La Découverte.
- McNair, B. (1994). *News and Journalism in the UK*. Routledge.
- Edelstein, S. (1997). *1,818 ways to write better & get published*. Writers Digest.
- Ostini, G. (n.d.). *Truth and power: 7 examples of superb watchdog journalism*. Shorthand. <https://shorthand.com/the-craft/watchdog-journalism-examples/index.html>
- Schmidt, J., & Pellegrini, T. (2009). Das Social Semantic Web aus kommunikationssoziologischer Perspektive. In A. Blumauer & T. Pellegrini (Eds.), *The social semantic web: Web 2.0 — Was nun?* (pp. 453–468). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-72216-8_22
- Ściślak, J. (2007). *Jak zostać dziennikarzem*. Astrum.
- Smith, A., & Higgins, M. (2013). *The language of journalism: A multi-genre perspective*. Bloomsbury.

REFERENCES

- Ablitsov, V. (2018). Borotba za ukraïnski ZMI zahostriuietsia [Struggle for Ukrainian mass media is becoming more aggravated]. *Ukrainian Information Space*, 2, 238–245. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.2.2018.152096> [in Ukrainian].
- Agnès, Y. (2008). *Manuel de journalisme* [Journalism Handbook]. La Découverte [in French].
- Barkovska, Yu. (2019). Reformuvannia drukovanykh ZMI: Pershi rezultaty ta perspektyvy [Print media reforming: First results and perspectives]. *Ukrainian Information Space*, 1(3), 232–246. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.3.2019.171379> [in Ukrainian].
- Bondarchuk, K. (n.d.). *Pro hazetu "Visnyk Skvyrschyny"* [About the newspaper "Visnyk Skvyrschyny"] (Folder Correspondence with journalists. Ukraine), Archive of M. Tymoshyk [in Ukrainian].
- Chepurnyi, V. (2024, February 8). *Zatknyte oblasne radio* [Closed regional radio]. Pravda. <https://pravda.cn.ua/zatknyte-oblasne-radio/> [in Ukrainian].
- Chernetska, S. (2022, September 13). *Otar Dovzhenko: Usi ZMI, yaki dozhyvut do kintsia 2022 roku, zasluhovuiut na medal* [Otar Dovzhenko: All mass media that survive until the end of 2022 deserve a medal]. Detektor Media. <https://go.detektor.media/otardovzhenko-usi-zmi-yaki-dozhivut-dokintsya-2022-roku-zaslugovuyut-na-medal/> [in Ukrainian].
- Choho navchaiut na kursakh mediahramotnosti studentiv SSHA?* [What do US students learn in media literacy courses?] (K. Tolokolnikova, Trans.). (2017, December 1). Detektor Media. <https://ms.detektor.media/mediaosvita/post/20129/2017-12-01-chogo-navchayut-na-kursakh-mediagramotnosti-studentiv-ssha/> [in Ukrainian].

- Chyzh, I. (2020). Harantuvannia natsionalnoi informatsiinoi bezpeky — v nebezpetsi [Guarantee of national information security is in danger]. *Ukrainian Information Space*, 1(5), 268–278. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(5\).2020.206139](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(5).2020.206139) [in Ukrainian].
- Dankova, N. (2022, May 28). *Yak vyzhyvaiut hazety i zhurnaly pid chas viiny. Sim istorii iz riznykh kintsiv Ukrainy* [How newspapers and magazines survive during the war]. Detektor Media. <https://detector.media/rinok/article/199558/2022-05-28-yak-vyzhyvayutgazety-i-zhurnaly-pid-chas-viiny-sim-istoriy-iz-riznykh-kintsiv-ukrainy/> [in Ukrainian].
- Dorofeichuk, I. (2021, June 15). *Zaklykaiemo zberehty mistsevi TRK yak nadiini dzherala informatsii, — NSZHU* [We urge you to keep local TRCs as reliable sources of information, — NSZHU]. Ukrainian News. <https://ukranews.com/ua/news/782412-regionalni-trk-potrebuyut-negajnego-reaguvannya-z-boku-mediaregulyator> [in Ukrainian].
- Dovira do telemarafonu "Iedyni novyny" znyzylasia z 69% do 43%, — opytuvannia KMIS [Confidence in the telethon "Edyni Novyny" has decreased from 69% to 43%, according to the KMIS survey]. (2023, December 28). Espresso.tv. <https://espresso.tv/dovira-do-telemarafonu-edyni-novini-znizylasya-z-69-do-43-opituvannya-kmis> [in Ukrainian].
- Edelstein, S. (1997). *1,818 ways to write better & get published*. Writers Digest [in English].
- Franko, I. (1955). Deshcho pro samohe sebe [Something about myself]. In P. S. Kozlaniuk & D. D. Kopytsia (Eds.), *Tvory: T. 1. Avtobiohrafichni materialy. Opovidannia* [Works: Vol. 1. Autobiographical materials. Stories] (pp. 25–29). Derzhlitvydav Ukrainy [in Ukrainian].
- Franko, I. (n.d.). *Sidohlavomu* [Gray-haired]. KnigoGo. Retrieved February 3, 2024 from <https://knigogo.com.ua/knigi/sidoglavomu/> [in Ukrainian].
- Holubov, O. (2021, April 20). *Indeks svobody presy: Ukraina opustylasia na odnu pozytsiiu* [Index of freedom of the press: Ukraine fell by one position]. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/uk/indeks-svobody-presy-ukraina-opustylasia-na-odnu-pozytsiiu/a-57259826> [in Ukrainian].
- Levchenko, A. (2024, January 30). *Sprava ne v Zaluzhnomu. Koly polityka chy osobysti ambitsii staiut poperek dorohy armii — buty bidi* [It's not about Zaluzhnyi. When politics or personal ambitions get in the way of the army, it's a disaster]. Zaxid-Net. https://zaxid.net/sprava_ne_v_zaluzhnomu_n1579070 [in Ukrainian].
- Lozovenko, T. (2023, October 23). *Ukrainskym ZMI doviraiut blyzko polovyny ukraintsiv — opytuvannia* [About half of Ukrainians trust Ukrainian mass media — survey]. Ukrainska Pravda. <https://www.pravda.com.ua/news/2023/10/26/7425820/> [in Ukrainian].
- McNair, B. (1994). *News and Journalism in the UK*. Routledge [in English].
- Melyk, R. (2023, December 29). *Naistarisha hazeta Zhytomyrshchyny prypyniaie robotu* [The oldest newspaper of Zhytomyr Oblast stops working]. Detektor Media. <https://detector.media/rinok/article/221195/2023-12-29-naystarisha-gazeta-zhytomyrshchyny-prypyniaie-robotu/> [in Ukrainian].
- Moskalenko, A. (1998). *Teoriia zhurnalistyky* [Theory of journalism]. Ekspres-Obiava [in Ukrainian].
- Mykhailyn, I. (2019). *Osnovy zhurnalistyky* [Basics of journalism]. Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
- Nalyvaiko, O. (2019). *Ukraina pozbulasia totalnoho kontroliu diialnosti presy z boku derzhavy* [Ukraine got rid of total state control on press activity]. *Ukrainian Information Space*, 1(3), 12–18. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.3.2019.171330> [in Ukrainian].
- Nykolenko, O. (2020, June 6). *5 naihuchnishykh zhurnalistskykh rozsliduvan Ukrainy* [5 of the loudest journalistic investigations in Ukraine]. Suspilne. <https://suspilne.media/38952-5-najgucnisih-zurnalistskih-rozsliduvan-ukraini/> [in Ukrainian].

- Oblrada zasnuvala novu hazetu — "Chas Kyivshchyny" — y dala yii nove prymishchennia* [The Regional Council founded a new newspaper — "Chas Kyivshchyny" — and gave it new premises]. (2012, August 7). Hromada Pryirpinnia. <https://kotsubynske.com.ua/2012/08/07/oblrada-zasnuvala-novu-hazetu-chas-kyivshchyny-j-dala-jij-nove-prymischennja/> [in Ukrainian].
- Ostini, G. (n.d.). *Truth and power: 7 examples of superb watchdog journalism*. Shorthand. <https://shorthand.com/the-craft/watchdog-journalism-examples/index.html> [in English].
- Pohorielov, O. (2022, June 24). *Viina ta mistsevi media: Try vazhlyvi zminy* [War and local media: Three important changes]. Detektor Media. <https://detector.media/blogs/article/200428/2022-06-24-viyna-ta-mistsevi-media-try-vazhlyvi-zminy/> [in Ukrainian].
- Potiatynyk, B. (1991). Do pyttannia funktsionuvannia "totalitarnoi zhurnalistyky" [Regarding the functioning of "totalitarian journalism"]. In A. Z. Moskalenko & O. F. Konovets (Eds.), *Ukrainska zhurnalistyka '90* [Ukrainian journalism '90] [Conference proceedings] (pp. 51–54). Taras Shevchenko National University of Kyiv [in Ukrainian].
- Potiatynyk, B. (1992). *Totalitarna zhurnalistyka* [Totalitarian journalism]. Lvivskiy derzhavnyi universytet [in Ukrainian].
- President of Ukraine. (2021, February 2). *Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 2 liutoho 2021 roku "Pro zastosuvannia personalnykh spetsialnykh ekonomichnykh ta inshykh obmezhuvalnykh zakhodiv (sanktsii)"* [On the decision of the National Security and Defense Council of Ukraine dated February 2, 2021 "On the application of personal special economic and other restrictive measures (sanctions)"] (Decree No. 43/2021). Verkhovna Rada of Ukraine. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/43/2021#Text> [in Ukrainian].
- Pushchenko, P. (2024, February 8). *Ukrainske radio skorotylo chas movlennia na Chernihivshchyni* [Ukrainian Radio has reduced its broadcasting time in Chernihiv oblast]. Institute of Mass Information. <https://imi.org.ua/news/ukrayinske-radio-skorotylo-chas-movlennya-na-chernigivshchyni-i59061> [in Ukrainian].
- Savenko, O. (2023). Zakon Ukrainy "Pro media": Istoriia ukhvalennia, pozytyvy, nedoliky, perestorohy [The Law of Ukraine "On media": The history of its adoption, positives, shortcomings, warnings]. *Ukrainian Information Space*, 2(12), 55–70. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(12\).2023.291165](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291165) [in Ukrainian].
- Schmidt, J., & Pellegrini, T. (2009). Das Social Semantic Web aus kommunikationssoziologischer Perspektive [The Social Semantic Web from a communication-sociological perspective]. In A. Blumauer & T. Pellegrini (Eds.), *The social semantic web: Web 2.0 — Was nun?* (pp. 453–468). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-72216-8_22 [in German].
- Ściślak, J. (2007). *Jak zostać dziennikarzem* [How to become a journalist]. Astrum [in Polish].
- Smith, A., & Higgins, M. (2013). *The language of journalism: A multi-genre perspective*. Bloomsbury [in English].
- Soroka, M. (Comp.). (2009). *V obiektyvi chasu: Kyivski zhurnalisty pro koleh, svoiu profesiui, tvorchy budni redaktsiinykh kolektyviv, spilchanske zhyttia* [Through the lens of time: Kyiv journalists about their colleagues, their profession, the creative everyday life of the editorial teams, the life of Spilchan]. EksOb [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2021a). Vid holovnoho redaktora [The editor's-in-chief address]. *Ukrainian Information Space*, 1(7), 7–9. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.233735](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.233735) [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2021b). Vid holovnoho redaktora [The editor's-in-chief address]. *Ukrainian Information Space*, 2(8), 7–10. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(8\).2021.245784](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(8).2021.245784) [in Ukrainian].

- Tymoshyk, M. (2022). Vid holovnoho redaktora [The editor's-in-chief address]. *Ukrainian Information Space*, 1(9), 7–10. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(9\).2022.257054](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(9).2022.257054) [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. S., Datsiuk, H. I., & Taran, K. P. (2008). *Istoriia odnogo zhurnalistskoho kursu: V memuarakh, shchodennykakh, interviu, zamalovkakh, zapyskakh, eseiahk, dokumentakh, svitlynakh* [The history of one journalism course: In memoirs, diaries, interviews, sketches, notes, essays, documents, photographs]. *Nasha kultura i nauka* [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2014, April 17). *Pro suspilni media Ukrainy* [On public television and radio broadcasting of Ukraine] (Law No. 1227–VII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/en/1227-18?lang=uk> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2015, December 24). *Pro reformuvannia derzhavnykh i komunalnykh drukovanykh zasobiv masovoi informatsii* [On reforming state and communal printed media] (Law No. 917–VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/917-19/ed20151224#Text> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2020, July 17). *Pro utvorennia ta likvidatsiiu raioniv* [On the formation and liquidation of districts] (Resolution No. 807–IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/807-20> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2022, December 13). *Pro media* [About media] (Law No. 2849–IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2849-20#top> [in Ukrainian].
- Vsesvitnii indeks svobody presy 2023 roku: Zahroza industrii symuliakriv [World Press Freedom Index 2023: The threat of the sham industry]. (2023, May 3). *Detektor Media*. <https://detector.media/infospace/article/210803/2023-05-03-vsesvitniy-indeks-svobody-presy-2023-roku-zagroza-industrii-symulyakriv/> [in Ukrainian].
- Vymohy Yevrokomisii shchodo media: V OP zaiavly, shcho ne bachat pidstav zakryvaty telemarafon [The requirements of the European Commission regarding the media: The OP stated that they see no reason to close the telethon]. (2023, November 10). *Espresso.tv*. <https://espresso.tv/vimogi-evrokomisii-shchodo-media-v-op-zayavili-shcho-ne-bachat-pidstav-zakrivati-telemarafon> [in Ukrainian].
- Yarzhemska, V. (2023). Osoblyvosti diialnosti ZMI Khmelnytskoho kraiu v chas viiny rosii proty Ukrainy [Peculiarities of the media activity in Khmelnytskyi region during the Russian war against Ukraine]. *Ukrainian Information Space*, 2(12), 135–148. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(12\).2023.291174](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291174) [in Ukrainian].
- Zhytariuk, M. (2018). *Teorii ta modeli masovoi informatsii* [Theories and models of mass information]. Ivan Franko National University of Lviv [in Ukrainian].

УДК 001.891:930.1–051]:[316.774:004](477)"364"

Українські історики в інформаційному просторі на тлі війни: методологія комунікації

Ярослав КАЛАКУРА

д-р істор. н., проф.

Київський національний
університет імені Тараса
Шевченка

вул. Володимирська, 60, 01033,
Київ, Україна

kalajar@ukr.net

ORCID 0000–0001–9007–4991

© Калакура Я., 2024

З'ясовуються актуальні питання організації, змісту та методології комунікації українських істориків в інформаційному просторі воєнного стану, зумовленого геноцидно-окупаційною війною Московії проти України. Зурахуванням «війни історій» та підвищеного запиту на історичні знання інформаційний фронт перетворився на один із пріоритетних складників нинішньої війни, який став каталізатором прискорення медіатизації та цифровізації історичної науки, формування публічних і медійних істориків, підвищення їхньої ролі в поширенні історичних знань, активній протидії інформаційній агресії ворога.

Методологія статті базується на загальній теорії інформаційної діяльності, нормативно-правових документах воєнного часу, системному дотриманні принципів історизму, наступності, об'єктивності, залученні методів аналізу та синтезу, історико-генетичного пізнання, на надбаннях попередників, зокрема В. Горбуліна (2014), О. Матвієнко (2004), В. Лизанчука (2017), Є. Магди (2015), В. Смоля (2022), М. Тимошика (2018), С. Трояна та А. Киридон (2016), О. Удода (2016, 2020), О. Холода (2014) та ін. Виклад матеріалу побудовано за трьома аспектами: а) методологічні, термінологічні та правові засади функціонування інформаційного простору на тлі воєнного стану; б) формування та презентація історичних знань у цифровому форматі й залучення їх до електронних інформаційних ресурсів; в) традиційна та онлайн наукова, освітня, публічна та медійна діяльність українських істориків у цифровому інформаційному просторі.

Головну увагу звернуто на оновлення змісту історичної інформації, забезпечення її актуальності, мобілізаційної дієвості, оперативного реагування на дезінформацію й маніпуляцію свідомістю, фальсифікацію історії, нав'язування парадигм «одного народу» й «руського міра», спростування ворожих інформаційно-психологічних операцій та фейків. Висловлено пропозиції щодо подальшої участі істориків у національному та глобальному інформаційному просторі, необхідності критичного ставлення до інформації з соціальних мереж, посилення відповідальності за правдивість й об'єктивність історичної інформації, підвищення авторитету істориків, їхньої соціальної та професійної репутації.

Ключові слова: інформаційний простір, війна московії проти України, воєнний стан, методологія комунікації, запит на історію, «війна історій», Digital history, історик цифрового формату, медійний історик.

UKRAINIAN HISTORIANS IN THE INFORMATION SPACE DURING THE WAR: COMMUNICATION METHODOLOGY

Yaroslav KALAKURA

DSc in History, Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
60, Volodymyrska St., 01033, Kyiv, Ukraine
kalajar@ukr.net
ORCID 0000-0001-9007-4991

The article clarifies the actual issues of organisation, content and methodology of Ukrainian historians communication in the information space of martial law caused by the genocidal and occupation war of Moscovia against Ukraine. Taking into account the “war of histories” and the increased demand for historical knowledge, the information front has become one of the priority components of the current war, which has become a catalyst for accelerating the mediatisation and digitalisation of historical science, the formation of public and media historians, and increasing their role in disseminating historical knowledge and actively countering the enemy’s information aggression.

The article’s methodology is based on the general theory of information activity, war-time legal documents, systematic adherence to the principles of historicism, continuity, objectivity, involvement of analysis and synthesis methods, historical and genetic cognition, and the predecessors achievements, in particular, V. Horbulin (2014), O. Matviienko (2004), V. Lyzanchuk (2017), Ye. Mahda (2015), V. Smolii (2022), M. Tymoshyk (2018), S. Troian and A. Kyrydon (2016), O. Udod (2016, 2020), O. Kholod (2014), and others. The material is presented in three aspects: a) methodological, terminological and legal principles of the information space functioning under martial law; b) formation and presentation of historical knowledge in digital format and its involvement in electronic information resources; c) traditional and online scientific, educational, public and media activities of Ukrainian historians in the digital information space.

The main attention is paid to updating the content of historical information, ensuring its relevance, mobilisation effectiveness, prompt response to disinformation and manipulation of consciousness, history falsification, imposition of “one nation” and “Russian world” paradigms, refutation of enemy information and psychological operations and fakes. Proposals are made for further participation of historians in the national and global information space, the need for a critical attitude to information from social networks, strengthening responsibility for the truthfulness and objectivity of historical information, and increasing the authority of historians, their social and professional reputation.

Keywords: *information space, Moscovia’s war against Ukraine, martial law, communication methodology, request for history, “war of histories”, Digital history, digital format historian, media historian.*

Актуалізація проблеми, її новизна та важливість

У відповідь на повномасштабну окупаційно-геноцидну війну московії проти України з її потужним інформаційним супроводом триває перебудова всього життя суспільства на військовий лад і відповідно трансформується інформаційний простір, зокрема його сегмент «війни історій» та інструментарій реагування істориків на агресію. Незважаючи на те, що кривава війна має передусім інноваційно-технологічний та кібернетичний формат, головна роль у ній залишається за людиною, рівнем її мотивації, морально-психологічної стійкості, свідомості, професійності обізнаності та поінформованості. В руках людини не лише високоточні ракети, «розумні» дрони, танки, літаки-винищувачі, але й інформаційна зброя в її історичному контексті. Хрестоматійно відомий афоризм Бісмарка про те, що війни виграють не генерали, а шкільні вчителі та парафіяльні священики, нагадує нам значення історичних знань й особистості історика для формування Людини-захисника, Людини-патріота, Людини-воїна, для прищеплення молоді любові до своєї Батьківщини, для розуміння свого покликання в житті.

Ще на початку широкомасштабної агресії Кремль розробив і періодично оновлює стратегію та тематику інформаційної війни проти України, в якій водночас із дискредитацією української державності, влади й військових командирів, дезінформацією мети збройного вторгнення, ходу бойових дій, кількості втрат на фронтах значне місце відводиться історичним наративам з їхніми імперськими та неоколоніальними амбіціями, з міфологічним виправданням воєнних злочинів, насилля й жорстокості. До цієї роботи залучені не тільки державні чиновники, феєсбешники, служителі московської церкви, політтехнологи, працівники медіаресурсів, але й прокремлівські історики та архівісти. Цей чинник враховувався в процесі перебудови українського інформаційного поля на тлі війни й запровадження правового режиму воєнного стану; однією з особливостей перебудови стало зростання суспільного запиту на історичні знання, а відтак підвищення персональної ролі істориків у публічному просторі, оновлення методологічних засад їхньої пізнавально-дослідницької, освітньої, комунікаційної та світоглядно-виховної діяльності, перекцентування й наповнення новим змістом історичної інформації, забезпечення її присутності в друкованих та електронних інформаційних ресурсах, у ЗМІ та соціальних мережах. За неповними даними тепер тільки в наукових установах НАН України й закладах вищої освіти України працює близько 11 тис. професійних істориків, зокрема понад 750 докторів та майже 6 тис. кандидатів наук. На жаль, за оцінкою Віталія Нахмановича, лише невелика частина з них є публічними інтелектуалами, активними учасниками суспільних діалогів та

медійних комунікацій. І все ж, завдяки українським історикам, зокрема й діаспорним, знання про Україну, давність, окремішність і самотність її історії дедалі ширше представлені в національному, європейському та світовому інформаційному просторі, крок за кроком руйнується монополія російської історіографії на трактування історичного процесу, спростовуються різного роду симулякри та міфи ідеологів «руського міра». Водночас у науково-інформаційну лексику української історичної спільноти твердо увійшли такі поняття, як історична комунікація, публічна історія, електронна історія (Digital history), історик онлайн-світу, медійний історик та ін.

Актуальності, новизни, теоретико-методологічного й суспільно-го значення вказаній проблемі надає необхідність нового осмислення завдань і особливостей функціонування історичного складника вітчизняного інформаційного простору правового режиму воєнного стану, участі в ньому істориків, що вмотивовано низкою чинників. **По-перше**, викликами окупаційно-геноцидної війни, під впливом якої український і глобальний інформаційний простір змінює своє обличчя, наповнюється новим змістом, зокрема історичним контекстом, дедалі більше «історіозується» й комп'ютеризується; разом з друкованим словом набуває більшої популярності електронний формат інформації, зростає його роль у мотивації громадян до захисту країни та боротьби з ворогом. Путінський режим використовує історію та істориків як зброю у війні на знищення України, а це диктує необхідність адекватного реагування з боку українського співтовариства істориків, критичного врахуванням уроків і досвіду, набутого в ході національно-визвольних змагань і воєн за волю, незалежність, державність і соборність України. **По-друге**, маніпулятивним використанням кремлівськими істориками та путінською пропагандою історичних наративів з метою знайти «наукові аргументи» для легітимації, обґрунтування мотивів і виправдання збройного вторгнення в Україну, лицемірно названого феєсбешним терміном «військова спецоперація», «законності» анексії Криму й права на рейдерське захоплення інших українських територій. Цілком очевидно, що московська історіографія тут служить цинічним прикриттям агресивної політики Росії, активно використовує засоби масової інформації, сучасні електронні технології як інструмент одурманення населення через залякування зовнішніми загрозами, нав'язування суспільству ворожого ставлення й ненависті до України та її західних партнерів. Звідси й виникає необхідність належної відповіді українських істориків, підвищення ролі наукового знання в протидії ворожій дезінформації загалом. **По-третє**, активним застосуванням у комунікаційній та пропагандистській діяльності апологетів Кремля парадигм про так званій «*один народ*», «*одну країну і державу*», «*спіль-*

ну територію і спільну історію», «єдину канонічну церкву» тощо, якими проникнута як давня, так і сучасна російська історіографія. Ці ідеологічні штампи перегукуються з девізом гітлерівських нацистів, їхніми закликами до консолідації німців у єдину «народну спільність»: один народ, один рейх, один фюрер, поширюваних у другій половині 1930-х рр. на плакатах із зображенням Гітлера (нім.: «*Ein Volk, ein Reich, ein Führer*»). Якраз під таким гаслом у квітні 1938 р. проводився референдум в Австрії щодо аншлюсу з Німеччиною. Подібні ідеї активно поширювала путінська пропаганда в процесі так званого кримського референдуму, підготовки нинішньої війни, вони паразитують і в ході розгортання та проведення протиправних і штучних місцевих референдумів та виборів на тимчасово окупованих територіях. Це і є облудна російська технологія творення міфів та паралельної «реальності», яка потребує оперативної відсічі, критики й розвінчування. **По-четверте**, новими проявами публічності та мобільності українських істориків, дедалі ширшою інтеграцією їхніх наукових надбань у глобальні мережі європейського й світового інтелектуально-інформаційного простору, перспективами більш активної міжнародної співпраці представників гуманітарних наук задля спільної протидії російській пропаганді, спрямованій на маніпуляцію свідомістю, дезінтеграцію українського суспільства, підрив ідентичності й єдності українців, послаблення допомоги Україні з боку західних партнерів. Не секрет, що в багатьох публікаціях зарубіжних дослідників, а відтак і в західному інформаційному середовищі, тривалий час домінували наративи російських істориків, насаджувалися свідомо спотворені ними погляди на Україну, її минуле та перспективи й не діставали належної відсічі. Усі ці та інші чинники актуалізуються за умов правового режиму воєнного стану, диктують підвищення громадянської відповідальності українських істориків за долю країни й надають пропонованій статті наукової новизни, актуальності, гостроти та практичного значення.

Мета статті полягає в тому, щоб на основі наукової комунікології (загальної теорії й методології комунікації), законодавчих актів і праць попередників з'ясувати *особливості інформаційної діяльності українських істориків в умовах правового режиму воєнного стану, розкрити комунікаційний потенціал друкованого й електронного слова, Інтернету, діджиталізації та медіатизації історіографії, висвітлити їхню персональну участь у поширенні історичних знань за допомогою сучасних інформаційних ресурсів і технологій.*

Виклад основних положень статті видається доцільним розпочати з оцінки стану дослідження проблеми, специфіки інформаційного простору України на тлі воєнного стану й з'ясування місця в ньому історичної компоненти в її людському, змістовому та технологічному ви-

мірах, а також характеристики джерельного комплексу, основу якого становлять офіційні документи, зокрема законодавчі акти про основні засади забезпечення кібербезпеки України (Верховна Рада України, 2017), про правовий режим воєнного стану (Верховна Рада України, 2023) та ін. Зарубіжна (Ласло Карвалікс, Мануель Кастельс, Річард Крейг, Ніклас Луман, Маршалл Маклюен, Юрген Хабермас та ін.) та українська комунікаційна наука (Валерій Бебик (2005); Юрій Бондар (2007); Володимир Горбулін (2014); Василь Лизанчук (2017); Олена Матвієнко (2004); Юрій Палеха та ін. (2019); В. Тарасюк (2018); Микола Тимошик (2018); Олександр Холод (2014) та ін.), виходячи з принципу антропологізму, вважають пріоритетним об'єктом і суб'єктом інформаційного процесу *Людину*, яка формує комунікативне середовище, продукує й поширює знання та інформацію, послуговується ними й досліджує комунікаційні явища. Зокрема, роль особи в сучасному інформаційному просторі з акцентом на адаптацію людини до прискореного розвитку інфосфери та соціальних трансформацій досліджено в монографії Світлани Горової (2017). Заслужують на увагу публікації Г. Гребньова (2023), Ю. Гудименка (2023), Т. Дзюби (2021), О. Золотаря (2017), О. Марунченка (2011), В. Тарасюка (2018), присвячені аналізу нових явищ у національному та планетарному інформаційному просторі з урахуванням змін, зумовлених геноцидно-окупаційною війною московії проти України, а також обґрунтуванню концептуальних засад інформаційної безпеки України, її правової бази, методів запобігання і нейтралізації загроз національному інформаційному простору.

Побачили світ і перші дослідницькі праці, максимально наближені до нашої теми й присвячені таким питанням, як «війна та історик», «історичний чинник в інформаційному протистоянні росії та України» та ін. Йдеться про студії Віктора Жадька (2018), Сергія Трояна та Алли Киридон (2016), Валерія Смолія (2022), Олександра Удада (2016, 2020) та ін. Останній порушив комплекс проблем розвитку медійної історії, зазначивши, що водночас з освітнім процесом, друкованим словом медійні засоби масової інформації, соціальні мережі стали найбільш впливовим чинником формування й поширення наукових уявлень про історичне минуле, про події, факти та постаті історії. Низки аспектів цієї проблематики досліджує й автор цієї статті (Калакура, 2021, 2022), акцентуючи увагу на методології та термінології цифрової історії, адже діджиталізація не оминула й інформаційний простір з його історичним складником. Отже, означена проблема вийшла на передній план наукових досліджень й особливо активізувалася на тлі пошуку ефективних шляхів задоволення запитів суспільства на історичні знання, що зумовлено затяжною війною та моделюванням можливих її наслідків. Водночас наявні праці

засвідчують багатоаспектність теми, що спонукає автора обмежитись **трьома головними аспектами**. *Перший із них стосується теоретико-методологічних, термінологічних та інституційно-правових засад функціонування інформаційного простору на тлі воєнного стану та інформатизації суспільства, місця в ньому друкованої та вербальної історичної інформації, особливостей комунікаційних діалогів українських істориків із суспільством.*

Інформаційний простір — це не стільки територія поширення інформації, яка має планетарний характер, оскільки середовище та змістове наповнення такого простору під впливом війни, Інтернету, нових технологій, інших внутрішніх та зовнішніх чинників постійно й динамічно змінюються разом із людськими й технологічними ресурсами. В епіцентрі інформаційного простору і в умовах правового режиму воєнного стану залишається творець історії — Людина, її світогляд, інтелектуальний світ, моральні цінності, насамперед гідність. Людина має вирішальний вплив на зміни в ньому, на його зміст та технологічний інструментарій і водночас змінюється сама. Вона продукує інформацію, є її головним споживачем і ретранслятором; без людини не було б історії, а інформація втратила б будь-який сенс. На думку наукових експертів повномасштабна агресія РФ проти України — це, з одного боку, імперське зазіхання на її суверенітет, територію та інформаційний простір, а з другого — війна за людей, за їхні мізки, свідомість та ідентичність. Ворог, зациклившись на ідеї відновлення імперії, намагається тотально знищити українців, стерти українську історію, пам'ять, позбавити нас національних цінностей, мови, права на майбутнє, повернути Україну в ярмо колоніалізму. На таку небезпеку свого часу звертала увагу Єва Томпсон (2006). З цією метою трубадури Кремля маніпулюють історичними фактами, спотворюють події, використовують історію як інструмент легітимації своєї агресивної політики, створюють, за словами Ярослава Вишницького (Wiśnicki, 2023), альтернативну реальність. Мавпуючи російських царів та комуністичних вождів, путін особисто долучився до ревізії історії та її інтерпретації на свій лад. За його вказівкою в 2023 р. з'явився новий підручник з історії для старших класів, у якому Україна представлена як ультранаціоналістична держава й загроза Росії; були безпардонно спотворені цінності Помаранчевої революції, Євромайдану й Революції Гідності, а завершальний розділ присвячено «спеціальній військовій операції», що трактується як «захист» від нацизму й спротив США та НАТО. Цей опус оперативно завезли в школи анексованого Криму, частково окупованих Донецької, Луганської та інших областей, а також російським «співвітчизникам» у Придністров'я. Запровадження 24 лютого 2022 р. правового режиму воєнного стану супроводжувалося кардинальними змінами інститу-

ційно-нормативних засад інформаційного простору, діяльності всіх органів державного управління — Верховної Ради, Президента, Кабінету Міністрів, місцевого самоврядування, інститутів громадянського суспільства, життя трудових колективів, кожного з нас, а також інформаційних, наукових, освітніх, культурно-мистецьких та інших установ. Пріоритетним завданням інформаційної політики стала мобілізація суспільства на відсіч ворогу, оборону й захист країни, її суверенітету й цілісності, інформаційної безпеки. Вирішальну роль у стратегічній переорієнтації інформаційного простору відіграв комплекс заходів нормативно-правового, організаційно-управлінського та методологічного характеру, спрямований на ефективне використання людських і технологічних ресурсів інформаційної діяльності, покликаної максимально сприяти Перемозі України у війні з російським агресором. Доречно зазначити, що путінський режим також запровадив воєнний стан на частково окупованих ним територіях України задля придушення там будь-яких форм спротиву українців окупаційній владі, позбавлення їх елементарних прав і свобод, легалізації проявів мародерства, насилля й примусу, що також є злочином.

Воєнний стан позначився на всіх рівнях інформаційного простору — нормативно-правовому, інституційному, безпековому, дипломатичному, технологічному, медійному, візуальному; він супроводжувався забороною російських медійних та друкованих ЗМІ. Комунікаторами виступають Президент і його Офіс, Генеральний штаб, РНБО, місцеві воєнні адміністрації, публічно-громадські активісти, представники громадських об'єднань, науковці, зокрема й історики наукових та освітніх установ. Під впливом війни загострилося відчуття історичного дежавю, тобто усвідомлення того, що подібні події й явища вже були в українських і світових реаліях; актуалізуються уроки, що їх отримали українці від приниження «братнім народом», від пережитих жахів репресій і голодоморів у минулому. Як відомо, Україна була в епіцентрі німецько-радянської війни 1941 — 1945 рр., зазнавши колосальних людських втрат та руйнувань унаслідок фашистської тактики «випаленої землі». А хіба геноцидні злочини рашистів в Авдіївці, Бахмуті, Бучі, Грозі, Ірпені, Куп'янську, Маріуполі, Херсоні та в інших містах і селах менш разючі від злочинів гітлерівців? Не важко помітити й схожість намірів Гітлера та путіна. Перший намагався взяти реванш за поразку в Першій світовій, а другий — за розпад СРСР як найбільшої, за його словами, геополітичної «катастрофи ХХ століття». Війна стала каталізатором змін і в життєдіяльності історичної спільноти; значна її частина долучилася до Збройних Сил, добровольчих загонів, структур територіальної самооборони. Багато істориків стали захисниками країни або мак-

симально наблизилися до такого статусу, а більше тисячі перебувають безпосередньо на фронтах, зокрема відомі доктори й кандидати історичних наук Мирослав Борисенко, Ігор Жалоба, Євген Луняк, Андрій Парубій, Іван Патриляк, Борис Черкас та ін. У боях за Україну загинули історики Станіслав Дуб, Тарас Давидюк, Андрій Загоруйко, В'ячеслав Зайцев, Олексій Заражевський, Дмитро Євдокимов, Павло Кириленко, Артем Кіпаренко, Юрій Коваленко, Микола Майорчак, Сергій Міронов, Павло Наконечний, Ігор Ригель, Сергій Слабенко, Вадим Стецюк, Роман Ткаченко, Олег Федоренко, Валерій Хорунжий, Роман Чорномаз та чимало інших. За умов війни поряд з традиційними функціями істориків — науково-пізнавальною, освітньою та світоглядно-виховною — на передній план вийшла публічно-інформаційна; сформувався фронт боїв «за правдиву історію». Науковці академічних установ — інститутів історії України, всесвітньої історії, археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського, політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса, українознавства ім. І. П. Крип'якевича, Українського інституту воєнної історії, а також університетських кафедр — вже створили низку праць з історико-воєнної проблематики. На сайті Інституту історії України виставлено електронний ресурс у трьох книгах з назвою «Перелом: війна Росії проти України» (Боряк та ін., 2023), у якому зібрані найбільш гострі й актуальні питання стосовно війни, викладені відповіді на них провідних українських учених. Не випадково в підзаголовку тритомника зазначено: «Діалоги з істориками». Такі діалоги дозволяють краще розуміти хід війни, оцінювати ситуацію на фронтах і на тимчасово окупованих територіях, вселяють віру в нашу Перемогу. Війна дала поштовх до глибинних змін у структурі історичної науки. На передній план вийшла воєнна історія, помітно зріс суспільний інтерес до неї. Реформовано Центральний науково-дослідний інститут Збройних Сил України, заснований ще 1996 р. для розробки стратегії воєнної безпеки, опрацювання наукових засад управління військами. У жовтні 2009 р. створено **Центр досліджень воєнної історії**, який очолив д. і. н., полковник Сергій Сегеда. Зусилля його співробітників зосереджені на переосмисленні історії воєн й українського війська, теорії й практики воєнного мистецтва, з'ясуванні особливостей і ходу нинішньої війни та протидії фальсифікаціям воєнної історії. Водночас із проведенням наукових досліджень центр підготував методичні рекомендації щодо використання ілюстративних матеріалів у процесі викладання в закладах освіти навчальної дисципліни «Захист України», установа надає великого значення поширенню воєнно-історичних знань, тісно співпрацює з Національним військово-історичним музеєм (директор Андрій Ільєнко). Співробітники й активісти останнього зібрали унікальну колекцію документів з істо-

рії Антитерористичної операції та Операції об'єднаних сил, ініціювали проведення низки виставок як в Україні, так і за рубежом. Надзвичайно плідну роботу в цьому напрямі проводить і Національний музей України у Другій світовій війні (директор Юрій Савчук), який трансформується в Національний музей війни за незалежність. Уже зараз тут відкрито унікальну стаціонарну експозицію, яка в реальному часі висвітлює хід нинішньої російсько-української війни. Принципово нового змісту набула **історична комунікація** як комунікація перемоги. Вона охопила **три площини: вітчизняну** (загальноукраїнська, регіональна, на тимчасово окупованих територіях та зовнішня); **глобальну** (європейська та світова); **російську** (спрямована на населення РФ та її регіонів), пронизуючи всі сфери — військову, соціальну, політичну, дипломатичну, культурну, правову, релігійну та інші. Паралельно формується *історична комунікологія*, предметним полем якої, за визначенням Володимира Дятлова (2016), виступає не лише реальний історичний процес, але й комунікативно-історіографічний дискурс, який чи не найбільше сприяє формуванню історичної пам'яті, національно-державницької свідомості й наукового світогляду. Можна солідаризуватися з прогнозом ученого про те, що в майбутньому вона стане окремою науковою й навчальною дисципліною (с. 13–15). Дослідники комунікаційної діяльності істориків звертають увагу на необхідність послідовного дотримання її методологічних принципів, зокрема історизму, науковості, об'єктивності, всебічності, правдивості, поширення лише перевіреної інформації, яка ґрунтується на достовірних фактах і джерелах. Будь-які, навіть часткові неточності, можуть викликати недовіру до всього матеріалу, поставити під сумнів репутацію історика. Дуже важливо, щоб історик був зрозумілим, відкритим, об'єктивним, чесним і щирим як перед аудиторією, так і перед собою. З урахуванням викликів війни й обставин воєнного стану історики різними засобами й методами намагаються підтримувати морально-психологічний стан суспільства, формувати впевненість і віру в перемогу, сприяють мотивації громадян до активних дій на захист країни, піднімають їхній бойовий дух. Не менш важлива роль комунікації в забезпеченні інформбезпеки й гігієни самої інформації, протидії кремлівській пропаганді, розвінчуванні наративів російських істориків, їхній інсинуації навколо причин, мотивів, характеру й ходу війни.

Принагідно зауважимо, що цифровізація інформаційного, науково-освітнього, медійного та культурного простору не підміняє його історичного складника й не применшує місії *традиційного друкованого слова*. Йдеться передусім про книжкові видання та друковані ЗМІ. Пріоритетне місце в донесенні наукових і науково-популярних знань з вітчизняної й зарубіжної історії до читача залишається за книга-

ми, монографіями, брошурами, збірниками статей, фаховими періодичними виданнями, зокрема «Українським історичним журналом», «Українським краєзнавством», «Історичним оглядом», «Архівами України», Вісниками національних університетів та ін. Доброго слова варті історики, які започаткували й забезпечують видання наукових збірників та науково-популярних журналів, зокрема Анатолій Коцур («Часопис української історії»), Степан Дровозюк («Історичний календар»), Віталій Масненко і Володимир Поліщук (журнал «Спадщина») та ін. Цей канал інформації залишається головним для науковців, незважаючи на тенденцію падіння накладів книг, журналів, тематичних збірників, газет, зменшення числа передплатників, закриття місцевих видавництв, подорожчання й брак газетного паперу тощо.

Не можна замовчувати й те, що за деякими виданнями стоять олігархи й залежні від них політичні структури, які не зацікавлені в поширенні правдивої історичної інформації. До того ж бізнес більшості олігархів (Богуслаєва, Бойка, Іванющенка, Коломойського, Медведчука, Новинського, Фірташа, Хорошковського, Шуфрича та ін.) був зав'язаний на росію й сприяв підтримці ворожої агентури в Україні, поширенню впливу російської мови, культури й церкви, послабленню національної інформаційної безпеки. Не випадково кремль, готуючись до широкомасштабної війни проти України, намагався взяти під свій контроль не лише її владні й силові структури, церкву, але й інформаційне поле. За допомогою й участю агентів впливу, які проникли мало не в усі органи державного управління, спецслужби, а також у засоби масової інформації, крок за кроком з українського інформаційного простору витіснялися національні інтереси, проводилось інтенсивне промивання мізків. На шлях співпраці на користь ворога стала й частина журналістів та представників гуманітарних наук, вислужуючись перед олігархами.

В опублікованих працях істориків аналізується характер нинішньої війни як імперіалістичної й загарбницької з боку росії, спрямованої на знищення українців та України як держави задля відродження імперії, що дозволяє прирівняти її до війни гітлерівської Німеччини за так званий «життєвий простір». Автори наголошують, що насправді це не «спецоперація», а повномасштабна геноцидна війна рф як держави, її збройних сил і громадян, як продовження всієї попередньої колоніальної політики стосовно України, адже військово-політичне зазіхання на українські землі триває мало не тисячоліття. Натомість українці ведуть справедливу, всенародну, національно-визвольну війну, боронять свою країну, захищають свою землю, свої домівки й державу

Пандемія «Ковід-19», а відтак повномасштабна війна негативно вплинули на історико-інформаційну місію видавництва, архівів, бі-

бліотек та музеїв, хоча останні активізували дистанційний та онлайн-новий доступ до своїх фондів і колекцій. Ось чому за умов воєнного стану інформаційна безпека спрямована передусім на захист життєво важливих інтересів і запитів людини, громадянина, суспільства й держави (Залевська & Удренас, 2022), їхнього права на достовірну інформацію, включаючи й історичну, адже чимало громадян черпає її з сумнівних ЗМІ, телеканалів, соціальних мереж, від блогерів, часом із уст аматорів історії, а не професіоналів.

б) Взаємодія традиційних й онлайн-форм наукової, освітньої, публічної та медійної діяльності українських істориків в інформаційному просторі — таке коло головних питань **другого аспекту** проблеми. Хоч в умовах правового режиму воєнного стану в інтересах національної безпеки держави частково обмежуються конституційні права й свободи громадян на доступ до публічної інформації, але це не стосується наукових знань з історії, що й зумовило переорієнтацію істориків на пошук нових форм і методів інформаційної діяльності. Вони стали ширше готувати й публікувати праці в електронному форматі, поширювати їх через інтернет-ресурси, електронні платформи, цифрові ЗМІ, соціальні мережі, організувати комунікацію в режимі онлайн. Донести правду про війну, розкрити причини і з'ясувати її характер, спрогнозувати умови перемоги й можливі наслідки — такі головні меседжі друкованого й електронного слова істориків. Побачила світ низка праць (О. Власюк та С. Кононенко (2017); П. Гай-Нижник (2017); М. Дорошко (2018) та ін.) у цифровому форматі з викриттям кривавого характеру гібридно-окупаційно-геноцидної війни РФ проти України, спроб російської пропаганди перекласти злочини кремля на ЗСУ.

До поширення знань з історії України долучилися діаспорні й зарубіжні історики, зокрема Сергій Єкельчик, Сергій Плохій, професор Єльського університету Тімоті Снайдер та ін. Останній, виступаючи на Київському Безпековому Форумі, вказав на 10 причин, чому світова громадськість покликана мислити в парадигмі української перемоги, адже вона сприятиме збереженню цивілізаційних цінностей і захисту демократії в усьому світі. Британський історик Ян Кершоу переконливо пророкує поразку росії у цій війні, а німецький історик Мартін Шульце Вессель наголошує на моральній відповідальності всіх росіян за агресивну політику путіна. Про свою роботу над книгою про віну в Україні розповів шведський історик Петер Енглунд на зустрічі з бійцями 1-ої окремої Сіверської танкової бригади.

Із глобалізацією сучасного світу, комп'ютеризацією інформаційного простору, поширенням цифрової історії (Digital history) тісно пов'язаний розвиток медійної інформації історичного спрямування, яка суттєво підвищує комунікаційну мобільність істориків, їхню

роль у формуванні історичної свідомості та української ідентичності. Беручи участь у роботі ЗМІ, історики мають змогу не лише доносити наукові знання, але й блокувати неправдиву інформацію, упереджувати творення спотвореного «паралельного світу». Війна суттєво відбилася на пізнавально-наукових, освітніх, світоглядно-виховних та інформаційних функціях, на джерельній базі, проблематиці, методології та методиці науково-дослідної роботи істориків, розширила їхню комунікацію з зарубіжними колегами. У цьому зв'язку варто згадати міжнародну серію семінарів «Історики та війна: переосмислення майбутнього» як спільну ініціативу Українсько-німецької історичної комісії, Канадського інституту українських студій, журналу «Україна модерна», кафедри історії Східної Європи Мюнхенського університету та Українського католицького університету у Львові. В них взяли участь близько 200 українських і зарубіжних істориків, колективно обдумуючи координацію дій проти спроб кремля зруйнувати історію, посіяти хаос і нав'язати свою парадигму історичного процесу. Відеозаписи всіх семінарів з англійськими та українськими субтитрами доступні в Інтернеті.

Комп'ютеризація охопила різні напрями історичної науки, включаючи й нові, хоча й з давнім корінням – такі, як усна, соціальна, військова, інтелектуальна, локальна, міська історії, мікроісторія, історія повсякдення, а також *публічна історія* (Public History), яку деякі автори називають *практичною, повсякденною, або «живою»*, оскільки вона забезпечує максимальну присутність історичного знання на всіх рівнях і в усіх сферах суспільного інформаційного простору. Публічна історія розрахована передусім на пересічну людину, на широку аудиторію (публіку) й функціонує вона здебільшого за стінами академічних й освітніх установ, але з їхньою участю (Чекаленко, 2021). На відміну від традиційної історії, яка переважно писана або оцифрована й представлена науковими монографіями, дисертаціями, статтями, матеріалами конференцій, у публічній історії визначальне місце посідає живе слово конкретних істориків, які виступають з лекціями, доповідями, беруть участь у передачах на телебаченні, радіо, створюють документальні фільми, презентації, дописи в соціальних мережах тощо. Останніми роками до публічної історії дедалі ширше долучаються професійні історики, свідченням чого є публікації на сторінках електронного журналу «Public History Weerly», а сама вона стала освітнім феноменом (у багатьох зарубіжних і деяких вітчизняних навчальних закладах, зокрема в КНУ ім. Тараса Шевченка, ХНУ ім. В. Н. Каразіна та ін., відкрито освітні програми з публічної історії). Тобто, мова йде про ту ж академічну чи університетську історичну науку з різницею в тому, що вона подається в найбільш доступній, зрозумілій і цікавій для будь-якої людини чи аудиторії формі. Визна-

чальним критерієм якості публічної історії є фаховість і компетентність авторів, їхня здатність забезпечити зрозумілість, достовірність, доказовість, переконливість, відкритість і світоглядно-виховну спрямованість інформації. Очевидно цим пояснюється суспільна популярність і пізнаваність багатьох вітчизняних і зарубіжних істориків, зокрема Ігоря Гирича, Ярослава Грицака, Леоніда Зашкільняка, Віталія Масненка, Валентина Лазуренка, Степана Павлюка, Сергія Плохія, Володимира Сергійчука, Віктора Ставнюка, Олени Стяжкіної, Олександра Палія, Ярослава Фейзуліна, Лариси Якубової, великого прихильника України Тімоті Снайдера та ін. Водночас частина істориків надто закомплексовані, скуті, уникають публічних комунікацій, недостатньо готуються до них, схильні до зачитування підготовлених текстів, ніяковіють перед «незручними» питаннями аудиторії.

в) **Третій аспект** стосується формування й презентації історичних знань у цифровому форматі та способів залучення їх до електронних інформаційних ресурсів і соціальних мереж з метою розширення доступу до історичної інформації. Ідеться насамперед про комунікацію історика з суспільством через створення електронних документальних видань, наукових текстів, дописів, різного роду презентацій, слайдів, відеофільмів з елементами наративізму, тобто історичних розповідей. Не заглиблюючись у технології створення цифрових текстів, які достатньо висвітлені в літературі, і враховуючи, що переважна більшість сучасних істориків, особливо молода генерація, вже не користуються друкарськими машинками, нечасто пишуть від руки, добре володіють комп'ютером, уміло застосовують наявні програми та «текстовий процесор», зупинимось на особливостях публічних комунікацій істориків і архівістів у медіапросторі та соціальних мережах за умов воєнного стану.

Інтернет, відкривши доступ до електронних книг, підручників, відеолекцій, навчальних відеороликів, інтерактивних завдань, а також до оцифрованих текстів й архівних документів, створив безмежні можливості для поглибленого вивчення історії України й зарубіжних країн. Історики разом з архівістами, бібліотекарями та музейниками пропонують пересічним громадянам через ЗМІ й соціальні мережі відкритий доступ до великого масиву оцифрованих ресурсів історичної інформації, що дозволяє різним категоріям населення розширювати кругозір і задовольняти свої індивідуальні запити.

За останні роки динамічно зросла присутність українських істориків у соціальних мережах, зокрема Facebook, You Tube, Whats App, Viber, Instagram, Twitter, Telegram, Messenger та ін., які за визначенням проф. М. Поплавського (2020) є потужним культурно-просвітницьким ресурсом, мають глобальний і загальнодоступний характер, демонструють інформаційну мобільність і постійне оновлення,

є високо комунікативними й найбільш масовими. За неповними даними аудиторія соцмереж становить понад половину населення світу. Можна погодитися з думкою Євгенії Пшемицької (2022), що соціальні мережі при вмілому використанні спроможні бути дієвим інструментом популяризації правдивої історії й розвінчування міфів. У соціальних мережах, зокрема на сайтах Facebook, представлені матеріали відкритих груп «HISTORIANS.IN.UA», «Ukraine Moderna», «Intellectual history», «Лікбез. Історичний Фронт», «Історична правда», «Історії без Міфів», «Майстерня педагога-історика», «Українська біографістика», «Доступ до архівів», Інтернет-ресурси Інституту історії України, інших академічних установ та університетів. Загальнодоступними є вебсайти Центру досліджень українського визвольного руху, «Інтернет-архіву епохи Голодомору (Holodomor Research and Education Centre)», створеного у Національному музеї історії України на основі фотодокументів. Колектив Центрального державного аудіовізуального та електронного архіву на чолі з Тетяною Ємельяною та Оленою Косенко приступив до формування колекцій аудіовізуальних документів про нинішнє збройне вторгнення РФ та злочини окупаційного режиму на території України.

Нині історики присутні майже на всіх інтернет-платформах у різних ролях: ведучих програм, авторів вебсторінок, блогерів, дописувачів, експертів, гостей зі своїми оцінками подій, постатей та роздумами. З початком повномасштабної війни сформувалися десятки сайтів з історії й життя різних регіонів країни. Наприклад, у Харкові функціонує сайт громадської організації «Гвара Медіа», у випусках якого висвітлюється драматичні долі містян, що перебувають під постійними обстрілами агресора з екскурсами до життя харків'ян в період гітлерівської окупації, подаються унікальні документально-ілюстративні матеріали архівів про цинічні вбивства мирних жителів, які перегукуються з сучасними варварськими руйнуваннями агресора, зокрема з наслідками ракетного удару росіян по селу Гроза Куп'янського району.

З року в рік збільшується кількість персональних чатів, телеграм-каналів, особистих сторінок, серед яких найбільш популярними є сайти істориків Олександра Алфьорова, Лілії Бережної, Євгена Букета, Павла Гай-Нижника, Ігоря Гирича, Олеса Донія, Кирила Галушки, Ваханга Кіпіані, Сергія Куделка, Станіслава Кульчицького, Лариси Леус, Ігоря Лимана, Юрія Мицика, Юрія Палехи, Олександра Палія, Миколи Томенка, Ярослава Файзуліна та ін. Більше року публікує на своїй сторінці Фейсбуку щотижневі замітки знаний історик, д. і. н., проф. Чернівецького НУ ім. Юрія Федьковича Михайло Юрій під загальною рубрикою «Задзеркалля». Вже оприлюднено понад сто сюжетів, якими у науково-публіцистичному форматі автор

переконливо доводить, що путінська росія і є тим задзеркаллям, яке творить антисвіт, повертаючись на коло звичних злочинів, починаючи з Московського царства як спадкоємця Орди з його маніакальним гаслом «собіранія земель», розуміється чужих. Активними дописувачами соціальних мереж є знані українські історики Олена Бачинська, Олена Богдашина, Владислав Верстюк, Володимир В'ятрович, Микола Дорошко, Олег Журба, Олександр Зінченко, Віктор Ідзьо, Ольга Ковалевська, Сергій Корновенко, Віталій Коцур, Олександр Потильчак, Ірина Преловська, Наталія Старченко, Леонід Тимошенко, Фергад Туранли, Тарас Чухліб, викладачі історичного факультету Шевченкового університету Марина Казьмирчук, Олег Купчик, Олена Ляпіна, Ірина Малацай, Олег Машевський, Леонід Могильний, Марина Палієнко, Олена Петасюк, Іван Патриляк, Андрій Пижик, Андрій Рукас, Олексій Сокирко, Віктор Ставнюк, Наталія Терес та ін. Добре підготовлені та уміло представлені ними дописи, коментарі, а інколи й репліки сприяють формуванню критичного мислення, що дуже важливо для осмислення уроків історії.

Належно поцінуюючи участь наших колег-істориків у поширенні історичної інформації через соціальні мережі, телеграм-канали, вебсайти, необхідно зауважити, що нерідко форма її подачі та змістове наповнення не позбавлені недоліків. Деякі дописувачі схильні до пошуку сенсацій на шкоду достовірності відомостей, не підтверджують їх джерелами, не дають відсічі тим, хто поширює дезінформацію через фейкові пости, маніпуляцію свідомістю; компрометує публічних осіб, зокрема й істориків. Це яскраво проявилось в умовах окупаційно-геноцидної війни Росії проти України, коли розгорнулася потужна інформаційна агресія, «війна історій». Провладні Інтернет-ЗМІ, телеграм-канали російської федерації, проросійськи налаштовані доморощені агенти впливу, так звані «активісти» «русского міра», служителі московського православ'я, колаборанти ведуть шалену антиукраїнську пропаганду, націлену передусім на мешканців окупованих Автономної Республіки Крим, частини Донецької, Луганської та інших областей, всіляко дискредитуючи політику української держави та її Збройних Сил. РФ поширює брехню, різного роду дезінформацію, фейки як на внутрішню, так і зарубіжну аудиторію через дипломатичні канали, агентуру в країнах ЄС, ЗМІ, медіакомпанії "Sputnik", "Russia Today", численні вебсайти, соціальні мережі, TikTok та ботоферми. Як це не прикро, але маємо, хоч й поодинокі, факти колаборації й зрадництва з боку окремих істориків, які залишились на тимчасово окупованій території Криму, частин Донецької, Луганської, Запорізької та інших областей і стали на шлях співпраці з ворогом. Йдеться передусім про викладачів і вчителів історії в закладах освіти. На думку експертів, історикам все ще бракує

творчої співпраці з фахівцями в галузі загальної та прикладної інформатики, відчувається певний дисбаланс між інформаційно-технологічним та методично-аналітичним складниками історичної інформації, а це призводить до того, що на тлі динамічного зростання масиву оцифрованих інформаційних ресурсів значна частина з них залишається незатребуваною. Більшість істориків ще не опанували методи комп'ютеризованого контент-аналізу текстів, статистичного опрацювання історичних та історіографічних джерел, візуальних зображень, математичного моделювання історичних процесів та явищ, складання електронних таблиць з історичної демографії, соціально-економічної історії, генеалогії тощо.

Висновки й перспективи подальших досліджень

Навіть стислий розгляд місця й ролі українських істориків в інформаційному просторі правового режиму воєнного стану, зумовленого повномасштабною війною РФ проти України, дає підстави для таких **висновків**:

1. Війна стала каталізатором зростання суспільного запиту на історичну інформацію, збільшення її питомої ваги в інформаційному просторі як національному, так і глобальному, який дедалі більше комп'ютеризується й стає відкритим. З початком повномасштабного вторгнення РФ й оголошенням правового режиму воєнного стану змінилися пріоритети історичної інформації; на передній край вийшла воєнна історія, повчальні уроки національно-визвольних змагань за волю, незалежність, державність і соборність України. Головними персонажами його змістового середовища є люди, зокрема й історики, чие писане й мовлене слово відіграє важливу роль у мотивації громадян до захисту країни та боротьби з ворогом

2. Українські історики академічних й освітніх установ нині присутні в усіх сферах інформаційного простору, в *цифровому сегменті ЗМІ, на платформах соціальних мереж*. Вони вже нагромадили цінний досвід адекватного й оперативного реагування на інформаційну війну з боку ворога, оприлюднили низку праць, які розвінчують фальсифікації української історії в російських наративах, викривають злочинну сутність і геноцидно-загарбницькі наміри кремля, амбітність неофашистської ідеології «русского міра» й кривавої практики рашизму.

3. Збагатилася методологія комунікації українських істориків із суспільством на засадах історизму, науковості, україноцентризму, об'єктивності, всебічності, правдивості, доступності, зв'язку з сучасністю, з нинішньою війною й вірою в Перемогу. Значну увагу їхньої *традиційної та онлайн-наукової, освітньої, публічної та медійної діяльності* зосереджено на спростуванні маніпулятивних спроб путін-

ської пропаганди використати «історичні аргументи» для легітимації й цинічного виправдання збройного вторгнення в Україну, «законності» анексії Криму й окупації інших українських територій. Насамкінець видається доречним висловити декілька міркувань і **пропозицій** щодо продовження досліджень означеної проблеми та підвищення особистої ролі істориків у донесенні суспільству й світу правдивої історії України, забезпечення актуальності комунікацій та підвищення її мобілізаційної дієвості. Необхідно самокритично проаналізувати не лише надбання, але й недоліки та прорахунки; визнати, що впродовж тривалого часу чимало істориків недооцінювали публічну діяльність, недостатньо комунікували з суспільством, а деякі демонстрували малоросійство й надмірну лояльність та вірнопідданство «старшому брату»; популяризували так звану «велику» російську історію й культуру, вчасно не розгледівши її антигуманістичну й українофобську спрямованість. Визнає подібні власні прорахунки й автор статті.

На нашу думку, незважаючи на війну, необхідно не відкладати на майбутнє остаточне подолання залишків метастаз постколоніальності, совковості, меншовартості, неповноцінності та безпринципності, які створюють сприятливу атмосферу для зрадництва й колабораціонізму, завершити процес декомунізації та дерусифікації національного історико-культурного та інформаційного простору, активніше стимулювати розвиток національної свідомості й патріотизму, прищеплювати почуття гордості й любові до України, готовності боронити її. Дуже важливо для кожного історика й українця загалом «вичавити з себе» вірус малороса, перебороти стереотип про «хороших руских». І останнє, керівники академічних та освітніх установ покликані заохочувати й підтримувати участь істориків в інформаційній діяльності, стимулювати їхню публічність та мобільність, сприяти подальшому опануванню ними сучасної методології комунікації. Доцільно також внести зміни в Освітні програми спеціальності «Історія та археологія», передбачивши розширення компетентностей здобувачів освіти з воєнної історії та інформаційних комунікацій.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Бебик, В. М. (2005). *Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейнз* [Монографія]. Міжрегіональна Академія управління персоналом.
- Бондар, Ю. В. (2007). *Національний інформаційний простір новітньої України: становлення та функціонування у процесі політичної трансформації суспільства*. Міжрегіональна Академія управління персоналом.
- Боряк, Г., Ясь, О., & Блашук, С. (Упоряд.). (2023). *Перелом: війна Росії проти України у часових пластах і просторах минушини: діалоги з істориками* (В. Смолій, ред.; Кн. 3). Інститут історії України НАН України. <http://surl.li/oluxg>

- Верховна Рада України. (2017, 5 жовтня). *Про основні засади забезпечення кібербезпеки України* (Закон № 2163–VIII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2163-19>
- Верховна Рада України. (2023, 27 липня). *Про затвердження Указу Президента України «Про продовження строку дії воєнного стану в Україні»* (Закон № 3275–IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text>
- Власюк, О., & Кононенко, С. (2017). *Кремлівська агресія проти України: роздуми в контексті війни* [Монографія]. Національний інститут стратегічних досліджень.
- Гай-Нижник, П. П. (2017). *Росія проти України (1990–2016 рр.): від політики шантажу і примусу до війни на поглинання та спроби знищення*. Леся.
- Горбулін, В. (2014). «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу. *Стратегічні пріоритети*, 4(33), 5–12.
- Горова, С. В. (2017). *Особа в інформаційному суспільстві: виклики сьогодення* [Монографія] (О. С. Онищенко, ред.). Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського.
- Гребньов, Г. (2023). Інформаційний аспект гібридної війни Росії проти України. *Український інформаційний простір*, 1(11), 107–118. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279598](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279598)
- Гудименко, Ю. (2023). *Історії та війни*. Фоліо.
- Дзюба, Т. М. (2021). Обґрунтування концептуальних положень інформаційної безпеки України. *Наука і оборона*, 3, 41–46. <https://doi.org/10.33099/2618-1614-2021-16-3-41-46>
- Дорошко, М. (2018). *Неоголошені війни Росії проти України у ХХ — на початку ХХІ ст.: причини і наслідки*. Ніка-Центр.
- Дятлов, В. О. (2016). *Історична комунікологія та культура комунікації доби Середньовіччя і ранньомодерного часу* (О. Б. Коваленко, ред.). Чернігівський національний педагогічний університет імені Т. Г. Шевченка.
- Жацько, В. (2018). Інформаційні війни в історії та сучасності: характерні ознаки новітніх протистоянь. В В. О. Жацько (Ред.), *Гібридна війна і журналістика: проблеми інформаційної безпеки* (с. 64–95). Видавництво Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.
- Залевська, І. І., & Удренас, Г. І. (2022). Інформаційна безпека в умовах російської військової агресії. *Південноукраїнський правничий часопис*, 1–2, 20–26.
- Золотар, О. О. (2017). Особливості інформаційної безпеки людини в умовах гібридної війни. *Інформація і право*, 3(22), 124–131. [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2017.3\(22\).273063](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2017.3(22).273063)
- Калакура, Я. (2021). Методологічні засади інформаційного менеджменту в умовах окупаційно-гібридної війни Росії проти України. *Український інформаційний простір*, 1(7), 69–84. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.233878](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.233878)
- Калакура, Я. (2022). Українська історіографія на шляху диджиталізації. *Часопис української історії*, 46, 52–58.
- Лизанчук, В. (2017). *Інформаційна безпека України: теорія і практика*. Видавництво Львівського національного університету імені Івана Франка.
- Магда, Є. В. (2015). *Гібридна війна: вижити і перемогти*. Віват.
- Марунченко, О. П. (2011). Поняття «інформаційна війна» як відображення сучасних комунікаційних процесів. *Політологічний вісник*, 55, 302–309.
- Матвієнко, О. В. (2004). *Основи інформаційного менеджменту*. Центр навчальної літератури.
- Палеха, Ю. І., Палеха, О. Ю., & Комісаренко, О. С. (2019). *Інформаційна культура* (Ю. І. Палеха, ред.). Ліра-К.
- Поплавський, М. (2020). Соціальні мережі як культурно-просвітницький ресурс. *Український інформаційний простір*, 1(5), 12–27. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(5\).2020.206043](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(5).2020.206043)

- Пшемицька, Є. О. (2022). Соціальні мережі як інструменти вивчення історії у ВНЗ України: на прикладі проекту Eva.stories. *Молодий вчений*, 12(112), 41–45. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-12-112-7>
- Смолій, В. (2022, 25 березня). *Історик і війна*. Інститут історії України НАН України. <http://resource.history.org.ua/item/0016388>
- Тарасюк, В. М. (2018). Інформаційний простір в Україні: виклики та загрози. *Правова держава*, 29, 375–381.
- Тимошик, М. (2018, 18–24 січня). Українська книжка як виклик Москві, або Історія про те, як імперська влада через заборону книг знесилювала дух російських українців. *Слово Просвіти*, 2–3.
- Томсон, Є. М. (2006). *Трубадури імперії: російська література і колоніалізм* (М. Корчинська, пер.). Основи.
- Троян, С., & Киридон, А. (2016). «Війни пам'ятей» у вимірі інформаційного протистояння. *Україна–Європа–Світ*, 18, 40–45.
- Удод, О. (2016). Історія та історики у сучасному медійному просторі України. В В. Смолій (Ред.), *Історик і Влада* (с. 193–204). Інститут історії України НАН України.
- Удод, О. (2020). Медійна історія та професійна репутація історика. *Історіографічні дослідження в Україні*, 31, 136–147.
- Холод, О. (2014). *Методологія досліджень соціальних комунікацій*. ПАІС.
- Чекаленко, Л. (2021). *Публічна історія: виклики XXI століття* [Монографія]. АртЕк.
- Wiśnicki, J. (2023, 14 липня). *Історія як інформаційна зброя в повномасштабній війні Росії в Україні*. EUvsDisinfo. <http://surl.li/ormj>

REFERENCES

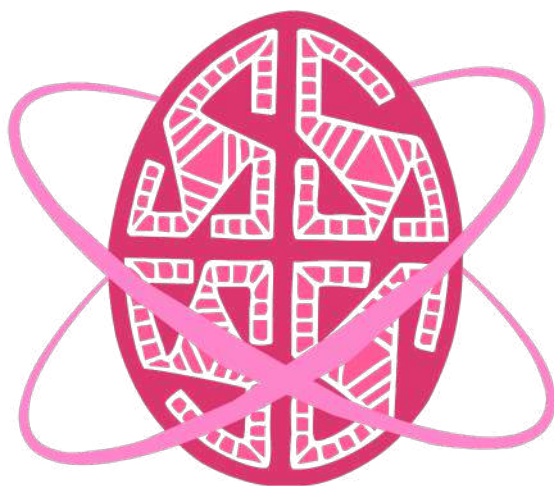
- Bebyk, V. M. (2005). *Informatsiino-komunikatsiyni menedzhment u hlobalnomu suspilstvi: Psykholohiia, tekhnologii, tekhnika pablik ryleishnz* [Information and communication management in global society: Psychology, technology, public relations technique] [Monograph]. Interregional Academy of Personnel Management [in Ukrainian].
- Bondar, Yu. V. (2007). *Natsionalnyi informatsiyni prostir novitnoi Ukrainy: Stanovlennia ta funktsionuvannia u protsesi politychnoi transformatsii suspilstva* [National information space of modern Ukraine: Formation and functioning in the process of political transformation of society]. Interregional Academy of Personnel Management [in Ukrainian].
- Boriak, H., Yas, O., & Blashchuk, S. (Comps.). (2023). *Perelom: Viina Rosii proty Ukrainy u chasovykh plastakh i prostorakh mynuvshyny: Dialohy z istorykamy* [The turning point: Russia's war against Ukraine in the time layers and spaces of the past: Dialogues with historians] (V. Smolii, Ed.; Book 3). Institute of History of Ukraine NASU. <http://surl.li/oluxg> [in Ukrainian].
- Chekalenko, L. (2021). *Publichna istoriia: Vyklyky XXI stolittia* [Public history: Challenges of the 21st century] [Monograph]. АртЕк [in Ukrainian].
- Diatlov, V. O. (2016). *Istorychna komunikolohiia i kulturakomunikatsiidoby Serednovichchia i rannomodernoho chasu* [Historical communicology and communication culture of the Middle Ages and early modern times] (O. B. Kovalenko, Ed.). Chernihivskyi natsionalnyi pedahohichnyi universytet imeni T. H. Shevchenka [in Ukrainian].
- Doroshko, M. (2018). *Neoholosheni viiny Rosii proty Ukrainy u XX — na pochatku XXI st.: Prychyny i naslidky* [Russia's undeclared wars against Ukraine in the 20th and early 21st centuries: Causes and consequences]. Nika-Tsentr [in Ukrainian].
- Dziuba, T. M. (2021). *Obgruntuvannia kontseptualnykh polozhen informatsiinoi bezpeky Ukrainy* [Rationale for information security concept of Ukraine]. *Science and Defence*, 3, 41–46. <https://doi.org/10.33099/2618-1614-2021-16-3-41-46> [in Ukrainian].

- Hai-Nyzhnyk, P. P. (2017). *Rosiia proty Ukrainy (1990–2016 rr.): Vid polityky shantazhu i pryusnu do viiny na pohlynannia ta sproby znyshchennia* [Russia vs. Ukraine (1990–2016): From a policy of blackmail and coercion to a war of absorption and attempted annihilation]. *Lesia* [in Ukrainian].
- Horbulin, V. (2014). "Hibrydna viina" yak kliuchovyi instrument rosiiskoi heostrategii revanshu ["Hybrid war" as a key tool of the Russian geostrategy of revenge]. *Strategic Priorities*, 4(33), 5–12 [in Ukrainian].
- Horova, S. V. (2017). *Osoba v informatsiinomu suspilstvi: Vykyky sohodennia* [The person in the information society: Challenges of today] [Monograph] (O. S. Onyshchenko, Ed.). Vernadsky National Library of Ukraine [in Ukrainian].
- Hrebnoy, H. (2023). Informatsiinyi aspekt hibrydnoi viiny Rosii proty Ukrainy [Information Aspect of Russia's Hybrid War Against Ukraine]. *Ukrainian Information Space*, 1(11), 107–118. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279598](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279598) [in Ukrainian].
- Hudymenko, Yu. (2023). *Istoriia ta viiny* [Stories and wars]. *Folio* [in Ukrainian].
- Kalakura, Ya. (2021). Metodolohichni zasady informatsiinoho menezhmentu v umovakh okupatsino-hibrydnoi viiny Rosii proty Ukrainy [Methodological principles of information management in the conditions of the occupation-hybrid war of Russia against Ukraine]. *Ukrainian Information Space*, 1(7), 69–84. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.233878](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.233878) [in Ukrainian].
- Kalakura, Ya. (2022). Ukrainiska istoriohrafiiia na shliakhu dydzhytalizatsii [Ukrainian historiography on the way of digitalization]. *Journal of Ukrainian History*, 46, 52–58 [in Ukrainian].
- Kholod, O. (2014). *Metodolohiia doslidzhen sotsialnykh komunikatsii* [Methodology of social communications research]. PAIS [in Ukrainian].
- Lyzanchuk, V. (2017). *Informatsiina bezpeka Ukrainy: Teoriia i praktyka* [Information security of Ukraine: Theory and practice]. Publishing House of Ivan Franko National University of Lviv [in Ukrainian].
- Mahda, Ye. V. (2015). *Hibrydna viina: Vyzhyty i peremohty* [Hybrid warfare: Survive and win]. Vivat [in Ukrainian].
- Marunchenko, O. P. (2011). Poniattia "informatsiina viina" yak vidobrazhennia suchasnykh komunikatsiinykh protsesiv [The concept of "information war" as a reflection of modern communication processes]. *Politology Bulletin*, 55, 302–309 [in Ukrainian].
- Matviienko, O. V. (2004). *Osnovy informatsiinoho menezhmentu* [Basics of information management]. Tsentri navchalnoi literatury [in Ukrainian].
- Palekha, Yu. I., Palekha, O. Yu., & Komisarenko, O. S. (2019). *Informatsiina kultura* [Information culture] (Yu. I. Palekha, Ed.). Lira-K [in Ukrainian].
- Poplavskyy, M. (2020). Sotsialni merezhi yak kulturno-prosvitnytskyi resurs [Social Networks as a Cultural and Educational Resource]. *Ukrainian Information Space*, 1(5), 12–27. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(5\).2020.206043](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(5).2020.206043) [in Ukrainian].
- Pshemytska, Ye. O. (2022). Sotsialni merezhi yak instrumenty vyvchennia istorii u VNZ Ukrainy: Na prykladi proiektu Eva.stories [Social networks as tools of study history in universities of Ukraine: On the example of the Eva.stories project]. *Young Scientist*, 12(112), 41–45. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-12-112-7> [in Ukrainian].
- Smolii, V. (2022, March 25). *Istoryk i viina* [Historian and war]. Institute of History of Ukraine NASU. <http://resource.history.org.ua/item/0016388> [in Ukrainian].
- Tarasiuk, V. M. (2018). Informatsiinyi prostir v Ukraini: Vykyky ta zahrozy [Information space in Ukraine: Challenges and threats]. *Pravova derzhava*, 29, 375–381 [in Ukrainian].
- Thompson, E. M. (2006). *Trubadury imperii: Rosiiska literatura i kolonializm* [Imperial knowledge: Russian Literature and Colonialism] (M. Korchynska, Trans.). *Osnovy* [in Ukrainian].

- Troian, S., & Kyrydon, A. (2016). "Viiny pamiatei" u vymiri informatsiinoho protystoiannia ["War memory" in the measurement of the information confrontation]. *Ukraine–Europe–World*, 18, 40–45 [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2018, January 18–24). Ukrainska knyzhka yak vyklyk Moskvi, abo Istoriia pro te, yak imperska vlada cherez zaboronu knih znesyliuvala dukh rosiiskykh ukraintsiv [The Ukrainian book as a challenge to Moscow, or The story of how the imperial power weakened the spirit of Russian Ukrainians by banning books]. *Slovo Prosvity*, 2–3 [in Ukrainian].
- Udod, O. (2016). Istoriia ta istoriky u suchasnomu mediinomu prostori Ukrainy [History and Historians in contemporary Media Space of the Ukraine]. In V. Smolii (Ed.), *Istoriya i Vlada* [Historian and Government] (pp. 193–204). Institute of History of Ukraine NASU [in Ukrainian].
- Udod, O. (2020). Mediina istoriia ta profesiina reputatsiia istoryka [Media history and professional reputation of historian]. *Istoriografichni doslidzhennia v Ukraini*, 31, 136–147 [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2017, October 5). *Pro osnovni zasady zabezpechennia kiberbezpeky Ukrainy* [On the Basic Principles of Cybersecurity in Ukraine] (Law No. 2163–VIII). [https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2163–19](https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2163-19) [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2023, July 27). *Pro zatverdzhennia Ukazu Prezydenta Ukrainy "Pro prodovzhennia stroku dii voiennoho stanu v Ukraini"* [On the approval of the Decree of the President of Ukraine "On the extension of martial law in Ukraine"] (Law No. 3275–IX). [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389–19#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text) [in Ukrainian].
- Vlasiuk, O., & Kononenko, S. (2017). *Kremlivska ahresiiia proty Ukrainy: Rozdumy v konteksti viiny* [Kremlin aggression against Ukraine: Reflections in the context of the war] [Monograph]. National Institute for Strategic Studies [in Ukrainian].
- Wiśnicki, J. (2023, July 14). *Istoriia yak informatsiina zbroia v povnomasshtabnii viini Rosii v Ukraini* [History as an informational weapon in Russia's full-scale war in Ukraine]. EUvsDisinfo. <http://surl.li/ormjs> [in Ukrainian].
- Zalievskaya, I. I., & Udrenas, H. I. (2022). Informatsiina bezpeka v umovakh rosiiskoi viiskovoi ahresii [Information security of Ukraine in the conditions of the Russian military aggression]. *South Ukrainian Law Journal*, 1–2, 20–26 [in Ukrainian].
- Zhadko, V. (2018). Informatsiini viiny v istorii ta suchasnosti: Kharakterni oznaky novitnikh protystoiannia [Information wars in history and modernity: Characteristic features of the latest confrontations]. In V. O. Zhadko (Ed.), *Hibrydna viina i zhurnalistyka: Problemy informatsiinoi bezpeky* [Hybrid war and journalism: Problems of information security] (pp. 64–95). Publishing House of National Pedagogical Dragomanov University [in Ukrainian].
- Zolotar, O. O. (2017). Osoblyvosti informatsiinoi bezpeky liudyny v umovakh hibrydnoi viiny [Peculiarities of human information security in conditions of hybrid warfare]. *Informatsiia i pravo*, 3(22), 124–131. [https://doi.org/10.37750/2616–6798.2017.3\(22\).273063](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2017.3(22).273063) [in Ukrainian].

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

THEORY AND PRACTICE
OF JOURNALISM



УДК 070.4:17.022.1]:355.522(477)"364"

Порушення стандартів і маніпуляції в заголовках у матеріалах українських медіа про мобілізацію

Ірина КОПИСТИНСЬКА
канд. філол. н., доц.

Прикарпатський
національний університет
імені В. Стефаника

вул. Шевченка, 57, 76018,
Івано-Франківськ, Україна

iryna.kopystunska@pnu.edu.ua

ORCID 0000-0002-1648-4025

© Копистинська І., 2024

У статті досліджено проблему порушення стандартів у заголовках публікацій українських медіа на тему мобілізації. Проаналізовано новини всеукраїнських та прикарпатських видань про одну й ту саму подію. Йдеться про новину від 20 червня 2023 року, в якій з порушеннями стандартів точності, достовірності та повноти медіа подали неправдиву інформацію про те, що прикарпатським чоловікам будуть відмовляти в госпіталізації.

Авторка проаналізувала 17 таких публікацій. У результаті виокремила порушення стандартів точності, достовірності та повноти інформації в заголовках. Лише три з аналізованих публікацій виявилися фактологічними.

Питання дотримання стандартів у журналістських матеріалах завжди було й буде актуальним. Надто в часи повномасштабного вторгнення росії до України, яке супроводжується загостренням інформаційної війни та активізацією ворожих інформаційно-психологічних спецоперацій. Від того, наскільки об'єктивно й з дотриманням всіх стандартів будуть подаватися новини, залежить насамперед довіра до українських медіа. Це, відповідно, допомагає формувати стійкість суспільства до ворожої пропаганди. І навпаки, нехтування стандартами в новинах призводить до розхитування суспільної думки й стає доброю поживою для створення ворожих інформаційних атак.

У статті акцентовано увагу на тому, що від 60 до 80 відсотків людей читають лише заголовки й роблять висновки про події тільки за ними. Тож, коли ми говоримо про таку серйозну тему, як мобілізація, заголовки до публікацій повинні бути якомога точнішими, аби не викликати зайвого збурення суспільства.

Нехтуючи перевіркою інформації та пошуком першоджерел, повнотою та достовірністю інформації, в гонитві за клікбейтом українські медіа можуть несвідомо підігравати ворогу, підживлюючи його пропагандистські наративи та інформаційно-психологічні спецоперації. Надто небезпечним таке ставлення до професійних обов'язків стає тоді, коли йдеться про проблему мобілізації, яка й без того дуже гостро обговорюється в суспільстві.

Ключові слова: медіа, мобілізація, порушення стандартів, заголовки.

VIOLATION OF STANDARDS AND MANIPULATION IN HEADLINES OF UKRAINIAN MEDIA MATERIALS ABOUT MOBILISATION

Iryna KOPYSTYNSKA

PhD in Philology; Associate Professor

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, 57, Shevchenko St.,

76018, Ivano-Frankivsk, Ukraine

iryna.kopystunska@pnu.edu.ua

ORCID 0000-0002-1648-4025

The article examines the problem of standards violation in the headlines of Ukrainian media publications on the topic of mobilisation. The article analyses the news of all-Ukrainian and Precarpathian publications about the same event. This refers to the news of 20 June 2023, in which the media presented false information with the standards violation of accuracy, reliability and completeness that the men from the Precarpathian region would be denied hospitalisation.

The author analysed 17 such publications. As a result, she identified violations of the accuracy standards, reliability and completeness of information in the headlines. Only three of the analysed publications turned out to be factual.

The issue of adherence to standards in journalistic materials has always been and will always be relevant. Especially at a time of Russia's full-scale invasion of Ukraine, which is accompanied by an escalation of information warfare and intensification of hostile information and psychological special operations. The credibility of the Ukrainian media depends primarily on how objectively and in compliance with all standards the news will be presented. This, in turn, helps to build society's resistance to hostile propaganda. Conversely, disregard for standards in the news leads to public opinion shifting and becomes good fodder for the hostile information attacks creation.

The article focuses on the fact that 60 to 80 percent of people read only headlines and draw conclusions about events based on them. Therefore, when we talk about such a serious topic as mobilisation, the headlines of publications should be as accurate as possible so as not to cause unnecessary disturbance to society.

Neglecting the verification of information and the search for primary sources, completeness and reliability of information, in the pursuit of clickbait, the Ukrainian media may unconsciously play along with the enemy, feeding its propaganda narratives and information and psychological special operations. Such an attitude to professional duties becomes especially dangerous when it comes to the issue of mobilisation, which is already being heavily debated in society.

Keywords: media, mobilisation, standards violation, headlines.

Актуальність теми

Сьогодні, в період повномасштабного вторгнення росії до України, медіа відіграють надзвичайно велику роль. Адже можуть не лише інформувати, а й формувати суспільну думку, гуртувати спільноту на шляху до Перемоги, здійснювати мобілізаційну функцію й спонукати ставати на захист держави. У гонитві за клікбейтом чи смаженими новинами українські медіа, навпаки, можуть неспівомовно підігравати ворогу, підживлюючи його пропагандистські наративи та інформаційно-психологічні спецоперації. До цього призводить насамперед нехтування стандартами, а також поверхове володіння темою й небажання журналістів вникати в проблему глибше. Надто небезпечним таке ставлення до професійних обов'язків стає тоді, коли йдеться про проблему мобілізації, яка і без того дуже гостро обговорюється в суспільстві. А ворожі медіа та різноманітні канали роблять усе, аби зірвати мобілізаційні процеси в нашій державі.

Аналіз вітчизняного медіапростору дає змогу стверджувати, що інколи наші медіа також спричиняються до розхитування ситуації з мобілізацією й формування негативного ставлення до неї через банальне нехтування стандартами. Хочеться вірити — неспівомовно. І водночас, забуваючи, що, як пише Григорій Маленко (2023) у «Детектор медіа», «... принцип “не нашкодзь” у часи війни стає важливішим, ніж яскраві заголовки чи коментарі й трансформується в “не дезінформуй”, “не розхитуй емоції”, “не спрощуй”».

Саме так трапилось з низкою всеукраїнських та крайових прикарпатських медіа 20 червня 2023 р. Того дня аналізовані онлайн-видання та сайти телеканалів, знехтувавши, як мінімум, стандартами точності та повноти інформації, поспішили в заголовках публікацій дезінформувати читачів, стверджуючи, що всім чоловікам Івано-Франківщини перестають надавати будь-яку медичну допомогу без дозволу місцевих територіальних центрів комплектування та соціальної підтримки (ТЦК та СП).

Це лише один приклад маніпуляцій на тему мобілізації. На сьогодні немає окремих досліджень, що стосуються порушень журналістських стандартів під час висвітлення цієї тематики. Тож актуальність дослідження є незаперечною.

Стан розробки проблеми

Серед останніх досліджень, присвячених проблемі порушення стандартів журналістики, варто виокремити кілька присутніх праць українських вчених. Серед них статті Миколи Тимошика (2022) «Стандарти журналістики: поняття, генеза, зміст, практика», Аліни Наливайко (2023) «Тенденції порушення професійних стандартів у сучасній українській журналістиці», Ярослава Сиваківського (2019)

«Журналістські стандарти в умовах війни: позиція громадянина чи об'єктивний професіоналізм».

Так, досліджуючи поняття стандартів та їхнього функціонування в українській журналістиці, професор Микола Тимошик (2022) доходить висновку, що «... моральні засади діяльності сучасної національної журналістики та її творців мають фокусуватися довкола таких засадничих концепцій: патріотизм, професіоналізм, толерація традицій національної журналістики; об'єктивність і правдивість; самокритичність; відкритість; аргументованість» (с. 53).

Ярослав Сиваківський (2019), аналізуючи праці С. А. Костя, Г. Г. Почепцова, М. О. Мацуки, О. В. Прудникової та інших авторів, зазначає, що «... у своїх дослідженнях науковці сходяться на думці, що при нападі агресора на країну журналіст перестає бути об'єктивним передавачем інформації та по суті стає бойовою одиницею інформаційного фронту, який є не менш важливий, аніж військовий» (с. 85). З цим можна погодитися, адже, якщо того вимагають інтереси та безпека держави, журналіст може, а часто й зобов'язаний, не надавати повну інформацію. Також не повинен надавати слово агресорові задля дотримання стандарту балансу думок. Тут доцільно апелювати й до думки професора Миколи Тимошика (2022):

Окрема тема для обговорення — один із толерованих у західній журналістиці принципів професійних стандартів журналістики — обов'язкове дотримання балансу в подачі інформації. Наскільки виправданим, доцільним і можливим є нині цей принцип у воюючій країні з одвічним ворогом, який упродовж століть свідомо нищив генетичний код нації? Відповідь на це актуальне запитання і для журналістської спільноти, і для споживачів медіапродукту, гадаю, цілком очевидна: ні. (с. 50–51)

Однак, якщо йдеться про спотворення інформації через недотримання стандартів, а відтак і про маніпуляцію суспільною думкою, то тут слід бути одноставними — стандарти журналістики повинні бути дотримані.

Аліна Наливайко (2023), досліджуючи порушення стандартів у сучасних мережевих виданнях, зазначає, що серед головних правил журналістики, як-от «... баланс думок, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота та оперативність (...) найчастіше в новинній журналістиці (...) порушуються перші три. В основі цієї проблеми лежить невміння журналіста правильно опрацьовувати та подавати інформацію, від чого страждає не тільки якість журналістського тексту, а й поступово знижується рівень журналістики» (с. 94). З цим важко не погодитися. Однак слід зазначити, що в медіа часто порушуються всі шість загальноприйнятих

стандартів — баланс думок, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота, оперативність. Суть цих стандартів деталізовано подає Інститут масової інформації (Захарченко, 2017) в публікації «Стандарти журналістики: основи професійності чи застарілі рамки?».

Важливими для нашого аналізу є Рекомендації, хоч і не наукового, а радше довідкового характеру, Комісії з журналістської етики (2023) про належне висвітлення теми мобілізації в Україні. Наведемо ці рекомендації:

У висвітленні питань мобілізації, так само як і будь-якої теми, журналістам варто дотримуватися професійних та етичних стандартів.

1. Порушуйте теми, які справді хвилюють українців у зв'язку з мобілізацією. Це не лише роз'яснення важливості мобілізації у воєнний час, а й дотримання закону, прав мобілізованих, справедливості рішень, взаємодія центрів комплектування із підрозділами Збройних сил України. Якщо ці теми не обговорюють українські медіа, аудиторія шукатиме інформацію в інших джерелах, зокрема й у тих, які контролюються країною-агресором.

2. Покажіть приклади успішного розв'язання проблем, які виникають під час мобілізації.

3. Уникайте узагальнень і «ярликів» («ухилянти»), якщо провина людей, про яких ви пишете, не доведена, — наприклад, якщо йдеться про вручення повісток в людних місцях.

4. Не порівнюйте вручення повісток із «полюванням» чи «відловом» чоловіків.

5. Перевіряйте й уточнюйте інформацію з офіційних джерел, ставте додаткові запитання для того, щоб бути максимально точними.

7. Ретельно перевіряйте інформацію, яка з'являється в соціальних мережах (...) Враховуйте, що автори дописів у соціальних мережах можуть бути упередженими й переслідувати власний інтерес.

8. Не підтримуйте інформаційно хибну практику вручення повісток за правопорушення. (Комісія з журналістської етики, 2023)

Загалом невивченим залишається питання дотримання стандартів журналістики та поданих вище рекомендацій КЖЕ українськими та крайовими медіа.

Завдання статті — проаналізувати проблему порушення стандартів журналістики в матеріалах на тему мобілізації на прикладі висвітлення різними медіа однієї події.

Виклад основного матеріалу

20 червня 2023 р. українське суспільство, а зокрема Івано-Франківську область, сколихнула інформація в медіа про те, що на При-

карпатті чоловікам відмовлятимуть у лікуванні без дозволу територіальних центрів комплектування та соціальної підтримки. Таку інформацію під різними заголовками подали більшість місцевих онлайн-видань, та всеукраїнські медіа. До прикладу: «В Івано-Франківській області заборонили госпіталізацію чоловіків без відома військкоматів» (Бойко, 2023), «На Прикарпатті чоловікам без дозволу від ТЦК відмовлятимуть у госпіталізації» (Братюк, 2023), «На Прикарпатті лікарні надаватимуть допомогу чоловікам лише з дозволу військкоматів» (Мигаль, 2023), «Тимчасово: На Прикарпатті ТЦК заборонив лікарням госпіталізовувати призовників без погодження» (*Тимчасово: на Прикарпатті*, 2023).

Це лише кілька заголовків, які засвідчують, що прикарпатські чоловіки залишаються без медичної допомоги, якщо не матимуть дозволу від ТЦК та СП. Що прочитується на перший погляд у такому заголовку? Що всі чоловіки з Івано-Франківської області будуть позбавлені будь-якої медичної допомоги без дозволу ТЦК та СП.

Загалом авторка статті проаналізувала 17 публікацій на цю тему.

Інформаційним приводом для публікацій у медіа став допис у мережі «Фейсбук» керівника Коломийської районної військової адміністрації Любомира Глушкова, де він із посиланням на рішення Ради оборони Івано-Франківської області від 13.06. 2023, № 228 повідомив про припинення планових госпіталізацій для військовозобов'язаних чоловіків без погодження з ТЦК та СП. На підтвердження подамо цитату з публікації на сайті ТСН: «Враховуючи ситуацію правового режиму воєнного стану, невідкладно підготувати й донести до закладів охорони здоров'я Івано-Франківської області своє рішення щодо тимчасового припинення планових госпіталізацій військовозобов'язаних пацієнтів без погодження з ТЦК» (Бойко, 2023).

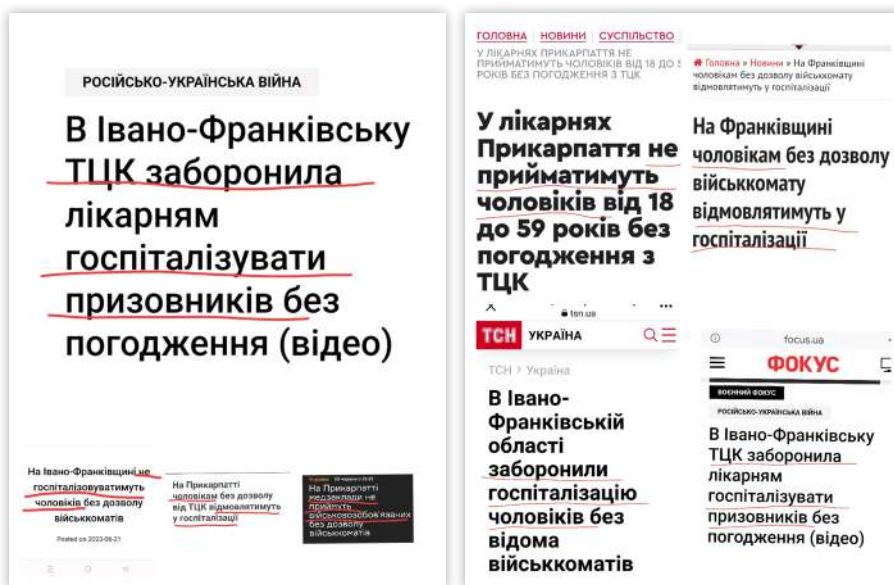
Наразі профіль Глушкова в цій соціальній мережі закритий. Однак важливо зазначити, що згадане рішення Ради оборони області не було розміщене на офіційних ресурсах Івано-Франківської обласної державної адміністрації, обласної військової адміністрації, а тому не може вважатися першоджерелом.

Що ж відбулося насправді? 13 червня на Раді оборони Івано-Франківської області розглядалося питання шпиталізації військовозобов'язаних чоловіків і проблема уникнення мобілізації через звернення до медзакладів. Однак у рішенні Ради оборони не йшлося про пряму заборону госпіталізації. Ось цитата з фотоскріну витягу із Рішення Ради оборони області, затвердженого розпорядженням Івано-Франківської обласної військової адміністрації від 13.06.2023 р. № 228 й розміщеного й дописі видання Вокс Україна про спростування фейку: «Департаменту охорони здоров'я (...) невідкладно підготувати й довести до закладів охорони здоров'я Івано-Франківської

області своє рішення щодо тимчасового припинення планових госпіталізацій пацієнтів-військовозобов'язаних без погодження з ТЦК та СП» (*Неправда: 13 червня, 2023*). При вдумливому прочитанні розуміємо, що йдеться лише про рекомендацію департаменту підготувати своє рішення. Яким воно мало б бути, з цього документа ми дізнатися не можемо.

Про те, що конкретне рішення про заборону планових госпіталізацій не ухвалювалося, а було лише рекомендацією для розгляду й ухвалення власного рішення Департаментом охорони здоров'я, на брифінгу для місцевих медіа 22 червня заявив і заступник голови Івано-Франківської ОВА Віталій Ільчишин (Івано-Франківська обласна державна адміністрація, 2023).

Отож, перше порушення, на яке звертаємо увагу, — це нехтування пошуком першоджерела інформації. Жодне з аналізованих медіа не надало посилання на офіційний документ — рішення Ради оборони області — як першоджерело, а лише послалися на публікацію керівника районної військової адміністрації Любомира Глушкова. У цьому разі слова посадовця не можуть бути першоджерелом, оскільки він апелює до рішення Ради оборони області. Що мали б зробити за таких умов журналісти? Пошукати вказане рішення на офіційних сторінках обласної адміністрації, а потім подати запит на такий документ, оскільки він не був опублікований на офіційних ресурсах ОДА і ОВА. Або взяти коментар в уповноважених представників адміністрації щодо такого рішення. Однак у гонитві за сенсаціями цього не



сталося. Вже пізніше, увечері 21 червня, фотокопія витягу з указанного рішення якимось чином з'явилася в блогерів, зокрема, у скандально-го Остапа Стахіва, відомого своїми антимобілізаційними поглядами. А 22 червня, після брифінгу заступника голови Івано-Франківської ОВА Віталія Ільчишина, окремі видання додали до публікації за його результатами й фото цього витягу.

Отож одне із основних правил журналістики, яке проголошує: «подавай лише ту інформацію, в достовірності якої переконався сам», медіа, які надрукували таку новину, порушили на догоду так званим «смаженим» фактам.

Однак не менше занепокоєння викликають в аналізованих медіа й заголовки до публікацій на вказану тему. Зокрема, аналізуючи їх, можемо дійти висновку, що в більшості з них порушено баланс точності, достовірності та повноти. Розглянемо ці порушення детальніше.

Посилаючись на слова Любомира Глушкова, журналісти мали б писати саме про тимчасову планову шпиталізацію й лише військово-зобов'язаних чоловіків. Натомість маємо заголовки, які спотворюють інформацію й, відповідно, стають маніпулятивними.

Розберемо схему подачі новини на прикладі видання *Zaxid.net*:

Заголовок: «На Прикарпатті чоловікам без дозволу від ТЦК відмовлятимуть у госпіталізації» (Братюк, 2023)

Лід: «Планові госпіталізації військовозобов'язаних більше не проводимуть без дозволу військкоматів» (Братюк, 2023)

Перший абзац: «В Івано-Франківській області планову госпіталізацію чоловіків віком від 18 до 59 років більше не проводимуть без дозволу військкоматів. Про це у понеділок, 20 червня, повідомив голова Коломийської РВА Любомир Глушков» (Братюк, 2023).

На уточнений факт натрапляємо аж у третьому абзаці тексту: «Департаменту охорони здоров'я Івано-Франківської ОДА доручили підготувати та повідомити медустанови регіону про рішення щодо тимчасового припинення планових госпіталізацій військовозобов'язаних пацієнтів без погодження з територіальним центром комплектації» (Братюк, 2023).

У цій публікації бачимо маніпуляцію фактами вже в заголовку. Тут присутнє порушення стандарту точності — відсутність вказівки про військовозобов'язаних чоловіків. Також інформація в заголовку є неповною без слова «планові» госпіталізації, що спотворює інформацію й дає хибне уявлення, що чоловікам будуть відмовляти у будь-якій медичній допомозі.

З авторкою цього дослідження можна не погодитися, апелюючи до того, що інформація надалі поступово доповнюється. У ліді вже присутні слова «планові» та «військовозобов'язані». У першому абзаці маємо уточнення щодо віку. У третьому абзаці вказується, що є відпо-

відне рішення. Здавалося б, все гаразд із цією публікацією. Але є одна суттєва засторога. Ні для кого вже давно не секрет, що читачі, особливо ті, які переглядають стрічку новин у соціальних мережах, обмежуються лише прочитанням заголовка й далі в текст не вникають. Про це наголошує й відома журналістка та медіадослідниця Діана Дуцик: «За різними дослідженнями — від 60 до 80 % людей читають лише заголовки та не дочитують новину до кінця» (Єрмолаєва, 2022).

Розглянемо приклади порушення стандарту точності в заголовках інших медіа. У цьому контексті це відсутність слова «військовозобов'язані»:

– Главком: «На Прикарпатті лікарні надаватимуть допомогу чоловікам лише з дозволу військкоматів» (Мигаль, 2023)

– Галицький кореспондент: «На Франківщині чоловікам без дозволу військкомату відмовлятимуть у госпіталізації» (Мостова, 2023)

– Сайт Здоров'я 24: «На Івано-Франківщині чоловіків не госпіталізуватимуть до лікарень без дозволу військкоматів» (Кушпін, 2023)

– ТСН: «В Івано-Франківській області заборонили госпіталізацію чоловіків без відома військкоматів» (Бойко, 2023).

Щодо публікації на сайті ТСН, варто зауважити, що того ж дня журналісти видання продовжили висвітлення цієї теми публікацією під назвою «Адвокат прокоментував заборону госпіталізації чоловіків без відома військкоматів в Івано-Франківській області» (Абрамова, 2023). У цій публікації, окрім маніпуляцією заголовком, бачимо порушення стандарту балансу думок. Адже маємо коментар адвоката Ростислава Кравця, який називає «... те, що відбувається в Івано-Франківську, експериментом із геноциду та повним нехтуванням правами людини» (Абрамова, 2023) й не бачимо жодного коментаря від ТЦК чи Ради оборони Івано-Франківської області.

У процитованих вище та в інших медіа в заголовках можна простежити також і порушення стандарту повноти інформації. Мається на увазі відсутність слова «планові» госпіталізації, що робить інформацію неповною, а відтак маніпулятивною. Розглянемо ще кілька прикладів з таким порушенням:

– Бліц-Інфо: «Військовозобов'язані прикарпатці не зможуть лягти до лікарні без погодження з ТЦК — рада оборони» (*Військовозобов'язані прикарпатці*, 2023)

– УНІАН: «На Івано-Франківщині військовозобов'язаних не госпіталізуватимуть без дозволу військкомату» (Черновол, 2023).

Проаналізовані заголовки дають хибне уявлення про те, що чоловікам будуть відмовляти у будь-якій медичній допомозі.

Про свідому маніпуляцію медіа резонансною для суспільства темою може свідчити й той факт, що планові госпіталізації в Україні призупинялися під час дії карантинних обмежень, пов'язаних із

Covid-19. Однак тоді медіа не забували в заголовку писати слово «планові» й не вводили в оману читачів, як це відбулося у поданих вище прикладах. Порівняймо:

– Суспільне. Новини: «В Україні заборонили всі планові операції та госпіталізації» (Яцкевич, 2020)

– Рівне Вечірнє: «В Україні заборонили всі планові операції» (*В Україні заборонили*, 2020)

Або під час блекауту:

– Українська правда: «МОЗ рекомендує призупинити планові операції через ймовірність блекауту» (Андрєєва, 2022)

Також в публікаціях окремих медіа можна знайти порушення достовірності. Це відбувається тоді, коли замість військовозобов'язаних вживається термін призовники. До прикладу:

Фокус: «В Івано-Франківську ТЦК заборонила лікарням госпіталізувати призовників без погодження» (*В Івано-Франківську ТЦК*, 2023)

Фіртка: «Тимчасово: на Прикарпатті ТЦК заборонив лікарням госпіталізувати призовників без погодження (ВІДЕО)» (*Тимчасово: на Прикарпатті*, 2023).

У таких прикладах вже йдеться про фаховість журналіста, який, пишучи на теми мобілізації, як мінімум, мав би розібратися у різниці між призовником та військовозобов'язаним.

Окрім того, в останніх двох прикладах маємо ще один недостовірний факт, нібито саме ТЦК та СП заборонили госпіталізацію. Адже територіальний центр комплектування та соціальної підтримки — це не той орган, який може видавати схожі заборони.

Ще одне порушення достовірності — вживання фрази «заборонили госпіталізацію». Адже її не заборонили, а рекомендували розглянути можливість планових госпіталізацій без дозволу ТЦК. Погодьмося, що різниця в прочитаннях суттєва.

Про шкідливість та маніпулятивність таких недобросовісних заголовків можемо переконатися бодай з коментарів тільки до однієї з публікації місцевого видання Kurs на їхній facebook-сторінці. Публікація в цій соцмережі вийшла під оманливим заголовком «У лікарнях Прикарпаття не прийматимуть чоловіків від 18 до 59 років без погодження з ТЦК» (Курс, 2023). Подивімося на кілька коментарів до посту:

«ТЦК є незаконне формування!» (Курс, 2023)

«Дурдом якийсь, а не країна» (Курс, 2023)

«Мені цікаво, як людину в комі мають доправили до воєнкомату, з гострим апендицитом, чи з серцевим нападом, або навіть з алергією» (Курс, 2023)

«А закони діють тільки на Прикарпатті? Вирішили всіх приборати, кого не вбили, ті хай дома домруть» (Курс, 2023)

«(...) якщо інфаркт чи інсульт, то людина має помирати, поки военкомат дасть добро, щоб лікували (...)» (Курс, 2023)

«У когось кукуха поїхала. В людини гострий апендицит, а він біжить у військкомат. Чинovníки, ви притомні???» (Курс, 2023)

«А якщо “гострий живіт” або “інфаркт міокарда”, то що зразу на цвинтар після ТЦК!!!» (Курс, 2023)

«То що швидка має вести хворого у военкомат за дозволом? Це вже капець, вмирайте чоловіки» (Курс, 2023)

Такі коментарі підтверджують тезу про те, що люди далі заголовків не читають і роблять висновки лише на їхній основі. А це, зрештою, призводить до маніпуляцій громадською думкою і в цьому разі грає на руку ворогові, сіючи негатив щодо ТЦК та СП і до мобілізації як такої.

Все ж заради справедливості варто зазначити, що після шквалу коментарів редакція Kurs змінила заголовок статті на самому сайті видання на більш точний: «У лікарнях Прикарпаття планові госпіталізації військовозобов'язаних проводитимуть за погодженням з ТЦК» (*У лікарнях Прикарпаття*, 2023).

У поданих вище коментарях до публікації бачимо психологічний вплив на читача й погоджуємося з думкою Олени Кузнецової та Тетяни Король (2020) що, «... сильним психологічним чинником в заголовку газети є функція шокування як звернення до страху людини в умовах граничних життєвих ситуацій, втручання у сферу її підсвідомості через штучне збудження емоцій, почуттів, зокрема, навіюванням (...). Функції бентеження виконують заголовки, що непокоять, хвилюють, експлуатуючи людський страх, комплекси, фобії, вік» (с. 57).

Отож, коли ми говоримо про таку серйозну тему, як мобілізація, заголовки до публікацій повинні бути якомога точнішими, аби не викликати зайвого розхитування суспільства. Як це сталося в аналізованому випадку.

У цьому дослідженні варто навести й приклади заголовків, які чітко та фактологічно подають основну інформацію. З усіх проаналізованих публікацій таких заголовків було аж три.

– Oboz.ua: «В Івано-Франківській області заборонили планово госпіталізувати військовозобов'язаних без дозволу військкомату» (Виноградова, 2023)

– Українські національні новин: «На Прикарпатті припиняють планові госпіталізації військовозобов'язаних без дозволу військкоматів» (*На Прикарпатті припиняють планові госпіталізації*, 2023)

– Інформатор. Коломия: «На Прикарпатті призупинять планову госпіталізацію військовозобов'язаних без згоди ТЦК: пояснення» (*На Прикарпатті призупинять планову госпіталізацію*, 2023)

Ще два місцеві видання змінили заголовки на фактологічні після негативних коментарів — це «Репортер» та згаданий вище «Kurs».

Висновки

Питання дотримання стандартів у журналістських матеріалах завжди було і буде актуальним. Надто у часи повномасштабного вторгнення росії до України, яке супроводжується загостренням інформаційної війни та активізацією ворожих інформаційно-психологічних спецоперацій. Від того, наскільки об'єктивно і з дотриманням усіх стандартів будуть подаватися новини, залежить насамперед довіра до українських медіа. Це, відповідно, може допомагати формувати стійкість суспільства до ворожих наративів та ІПСО. І навпаки, нехтування стандартами в новинах призводить до розхитування суспільної думки й стає доброю поживою для створення ворожих інформаційних атак.

У статті висвітлено лише один приклад порушення стандартів на тему мобілізації, що призводить до маніпулювання громадською думкою. Позаяк ця проблематика залишається невисвітленою, перспективним є подальший її аналіз у вітчизняних медіа. Якщо бодай побіжно глянути на зміст публікацій на тему мобілізації, то часто бачимо порушення стандартів. Як-от, «Вручення повістки на вулиці та примусове доставлення до ТЦК — адвокат пояснив, як діяти» (Денкович, 2023) (порушення балансу думок); «Адвокат розповів, до яких хитрощів вдаються працівники ТЦК під час вручення повістки» (Головчак, 2023) (оціночні судження, порушення балансу думок). Таких прикладів є багато. І часом саме публікації медіа (сподіваємося, не свідомо) спричиняються до підриву мобілізації. А отже, тема потребує подальшого глибокого аналізу та напрацювання посутніх рекомендацій для журналістів щодо того, як дотримуватися стандартів, висвітлюючи складну тему мобілізації.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Абрамова, Ю. (2023, 20 червня). *Адвокат прокоментував заборону госпіталізації чоловіків без відома військкоматів в Івано-Франківській області*. ТСН. <https://tsn.ua/ukrayina/advokat-prokomentuvav-zaboronu-gospitalizaciyi-cholovikiv-bez-vidoma-viyskkomativ-u-ivano-frankivskiy-oblasti-2354251.html>
- Андреева, В. (2022, 6 грудня). *МОЗ рекомендує призупинити планові операції через ймовірність блекауту*. Українська правда. <https://life.pravda.com.ua/health/2022/12/6/251700/>
- Бойко, М. (2023, 20 червня). *В Івано-Франківській області заборонили госпіталізацію чоловіків без відома військкоматів*. ТСН. <https://tsn.ua/ukrayina/v-ivano-frankivskiy-oblasti-zaboronili-gospitalizaciyu-cholovikiv-bez-vidoma-viyskkomativ-2354191.html>
- Братюк, Ю. (2023, 20 червня). *На Прикарпатті чоловікам без дозволу від ТЦК відмовлятимуть у госпіталізації*. Zaxid.net. https://zaxid.net/na_ivano_

- frankivshini_ne_gospitalizovuvatimut_cholovikiv_bez_dozvolu_viyskkomativ_n1565915
- В Івано-Франківську ТЦК заборонила лікарням госпіталізувати призovníків без погодження. (2023, 20 червня). Фокус. <https://focus.ua/uk/voennye-novosti/573871-v-ivano-frankivsku-likarnyam-zaboronili-gospitalizovati-prizovnikiv-video>
- В Україні заборонили всі планові операції. (2020, 9 листопада). Рівне Вечірне. https://rivnepost.rv.ua/news/v-ukraini-zaboronili-vsi-planovi-operatsii#google_vignette
- Виноградова, У. (2023, 20 червня). В Івано-Франківській області заборонили планово госпіталізувати військовозобов'язаних без дозволу військкомату. Oboz.ua. <https://news.obozrevatel.com/ukr/society/v-ivano-frankivskij-oblasti-zaboronili-planovo-gospitalizovati-vijskovozobovuzanih-bez-dozvolu-vijskkomatu.htm>
- Військовозобов'язані прикарпатці не зможуть лягти до лікарні без погодження з ТЦК — рада оборони. (2023, 20 червня). Бліц-Інфо. <https://www.blitz.if.ua/news/vijskovozobovuzani-prikarpattsi-ne-zmozhut-lyagti-do-likarni-bez-pogodzhennya-z-tck-rada-oboroni>
- Головчак, Х. (2023, 24 вересня). Адвокат розповів, до яких хитрощів вдаються працівники ТЦК під час вручення повістки. ТСН. <https://tsn.ua/ato/advokat-rozproviv-do-yakih-hitroschiv-vdayutsya-pracivniki-tck-pri-vruchenni-povistki-2415703.html>
- Денькович, Я. (2023, 23 липня). Вручення повістки на вулиці та примусове доставлення до ТЦК — адвокат пояснив, як діяти. ТСН. <https://tsn.ua/ato/vruchennya-povistki-na-vulici-ta-primusove-dostavlennya-do-tck-advokat-royasniv-yak-diyati-2358295.html>
- Єрмолаєва, В. (Ведуча). (2022, 17 лютого). Як правило, за сенсаційними заголовками немає новин — Діана Дуцик [Епізод аудіоподкасту]. В Детокс. Громадське радіо. <https://hromadske.radio/podcasts/detoks/yak-pravylo-za-sensatsiynymu-zaholovkamy-nemaie-novyn-diana-dutsyk>
- Захарченко, О. (2017, 7 квітня). Стандарти журналістики: основи професійності чи застарілі рамки? Інститут масової інформації. <https://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-osnovi-profesiynosti-chi-zastarili-ramki-i178>
- Івано-Франківська обласна державна адміністрація. (2023, 22 червня). Віталій Ільчишин: Підстав для припинення планових госпіталізацій військовозобов'язаних немає. <https://www.if.gov.ua/news/vitalii-ilchyshyn-pidstav-dlia-prupynennia-planovykh-hospitalizatsii-vijskovoboviazanykh-nemaie>
- Комісія з журналістської етики. (2023, 28 квітня). Рекомендації КЖЕ про належне висвітлення теми мобілізації в Україні. <https://is.gd/rB87zS>
- Кузнецова, О., & Король, Т. (2020). Чинники психологічного впливу заголовків львівських газет «Високий замок», «Експрес», «Ратуша». Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки, 4, 53–62. <https://doi.org/10.23939/sjs2020.01.053>
- Курс. (2023, 20 червня). За рішенням ради оборони області, військовозобов'язаних не будуть класти на планове лікування без погодження з військкоматами, а у випадку невідкладної [Допис]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/woZNhuae96cTt gKA/?mibextid=WC7FNe>
- Кушніт, А. (2023, 20 червня). На Івано-Франківщині чоловіків не госпіталізуватимуть до лікарень без дозволу військкоматів. 24 Канал. https://health.24tv.ua/gospitalizatsiya-cholovikiv-ivano-frankivsku-oblasti-shho-vidomo_n2338450
- Маленко, Г. (2023, 13 квітня). Медіа та війна: про відповідальність журналістів і спікерів за здоров'я суспільства. Детектор медіа. <https://detector.media/blogs/article/210073/2023-04-13-media-ta-viyna-pro-vidpovidalnist-zhurnalistiv-i-spikeriv-za-zdorovya-suspilstva/>
- Мигаль, М. (2023, 20 червня). На Прикарпатті лікарні надаватимуть допомогу чоловікам лише з дозволу військкоматів. Главком. <https://glavcom.ua/country/>

- incidents/na-ivano-frankivshchini-medichni-ustanovi-nadavatimut-dopomohu-cholovikam-z-dozvolu-viyskkomativ-935914.html
- Мостова, Н. (2023, 20 червня). *На Франківщині чоловікам без дозволу військомату відмовлятимуть у госпіталізації*. Галицький кореспондент. <https://gk-press.if.ua/na-frankivshhyni-cholovikam-bez-dozvolu-viyskkomatu-vidmovlyatyut-u-gospitalizatsiyi/>
- На Прикарпатті призупинять планування госпіталізацію військовозобов'язаних без згоди ТЦК: пояснення*. (2023, 19 червня). Інформатор. <https://if.informator.ua/2023/06/19/na-prykarpatti-pryzupnyat-planovu-gospitalizacziyu-viyskovozobovuzanyh-bez-zgody-tczk-poyasnennya/>
- На Прикарпатті припиняють планові госпіталізації військовозобов'язаних без дозволу військоматів*. (2023, 20 червня). Українські Національні Новини. <https://unn.ua/news/na-prikarpatti-pripinyayut-planovi-gospitalizatsiyi-viyskovozobovuzanykh-bez-dozvolu-viyskkomativ>
- Наливайко, А. (2023). Тенденції порушення професійних стандартів у сучасній українській журналістиці. *Український інформаційний простір*, 1(11), 90–106. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279587](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279587)
- Неправда: 13 червня в Івано-Франківській області заборонили шпиталізувати військовозобов'язаних без згоди ТЦК та СП*. (2023, 27 червня). Вокс Україна. <https://voxukraine.org/nepravda-13-chervnya-v-ivano-frankivskij-oblasti-zaboronyly-shpytalizuvaty-viyskovozobov-yazanyh-bez-zgody-ttsk-ta-sp>
- Сиваківський, Я. (2019). Журналістські стандарти в умовах війни: позиція громадянина чи об'єктивний професіоналізм. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 45, 84–89. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9988>
- Тимошик, М. (2022). Стандарти журналістики: поняття, генеза, зміст, практика. *Український інформаційний простір*, 1(9), 30–56. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(9\).2022.257058](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(9).2022.257058)
- Тимчасово: на Прикарпатті ТЦК заборонив лікарням госпіталізовувати призовників без погодження*. (2023, 21 червня). Фіртка. <https://firtka.if.ua/blog/view/timchasovo-na-prikarpatti-ttsk-zaboroniv-likarniam-gospitalizovuvati-prizovnikiv-bez-pogodzhenia-video>
- У лікарнях Прикарпаття планові госпіталізації військовозобов'язаних проводитимуть за погодженням з ТЦК*. (2023, 20 червня). Курс. <https://is.gd/Zp8EmD>
- Черновол, К. (2023, 20 червня). *На Івано-Франківщині військовозобов'язаних не госпіталізуватимуть без дозволу військомату*. УНІАН. [https://www.unian.ua/society/na-ivano-frankivshchini-viyskovozobov-yazanyh-ne-gospitalizovatimut-bez-dozvolu-viyskkomatu-12301062.html](https://www.unian.ua/society/na-ivano-frankivshchini-viyskovozobov-yazanyh-ne-gospitalizuvatimut-bez-dozvolu-viyskkomatu-12301062.html)
- Яцкевич, М. (2020, 9 листопада). *В Україні заборонили усі планові операції та госпіталізації*. Суспільне. <https://suspilne.media/78305-v-ukraini-zaboronili-usi-planovi-operacii-ta-gospitalizacii/>

REFERENCES

- Abramova, Yu. (2023, June 20). *Advokat prokomentuvav zaboronu hospitalizatsii cholovikiv bez vidoma viyskkomativ v Ivano-Frankivskii oblasti* [The lawyer commented on the prohibition of hospitalization of men without the knowledge of military commissars in the Ivano-Frankivsk region]. TSN. <https://tsn.ua/ukrayina/advokat-prokomentuvav-zaboronu-gospitalizaciyi-cholovikiv-bez-vidoma-viyskkomativ-u-ivano-frankivskiy-oblasti-2354251.html> [in Ukrainian].
- Andrieieva, V. (2022, December 6). *MOZ rekomenduie pryzupnyty planovi operatsii cherez ymovirnist blekautu* [The Ministry of Health recommends suspending scheduled operations due to the possibility of a blackout]. *Ukrainska pravda*. <https://life.ppravda.com.ua/health/2022/12/6/251700/> [in Ukrainian].

- Boiko, M. (2023, June 20). *V Ivano-Frankivskii oblasti zaboronyly hospitalizatsiiu cholovikiv bez vidoma viiskkomativ* [In the Ivano-Frankivsk region, hospitalization of men without the knowledge of military commissars was prohibited]. TSN. <https://tsn.ua/ukrayina/v-ivano-frankivskiy-oblasti-zaboronili-gospitalizaciyu-cholovikiv-bez-vidoma-viyskkomativ-2354191.html> [in Ukrainian].
- Bratiuk, Yu. (2023, June 20). *Na Prykarpatti cholovikam bez dozvolu vid TTsK vidmovliatymut u hospitalizatsii* [In Prykarpattia, men will be refused hospitalization without permission from the TCC]. Zaxid.net. https://zaxid.net/na_ivano-frankivshhini_ne_gospitalizovuvatimut_cholovikiv_bez_dozvolu_viyskkomativ_n1565915 [in Ukrainian].
- Chernovol, K. (2023, June 20). *Na Ivano-Frankivshchyni viiskovozoboviazanykh ne hospitalizuvatymut bez dozvolu viiskkomatu* [In Ivano-Frankivsk region, conscripts will not be hospitalized without the permission of the Military Commissariat]. UNIAN. [https://www.unian.ua/society/na-ivano-frankivshchini-viiskovozobov-yazanih-ne-gospitalizovatimut-bez-dozvolu-viyskkomatu-12301062.html](https://www.unian.ua/society/na-ivano-frankivshchini-viiskovozobov-yazanih-ne-gospitalizuvatimut-bez-dozvolu-viyskkomatu-12301062.html) [in Ukrainian].
- Commission on Journalism Ethics. (2023, April 28). *Rekomendatsii KZHe pro nalezhne vysvitlennia temy mobilizatsii v Ukraini* [Recommendations of the CJEU on proper coverage of the topic of mobilization in Ukraine.] <https://is.gd/rB87zS> [in Ukrainian].
- Denkovich, Ya. (2023, July 23). *Vruchennia povistky na vulytsi ta prymusove dostavlennia do TTsK — advokat poiasnyv, yak diiaty* [Delivery of a summons on the street and forced delivery to the TCC — the lawyer explained how to act]. TSN. <https://tsn.ua/ato/vruchennya-povistki-na-vulici-ta-primusove-dostavlennya-do-tck-advokat-poyasniv-yak-diyati-2358295.html> [in Ukrainian].
- Holovchak, Kh. (2023, September 24). *Advokat rozpoviv, do yakykh khytroshchiv vdaiutsia pratsivnyky TTsK pid chas vruchennia povistky* [The lawyer told what tricks TCC employees resort to when serving a summons]. TSN. <https://tsn.ua/ato/advokat-rozpoviv-do-yakih-hitroschiv-vdayutsya-pracivniki-tck-pri-vruchenni-povistki-2415703.html> [in Ukrainian].
- Ivano-Frankivsk Regional State Administration. (2023, June 22). *Vitalii Ilchyshyn: Pidstav dlia prypynennia planovykh hospitalizatsii viiskovoboviazanykh nemaie* [Vitaliy Ilchyshyn: There are no grounds for stopping scheduled hospitalizations of conscripts]. <https://www.if.gov.ua/news/vitalii-ilchyshyn-pidstav-dlia-prypynennia-planovykh-hospitalizatsii-viiskovoboviazanykh-nemaie> [in Ukrainian].
- Kurs. (2023, June 20). *Za rishenniam rady oborony oblasti, viiskovozoboviazanykh ne budut klasty na planove likuvannia bez pohodzhennia z viiskkomatamy, a u vypadku nevidkladnoi* [According to the decision of the regional defense council, conscripts will not be placed on planned treatment without approval from the military commissariats, and in case of emergency] [Post]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/woZNhuae96cTtgKA/?mibextid=WC7FNe> [in Ukrainian].
- Kushpit, A. (2023, June 20). *Na Ivano-Frankivshchyni cholovikiv ne hospitalizuvatymut do likaren bez dozvolu viiskkomativ* [In Ivano-Frankivsk region, men will not be admitted to hospitals without the permission of the military commissariat]. 24 Kanal. https://health.24tv.ua/gospitalizatsiya-cholovikiv-ivano-frankivsku-oblasti-shho-vidomo_n2338450 [in Ukrainian].
- Kuznetsova, O., & Korol, T. (2020). Chynnyky psykhologichnoho vplyvu zaholovkiv lvivskykh hazet "Vysoky zamok", "Ekspres", "Ratusha" [Factors of Psychological Influence Headlines of Newspapers "Vysokyy Zamok", "Ekspres", "Ratusha"]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series: Journalistic sciences*, 4, 53–62. <https://doi.org/10.23939/sjs2020.01.053> [in Ukrainian].
- Malenko, H. (2023, April 13). *Media ta viina: Pro vidpovidalnist zhurnalistiv i spikeriv za zdorovia suspilstva* [Media and war: About the responsibility of journalists and speakers for public health]. Detektor media. <https://detector.media/blogs/>

- article/210073/2023-04-13-media-ta-viyna-pro-vidpovidalnist-zhurnalistiv-i-spikeriv-za-zdorovya-suspilstva/ [in Ukrainian].
- Mostova, N. (2023, June 20). *Na Frankivshchyni cholovikam bez dozvolu viiskkomatu vidmovlyatymut u hospitalizatsii* [In the Frankiv region, men will be refused hospitalization without the permission of the Military Commissariat]. Halytskyi korespondent. <https://gk-press.if.ua/na-frankivshchyni-cholovikam-bez-dozvolu-viiskkomatu-vidmovlyatymut-u-gospitalizatsiyi/> [in Ukrainian].
- Myhal, M. (2023, June 20). *Na Prykarpatti likarni nadavatymut dopomohu cholovikam lyshe z dozvolu viiskkomativ* [In Prykarpattia, hospitals will provide assistance to men only with the permission of the military commissars]. Hlavkom. <https://glavcom.ua/country/incidents/na-ivano-frankivshchyni-medichni-ustanovi-nadavatymut-dopomohu-cholovikam-z-dozvolu-viiskkomativ-935914.html> [in Ukrainian].
- Na Prykarpatti prypyniaut planovi hospitalizatsii viiskovozoboviazanykh bez dozvolu viiskkomativ* [Planned hospitalization of conscripts without the permission of the military commissariat is stopped in Prykarpattia]. (2023, June 20). Ukrainian National News. <https://unn.ua/news/na-prikarpatti-privynayut-planovigospitalizatsiyi-viiskovozoboviazanykh-bez-dozvolu-viiskkomativ> [in Ukrainian].
- Na Prykarpatti pryzupyniat planovu hospitalizatsiiu viiskovozoboviazanykh bez zghody TTsK: Poiasnennia* [Planned hospitalization of conscripts will be suspended in Prykarpattia without the consent of the TCC: Explanation]. (2023, June 19). Informator. <https://if.informator.ua/2023/06/19/na-trykarpatti-pryzupyniat-planovu-gospitalizacziyu-viiskovozoboviazanykh-bez-zgody-tczk-poyasnennya/> [in Ukrainian].
- Nalyvaiko, A. (2023). Tendentsii porushennia profesiinykh standartiv u suchasni ukrainskii zhurnalistytsi [Trends in violation of professional standards in contemporary Ukrainian journalism]. *Ukrainian Information Space*, 1(11), 90–106. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(11\).2023.279587](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(11).2023.279587) [in Ukrainian].
- Nepravda: 13 chervnia v Ivano-Frankivskii oblasti zaboronyly shpytalizuvaty viiskovozoboviazanykh bez zghody TTsK ta SP* [False: On June 13, in the Ivano-Frankivsk region, it was forbidden to hospitalize conscripts without the consent of the TCC and SP]. (2023, June 27). Vox Ukraine. <https://voxukraine.org/nepravda-13-chervnya-v-ivano-frankivskij-oblasti-zaboronyly-shpytalizuvaty-viiskovozoboviazanykh-bez-zgody-ttsk-ta-sp> [in Ukrainian].
- Syvakiivskyi, Ya. (2019). Zhurnalistycki standarty v umovakh viiny: Pozyttsiia hromadianyna chy obiektyvnyi profesionalizm [Journalistic standard sin warfare: Citizen's position versus objective professionalism]. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, 45, 84–89. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.9988> [in Ukrainian].
- Tymchasovo: Na Prykarpatti TTsK zaboronyv likarniam hospitalizovuvaty pryzovnykiv bez pohodzhennia* [Temporarily: In Prykarpattia, the Central Committee forbade hospitals to hospitalize conscripts without consent]. (2023, June 21). Firtka. <https://firtka.if.ua/blog/view/tymchasovo-na-prikarpatti-ttsk-zaboroniv-likarniam-gospitalizovuvati-prizovnikiv-bez-pogodzhennia-video> [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2022). Standarty zhurnalistyky: Poniattia, geneza, zmist, praktyka [Journalism standards: Concept, genesis, content, practice]. *Ukrainian Information Space*, 1(9), 30–56. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(9\).2022.257058](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(9).2022.257058) [in Ukrainian].
- U likarniakh Prykarpattia planovi hospitalizatsii viiskovozoboviazanykh provodytymut za pohodzhenniam z TTsK* [In the hospitals of Prykarpattia, planned hospitalizations of conscripts will be carried out in agreement with the TCC]. (2023, June 20). Kurs. <https://is.gd/Zp8EmD> [in Ukrainian].
- V Ivano-Frankivsku TTsK zaboronyla likarniam hospitalizuvaty pryzovnykiv bez pohodzhennia* [In Ivano-Frankivsk, the Central Committee forbade hospitals to hospitalize conscripts without consent]. (2023, June 20). Fokus. <https://fokus>.

- ua/uk/voennye-novosti/573871-v-ivano-frankivsku-likarnyam-zaboronili-gospitalizuvati-prizovnikiv-video [in Ukrainian].
- V Ukraini zaboronyly vsi planovi operatsii [All scheduled operations have been banned in Ukraine]. (2020, November 9). Rivne Vechirnie. https://rivnepost.rv.ua/news/v-ukraini-zaboronili-vsi-planovi-operatsii#google_vignette [in Ukrainian].
- Viiskovozoboviazani prykarpattsi ne zmozhut liahty do likarni bez pohodzhennia z TTsK — rada oborony [Conscripts of the Carpathians will not be able to go to the hospital without the approval of the TCC — the Defense Council]. (2023, June 20). Blitz-Info. <https://www.blitz.if.ua/news/viiskovozoboviazani-prikarpattsi-ne-zmozhut-lyagti-do-likarni-bez-pogodzhennya-z-ttsk-rada-oboroni> [in Ukrainian].
- Vynohradova, U. (2023, June 20). V Ivano-Frankivskii oblasti zaboronyly planovo hospitalizovuvaty viiskovozoboviazanykh bez dozvolu vijskkomatu [In the Ivano-Frankivsk region, it was forbidden to hospitalize conscripts without the permission of the Military Commissariat]. Oboz.ua. <https://news.obozrevatel.com/ukr/society/v-ivano-frankivskij-oblasti-zaboronili-planovo-gospitalizuvati-vijskovozoboviazanykh-bez-dozvolu-vijskkomatu.htm> [in Ukrainian].
- Yatskevych, M. (2020, November 9). V Ukraini zaboronyly usi planovi operatsii ta hospitalizatsii [In Ukraine, all planned operations and hospitalizations were banned]. Suspilne. <https://suspilne.media/78305-v-ukraini-zaboronili-usi-planovi-operacii-ta-gospitalizacii/> [in Ukrainian].
- Yermolaieva, V. (Host). (2022, February 17). Yak pravlylo, za sensatsiinymy zaholovkamy nemaie novyn — Diana Dutsyk [As a rule, there is no news behind the sensational headlines — Diana Dutsyk] [Audio podcast episode]. In *Detoks* [Detox]. Hromadske radio. <https://hromadske.radio/podcasts/detoks/yak-pravlylo-za-sensatsiinymy-zaholovkamy-nemaie-novyn-diana-dutsyk> [in Ukrainian].
- Zakharchenko, O. (2017, April 7). *Standarty zhurnalistyky: osnovy profesiinosti chy zastarili ramky?* [Journalism standards: the basics of professionalism or outdated frameworks?]. Instytut masovoi informatsii. <https://imi.org.ua/articles/standarti-journalistiki-osnovi-profesiynosti-chi-zastarili-ramki-i178> [in Ukrainian].

УДК 070.449.8:004.77]:355.01:[316.774:004

Інтернет-меми як інструмент інформаційної війни

Актуальність теми дослідження полягає в необхідності аналізу сучасних українських інтернет-мемів, які виникли під час російсько-української війни. Важливість мемів зумовлена не лише тим, що вони віддзеркалюють особливості менталітету, світоглядні цінності й орієнтири, громадську думку тощо, а й тому, що у кризових умовах вони є потужним знаряддям інформаційної війни. Мета роботи полягає у дослідженні українських інтернет-мемів часів війни. Наукове осмислення меметики є багатоаспектним. Учені досліджують сутність феномену, структуру мемів, їх функціонування, жанрово-тематичну специфіку тощо. Аналіз класифікацій інтернет-мемів показав, що існують два основних підходи: меми поділяються за формою (форматом) та за комунікативною метою (стратегією або функцією). Осмислення різних класифікацій в аспекті дослідження дозволило поділити інтернет-меми на три типи, що різняться за функцією і змістом, а саме: меми, спрямовані на дискредитацію та висміювання ворога; меми трансляції цінностей і підтримки морального духу; меми, що спрямовані на героїзацію певної особистості. Такий поділ дозволяє виявити функціональні особливості мемів часів війни. Обґрунтовано, що всі проаналізовані меми належать до продуктивного стилю і найчастіше репрезентують копінг-стратегії обмірковування проблеми, пошуку шляхів її вирішення, позитивної налаштованості та оптимістичної установки. Навіть ті меми, що спрямовані на дискредитацію ворога і в силу цього можуть мати деструктивні інтенції, як правило, демонструють належність до продуктивного стилю. З'ясовано, що у проаналізованих мемах використано різноманітні засоби виразності, наприклад, антитеза і каламбур. Залучено історичні алюзії, ремінісценції з популярних кінострічок, біблійні образи, образи масової культури тощо.

Ключові слова: мем, інформаційна війна, функція дискредитації та висміювання ворога, функція трансляції цінностей, функція героїзації.

Ксенія СІЗОВА

д-р філол. н., проф.

Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського

вул. Університетська, 20,
39600, Кременчук, Україна

sizovax@gmail.com

ORCID 0000-0002-3269-6343

Віта ХМІЛЬ-ЧУПРИНА

канд. н. із соц. комунік.

Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського

вул. Університетська, 20,
39600, Кременчук, Україна

hmlchuprinavita@gmail.com

ORCID 0000-0002-2466-5352

Антон ВОРОБІЙОВ

асист.

Кременчуцький національний
університет імені Михайла
Остроградського

вул. Університетська, 20,
39600, Кременчук, Україна

notanvorobiov@gmail.com

ORCID 0009-0002-6489-8991

© СізоваК., Хміль-ЧупринаВ.,
ВоробійовА., 2024

INTERNET MEMES AS AN INFORMATION WARFARE TOOL

Ksenia SIZOVA

Doctor of Philology, Professor
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
20, University St., 39600, Kremenchuk, Ukraine
sizovax@gmail.com
ORCID 0000-0002-3269-6343

Vita KHMIL-CHUPRYNA

PhD in Social Communications
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
20, University St., 39600, Kremenchuk, Ukraine
hmilchuprinavita@gmail.com
ORCID 0000-0002-2466-5352

Anton VOROBIOV

Assistant
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University
20, University St., 39600, Kremenchuk, Ukraine
e-mail: notanvorobiov@gmail.com
ORCID 0009-0002-6489-8991

The relevance of the research topic lies in the need to analyse contemporary Ukrainian Internet memes that emerged during the Russian-Ukrainian war. Memes are important not only because they reflect the peculiarities of mentality, worldview values and guidelines, public opinion, etc., but also because they are a powerful tool of information warfare in a crisis. The purpose of the paper is to study Ukrainian Internet memes of wartime. To solve the tasks set and achieve the purpose, a complex of research methods was used: theoretical – to clarify the state of the problem development, define the conceptual and categorical apparatus; generalisation and systematisation of scientific provisions; special – content analysis – to study media content. The researchers study the phenomenon essence, memes structure, their functioning, genre and thematic specificity, etc. The analysis of Internet memes classifications has shown two main approaches: memes are divided by form (format) and communicative purpose (strategy or function). Comprehension of various classifications in the context of the study allowed us to divide Internet memes into three types that differ in function and content, namely: memes aimed at discrediting and ridiculing the enemy; memes of broadcasting values and supporting morale; memes aimed at glorifying a certain person. This division allows us to identify the functional features of wartime memes. It is proved that all the analysed memes belong to the productive style and most often represent the coping strategies of thinking about the problem, finding ways to solve it, positive attitude and optimistic attitude. Even those memes that are aimed at discrediting the enemy and, therefore, may have destructive intentions tend to be part of the productive style. It is found that the analysed memes use various means of expression, such as antithesis and pun. Historical allusions, reminiscences from popular films, biblical images, images of mass culture, etc., are involved.

Keywords: meme, information warfare, function of discrediting and ridiculing the enemy, function of broadcasting values, function of heroisation.

Актуальність проблеми

Актуальність теми дослідження полягає в необхідності аналізу сучасних українських інтернет-мемів, які виникли під час російсько-української війни. Важливість мемів зумовлена не лише тим, що вони віддзеркалюють особливості менталітету, світоглядні цінності й орієнтири, громадську думку тощо, а й тому, що в кризових умовах вони є потужним зняряддям інформаційної війни.

Постановка проблеми

Українські інтернет-меми часів війни потребують комплексного осмислення в аспекті специфіки змісту й функцій. Матеріалом дослідження стали інтернет-меми часів війни (Карташова, 2023; Котубей і Морі, 2023) загальною кількістю 94 одиниці.

Стан вивчення проблеми

Теоретичною основою дослідження є положення сучасної української та зарубіжної теорії й практики соціальних комунікацій. Знакову природу мему проаналізовано в працях С. Каніцаро (Cannizzaro, 2016), К. Кастаньо (Castaño, 2013), Н. Девіса (Davis, 2017), Л. Шифмана (Shifman, 2014). Інтернет-мем як культурний феномен та ознаку інформаційного суспільства досліджують І. Окул (2018), Т. Пода (2017). Специфіку мему як інструмента інформаційної війни розкривають праці О. Журавської (Zhuravska, 2022), О. Запорожця та Н. Белоусової (2022), Л. Смоли (2019).

Невирішені питання. Однак інтернет-меми, які виникли після початку повномасштабної війни, потребують осмислення й систематизації, адже вони віддзеркалюють настрої суспільства, його реакцію на трагічні події.

Завдання статті. Для досягнення поставленої мети необхідно:

- вивчити стан дослідження обраної теми, проаналізувати сучасну наукову літературу з досліджуваної проблеми;
- розглянути наукові класифікації інтернет-мемів;
- проаналізувати українські інтернет-меми воєнної тематики в змістовому та функціональному аспектах.

Виклад основного матеріалу

Мем визначається в сучасній науці про соціальні комунікації як структурна одиниця значимої соціокультурної інформації.

Термін «мем» залучив до наукового обігу Р. Докінз. Він утворив слово від грецької лексеми «μίμημα», що означає «схожість, повторення». У дослідженні, присвяченому науковій розвідці Р. Докінза «The Selfish Gene», Н. Девіс (Davis, 2017) зазначає, що Р. Докінс стверджував, що мем подібний до гена, адже він також здатний до реплікації.

До основних властивостей мему належать здатності видозмінюватись, еволюціонувати, адаптуватися та перетворюватись. С. Чемеркін (2015) як основні ознаки інтернет-мему визначає відтворюваність, єдність компонентів, їхню неподільність і цілісність, що створює вислів, зворот, текст. Учений проводить паралель між мемом і такими мовними одиницями, як фразеологізм і паремія.

Здатність до відтворення є найважливішою ознакою мему. Ф. Хейліген (Heylighen, 1998) стверджує, що реплікація мему є процесом, який проходить чотири етапи: засвоєння, збереження, вираження та передачу. Учений виділяє об'єктивні, суб'єктивні та інтерсуб'єктивні критерії відбору мемів.

У процесі поширення мему важливу роль відіграє, на думку Т. Поди (2017), емоційна забарвленість. Учена кваліфікує меми як метамову, підкреслює їхню інтертекстуальність та інтермедіальність. Також Т. Пода (2017) підкреслює співтворчість реципієнтів, тобто інтерактивність мемів як різновиду соціокультурної інформації, визначаючи це як ознаку постмодерного дискурсу.

І. Мілосавлевич (Milosavljević, 2020) пропонує розглядати меми як нову форму спілкування, притаманну сучасності. Дослідник підкреслює, що меми не мають остаточної форми й продовжують розвиватися та трансформуватися залежно від того, хто їх використовує. Величезна кількість мемів має свої особливості в кожній конкретній культурі, а іноді меми є занадто специфічними, зрозумілими лише певній спільноті, яка створила їх, і тому ними не можна поділитися.

С. Каніцаро (Cannizzaro, 2016) досліджує меми як феномен діджиталізованої культури. На думку дослідниці, підтримуючи точну та дискурсивну структуру для інтернет-мемів, семіотичні прочитання переконфігурують сучасні формулювання відповідно до усталеної концепції мемів. Отже, інтернет-меми можна й потрібно розглядати як знакові системи, що викликають звичку та запускають процеси, які містять асиметричні варіації.

І. Окул (2018) фокусує увагу на структурі мему. Дослідник стверджує, що мем має двоїсту структуру: постійну форму (формулу) та змінну. Водночас зміст кожного конкретного випадку вживання мему визначається співвідношенням цих двох форм.

Українська наука вже приступила до осмислення й інтерпретації мемів, які виникли після початку російсько-української війни й мають воєнну тематику. За минулий рік вийшло декілька наукових розвідок, присвячених мемам воєнного часу. Серед них варто виділити ґрунтовну працю О. Запорожця і Н. Белоусової (2022), в якій досліджено вербальні інтернет-меми. У результаті аналізу автори доходять висновку про те, що українські інтернет-меми не є агресивними. Здебільшого їм притаманна іронія й самоіронія, що є відображенням

таких рис української нації, як зрілість, мудрість, миролюбність, толерантність та стійкість.

Наукова розвідка О. Журавської (Zhuravska, 2022) досліджує природу мемів на прикладі одного, але дуже поширеного мему, що виник на початку війни, «Русській военний корабль». Мем має велику кількість варіацій. Учена здійснює аналіз символічної природи й культурних кодів різноманітних модифікацій мему, його ролі в творенні й розвитку новітніх медійних дискурсів; визначає тенденції щодо його використання в публікаціях мас-медіа.

Отже, наукове осмислення меметики є багатоаспектним. Учені досліджують сутність феномену, структуру мемів, їхнє функціонування, жанрово-тематичну специфіку тощо.

Типологічні дослідження мемів як комунікаційного феномену презентують різні підходи до явища.

Так, К. Кастаньо (Castaño, 2013) пропонує дихотомічний поділ: мем-ген і мем-вірус. Згідно з поглядами вченого, який екстраполює концептуальний апарат еволюційної біології на розуміння сутності культури, меми є засобом культурної експансії. Меми-гени є життєстверджувальними й сприяють розвитку культури, а меми-віруси є деструктивними й призводять до деградації.

В українській теоретичній думці одна з перших класифікацій мемів зроблена О. Черніковою (2015). Класифікація має в основі поділу формат. Авторка поділяє меми на:

- 1) вербальні;
- 2) невербальні (візуальні, аудіальні, жестові);
- 3) комплексні (поєднання двох чи більше типів).

Більшою ґрунтовністю вирізняється класифікація мемів, розроблена О. Дзюбіною (2016). Дослідниця також пропонує поділяти меми за критерієм формату (текстового чи текстиво-візуального), в результаті чого створює таку класифікацію:

1) Суто текстові меми: меми-слова (наприклад, *бавовна*); меми-словосполучення (наприклад, *диванні війська*); меми-вирази (наприклад, *Доброго вечора, ми з України*);

- 2) Креолізовані або змішані меми (картинка та підпис).

Класифікація є досить логічною, хоча не враховує надзвичайно популярний зараз формат відеомему.

К. Соседко (2019) модифікує цю класифікацію, поділяючи креолізовані меми, як і тестові, на меми-слова, меми-словосполучення, фразові меми.

Л. Карамушка і Ю. Снігур (2020) будують власну типологію мемів, ґрунтуючись не на формі, а на комунікативній меті та психологічній стратегії. Вони виділяють 18 комунікативних стратегій копінг-поведінки (керування стресом), які утворюють три стилі.

Перший стиль спрямований на продуктивне подолання проблем. Другий стиль, який дослідниці називають проміжним, орієнтований на отримання соціальної підтримки. Третій стиль дослідниці кваліфікують як протилежний продуктивному, називаючи його непродуктивним. Він не спрямований на вирішення проблеми (Карамушка & Снігур, 2020).

Аналізуючи меми воєнного часу за цією класифікацією, К. Мілютина й Н. Садівнича (2022) роблять висновок про те, що серед українських мемів переважають меми з конструктивними копінг-стратегіями. Також широко використовується мотив пошуку підтримки та відновлення емоційної рівноваги. Дослідниці стверджують, що непродуктивні стратегії невластиві українській меметиці часів війни.

Є. Бровко (2023) класифікує інтернет-меми воєнної тематики за комунікативною функцією. На її думку, за часів війни українці використовують меми переважно з такими функціями:

- 1) висміювання й деморалізація ворога;
- 2) підтримка морального духу «своїх»;
- 3) ідеалізація особистості.

Ці комунікативні функції корелюють з продуктивним та проміжним стилями за класифікацією Л. Карамушки та Ю. Снігур (2020).

Отже, існують два основні різновиди класифікації інтернет-мемів: за формою та за комунікативною метою (стратегія або функція).

Зазначимо, що через прикладний характер класифікація Є. Бровко (2023) була обрана як основна для аналізу інтернет-мемів у нашому дослідженні.

Меми дискредитації та висміювання ворога спрямовані на те, щоб показати ворога не страшним, а смішним, щоб підсилити впевненість українців у власних силах.

На рис. 1 подано візуальний інтернет-мем, який висміює ворожу армію, сила якої виявилася міфічною й не пройшла перевірку реальними подіями. Мем має в основі реальну подію — потоплення крейсера «Москва», флагмана російського воєнно-морського флоту, українськими військами.

Мем містить елементи інтертекстуальності, адже він відсилає до іншого популярного мему «Рускій воєнний корабль».

Мем побудовано на протиставленні; в його основі лежать опозиції «великий — малий», «мілітаристський — мирний», «безсилий — сильний». Ворог представлений в образі велетенського корабля з великою пробоїною в борті. Цього монстра витягує на берег маленький трактор. Ворог виявляється безсилим перед невеличкою беззбройною машиною, чиє призначення суто мирне — орати землю та збирати врожай.

Рис. 1. Мем, побудований на протиставленні (Слава Україні Героям Слава Україна понад Усе, 2022)



Варто також звернути увагу на майстерне використання колористики. Домінантна кольорова гама — це кольори українського державного прапора, який, до речі, теж присутній на картинці.

Головна ідея мему — російська армія не може протистояти українській, її міцність фейкова. Вона схожа на цей велетенський зруйнований корабель. Мем легко запам'ятовується, його символіка зрозуміла всім і не потребує тлумачення.

Мем репрезентує продуктивний стиль, його копінг-стратегії — зосередження на продуктивній праці з метою вирішення проблеми, позитивний настрій і оптимістична установка.



Рис. 2. Мем з історичною алюзією (Добірка мемів, присвячених війні, 2023)



Рис. 3. Мем, побудований на каламбурі (Корольова, 2022)

На рис. 2 подано мем, який показує, як полонені росіяни рабською працею відшкодовують завдані під час повномасштабного вторгнення збитки.

Полонені вороги представлені в образі давньоєгипетських рабів, які будують піраміду. Підпис пояснює, що це буде концертна зала для проведення Євробачення в Ялті. Ворог показаний переможеним і нестрашним. В аспекті кольору мем, як і попередній, виконано в гамі державного прапора. Головна ідея мему — ми обов'язково переможемо, звільнимо всі території (особливо Крим) і змусимо ворога відбудувати те, що він зруйнував. Мем репрезентує продуктивний стиль, його копінг-стратегії — позитивний настрій і оптимістична установка.

На рис. 3 подано мем, що побудований на прийомі каламбуру.

На тлі кадру з кінострічки про Гаррі Поттера розгортається діалог між головними героями. Гумор побудовано на грі слів «по-зміїному» (тобто мовою змії) та «по Зміїному» (тобто з приводу острова Зміїний). Острів Зміїний у Чорному морі було героїчно звільнено українськими військовими в 2022 році. Гаррі Поттер відповідає з приводу Зміїного вже згадуваним мемом про «руській» корабель. Мем висміює воєнну поразку ворогів.

Мем репрезентує продуктивний стиль, його допінг-стратегія, так само, як і в попереднього, — позитивний настрій і оптимістична установка.

Отже, меми, спрямовані на дискредитацію та висміювання ворога, незважаючи на те, що їхня функція може зумовлювати деструктивну інтенцію, належать здебільшого до продуктивного стилю й репрезентують копінг-стратегії обмірковування проблеми, пошуку шляхів її вирішення, позитивної налаштованості та оптимістичної установки.

У табл. 1 подано порівняльну характеристику образу ворога й образу українця, репрезентовану в мемах цього типу.

Таблиця 1

Образи ворога й українця в мемах
дискредитації та висміювання ворога

№	Образ ворога	Образ українця
1.	великий за розміром, але слабкий	маленький, але сильний
2.	мілітарист	мирний, землероб
3.	потрапляє в полон і готовий працювати, як раб	змусить ворога відновити зруйноване
4.	терпить поразки	перемагає
5.	нещирий	щирий

У мемах використано різноманітні засоби виразності, наприклад, антитезу й каламбур. Залучено історичні алюзії, ремінісценції з популярних кінострічок.

Меми трансляції цінностей і підтримки морального духу мають на меті підтримати пересічних українців, допомогти зберегти спокій у кризових умовах, вселити в них впевненість. Такі меми демонструють зразки поведінки, транслюють норми й цінності. Гумор є найкращим інструментом у цьому процесі.

Меми цього типу малюють образ українця, підкреслюючи, що це звичайна людина, яка, опинившись у незвичайних обставинах, демонструє сміливість, впевненість, мужність, рішучість, а іноді й завзятість, здатність на подвиги й жертвність.

На рис. 5 представлено мем, у якому підкреслюється те, що захисники України не міфічні супергерої, а звичайні люди, які демонструють подвиги значно вищого ступеня героїзму. Мем, як і попередній, складається з двох частин: перша — це кадр з популярної кінострічки



Рис. 5. Мем про героїзм звичайних людей, які вступили до ЗСУ (Корольова, 2022)



Рис. 6. Мем про зміни, які відбуваються з чоловіками внаслідок війни (Воєнний стан в Україні, 2018)

«Месники», а друга — фотографія реального воїна на тлі зруйнованої будівлі. Голлівудський герой пафосно запитує вояка, чи не з месників він, на що той буденно відповідає, що ні, він з «Укрпошти». Ідея мему полягає в тому, що, навіть, якщо раніше ти був абсолютно цивільною людиною і ніколи не брав у руки автомат, на війні, захищаючи Батьківщину, ти стаєш супергероєм.

Мем репрезентує продуктивний стиль, його копінг-стратегії — зосередження на вирішенні проблеми (такі люди непереможні), створення позитивного настрою й оптимістичної установки.

На рис. 6 подано мем, який має схожі ідею, стиль і копінг-стратегії. Різниця полягає в тому, що тут порівнюються молоді чоловіки з областей, які першими потрапили під каток війни, та з відносно спо-



Рис. 7. Мем з проханням привидшити перемогу (Поки що найкращі санкції, 2022)

кійних регіонів. Ідея в тому, що обставини підштовхують чоловіків для проявлення героїзму. У мемі використано кадри з відомих кінострічок.

Два розглянуті меми є важливими для розуміння того, як українські чоловіки ставляться до війни. Війна перетворює колишніх менеджерів, водіїв, зварювальників і музикантів на справжніх воїнів, вона пробуджує в українських чоловіках козацький дух. Мемі містять ціннісні орієнтири, важливі для формування чоловічого характеру.

Наступні зразки мемів репрезентують жіночі образи. На рис. 7 (кадр із кінострічки «Вечори на хуторі біля Диканьки») представлено мем з діалогом дівчини й парубка. Молода жінка надихає коханого швидше закінчити війну, бо треба робити городні роботи.

Мем містить образ жінки-господині. Мем репрезентує продуктивний стиль і копінг-стратегію продуктивної праці, незважаючи на війну.

Наступний мем (рис. 8) присвячений відносно новому для України образу жінки-воїна. Незважаючи на те, що вона перебуває на фронті, жінка не втрачає жіночості. На тлі фотографії реальної української захисниці розміщено її уявну репліку, про те, що треба швидко бити ворога, бо вже час на манікюр. Мем побудований на оксюморонному поєднанні несумісних речей.

Стиль мему продуктивний, копінг-стратегії — позитивний настрій і оптимістична установка; активний відпочинок або продуктивна праця, незважаючи на війну.

Отже, меми трансляції цінностей і підтримки морального духу репрезентують нові образи звичайних українців — і чоловіків, і жінок, готових встати пліч-о-пліч для захисту рідної землі.



Рис. 8. Мем з образом
жінки-воїна
(Юськів, 2021)

Меми героїзації особистості є третім функціональним різновидом мемів воєнної тематики.

Для аналізу було обрано меми, які героїзують постаті Президента України Володимира Зеленського, Головнокомандувача Збройних сил України Валерія Залужного й голови Миколаївської ОДА Віталія Кіма.

На рис. 9 подано мем, присвячений В. Зеленському. Він зображений за столом у компанії супергероїв з американських коміксів (Супермена, Спайдермена, Халка і Бетмена). В. Зеленський питає, чим він може їм допомогти. Тобто він замальовується більшим героєм, ніж усі ці персонажі, наділені надзвичайними здібностями. Мем належить до продуктивного стилю й має копінг-стратегію зосередження на вирішенні проблеми.

Мем, присвячений В. Кіму (рис. 10), складається з фотографій реальних людей і кадрів з кінострічки. Мем побудований на грі слів — він обігрує прізвище голови Миколаївської ОДА, яке збігається з прізвищем вождя КНДР та скороченим іменем американської зірки Кім Кардашян. Мем стверджує, що В. Кім найкращий з них.

Мем належить до продуктивного стилю і має копінг-стратегію позитивного настрою й оптимістичної установки.

Варто зазначити, що меми, присвячені В. Зеленському й В. Кіму, мають схожу ідею — показати, що на тлі всесвітньо відомих персон чи персонажів наші герої найкращі.

Меми спрямовано на популяризацію політиків у молодіжній аудиторії, яка орієнтована на масову культуру.

Наступний мем героїзує постать головнокомандувача. Перший із них (рис. 11) побудовано на каламбурі. Обігрується двозначність слова «віджимання» («фізична вправа» й військовий професіоналізм «відвойовування територій»). На тлі фотографії В. Залужного розміщено запитання і відповідь — стверджується, що саме він зробив усі вдалі звільнення українських територій.



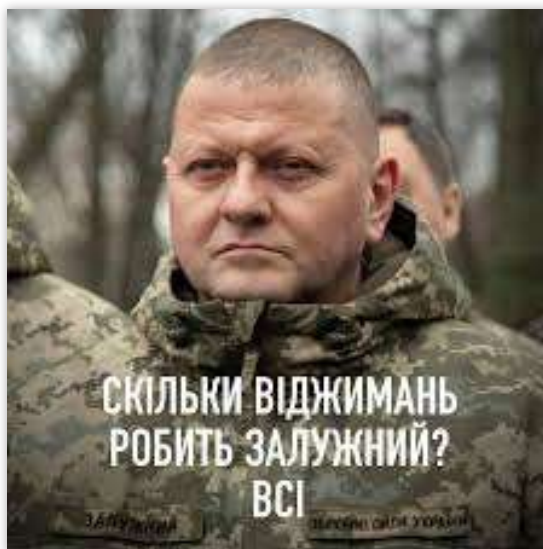
Рис. 9. Мем, що героїзує В. Зеленського (Бровко, 2023)

Рис. 10. Мем, що героїзує
В. Кіма (Куценко, 2022)



Образ В. Залужного замальовується дещо в іншому ключі, ніж образи В. Зеленського та В. Кіма. Він показується крупним планом, без залучення образів масової культури. На ньому не парадна форма, а камуфляж. Образ розрахований на сприйняття людьми, які знаються на воєнних проблемах, відчувають біль і занепокоєння. Саме тому мем репрезентує продуктивний стиль і має такі копінг-стратегії: зосередження на продуктивній діяльності для вирішення проблеми, позитивний настрій й оптимістична установка. Мем змальовує образ успішного полковника, впевненої людини, яка здатна привести Україну до перемоги.

Рис. 11. Мем, присвячений
В. Залужному
(Хочеш «Ладу»:
підбірка мемів, 2022)



Отже, меми, функція яких полягає в героїзації особистості, створюють позитивні образи державних діячів і політиків. Вони спрямовані на формування впевненості в тому, що це найкращі кандидатури, які не зрадять і врятують Україну. Герої мемів ідеалізується, але ця ідеалізація має на меті викликати довіру, сформувати повагу до цих постатей. Для того, щоб повести за собою, людина має бути моральним авторитетом для широких мас.

Висновки

1. Вивчення стану дослідження обраної теми й аналіз зарубіжних та українських наукових джерел показав, що інтернет-меми перебувають у фокусі уваги дослідників. Наукове осмислення меметики є багатоаспектним. Учені досліджують сутність феномену, структуру мемів, їхнє функціонування, жанрово-тематичну специфіку тощо.

2. Аналіз класифікацій інтернет-мемів показав, що існують два основні підходи: меми поділяються за формою та за комунікативною метою (стратегією або функцією).

3. Осмислення різних класифікацій в аспекті дослідження дозволило поділити інтернет-меми на три типи, що різняться за функцією й змістом, а саме: меми, спрямовані на дискредитацію та висміювання ворога; меми трансляції цінностей і підтримки морального духу; меми, що спрямовані на героїзацію певної особистості. Такий поділ дозволяє виявити функціональні особливості мемів часів війни.

Меми, функція яких полягає у дискредитації та висміюванні ворога, часто побудовані на антитезі, яка протиставляє образи ворога і образи українців.

Меми трансляції цінностей і підтримки морального духу репрезентують нові образи звичайних українців, які боронять Батьківщину. У мемах цього типу зроблено наголос на сміливість, впевненість, мужність, рішучість, а іноді й завзятість, здатність на подвиги й жертовність українських чоловіків і жінок.

Меми, функція яких полягає в героїзації особистості, створюють позитивні образи державних діячів і політиків. Вони спрямовані на формування впевненості в тому, що це найкращі представники нації. Герої мемів цього типу ідеалізується, але ця ідеалізація має на меті викликати довіру, сформувати повагу до цих постатей у масовій аудиторії.

4. Обґрунтовано, що всі проаналізовані меми належать до продуктивного стилю й найчастіше репрезентують копінг-стратегії обмірковування проблеми, пошуку шляхів її вирішення, позитивної налаштованості та оптимістичної установки. Навіть ті меми, що спрямовані на дискредитацію ворога й через це можуть мати деструктивні інтенції, як правило, демонструють належність до продуктивного стилю.

5. З'ясовано, що в проаналізованих мемах використано різноманітні засоби виразності, наприклад, антитезу й каламбур. Залучено історичні алюзії, ремінісценції до популярних кінострічок, образи масової культури тощо.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Бровко, Є. (2023, 1 листопада). *Меметика у війні: як мему стають зброєю*. Press Association UA. <https://pressassociation.org.ua/ua/memetika-u-vijni-yak-memi-stayut-zbro%D1%94yu/>
- Воєнний стан в Україні: з'явилася креативна підбірка мемів у соцмережах*. (2018, 28 листопада). 24 канал. https://24tv.ua/voennyi_stan_v_ukrayini_zuavilasya_kreativna_pidbirka_memiv_u_sotsmerezah_n1071712
- Дзюбіна, О. І. (2016). Класифікація, структура та функціонування Інтернет-мемів у соціальних мережах Twitter та Facebook. *Молодий вчений*, 2(29), 375–379.
- Добірка мемів, присвячених війні [Зображення]*. (2023, 22 травня). 5 канал. <https://www.5.ua/dv/fotogalereja/277866>
- Запорожець, О., & Белоусова, Н. (2022). Вербальні інтернет-мему під час повномасштабної війни РФ проти України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Міжнародні відносини*, 2(56), 20–24.
- Карамушка, Л. М., & Снігур, Ю. С. (2020). Копінг-стратегії: сутність, підходи до класифікації, значення для психологічного здоров'я особистості та організації. *Актуальні проблеми психології*, 1(55), 23–30.
- Карташова, А. (2023, 27 червня). *І сміх і гріх: мему, які підтримували бойовий дух українців у війну*. Новини.Live. <https://war.novyny.live/i-smikh-i-grih-memi-iaki-pidtrimuvai-boiovii-dukh-ukrayintsiv-u-viinu-77964.html>
- Корольова, Є. (2022, 11 березня). *Шкарпетки Віталія Кіма, Укрпошта проти орків та російський військовий корабель. Українці створюють мему про війну*. Фокус. <https://focus.ua/uk/voenne-novosti/508998-ukraincy-sozdayut-memu-o-vojne>
- Котубей, О., & Морі, Є. (2023, 4 січня). *Доброго вечора everybody, цей день настав: ми підготували підбірку головних мемів 2022 року*. Суспільне. <https://suipilne.media/348110-dobrogo-vecora-everybody-cej-den-nastav-mi-pidgotuvai-pidbirku-golovnih-memiv-2022-roku/>
- Кущенко, В. (2022, 10 березня). *Кім здорової людини: найкращі мему з головою Миколаївської ОДА*. Телеграф. <https://telegraf.com.ua/ukr/ukraina/2022-03-10/5698914-kim-zdorovoi-lyudini-naykrashchi-memi-z-golovoyu-mikolaiivskoi-oda>
- Мілютина, К., & Садівнича, Н. (2022). Мему як стратегія подолання війни. *Pomiędzy. Polonistyczno-Ukrainoznawcze Studia Naukowe*, 2(5), 119–126. <https://doi.org/10.15804/PPUSN.2022.02.12>
- Окул, І. І. (2018). Інтернет-мем як культурний феномен. В В. М. Букач (Ред.), *Життя і пам'ять: науковий збірник, присвячений пам'яті В'ячеслава Івановича Шамко* (№ 3, с. 133–148). Homeless Publishing.
- Пода, Т. А. (2017). Інтернет-мему як феномен інформаційного суспільства. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія*, 1(25), 117–120.
- Поки що найкращі санкції на РФ наклали Збройні сили України: свіжа добірка мемів*. (2022, 7 березня). 2plus2. <https://2plus2.ua/novyny/poki-scho-naykraschi-sankcii-na-rf-naklali-zbroyni-sili-ukraini-svizha-dobirka-memiv>
- Слава Україні Героям Слава Україні понад Усе. (2022, 19 березня). *Малюнок. Трактор тягне корабель [Video]*. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=XJ_y80vP-ol

- Смола, Л. (2019). Мем як інструмент інформаційної війни. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Психологія*, 1(10), 91–95. [https://doi.org/10.17721/BSP.2019.1\(10\).23](https://doi.org/10.17721/BSP.2019.1(10).23)
- Соседко, К. Д. (2019). Інтернет-мем як інтелектуальний продукт колективної творчості інтернет-користувачів. *Інтегровані комунікації*, 2(8), 117–122. <https://doi.org/10.28925/10.28925/2524-2644.2019.2.16>
- Хочеш «Ладу»: підбірка мемів про Валерія Залужного [Зображення]. (2022, 4 вересня). 5 канал. <https://www.5.ua/suspilstvo/khochesh-ladu-pidbirka-memiv-pro-valeriiia-zaluzhnoho-286693.html>
- Чемеркін, С. (2015). Інтернет-мем — що це? *Культура слова*, 82, 113–116.
- Чернікова, О. І. (2015). Вербальний, невербальний та комплексний меми: класифікація за способом подання та сприйняття інформації в Інтернет-середовищі (на матеріалі англійських кіномемів). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 18(1), 151–156.
- Юськів, К. (2021, 24 грудня). *Військкомат та жінки: соцмережі відреагували мемами*. Кореспондент. <https://is.gd/xsUSBF>
- Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44(4), 562–586. <http://dx.doi.org/10.12697/SSS.2016.44.4.05>
- Castaño, D. C. M. (2013). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *Revista CES Psicología*, 6(1), 82–104.
- Davis, N. (2017). *An Analysis of Richard Dawkins's The Selfish Gene*. Macat Library. <https://doi.org/10.4324/9781912281251>
- Davison, P. (2012). The language of internet memes. In M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader* (pp. 120–132). New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814763025.003.0013>
- Heylighen, F. (1998). What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution. In *15th International Congress on Cybernetics [Conference proceedings]* (pp. 413–418). Association Internationale de Cybernétique.
- Milosavljević, I. (2020). The phenomenon of the internet memes as a manifestation of communication of visual society — research of the most popular and the most common types. *Media Studies and Applied Ethics*, 3, 9–27. <https://doi.org/10.46630/msae.1.2020.01>
- Shifman, L. (2014). The cultural logic of photo-based meme genres. *Journal of Visual Culture*, 13(3), 340–357. <https://doi.org/10.1177/1470412914546577>
- Zhuravska, O. (2022). Symbolic nature, cultural codes and media functionality of "The Russian warship" meme: Part one. *Синopsis: текст, контекст, медіа*, 28(3), 164–174. <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2022.3.9>

REFERENCES

- Brovko, Ye. (2023, November 1). *Memetyka u viini: Yak memy stait zbroieiu* [Memetics at war: How memes become weapons]. Press Association UA. <https://pressassociation.org.ua/ua/memetika-u-vijni-yak-memi-stayut-zbro%D1%94yu/> [in Ukrainian].
- Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44(4), 562–586. <http://dx.doi.org/10.12697/SSS.2016.44.4.05> [in English].
- Castaño, D. C. M. (2013). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *Revista CES Psicología*, 6(1), 82–104 [in English].
- Chemerkín, S. (2015). Internet-mem — shcho tse? [Internet meme — what is it?]. *Culture of the Word*, 82, 113–116 [in Ukrainian].
- Chernikova, O. I. (2015). Verbalnyi, neverbalnyi ta kompleksnyi memy: Klasyfikatsiia za sposobom podannia ta spryiniattia informatsii v Internet-seredovyshchi (na

- materiali anhlomovnykh kinomemiv) [Verbal, Non-Verbal and Complex Memes: Classification according to Information Presenting and Perception Type in the Internet (Based on English Movie Memes)]. *Messenger of Kyiv National Linguistic University. Series Philology*, 18(1), 151–156 [in Ukrainian].
- Davis, N. (2017). *An Analysis of Richard Dawkins's The Selfish Gene*. Macat Library. <https://doi.org/10.4324/9781912281251> [in English].
- Davison, P. (2012). The language of Internet memes. In M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader* (pp. 120–132). New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814763025.003.0013> [in English].
- Dobirka memiv, prysviachenykh viini [A selection of memes dedicated to war] [Image]. (2023, May 22). 5 kanal. <https://www.5.ua/dv/fotogalereja/277866> [in Ukrainian].
- Dziubina, O. I. (2016). Klasyfikatsiia, struktura ta funktsionuvannia Internet-memiv u sotsialnykh merezhakh Twitter ta Facebook [The classification, structure and functioning of Internet memes on Twitter and Facebook social networking sites]. *Young Scientist*, 2(29), 375–379 [in Ukrainian].
- Heylighen, F. (1998). What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution. In *15th International Congress on Cybernetics* [Conference proceedings] (pp. 413–418). Association Internationale de Cybernétique [in English].
- Karamushka, L. M., & Snihur, Yu. S. (2020). Kopinh-stratehii: Sutnist, pidkhody do klasyfikatsii, znachennia dlia psykholohichnoho zdorovia osobystosti ta orhanizatsii [Coping strategies: Essence, classifications, significance for the psychological health of the individual and organization]. *Actual Problems of Psychology*, 1(55), 23–30 [in Ukrainian].
- Kartashova, A. (2023, June 27). *I smikh i hrikk: Memy, yaki pidtrymuvaly boiovyi dukh ukrainsiv u viinu* [Both laughter and sin: Memes that supported the fighting spirit of Ukrainians during the war]. Novyny.Live. <https://war.novyny.live/i-smikh-i-grikk-memi-iaki-pidtrimovali-boiovii-dukhu-ukrayintsiv-u-viinu-77964.html> [in Ukrainian].
- Khochesh "Ladu": Pidbirka memiv pro Valeriia Zaluzhnoho [Do you want Lada: A selection of memes about Valerii Zaluzhnyi] [Image]. (2022, September 4). 5 kanal. <https://www.5.ua/suspilstvo/khochesh-ladu-pidbirka-memiv-pro-valeriia-zaluzhnoho-286693.html> [in Ukrainian].
- Korolova, Ye. (2022, March 11). *Shkarpety Vitaliia Kima, Ukrposhta proty orkiv ta rosiiskyi viiskovyi korabel. Ukrainski stvorili memy pro viinu* [Vitalii Kim's socks, Ukrposhta against orcs and a Russian warship. Ukrainians create memes about the war]. Focus. <https://focus.ua/uk/voennye-novosti/508998-ukraincy-sozdayut-memy-o-vojne> [in Ukrainian].
- Kotubei, O., & Mori, Ye. (2023, January 4). *Dobroho vechora everybody, tsei den nastav: My pidhotuvaly pidbirku holovnykh memiv 2022 roku* [Good evening everybody, this day has come: We have prepared a selection of the main memes of 2022]. Suspilne. <https://suspilne.media/348110-dobrogo-vecora-everybody-cej-den-nastav-mi-pidgotuvali-pidbirku-golovnih-memiv-2022-roku/> [in Ukrainian].
- Kutsenko, V. (2022, March 10). *Kim zdorovoi liudyny: Naikrashchi memy z holovoju Mykolaivskoi ODA* [Kim of a healthy person: The best memes with the head of the Mykolaiv Regional State Administration]. Telegraf. <https://telegraf.com.ua/ukr/ukraina/2022-03-10/5698914-kim-zdorovoi-liudini-naykrashchi-memi-z-golovoyu-mikolaivskoi-oda> [in Ukrainian].
- Miliutyna, K., & Sadivnycha, N. (2022). Memy yak stratehiia podolannia viiny [Wartime memes as a coping strategy]. *Pomiędzy. Polonistyczno-Ukrainoznawcze Studia Naukowe*, 2(5), 119–126. <https://doi.org/10.15804/PPUSN.2022.02.12> [in Ukrainian].
- Milosavljević, I. (2020). The phenomenon of the internet memes as a manifestation of communication of visual society — research of the most popular and the most common types. *Media Studies and Applied Ethics*, 3, 9–27. <https://doi.org/10.46630/msae.1.2020.01> [in English].

- Okul, I. I. (2018). Internet-mem yak kulturnyi fenomen [Internet mem as a cultural phenomenon]. In V. M. Bukach (Ed.), *Zhyttia i pamiat: Naukovyi zbirnyk, prysviachenyi pamiaty Viacheslava Ivanovycha Shamko* [Life and memory: A scientific collection dedicated to the memory of Viacheslav Ivanovych Shamko] (No. 3, pp. 133–148). Homeless Publishing [in Ukrainian].
- Poda, T. A. (2017). Internet-memy yak fenomen informatsiinoho suspilstva [Internet-memes as a phenomenon of information society]. *Proceedings of the National Aviation University. Philosophy. Cultural Studies*, 1(25), 117–120 [in Ukrainian].
- Poky shcho naikrashchi sanktsii na RF naklaly Zbroini syly Ukrainy: Svizha dobirka memiv [So far, the best sanctions against the Russian Federation have been imposed by the Armed Forces of Ukraine: A fresh selection of memes]. (2022, March 7). 2plus2. <https://2plus2.ua/novyny/poky-scho-naykraschi-sankcii-na-rf-naklali-zbroynisili-ukraini-svizha-dobirka-memiv> [in Ukrainian].
- Shifman, L. (2014). The cultural logic of photo-based meme genres. *Journal of Visual Culture*, 13(3), 340–357. <https://doi.org/10.1177/1470412914546577> [in English].
- Slava Ukraini Heroiam Slava Ukraina ponad Use. (2022, March 19). *Maliunok. Traktor tiahne korabel* [Picture. A tractor pulls a ship] [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=XJ_y80vP-oI [in Ukrainian].
- Smola, L. (2019). Mem yak instrument informatsiinoi viiny [Mem as a tool of information war]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Series: Psychology*, 1(10), 91–95. [https://doi.org/10.17721/BSP.2019.1\(10\).23](https://doi.org/10.17721/BSP.2019.1(10).23) [in Ukrainian].
- Sosiedko, K. D. (2019). Internet-mem yak intelektualnyi produkt kolektyvnoi tvorchosti internet-korystuvachiv [Internet memes as an intellectual product of the collective creativity of Internet users]. *Integrated communications*, 2(8), 117–122. <https://doi.org/10.28925/10.28925/2524-2644.2019.2.16> [in Ukrainian].
- Voiennyi stan v Ukraini: Ziavylasia kreatyvna pidbirka memiv u sotsmerezkhakh [Martial law in Ukraine: A creative selection of memes appeared in social networks]. (2018, November 28). 24 kanal. https://24tv.ua/voyenniy_stan_v_ukrayini_zyavylasya_kreatyvna_pidbirka_memiv_u_sotsmerezkhakh_n1071712 [in Ukrainian].
- Yuskiv, K. (2021, December 24). *Viiskkomat ta zhinky: Sotsmerezhi vidreahuvaly memamy* [Military Commissariat and women: Social networks reacted with memes]. Korrespondent. <https://is.gd/xsUSBF> [in Ukrainian].
- Zaporozhets, O., & Bielousova, N. (2022). Verbalni internet-memy pid chas povnomashtabnoi viiny RF proty Ukrainy [Verbal Internet memes during Russian full-scale war against Ukraine]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. International Relations*, 2(56), 20–24 [in Ukrainian].
- Zhuravska, O. (2022). Symbolic nature, cultural codes and media functionality of "The Russian warship" meme: Part one. *Synopsis: Text, Context, Media*, 28(3), 164–174. <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2022.3.9> [in English].

УДК 070.4:050"2005/2008"

Журнал для колекціонерів і дослідників «Хобі»: тематична палітра, жанрова специфіка

Наталя РОМАНЮК

канд. н. із соц. комунік.

Київський столичний
університет імені Бориса
Грінченка

вул. Левка Лук'яненка, 13-Б,
04212, Київ, Україна

n.romaniuk@kubg.edu.ua

ORCID 0000-0002-9225-2955

© Романюк Н., 2024

Уперше об'єктом дослідження став всеукраїнський журнал «Хобі», що виходив протягом 2005–2008 рр. Ідея створення часопису виникла в Кропивницькому (тоді Кіровограді), а реалізовувався він кропивницько-київською командою з залученням авторів із різних міст України. Видання позиціонувалося як «журнал для всіх поколінь» про «світ наших захоплень». У цій статті описано авторський склад часопису, жанрову й тематичну палітру, рубрикацію. Якщо чимало видань про захоплення є прикладними, то це більше про людей, ніж про поради, схеми чи рецепти.

Головний редактор «Хобі» й автор ідеї — Валерій М'ятович, заступниця — Людмила Момот. Постійними авторами часопису були Юрій Гаєв, Іван Крайній, Броніслав Куманський, Микола Озірський, Володимир Панченко та інші. У «Галереї хобі» та інших рубриках опубліковані репродукції художників із Кропивницького. Увесь авторський склад був значно ширшим і за іменами, й за географією.

Найчастотнішими рубриками були «Людина і її захоплення», «Наше минуле», «Що нового в наших героїв», «Від хобі — до винахідництва», «Вивчайте Україну». Залежно від розмаїття захоплень героїв додавалися рубрики «Звичаї», «Бджільництво», «Лицарство», «Філокартія», «Мандрівки», «Скарби», «Краєзнавство», «Колекціонування» тощо.

Найчастіше матеріали щодо сучасності подавалися в жанрах інтерв'ю, статті, рідше — репортажу. Історичні розвідки — як есе або нариси. Деякі матеріали можна назвати кон'юнктурними, однак більшість із опублікованого не втратило актуальності й через 16 років після виходу журналу. Багато публікацій можуть стати джерелом цінної інформації для колекціонерів, букіністів, майстрів народних ремесел, краєзнавців, істориків.

Джерельною базою дослідження став 31 випуск журналу «Хобі». Додаткову інформацію про особливості творення видання в інтерв'ю надав редактор часопису Валерій М'ятович.

Ключові слова: всеукраїнський журнал «Хобі», журнальні видання України 2000-х, часопис, колекціонування, краєзнавство, світ захоплень, народні ремесла, Валерій М'ятович.

“HOBBY” MAGAZINE FOR COLLECTORS AND RESEARCHERS: THEMATIC PALETTE, GENRE SPECIFICITY

Natalia ROMANIUK

PhD in Social Communications

Borys Hrinchenko Kyiv Metropolitan University

13 B, Levka Lukianenka St., 04212, Kyiv, Ukraine

n.romaniuk@kubg.edu.ua

ORCID 0000-0002-9225-2955

For the first time, the subject of the study is the all-Ukrainian magazine “Hobby”, which was published in 2005-2008. The idea of creating the magazine arose in Kropyvnytskyi (former Kirovohrad) and was implemented by the Kropyvnytskyi-Kyiv team with the involvement of authors from different cities of Ukraine. The publication was marketed as a “magazine for all generations” about “the world of our hobbies”. This article describes the magazine’s team of authors, genre, thematic palette and sections. While many hobby publications are applied, they are more about people than about tips, diagrams or recipes.

Valerii Miatovych was the “Hobby’s” editor-in-chief and author of the idea, and Liudmyla Momot was the deputy editor. Regular contributors to the magazine were Yurii Haiev, Ivan Krainiy, Bronislav Kumanskyi, Mykola Ozirskyi, Volodymyr Panchenko and others. The “Hobby Gallery” and other sections featured reproductions by artists from Kropyvnytskyi. The entire author’s list was much wider, both in terms of names and geography.

The most frequent sections were “A person and Its Hobbies”, “Our Past”, “What’s New About Our Heroes”, “From Hobby to Invention”, and “Explore Ukraine”. Depending on the variety of characters’ hobbies, the sections “Customs”, “Beekeeping”, “Chivalry”, “Philocartia”, “Travels”, “Treasures”, “Local History”, “Collecting”, etc. were added.

Most of the magazine’s present-day materials were presented in the form of interviews and articles, and less frequently as reports. Historical research was presented in the form of essays or narratives. Some of the materials can be called opportunistic, but most of the published materials have not lost their relevance even 16 years after the magazine publication. Many publications can be a source of valuable information for collectors, booksellers, craftsmen, ethnographers, and historians.

The research was based on 31 issues of “Hobby” magazine. Additional information about the specifics of the publication was provided by the magazine’s editor Valerii Miatovych in an interview.

Keywords: all-Ukrainian magazine “Hobby”, magazine editions of Ukraine in the 2000s, magazine, collecting, local history, world of hobbies, folk crafts, Valerii Miatovych.

Актуальність проблеми

Всеукраїнський журнал «Хобі», що виходив близько п'ятнадцяти років тому, не привертав увагу дослідників ні під час його розповсюдження, ні в контексті історії журналістики 2000-х. Водночас це всеукраїнське видання виходило понад три роки й було унікальним за своїм цільовим і читацьким призначенням. Воно містило оригінальні матеріали різних жанрів, не дублювалося в онлайнформаті й збереглося в поодиноких публічних чи приватних бібліотеках, тож наша стаття — спосіб визначити його місце в видавничому процесі й залишити в історії журналістики. Завдяки широкій тематиці цей часопис є важливою джерельною базою для краєзнавців, істориків, колекціонерів різних напрямів і представників різних ремесл. Окрім того, в журналі відображено захоплення людей із різних областей України, зокрема й тих, які опинилися під окупацією росії чи постраждали внаслідок її вторгнення. Тож журнал постає ще одним свідком того, яким був цей світ до війни.

Стан розробки теми

Ми не знайшли жодного пресознавчого чи іншого дослідження, яке б прямо чи опосередковано стосувалося журналу «Хобі». Про нього майже немає згадок навіть у позанаукових текстах, доступних в інтернеті, а на сайтах, де інформують про букіністику чи раритети, можна побачити лише поодинокі зображення обкладинки цього видання. Зазначимо, що журнал «Хобі» можна розглядати як частину видавничого надбання Кіровоградщини: ідея журналу виникла в Кропивницькому, і саме тут здебільшого велася робота над кожним випуском часопису.

Преса цього регіону XIX–початку XX ст. була предметом дослідження автора статті та Романа Базаки. Якщо говорити про періодику незалежності України, то ми писали про додаток до «Народного слова» «Єлисавет», що виходив на початку 1990-х (Романюк, 2019). Що ж до преси Кіровоградщини 2000-х, то вона загалом, як і досліджуване нами видання, залишається поза увагою науковців. Так само «Хобі» не став об'єктом дослідження в контексті всеукраїнських журнальних видань.

Джерельною базою статті є зібрання всіх випусків часопису. Також ми взяли інтерв'ю в головного редактора часопису Валерія М'ятовича (2023), аби з'ясувати особливості й маловідомі факти творення журналу.

Завдання статті: проаналізувати особливості «Хобі», тематичну палітру видання й рубрикацію, жанрову специфіку; описати авторський склад часопису; визначити напрями подальших досліджень.

Виклад основного матеріалу

«Хобі» — щомісячний загальноукраїнський журнал, перший номер якого побачив світ у листопаді 2005-го. Він був промоційним під час передплатної кампанії на прийдешній рік. Усього з'явився 31 випуск — окрім єдиного номера у 2005 році, 8 номерів було видано у 2006 (кілька випусків були об'єднаними); 12 — у 2007; 10 — у 2008-му.

Засновник і видавець журналу — приватне підприємство «Інвест-Груп». Головний редактор — Валерій М'ятович, заступниця — Людмила Момот. Дизайн і верстку провадив Олександр Корольов, літературну редактуру — Світлана Надутенко, коректуру — Лариса Романюк. Обсяг — 100 сторінок.

Часопис створювався про людей і людьми з різних місць України. Переважно це була співпраця Києва та Кропивницького (тоді Кіровограда).

Надзаголовок — «Світ наших захоплень», підзаголовок — «Журнал для всіх поколінь». Останнє твердження правдиве, оскільки більшість людей, які захоплюються якимось справою, могли в цьому виданні знайти щось цікаве для себе.

У вступному слові до першого випуску Валерій М'ятович (2005) писав: «Ви тримаєте в руках перше число незвичайного журналу. Незвичайного в тому плані, що він висвітлює сферу людського буття, яка називається коротким і всім зрозумілим, незважаючи на своє іноземне походження, словом «хобі». Сьогодні важко уявити будь-кого з нас без улюбленого заняття, тобто без хобі. Воно, звичайно ж, є, навіть якщо ми не вважали раніше ним те, чому віддаємо свій вільний час, що приносить нам задоволення. Хобі розкриває наші здібності, підносить нас над одноманітною буденністю, робить нас неординарними. Нерідко воно стає професією, змістом життя. Ось чому заслуговує на особливу увагу й окреме видання». І далі: «В наступних випусках на вас чекають нові розповіді про цікавих людей, «секрети» їхніх захоплень, поради, що прислужаться не тільки початківцям» (М'ятович, 2005).

За словами редактора журналу Валерія Павловича, ідея створення журналу виникла ще під час роботи в газеті «Народне слово», в якій часто писали про колекціонерів, зокрема й про Олександра Ільїна, якого називали «підпільним мільйонером»: «Про нього залишилося чимало легенд, особливо стосовно «білих плям» в його біографії та способів заволодіння цінними речами. Розповідали, що захоплений колекціонуванням, він невільно став... його жертвою — економив на лікуванні, повноцінному харчуванні, замість ліжка в останні роки йому слугувало невеличке місце між тисячами рідкісних книг, китайських ваз, виробів зі срібла й золота, картин, де навіть ноги простягнути не можна було. Тож у першому номері «Хобі» ціл-

ком виправдано знайшлося місце для розповіді й про нього. Вражала й вигадливість тих, хто знаходив справу собі для душі. Наприклад, пенсіонерка з Тернопільщини прикрашала свою присадибну ділянку міні-копіями замків, а чиновник з Луганщини багато років вдосконалювався у мистецтві бонсай... Знайомство з такими неординарними людьми й наштовхнуло на думку розповідати про них на сторінках спеціалізованого журналу» (М'ятович, 2023).

Зазвичай періодика, що стосується дозвілля людей, є досить специфічною (скажімо, окремо колекціонування, рукоділля, садівництво тощо), а водночас – більш «практичною» й порадицькою. Натомість «Хобі» – про людей, які цією справою живуть, про окремі історії й долі, а не про рекомендації, як ліпити з глини, писати ікони чи що взяти з собою у фотомандрівку. Іноді про те, як справа живе через людину або й виживає її (як то в статті про вже згаданого колекціонера Олександра Ільїна: «Книги витіснили цю непересічну людину з життя»). Журнал «Хобі» писав про різні колекції й сам став своєрідною колекцією захоплень людей, які в різний час жили в Україні або були пов'язані з нею.

Постійними **авторами** часопису були Юрій Гаєв, Іван Крайній, Броніслав Куманський, Людмила Момот, Валерій М'ятович, Микола Озірський, Володимир Панченко, Володимир Параскева, Лариса Севостьянова, Олег Снітовський, Оксана Чекаль. Світлини найчастіше створювали Ігор Демчук, Олег Гриб, Олег Снітовський. Загалом за три роки у створенні часопису взяли участь близько ста авторів із різних міст і сіл України: це були й професійні журналісти, письменники, фотокори, й звичайні люди, які вирішили розповісти про улюблене заняття.

Цінним доповненням візуальної частини журналу стали авторські оригінальні **ілюстрації** в літературних рубриках та репродукції картин у «Галереї хобі» – роботи Володимира Кир'янова, Федора Лагна, Андрія Надєждіна, Фелікса Полонського. У 2007 «Галерея хобі» зникла, однак розповіді про художників були проілюстровані їхніми репродукціями. Зазвичай художні твори, опубліковані в журналі, супроводжуються оригінальними ілюстраціями. Однак вони не завжди були підписані (як то в оповіданні «Обручка зі склепу» Олега Бондаря).

Журнал був кольоровим, ілюстрованим, якісно надрукованим.

Колектив «Хобі» працював на відстані ще до того, як такий спосіб роботи став поширеним явищем. «Натрапивши на інформацію, яка годилася для журналу, я (Валерій М'ятович) шукав того, хто міг би написати матеріал, забезпечити його ілюстраціями. Поступово утворилася мережа власкорів, більшість якої становили професійні журналісти. В подальшому мені залишалося лише повідомляти їм завдання.

Завдяки підтримці спонсора ми мали можливість виплачувати гонорар. З удячністю згадую співпрацю з колегами з Києва, Тернополя, Рівненщини, Запоріжжя, Кривого Рогу, Одеси» (М'ятович, 2023).

З першого номера в журналі «Хобі» з'явилися **рубрики** «Людина і її захоплення» (найчастотніша), «Наше минуле», «Есе», «Будьмо здорові» (поради з народної медицини), «Наше майбутнє» (інтерв'ю з дітьми), «Галерея хобі» (репродукції картин), а також «Гімнастика для мізків» (кросворди). Протягом трьох років існування часопису рубрикація урізноманітнювалася. Додавання нових рубрик свідчило про розширення як жанрів, так і окремих тематичних груп публікацій, коли якесь захоплення виходило за межі епізодичного матеріалу й потребувало «зарезервованого» місця. Водночас деякі рубрики не ставали повторюваними.

В останньому номері 2006 року Валерій М'ятович (2006b) у слові редактора анонсував: «Є в цьому випуску й новинка: журнал розповідає — і так буде завжди — про події в житті героїв попередніх публікацій. Цього разу в спеціально заснованій рубриці «дебютують» головна редакторка газети «День» Лариса Івшина, колекціонер із Одеси Анатолій Дроздовський, письменники і яхтсмени-любители брати Капранови». Цим редактор представив рубрику «Що нового в наших героїв».

Цікавою є думка Лариси Івщиної про те, чому вона переймається нашим «постгеноцидом і покаліченим суспільством» (це висвітлить не тільки позицію пані Лариси, а й направленість журналу, про який ми пишемо): «Часом кажуть, що варто нинішній молоді прийти в активне життя, і вона розв'яже багато проблем, оскільки вихована в умовах волі... Гадаю, не можна бути таким беззастережним оптимістом. Якщо не буде справжніх шкіл, позитивної селекції, нічого саме по собі не відбудеться. Багато разів у нашій історії було так, коли починали ніби з чистого аркуша, як люди без спадщини. А що таке, зрештою, цивілізація? Це насамперед здатність накопичувати знання. Засвоювати їх. Виробляти цінності» ("Університети Лариси Івщиної", 2006).

З часом додалося близько двох десятків рубрик за тематикою («Нумізматика», «Шахи», «Мандрівки», «Краєзнавство», «Колекціонування», тощо) та жанрами («Поезія», «Проза»). У 2007-му в рубриці «Колекціонерам-початківцям» почали з'являтися практичні поради, наприклад, «Очищення і зберігання платівок», «Поради моделісту-початківцю». Додалася рубрика «Вивчайте Україну»: щонайменше в ній подавали перелік із коротким описом найцікавіших музеїв різних областей. Було також започатковано рубрику «Від хобі — до винахідництва», яка розширила тематику журналу і в якій ішлося про сучасні українські винаходи й винахідників.

Найчастіше матеріали щодо сучасності подавалися в жанрах інтерв'ю, статті, рідше — репортажу. Історичні розвідки — як есе або нариси. Говорячи про жанри, ми спираємося на підхід Миколи Тимошика (2022).

Окрім таких «класичних» захоплень, як бджільництво, ковальство, фотографування, стендовий моделізм, натрапляємо на створення музичних інструментів, вирощування екзотичних фруктів, створення мінізоопарків й екзотичних ферм. Окрім традиційної букіністики та філателістики, було також колекціонування каміння, радіоприймачів, фотоапаратів та годинників, давніх карт України, бойових машин, раритетних видань Шевченка, старовинних хрестів, прищіпок, самоварів тощо. Частина публікацій присвячена музеям та їхнім збирачам і хранителям, наприклад, Віктору Маруценку, який завідує краєзнавчим музеєм у місті Долинська на Кіровоградщині. Чи «сільському Ермітажу» — музею в селі на Харківщині, колекцію якого зібрав учитель школи Панас Луньов.

Окремо зупинімося на захопленнях авторів часопису. Постійний автор «Хобі» Броніслав Куманський написав про себе в статті «Людина, яка не стала колекціонером». І знизу підзаголовок-лід: «Це я. Хоч брався за колекціонування кілька разів». А після статті Миколи Цибульського «Атланти Степової Еллади» є короткий додаток про автора і його фото, з якого дізнаємося про те, що він у молодості любив потягати штанги й гирі.

Частину публікацій у «Хобі» ми б назвали кон'юнктурними: наприклад, у першому номері вийшло інтерв'ю з Юлією Тимошенко, де вона розповідає про свою роботу як про хобі. Відповіді на запитання про роботу уряду — прогнозовані. Інтерв'ю з політками були в більшості випусків. Часто їхніми захопленнями є колекціонування, й такі приватні зібрання можуть змагатися з цілими музеями. І саме їхні портрети нерідко були на обкладинках журналу.

Багато публікацій про людей культури, науки, освіти, спортсменів, журналістів, підприємців. Наприклад, у першому випуску є інтерв'ю з Русланою Лижичко, співачкою, яка виграла Євробачення-2004 («Я закохана в гори»), тодішнім президентом Києво-Могилянської академії В'ячеславом Брюховецьким. У таких інтерв'ю відштовхуються більше від цікавої особистості, ніж від певного захоплення. Особливе місце в журналі посідають мандрівні тексти, що супроводжуються якісними фото з різних куточків планети.

Деякі герої — звичайні, здавалося, люди. Як то мешканка Тернопільщини Владлена Авдевіна, яка на пенсії почала створювати різні скульптури й замки. Більшість таких матеріалів створені в жанрі інтерв'ю.

Цікавим для істориків, краєзнавців і філокартистів може видатися «Віртуальна подорож сивим Славутичем» Володимира Могилю-

ка, проілюстрована багатьма листівками з видами Дніпра сторічної давнини.

Для сучасного журналістикознавства цей часопис цінний тим, що в ньому вміщувалося немало публікацій, присвячених журналістському й видавничому фаху, сутності, чину, покликанню журналіста й редактора. Такі публікації можна об'єднати в дві основні групи: перша — про сучасників, які працювали тоді, коли виходив журнал. Це інтерв'ю, в яких іноді йдеться про хобі поза роботою, зрідка — про те, що стосується сучасного стану медій 2000-х. Людмила Момот написала про систему координат Лариси Івшиної. У статті «Від Едісона до Толстого і від Троцького до Сталіна» розповіли про київського журналіста Анатолія Михайлова, у колекції якого понад п'ять тисяч аудіофайлів, стільки ж зображень і тисячі відеосюжетів. Деякі з них зроблено наприкінці XIX ст. Письменник і видавець «Кур'єра Кривбасу» Григорій Гусейнов з'явився зі своєрідним монологом із фрагментів мозаїки його літературної й літературознавчої праці («Книжки моїх юних днів»). Згодом автор постав героєм статті «Національна премія за хобі» — вже як лауреат премії імені Тараса Шевченка за дев'ятитомну художньо-документальну книгу «Господні зерна», в якій дослідив український Степ. Почалося зі звичайних відвідин парку «Веселі Бокovenьки» на Кіровоградщині, який понад сто років тому у степовій Україні створив Микола Львович Давидов. Бажання написати нарис про парк вилилося в дослідження життя й книгу. Валерій М'ятович у (2006а) статті пише: «... ми постійно стверджуємо, що хобі — це не щось другорядне чи просто приємне проведення вільного часу.... Нерідко (як у випадку з Григорієм Джамаловичем) хобі стає сенсом життя, і тоді його плоди можуть прислужитися всьому суспільству».

Друга група довоколавидавничих текстів — про історію, особливо початку XX ст. (інтерв'ю з фахівцями про історичні постаті, статті, есе, нариси). Переважно вони з'явилися в рубриці «Наше минуле».

Більшість таких публікацій не втратили своєї актуальності й досі. Тексти з рубрики «Наше минуле» можуть бути корисними тим, хто цікавиться історією, краєзнавством, літературознавством, колекціонуванням тощо. Часопис виходив лише в паперовому форматі, без електронної версії, тож у бібліотеках, де він зберігся, його підшивка могла б стати знахідкою для дослідників. Один із постійних авторів цієї рубрики Володимир Панченко розповів про світ захоплень і сенсів мецената Євгена Чикаленка. Зокрема, про його підтримку української газети «Рада» і науково-популярну брошуру «Розмови про сільське господарство». Такі публікації розповідають про справи життя людей, які формували українську націю. Адже, як пише в книзі «Подолати минуле: глобальна історія України» Ярослав Грицак (2021), «Народ існує сам собою — так, як ростуть трава чи дерева. Натомість націй

у природі не існує. Їх треба плекати, як плекають газони чи сади». У травневому номері за 2007 рік у публікації «Сила чорноземна наш Чубинський...» Володимир Панченко по-новому для багатьох відкрив автора слів українського гімну. Окрім відомих для кожного українця слів, Павло Чубинський залишив значну видавничу та етнографічну спадщину. У нарисі «Феміністка» літературознавець написав про першу українську феміністку та літераторку Наталю Кобринську з Болехова, її протиставлення вузького та широкого світів, про український жіночий альманах «Перший вінок».

У рубриці «З минулого» були й інші статті Володимира Панченка, Леоніда Куценка, Олександра Балабка та інших, які заслуговують на особливу увагу та на окрему статтю, тож тут ми зупиняємося лише побіжно.

У грудневому випуску 2008 року Валерій М'ятович (2008) пише у «Слові редактора»: «Попри фінансову кризу, яка нібито найбільше загрожуватиме нам у наступному році, астрологи запевняють, що цей рік буде щасливим для всіх знаків Зодіаку». Однак цей номер таки став останнім для всеукраїнського журналу «Хобі».

В інтерв'ю через 15 років опісля на запитання, що передусім запам'яталося про часопис, Валерій М'ятович (2023) відповів: «Коли згадую ті три роки, протягом яких видався журнал, не розумію, де бралися в мене сили. Журналом я займався вечорами й у вихідні, тож часу на відпочинок не залишалося. Телефонував відомим політикам, артистам, письменникам, вченим, колекціонерам, лауреатам премії імені Тараса Шевченка, домовлявся про інтерв'ю. Гроно імен захоплює й досі: В'ячеслав Брюховецький, Мирослав Попович, Богдан Бенюк, Олег Скрипка, Дмитро Халаджи... Дивуюся своїй тодішній наполегливості, вірі в те, що журнал закріпиться на інформаційному ринку, сподобається читачам, які теж мають свої хобі».

Висновки

Усього за три роки існування вийшов 31 номер журналу «Хобі» на понад трьох тисячах сторінок. У його створенні взяли участь більше ніж сто людей. Найчастотнішими жанрами були інтерв'ю, статті, репортажі, есе або нариси. Публікації супроводжувалися авторськими фото, репродукціями картин. Близько сорока рубрик висвітлювали різноманітні хобі людей із усієї України. Журнал може стати джерельною базою для науковців, філателістів, нумізматів, колекціонерів, краєзнавців, музеєзнавців тощо, а також джерелом ідей для народних майстрів.

Журнал «Хобі» сам перетворився на те, про що писав — друкований музей, присвячений колекціонерам, народним умільцям, майстрам різних напрямів.

Ця стаття — перший огляд журналу, що має посісти своє місце в історії журналістики. На особливу увагу заслуговують окремі рубрики, зокрема «З минулого», а також внесок окремих авторів у життя журналу.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

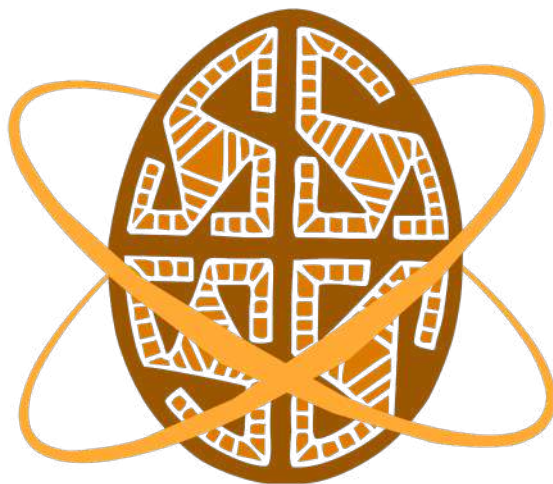
- Грицак, Я. (2021). *Подолати минуле: глобальна історія України*. Портал.
- М'ятович, В. (2005, листопад). Шановні читачі... *Хобі*, 3.
- М'ятович, В. (2006а, квітень–травень). Національна премія за хобі. *Хобі*, 6–9.
- М'ятович, В. (2006b, жовтень–грудень). Слово редактора. *Хобі*, 3.
- М'ятович, В. (2008, грудень). Слово редактора. *Хобі*, 10(31), 3.
- М'ятович, В. (2023, 7 березня). *Інтерв'ю для статті про «Єлисавет»* (Н. Романюк, інтерв'юер) (Папка «Єлисавет»). Особистий архів автора.
- Романюк, Н. (2019). Історико-краєзнавчий додаток «Єлисавет»: історія, завдання, жанрово-тематичне наповнення. *Вісник Книжкової палати*, 5, 40–42. <https://is.gd/9M8hgv>
- Тимошик, М. (2022). Жанри журналістики як науково-практична проблема: до провокації фахової полеміки теоретиків і практиків ЗМІ. *Український інформаційний простір*, 2(10), 14–42. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269647>
- Університети Лариси Івшиної. (2006, жовтень–грудень). *Хобі*, 94–95.

REFERENCES

- Hrytsak, Ya. (2021). *Podolaty mynule: Hlobalna istoriia Ukrainy* [Overcoming the past: A global history of Ukraine]. Portal [in Ukrainian].
- Miatovych, V. (2005, November). Shanovni chytachi... [Dear readers...]. *Khobi*, 3 [in Ukrainian].
- Miatovych, V. (2006a, April–May). Natsionalna premiia za khobi [National Hobby Award]. *Khobi*, 6–9 [in Ukrainian].
- Miatovych, V. (2006b, October–December). Slovo redaktora [Editor's word]. *Khobi*, 3 [in Ukrainian].
- Miatovych, V. (2008, December). Slovo redaktora [Editor's word]. *Khobi*, 10(31), 3 [in Ukrainian].
- Miatovych, V. (2023, March 7). *Interviu dlia statii pro "Yelysavet"* [Interview for the article about "Yelysavet"] (N. Romaniuk, Interviuer) (Folder "Yelysavet"). Personal archive of the author [in Ukrainian].
- Romaniuk, N. (2019). Istoryko-kraieznavchyi dodatok "Yelysavet": Istoriia, zavdannia, zhanrovo-tematychno napovnennia [Historical and local lore application "Yelysavet": History, tasks, genre and thematic content]. *Bulletin of the Book Chamber*, 5, 40–42. <https://is.gd/9M8hgv> [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2022). Zhanry zhurnalistyky yak naukovo-praktychna problema: Do provokatsii fakhovoi polemiky teoretykiv i praktykiv ZMI [Journalism genres as a scientific and practical Problem: To professional polemics provocation of media theoreticians and practitioners]. *Ukrainian Information Space*, 2(10), 14–42. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269647> [in Ukrainian].
- Universytety Larysi Ivshynoi [Universities of Larysa Ivshyna]. (2006, October–December). *Khobi*, 94–95 [in Ukrainian].

ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

HISTORY OF JOURNALISM



УДК 050.482(477.83-25)"1923/1943"

Інтердисциплінарний вимір студій квартальника «Богословія» (до 100-річчя виходу видання)

Мар'яна КОМАРИЦЯ

д-р філол. н., с. н. с.

Львівська національна наукова
бібліотека України імені
В. Стефаникавул. В. Стефаника, 2,
79000 Львів, Україна

komar_mar@ukr.net

ORCID 0000-0003-2951-1237

© Комариця М., 2024

Мета статті — проаналізувати інтердисциплінарний вимір контенту наукового журналу «Богословія» (1923—1943), органу Богословського наукового товариства, що виходив у Львові за редакцією о. д-ра Йосифа Сліпого; простежити проєкцію впливу Церкви на суспільно-політичне, наукове й мистецьке життя в Галичині. Актуальні питання сьогодення, пов'язані з унікальним досвідом душпастирства у час війни й державницькою позицією Церкви, спонукають до ретроспективного погляду на витоки сучасних процесів. Інтердисциплінарний вимір наукових розвідок часопису дає змогу з'ясувати роль духовенства у формуванні літературної мови, його внесок у музичну та мистецьку культуру, дослідження історії та філософії. Після Переяславських угод 1654 р. відбувся поетапний процес втрати церковної незалежності України, і цей історичний факт засвідчує (або візуалізує) взаємозв'язок історії народу та його Церкви. У контексті поліконфесійності національного релігійного простору не втрачають важливості висновки редактора про потребу «обрядової однообразності» як складової політичної соборності. Національну домінанту наукових досліджень засвідчує факт, що автор філософських нарисів, які склали за кілька десятиліть підручник з історії філософії, Микола Конрад (беатифікований 2001 р.) був також автором розвідки «Націоналізм і католицизм». Націоналістична концепція постає у цій книзі як найцінніший суспільний здобуток ХХ ст. за умови обмеження національного егоїзму християнською мораллю. Археологічні та мистецтвознавчі розвідки часопису пов'язують далекі хронологічно пласти, з'ясовують витоки та мотиви заснування митрополитом Андреем Шептицьким Національного музею у Львові, роль Руської Трійці як передвісника Весни народів 1848 р. Праця греко-католицького духовенства над відновленням мережі пресодруків, формуванням наукових та освітніх осередків в умовах переслідувань польського уряду мала вагомий вплив на процес націєтворення й була важливим складником боротьби українців Галичини за свої права після поразки Визвольних змагань. Водночас публікації журналу — рецензування наукових видань зарубіжних теологів, інформація про участь у міжнародних релігійних акціях — свідчать про те, що українське духовенство стало невід'ємною частиною загальноєвропейського інтелектуального контексту.

Ключові слова: журнал «Богословія», Богословське наукове товариство, інтердисциплінарність, патріарх Йосиф Сліпий, Галичина.

INTERDISCIPLINARY DIMENSION OF THE “THEOLOGY” QUARTERLY STUDIES (to the 100th publication anniversary)

Mariana KOMARYTSIA

Doctor of Philology, Senior Researcher,
Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv
2, Vasyl Stefanyk St., 79000, Lviv, Ukraine
komar_mar@ukr.net
ORCID 0000-0003-2951-1237

The purpose of the article is to analyse the interdisciplinary dimension of the scientific journal “Bohoslovia” (“Theology”) (1923-1943) content, a body of the Theological Scientific Society, published in Lviv under the editorship of Fr. Dr. Yosyf Slipyi, to trace the projection of the Church’s influence on social, political, scientific and artistic life in Galicia. Current issues related to the unique experience of pastoral care during the war and the Church’s state position encourage a retrospective look at the origins of modern processes. The interdisciplinary dimension of the journal’s research makes it possible to clarify the role of the clergy in forming the literary language, their contribution to music and artistic culture, and the study of history and philosophy. After the Pereyaslav agreements of 1654, there was a gradual loss of church independence in Ukraine, and this historical fact testifies (or visualizes) the relationship between the history of the nation and its Church. In the context of the national religious space multiconfessionality, the editor’s conclusions about the need for “ritual uniformity” as a component of political unity do not lose their importance. The national priority of scientific research is evidenced by the fact, that Mykola Konrad (beatified in 2001), the author of the philosophical essays that made up a textbook on the history of philosophy over several decades, was also the author of the research “Nationalism and Catholicism”. The nationalist concept appears as the most valuable social achievement of the 20th century in this book, provided that Christian morality limits national egoism. Archaeological and art studies of the magazine connect chronologically distant periods, clarify the origins and motives of the founding of the National Museum in Lviv by Metropolitan Andrei Sheptytskyi, and the role of the Ruthenian Triad as a harbinger of the Spring of Nations in 1848. The work of the Greek Catholic clergy to restore the press network, to form scientific and educational centres in the face of persecution by the Polish government had a significant impact on the process of nation-building and was an important component of the Ukrainians’ struggle in Galicia for their rights after the defeat of the Liberation Movement. At the same time, the journal’s publications, such as reviews of scientific publications by foreign theologians and information about participation in international religious events, show that the Ukrainian clergy has become an integral part of the European intellectual context.

Keywords: “Bohoslovia” (“Theology”) journal, Theological Scientific Society, interdisciplinarity, Patriarch Yosyf Slipyi, Galicia.

Постановка проблеми

У час, коли воєнна руїна, спричинена російською агресією проти України, переорює всі сфери життя, Церква опинилась у фокусі уваги суспільства. За діяльністю й міркуваннями ієрархів католицької та православної конфесій пильно стежать ЗМІ й політична еліта. 100-річчя виходу наукового журналу «Богословія» стає приводом для аналізу взаємин Церкви/суспільства крізь призму часописних публікацій, виокремлення тематичних пластів, що засвідчують тяглість розвитку упродовж століть національних духовних традицій — як у сфері інтелектуального, так і метафізичного досвіду.

Стан розробки проблеми

Вивчення та осмислення інтелектуального спадку богословів греко-католицької Церкви міжвоєнного двадцятиліття було неможливим в Україні під час радянської окупації через ізоляцію більшості тогочасних галицьких періодичних видань за стінами спецфондів. Одним із найвагоміших підсумків досліджень, що тривали лише в умовах еміграції, можна вважати тритомник «Світильник істини» (Сениця, 1973, 1976, 1983), перший том якого почав готуватися до друку 1968 р. з нагоди 40-річчя заснування Богословської академії. Розвідка о. Івана Музички (1978) «Початки української богословської науки в двадцятому столітті і Блаженійший Патріярх Йосиф» синтезує наукові, педагогічні та духовні змагання греко-католицької Церкви після поразки Визвольних змагань: «В Галичині одними із перших, що взялися до праці відбудови, були наші богослови й духовні особи у Львові, що поставили собі за завдання творити власну богословську науку, відновити в новому дусі три дієцезальні семінарії..., дати своїй Церкві й інтелігенції нову рідну богословську літературу та богословські твори, піднести наше церковне життя з примітивного парохіяльного ХІХ-го століття до європейського на базі нових наукових і пасторальних вимог та здобутків» (с. 75). Повернути до наукового обігу цінний спадок минулого, переосмислити його роль у нових геополітичних обставинах дають змогу сучасні розвідки Юрія Щербяка (2007) «Значення української богословської школи в Науково-педагогічній діяльності духовенства в Галичині (перша половина ХХ ст.)», Нестора Мизака (2013) «Діяльність Богословського наукового товариства української греко-католицької Церкви у 1923–1939 рр.», Оксани Шеремети (2017) «Історик філософії — от. Микола Конрад: нотатки до інтелектуальної біографії», Романа Бліхарського (2021) «Науковий статус українських теологічних журналів міжвоєнної Галичини» та ін. Цінні архівні матеріали та спогади про ректора Богословської академії й редактора журналу о. д-ра Йосифа Сліпого (2014) містить книга «Спомини», а надійним бібліографічним орієнтиром, своєрідним

науковим навігатором для пошуку статей та рецензій журналу є «Індекс української католицької періодики Галичини 1871—1942» Андрія Кравчука (2000).

У згаданих дослідженнях публікації часопису розглянуто в контексті розвитку богословських студій у Галичині першої третини ХХ ст., тогочасного пресового поля, зокрема релігійного, діяльності видатних постатей української Церкви. Не менш цінним, однак, є виокремлення в контенті наукового журналу «Богословія» актуальних для сьогодення проблем, простеження інтердисциплінарного виміру наукових розвідок, їхньої дотичності до інших сфер науки й мистецтва в історичній ретроспективі, що й визначило *завдання статті*.

Методи дослідження

Контент журналу «Богословія» є цікавою моделлю для простеження міждисциплінарних зв'язків на основі аналізу точок дотику наукових сфер богослов'я, історії, права, мовознавства, мистецтва тощо. Використання аналітичного, описового, історичного, компаративного, біографічного методів дає змогу комплексно розкрити проблемний спектр публікацій, ввести теоретичні висновки авторів часопису в сучасний національно-політичний контекст.

Виклад основного матеріалу

Формування культурного простору нації відбувається через синтез різних взаємопов'язаних чинників. У ХХ ст. преса стала своєрідною зв'язковою ланкою між різними сферами суспільного буття. Після поразки Визвольних змагань українці Галичини продовжували боротьбу за свої національні права в нових геополітичних умовах. Відновлення структури української греко-католицької Церкви, що мала вагомий вплив на процес націєтворення, передбачало як важливий складник реставрацію пресового поля: йшлося як про продовження виходу часописів, заснованих до Першої світової війни, так і про появу нових видань, зокрема наукових.

Рішення про заснування Богословського наукового товариства та наукового часопису «Богословія» було ухвалене на з'їзді професорів львівської, перемиської та станіславівської семінарії 29—30 вересня 1922 р., організованому тодішнім ректором львівської Духовної семінарії о. Титом Галущинським. Комісія для формування статуту майбутнього товариства, яку обрав з'їзд, виявилася мало діяльною, тож до її складу долучили «... молодого тоді, щойно по студіях, о. Д-ра Йосифа Сліпого (нинішнього патріярха), який сам зладив цілий статут Товариства. Таким чином, статут став його твором, а згодом він сам головою Товариства і його душею на пів століття!» (Музичка, 1978, с. 88). На початку 1923 р. вийшла друком перша книга нового квар-

тальника «Богословія», а наступного року — журналу «Записки Чина св. Василя Великого» (1924—1935). І хоча наукові розвідки друкувалися і в інших виданнях, як-от журнали «Нива», «Дзвони», газета «Нова Зоря», однак редакція «Богословія» зосередила увагу на власне богословській проблематиці. Незважаючи на задекларовану вузьку тематичну нішу, редактор Йосиф Сліпий — ректор Духовної семінарії (від 1928 р. — Богословської академії), голова Богословського наукового товариства — прагнув залучити до співпраці ширше коло галицьких науковців. Через публікацію розвідок історичного й культурологічного характеру реалізовувалась ідея взаємозв'язку Церкви й нації, релігії як складника духовної культури народу. Редакція ставила перед собою завдання «... подавати строго наукові й реферуючі розвідки з цілого обсягу теології», висвітлюючи кожную її ділянку й присвячуючи особливу увагу теології Східної Церкви, тож видання було витримане в строго науковому аскетичному стилі.

Контент журналу засвідчує вагомість наукових здобутків українських та зарубіжних вчених-богословів, що аналізували складні питання, пов'язані з теологією й практикою релігійного життя, публікували огляди й рецензії на книги, бібліографію періодичних видань, хронікальні відомості з богословського наукового світу. Цей високий науковий рівень був здобутий, незважаючи на вкрай важкі економічні та політичні обставини: «Перше число журналу “Богословія” побачило світ завдяки пожертві отця — ректора духовної семінарії Т. Галущинського у сумі 4 млн польських марок, які на той час уже зазнали девальвації, отець-докт. В. Пинило — 150 тис. марок, отець-докт. [Г.] Лакота — 100 тис., докт. Решетило — 50 тис. та інші» (Мизак, 2013, с. 111). Найбільшим жертводавцем був митрополит Андрей Шептицький, що фінансував також інші численні українські інституції; згодом редакція намагалася покращити фінансове становище завдяки популяризації нового видання й залучення до числа передплатників ширших кіл громадян, та все ж змушена була зменшити обсяг із шести до п'яти друкованих аркушів.

Аналіз тематичного зрізу публікацій засвідчує: хоча богословські студії й мали пріоритет, однак у журналі друкувалося також багато розвідок інтердисциплінарного характеру, дотичних до наукової й мистецької сфер. «“Богословія” ставить собі за завдання подавати строго наукові й реферуючі розвідки з цілого обсягу теології (догмат., апольог., філософ., біблійних наук, історії церкви, канонічного права, церковної археології та штуки, пасторальної і т. д.) — так що кожна ділянка знайде своє узглядненне. Особливша увага буде присвячена теології Східної Церкви» (Сліпий, 1923, с. 1–2), — наголошувала редакція. Питання богослов'я розглядалися насамперед у статтях Й. Сліпого «De amore mutuo et reflexo in processione Spiritus Sancti

explicitanda» [про походження Святого Духа], «Святий Тома з Аквіну і схолястика», «Обрядова однообразність», Степана Сампари «Прачоловік і праоб'явлення», Миколи Руснака «Богослужбні книги Східної Церкви про примат Папи». З огляду на поліконфесійність релігійного простору України не менш актуально, аніж 100 років тому, звучать слова зі статті «Обрядова однообразність»: «І якщо нас так болюче діймає обрядова пестрість на галицькім ґрунті, то, очевидно, ще болючіше відчуває це кожний, що дивиться на цілість української Церкви, — католицьку і нез'єдинену... Проблема літургічної однообразности стає для нас рубом передусім нині, при всеукраїнському змаганні, коли всі життєві сили народу зміряють до закріплення одности й національної соборности» (Сліпий, 1943, с. 100). Таким чином, уніфікація релігійної сфери проектувалася на ідею національно-державної єдності. Й. Сліпий висловив також на сторінках журналу власне бачення реформи богословських студій у контексті енцикліки Папи Римського Пія XI «Deus scientiarum Dominus» (1931), що стосувалася як процесу навчання семінаристів, так і осягнення докторату. Відзначається ґрунтовністю та широтою хронологічного діапазону праця Романа Ковшевича (1928) «Погляд на українську канонічну літературу», що друкувалася впродовж 1928–1929 рр. і була «спробою історичного огляду української каноністики... від появи каноністичної творчости на нашій землі аж до початку ХХ ст.» (с. 56). Низка статей присвячена історії догм та історії богослов'я на Сході, відносинам між західною та східною (перш за все українською) богословською наукою, специфіці Літургії Івана Золотоустого, українським перекладам Святого Письма, поясненням «блудів» деяких протестантських релігійних течій.

Статті з ділянки канонічного права дотичні до історії України та історії української Церкви. Микола Чубатий (1925) у розвідці «Про правне становище Церкви в козацькій державі» пов'язував Переяславські угоди із втратою церковної незалежності України, простежуючи, як Росія поетапно використовувала політичну ситуацію, щоб підпорядкувати московському патріарху замість Константинопольського українських православних єрархів, незважаючи на їхні спроби протистояти експансії. В Україні доби Гетьманщини становище православної Церкви відрізнялося від західного й східного типів: на тлі її незалежності від державної влади вагомим чинником був вплив світського громадянства. Царський указ про повний послух вірних московському патріархові «... був справді чимсь зовсім новим в життю української церкви. Се може перший раз від часів її існування світська власть видала так важне зарядження у чисто релігійно-церковній справі, як в справі послуху київської митрополії другому патріархові» (с. 27). Згадані процеси набувають особливої актуальності

в контексті сучасних претензій УПЦ МП на канонічність. Хронологічні рамки досліджень охоплюють кілька століть — від IV до XX — і стосуються питань юридичної сутності конкордатів (Роман Ковшевич), судівництва в церковних статутах XI—XII ст. (Володимир Левицький), джерел церковного права на Сході в першому періоді до Міланського едикту 313 р. (Діонісій Дорожинський), кодифікації східного церковного права, ставлення Церкви до цивільних шлюбів і розлучень (Лев Глинка).

Філософія як ділянка наукового знання чи не найтісніше пов'язана з богослов'ям. Дослідження монографічного характеру «Нарис історії старинної філософії» Миколи Конрада (беатифікованого Папою Римським 2001 р.) друкувалося в журналі впродовж 1934—1935 рр. і мало скласти окрему книгу. Й. Сліпий (1974) відзначав унікальність розвідки, бо на той час не було відповідного українського підручника: «Коли о. д-р Микола Конрад став професором філософії на Богословській Академії у Львові, я, як тодішній Ректор, предложив йому написання історії старинної філософії, яку він саме викладав» (с. 5). Варто згадати, що це був принциповий підхід отця ректора — аналогічні пропозиції адресувалися всім професорам. Згадана праця М. Конрада мала вийти як підручник за редакцією Й. Сліпого, але після приходу у вересні 1939 р. радянських військ «годі було приступити до його друку». Тож журнальна публікація дала змогу зберегти цінний інтелектуальний доробок, що став книжковим виданням лише через кілька десятиліть (Рим, 1974; Львів, 2003). Про його ідеологічне підґрунтя немало свідчить факт, що М. Конрад (1934) був також автором розвідки «Націоналізм і католицизм»: хоча вчений вважав націоналістичну концепцію найціннішим суспільним здобутком XX ст., наголошував водночас на потребі обмеження здорового національного егоїзму християнською мораллю. Домінування націоналізму на світовій політичній арені, зауважував учений, змусив навіть більшовиків (принципових інтернаціоналістів) створити союзні держави. Національна ідея не суперечить універсалізму християнської релігії, подібно як сонце світить різним створінням, зберігаючи їхню неповторність: «Християнська Церква, хоч як у своїй ідеології понаднаціональна й універсальна, у кожному народі знаціоналізувалася. Історія вказує, що у всіх народів, особливо ж у слов'янських, католицькій клір чимало причинився до національного відродження, а деколи у своїм націоналізмі переходив слухні межі» (с. 4).

Серед філософських розвідок виділяються й статті В'ячеслава Заїкина «Систематизація історії української філософії, Андрія Іщакка «Погляд на дві найстарші томістичні школи», Гавриїла Костельника «Das Prinzip der Identitätgrundlage aller Schlüsse [Принцип основи тотожності всіх висновків]», «Ordo logicus [Логічний порядок]», «Das

Prinzip der Identität [Принцип тотожності]» (в перекладі українською В. Д. Садовського). Підручник Г. Костельника з новітньої філософії теж планувався до друку, і до нього, очевидно, увійшли б як складники ці та інші статті в галицькій пресі. Вчений прагнув знайти універсальний ключ до різних форм прояву всесвітнього розуму, однак такий підхід сприймався контрверсійно. У рецензії на книгу «Ordo logicus» Петро Ісаїв (1932) зазначав, що автор належить до тих учених, що, помічаючи неясності чи недоговорення в науці, не заспокоюються, доки врешті не знайдуть розв'язки проблеми, не зв'яжуть «вирішення даної квестії з цілою загальною системою, з цілим своїм світоглядом у всіх точках» (с. 815). Натомість Теофіль Коструба (1948) твердив, що Г. Костельник, реформуючи ідеї томізму й неотомізму, створив оригінальну філософську концепцію на основі теорії пізнання та позитивних висновків модерного природознавства, щоб «... виврати сучасне людство, зокрема ж інтелігенцію, зі смертельних оков атеїзму» (с. 124). Як не парадоксально, але саме в цьому універсалізмі Т. Коструба вбачав небезпеку домінування теоретичної доктрини над пізнанням природи індивідуальних явищ і навіть джерело апостазії о. Костельника. Природничі науки, що в 20—30-ті рр. ХХ ст. перебували лише на старті майбутньої науково-технічної революції, теж представлені у «Богословії» студіями Г. Костельника «Теорія Айнштайна», «Границі Всесенної», «Поняття матерії в старинних атомістів і в нинішній фізиці», що було на той час революційним явищем вже в суто релігійному сенсі.

Наукові розвідки з історії Церкви присвячені визначним подіям минулого або ж відомим релігійним діячам. Ярослав Гординський (1928) у статті «Перший Нікейський Собор у традиції старої України» зібрав і простежив документальні згадки про подію, яка стала епохальною в історії християнства: після жорстоких переслідувань християни здобули «опору в світській владі — в особі цісаря Константина Великого і в державнім законодавстві» (с. 19). Якщо ця розвідка екстраполює світову історію на українські реалії, то статті Андрія Іщака про унійні та автокефальні змагання на українських землях від Данила до Ізидора, Володимира Фіголя про церковні братства галицької греко-католицької провінції у XVIII ст. та «Учительне Євангеліє» Кирила Транквіліона Ставровецького зосереджені на суто українських історичних пам'ятках та їхньому впливі на формування національного духовного простору.

Особлива увага до постаті св. свмч. Йосафата — характерна риса усіх галицьких релігійних видань, і пов'язана вона з історичним контекстом утвердження унійної Церкви на українських землях після Берестейського собору. Кн. 3/4 1923 р. «Богословії» вийшла з присвятою «Святій і славній пам'яті єрхієпископа полоцького св. Йосафа-

та Кунцевича мученика за єдність церкви 1623—1923» (також текст присвяти латиною). У публікаціях ювілейної книги йшлося про віднайдення та розпізнавання мощів св. Йосафата, «Лист св. свмч. Йосафата», мову «Регул» і «Катехизму» святого, деякі публікації подано латинською та французькою мовами. Життя та мученицьку смерть святого священномученика висвітлювали також численні матеріали в інших часописах — «Католицкий Вихід», «Церковний Восток», «Нива», «Записки ЧСВВ» та ін.

З нагоди 25-річчя інтронізації митрополита Андрея Шептицького Кн. 1/2 1926 р. вийшла з присвятою: «Чверть століття на Митрополитському престолі». До неї увійшли розвідки Й. Сліпого про молоді роки митрополита, спогади Дмитра Дорошенка про перебування ієрарха в російському полоні, єп. Йосифа Боцяна про пастирські листи митрополита, Костя Левицького про його діяльність на полі розвитку національної культури. Упродовж 1933—1937 рр. друкувалася студія Івана Шпитковського «Рід і герб Шептицьких», що мала монографічний характер. До сфери персоналістики дотичні статті А. Іщака «В 600-літні роковини канонізації св. Томи з Аквіну», Петра Хомина «Митрополит Йосиф Велямин Руський і його освітні змагання», Владислава Толочка «Участь князів Радивилів в Берестейській Унії», Михайла Возняка «Перший історик Церкви з вихованців львівської духовної семінарії» про о. Михайла Гарасевича та ін.

У 1930-х рр. у журналі з'явилося більше досліджень гуманітарного характеру — з мовознавства, мистецтвознавства, музикознавства, проблематика яких була пов'язана з релігією. Низка історичних статей, як от Ярослава Пастернака й Володимира Січинського про гетську культуру, опубліковані з нагоди сторіччя віднайдення їхньої столиці. Вчений-археолог вважав актуальним окреслити культурний вплив прадавньої та мало званої держави між Єгиптом і Вавилоном на інших народів: «Зокрема, для нас буде важним факт, що тоді йшов через Кавказ та Україну торговельний шлях, яким деякі бронзові вироби Гетитів, головно фігурки богів, діставалися далеко на північний схід, у судетській краї та на Помор'я» (Пастернак, 1935b, с. 247). Я. Пастернак опублікував у «Богословії» ґрунтовну працю про археологію західноукраїнських земель, а також цікаві результати розкопок у підземеллях катедрального храму. Підсумком розкопок храму св. Юра став висновок про те, що попередня катедральна церква, закладена в кінці XIV ст. й розібрана в 1743 р., була на 20 м коротша, ніж сучасна, але такої ж ширини, й не мала підземної крипти: «Заслугою їх Екссцеленції Митрополита Кир Андрея Шептицького удалося наглядно реконструювати та матеріальними доказами скріпити цілу історію Божих храмів на святоюрській горі» (Пастернак, 1935a, с. 52). Дозвіл на розкопки свідчив про комплексність підходу мирополита Андрея Шеп-

тицького до дослідження та збереження національної духовної спадщини, квінтесенцією якого стало заснування Національного музею у Львові: деякі його експонати, здобуті під час подорожей по селах і містечках Галичини, буквально вихоплювалися з вогню у випадку обнови громадами місцевих церков. Деякі статті Володимира Січинського присвячено дослідженню історичних пам'яток Львова — вежі та дому Корнякта, однієї з найдавніших у Львові церкви св. Миколая із численними світлинами будівлі; наголошено на унікальності стилю цієї пам'ятки церковної архітектури XIII—XIV ст. Такі дослідження засвідчують синтез в українській церковній традиції історичного, обрядового й мистецького чинників. Власне мистецьку сферу, зокрема візантійські впливи на середньовічне мистецтво Західної Європи, національні особливості церковного мистецтва розкривають компаративні розвідки Володимира Пещанського «Деякі про українські і великоруські ікони» (1925) та Володимира Залозецького «Візантійський ренесанс у світлі новітніх дослідів» (1932). У них відзначено, зокрема, роль іконостаса в збереженні та розвитку українського іконопису.

Музикознавчі розвідки квартальника пов'язані зі співаною традицією української Літургії. Діяльність Івана Снігурського, Михайла Вербицького, Івана Лаврівського, Анатолія Вахнянина, Віктора Матюка, о. Володимира Домета Садовського висвітлена в оглядовій статті Бориса Кудрика (1938) «Участь духовенства в галицько-українській музичній культурі». Хронологічно-географічний принцип дає змогу простежити еволюцію співаної Літургії від примітивного дяківського співу (т. зв. «єрусалимки») до розвиненої мережі чоловічих хорів у парафіях і семінаріях. «Галицьке музичне відродження почалося було не лише в духовних кругах, але й під знаком церковно-хорової музики. Колискою цього відродження став Перемишль, а ініціатором його тамошній єпископ Іван Снігурський — муж високо заслужений і в інших культурних ділянках» (с. 209). Автор цієї та низки інших музикознавчих статей простежив своєрідні риси доби староукраїнського т. зв. «партесного співу», окреслив життєві та творчі віхи автора музики українського гімну Михайла Вербицького.

Унікальну роль галицького духовенства у формуванні літературної мови в процесі культурного відродження українців розкриває низка мовознавчих досліджень. Василь Лев (1943) у статті «Мова Галицького Духовенства від часу прилучення Галичини до Австрії аж до 1848 р.» окреслив історико-політичні передумови та стан духовенства після входження Галичини до складу Австро-Угорщини, роль заснованої 1783 р. у Львові за наказом цісаря Йосифа II семінарії «для виховування духовних греко-кат. обряду», співіснування церковнослов'янської, української та польської мов у середовищі духовенства, роль Руської

Трійці та Весни народів 1848 р. у формуванні національних мовних пріоритетів. І хоча через регіональні особливості це зумовило водночас «відрізнення її від мови придніпрянців» (с. 208), однак домінування ідеї соборності сприяло радше синтезу мовних особливостей. І подібно як «Енеїда» Івана Котляревського, «“Русалка Дністровая” 1837 р. робить офіційно живу народну мову літературною» (с. 207).

Національно-культурну ситуацію в Галичині першої половини XIX ст., трансформацію національної ідеї крізь релігійну призму висвітлено в статті Костянтина Чеховича (1933) «Іван Могильницький та Йосиф Добровський». Концепція національного відродження чеського вченого, основоположника сучасної славістики Й. Добровського, в основі якої лежала систематизація слов'янських мов на окремі групи, стала революційним явищем у тогочасному культурному просторі. У фокусі уваги К. Чеховича (1933) — контрверсійність сприйняття І. Могильницьким висновків чеського колеги: з одного боку, він відзначав їхню важливість як джерела пробудження національної свідомості слов'янських народів, з іншого — гостро полемізував з тезами про провінційність української мови, доводив давні корені української традиції, зокрема мовної, та її відмінність від російської. Діяльність Могильницького мала позитивний вплив на національну орієнтацію духовенства й інтелігенції Галичини. Його «Вѣдомѣсть о рускомъ языкѣ» стала підґрунтям діяльності інших діячів: «Своім сучасникам він дав добру зброю для оборони самостійності української мови й для оборони права на дальший культурний розвиток української мови й української нації взагалі... Дальше покоління провідних людей Галицької України, як ось Йосиф Лозинський чи Маркіян Шашкевич, пішло вже свідомо слідами Івана Могильницького» (с. 61).

Окремі статті друкувалися латинською мовою з коротким реферуванням змісту українською мовою у кінці, натомість до статей, опублікованих українською мовою, додано анотацію латинською. Це була одна з форм підтримання зв'язків із теологами Західної Європи, популяризації праць українських вчених-богословів за кордоном. Обміну інтелектуальним досвідом сприяв також налагоджений редактором обмін книгами й часописами з зарубіжними бібліотеками й видавництвами: «1938 р. він охоплював 16 українських, 11 польських та 30 закордонних видавництв. Завдячуючи обміну, часопис “Богословія” можна було знайти в бібліотеках країн Західної Європи, коли у Східній Галичині з приходом радянської влади він підпадав під суцільне вилученням з бібліотек і знищення» (Мизак, 2013, с. 113).

Публікації рубрики «Вибрані питання» («Analecta») цікаві своєю різножанровістю. Тут і дослідження про бібліографію стародруків, і відомості про участь студентів Богословської академії в архе-

ологічних розкопках на Львівщині, про нові напрями в сучасному проповідництві, аналіз проблеми запобігання вагітності з погляду католицької Церкви та ставлення Церкви до цивільного подружжя й розлучення (з приводу нового проекту польської кодифікаційної комісії), відомості про міжнародні унійні конференції, розвідка про ефіопські чернечі молитви та багато інших матеріалів.

Постійна рубрика «Богословське наукове товариство» інформувала про дискусії на чергових зборах товариства щодо різних питань, зміни в керівному складі, інавгурацію нового циклу академічних вечорів; до речі, найцікавіші з лекцій були прочитані в інших містах Галичини для ширшої аудиторії.

Рубрика «Огляди й оцінки» («*Conspectum et recensiones*») містила рецензії на праці з богослов'я та історії Церкви українських і зарубіжних учених, видані у Львові, Фрайбурзі, Мюнхені, Римі, Парижі — від теоретичних розвідок до збірників проповідей. Як зазначала редакція, журнал намагався ознайомлювати читачів із найновішими здобутками наукового знання через огляди й оцінки книг, порушуючи поточні теологічні питання, переглядаючи закордонні книги й періодичні видання, що містили відомості з богословського наукового світу. Свідченням наукових успіхів «Богословії», за словами редакції, були численні прихильні відгуки, зокрема в західноєвропейських богословських і світських наукових виданнях. Найчастіше авторами рецензій були Ю. Дзерович, В. Заїкин, А. Іщак, М. Конрад, Й. Схрейверс, М. Чубатий, в межах рубрики вміщувалися також іноді полемічні матеріали.

Тематика інформаційних повідомлень, поданих у «Всячині-Хроніці» («*Varia-Chronica*»), надзвичайно широка: це ювілейні матеріали про українських і закордонних теологів чи ж посмертні згадки, розповіді про католицькі університети світу, міжнародні конференції та конгреси. Систематично подавалися й відомості про життя Богословської академії у Львові — розклади занять на поточний семестр, кількість звичайних і надзвичайних слухачів на богословському й філософському факультетах, результати виборів деканів. Ці дані актуальні для сучасних студій з біографістики.

Рубрика «Книжки і часописи» («*Litteratura, Libri et ephemerides*») складалася із двох основних частин: у першій частині вміщено бібліографію нових книг з проблем релігії та окремі художні твори, у другій подано зміст нових чисел окресленого кола періодичних видань.

Останній річник журналу «Богословія» побачив світ 1943 р. і містив науковий доробок галицьких богословів за 1939—1942 рр. Однак ця спроба відновити тяглість видання була вчергове перервана вступом радянської армії до Львова влітку 1944 р., а більшість авторів були або репресовані, або змушені емігрувати на чужину, дехто, як-от о. Ярослав

лав Левицький, перейшли на православ'я після псевдособору 1946 р. Загалом вийшло друком 45 книг журналу (деякі здвоєні), об'єднані в двадцяти томах.

Висновки

Науковий часопис «Богословія» (1923—1943), від дати заснування якого минає 100 років, засвідчив не тільки глибокий інтелектуальний потенціал галицького духовенства, а й жертовність і послідовність у боротьбі за національну духовну культуру, незважаючи на несприятливі політичні обставини — переслідування польського уряду й економічну скруту. Редакція зуміла налагодити обмін з богословськими осередками інших європейських країн; систематично моніторила нові видання, друкуючи рецензії на них; вела обмін із зарубіжними бібліотеками, популяризуючи українську духовну культуру. Інтердисциплінарний вимір наукових розвідок, опублікованих на сторінках часопису, розкриває феномен тісного «включення» української Церкви в усі сфери суспільного життя — роль духовенства у формуванні літературної мови, його внесок у музичну та мистецьку культуру, дослідження історії та філософії.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Бліхарський, Р. (2021). Науковий статус українських теологічних журналів міжвоєнної Галичини. *Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства*, 11(29), 170–211. [https://doi.org/10.37222/2524-0331-2021-11\(29\)-9](https://doi.org/10.37222/2524-0331-2021-11(29)-9)
- Гординський, Я. (1928). Перший Нікейський собор у традиції старої України. *Богословія*, 6(1–2), 18–55.
- Ісаїв, П. (1932). [Рецензія]. *Дзвони*, 12, 812–815.
- Ковшевич, Р. (1928). Погляд на українську канонічну літературу. *Богословія*, 6(1–2), 56–70.
- Конрад, М. (1934). *Націоналізм і католицизм*. Мета.
- Коструба, Т. (1948). Огляд української літератури в 1918–1938 рр. (Ч. 2). *Життя і Слово*, 2, 115–126.
- Кравчук, А. (2000). *Індекс української католицької періодики Галичини. 1871–1942*. Свічадо.
- Кудрик, Б. (1938). Участь духовенства в галицько-українській музичній культурі. *Богословія*, 16(4), 208–214.
- Лев, В. (1943). Мова Галицького Духовенства від часу прилучення Галичини до Австрії аж до 1848 р. *Богословія*, 17–20(2–4), 198–208.
- Мизак, Н. (2013). Діяльність Богословського наукового товариства української греко-католицької Церкви у 1923–1939 рр. *Релігія та Соціум*, 3–4(11–12), 109–117.
- Музичка, І. (1978). *Початки української богословської науки в двадцятому столітті і Блаженніший Патріярх Йосиф*. Рим.
- Пастернак, Я. (1935а). Археологічні розкопи літом 1933 р. на терені Катедри св. Юрія у Львові. *Богословія*, 13(1), 49–52.
- Пастернак, Я. (1935б). Гетити та їхня культура: (У століття віднайдення їхньої столиці). *Богословія*, 13(4), 242–247.
- Сениця, П. (Упоряд.). (1973). *Світильник істини. Джерела до історії Української*

- Католицької Богословської Академії у Львові* (В. Жолкевич, Ю. Бескид & Я. Чумак, ред.; Ч. 1). Накладом студентів Богословської академії.
- Сениця, П. (Упоряд.). (1976). *Світильник істини. Джерела до історії Української Католицької Богословської Академії у Львові* (В. Жолкевич, Ю. Бескид & Я. Чумак, ред.; Ч. 2). Накладом абсолювентів Української Католицької Богословської академії.
- Сениця, П. (Упоряд.). (1983). *Світильник істини. Джерела до історії Української Католицької Богословської Академії у Львові* (В. Жолкевич, Я. Чумак & А. Турчин, ред.; Ч. 3). Накладом студентів Богословської академії.
- [Сліпий, Й.] (1923). Від редакції. *Богословія*, 1(1), 1–2.
- [Сліпий, Й.] (1943). Обрядова однообразність. *Богословія*, 17–20(2–4), 100–110.
- [Сліпий, Й.] (1974). Введення. В М. Конрад, *Нарис історії стародавньої філософії* (с. 5). Український католицький університет імені св. Клементя папи.
- Сліпий, Й. (2014). *Спомини* (І. Дацько & М. Горяча, ред.). Видавництво УКУ.
- Чехович, К. (1933). Іван Могилянський та Йосиф Добровський. *Богословія*, 11(1), 51–61.
- Чубатий, М. (1925). Про правне становище церкви в козацькій державі. *Богословія*, 3(1–2), 19–53.
- Шеремета, О. Ю. (2017). Історик філософії — от. Микола Конрад: нотатки до інтелектуальної біографії. *Мультиверсум. Філософський альманах*, 1–2(159–160), 169–183.
- Щербяк, Ю. (2007). Значення української богословської школи в науково-педагогічній діяльності духовенства в Галичині (перша половина ХХ ст.). *Педагогічні науки*, 44, 54–59.

REFERENCES

- Blikharskyi, R. (2021). Naukovyi status ukrainykykh teolohichnykh zhurnaliv mizhvoiennoi Halychyny [Scientific status of Ukrainian theological journals of interwar Galicia]. *Proceedings of Research and Scientific Institute for Periodicals*, 11(29), 170–211. [https://doi.org/10.37222/2524-0331-2021-11\(29\)-9](https://doi.org/10.37222/2524-0331-2021-11(29)-9) [in Ukrainian].
- Chekhovych, K. (1933). Ivan Mohylnytskyi ta Yosyf Dobrovskyi [Ivan Mohylnytskyi and Yosyf Dobrovskyi]. *Bohoslovia*, 11(1), 51–61 [in Ukrainian].
- Chubatyi, M. (1925). Pro pravne stanovyshche tserkvy v kozatskii derzhavi [About the legal position of the church in the Cossack state]. *Bohoslovia*, 3(1–2), 19–53 [in Ukrainian].
- Hordynskyi, Ya. (1928). Pershyi Nikeiskyi sobor u tradytsii staroi Ukrainy [The First Nicaea Cathedral in the tradition of old Ukraine]. *Bohoslovia*, 6(1–2), 18–55 [in Ukrainian].
- Isaiv, P. (1932). [Retsenziia [Review]]. *Dzvony*, 12, 812–815 [in Ukrainian].
- Konrad, M. (1934). *Natsionalizm i katolytyzym* [Nationalism and Catholicism]. Meta [in Ukrainian].
- Kostruba, T. (1948). Ohliad ukrainskoi literatury v 1918–1938 rr. [Review of Ukrainian literature in 1918–1938] (Ch. 2). *Life and Word*, 2, 115–126 [in Ukrainian].
- Kovshevych, R. (1928). Pohliad na ukrainsku kanonichnu literaturu [A look at Ukrainian canonical literature]. *Bohoslovia*, 6(1–2), 56–70 [in Ukrainian].
- Kravchuk, A. (2000). *Indeks ukrainskoi katolytskoi periodyky Halychyny. 1871–1942* [Index of Ukrainian Catholic periodicals of Galicia. 1871–1942]. Svichado [in Ukrainian].
- Kudryk, B. (1938). Uchast dukhovenstva v halytsko-ukrainskii muzychnii kulturi [The participation of the clergy in the Galician-Ukrainian musical culture]. *Bohoslovia*, 16(4), 208–214 [in Ukrainian].
- Lev, V. (1943). Mova Halytskoho Dukhovenstva vid chasu pryluchennia Halychyny do Avstrii azh do 1848 r. [The language of the Galician Clergy from the time of the

- annexation of Galicia to Austria until 1848]. *Bohoslovia*, 17–20(2–4), 198–208 [in Ukrainian].
- Muzychka, I. (1978). *Pochatky ukrainskoi bohoslovskoi nauky v dvadtsiatomu stolittii i Blazhennishshyi Patriiarkh Yosyf* [The beginnings of Ukrainian theological science in the twentieth century and His Beatitude Patriarch Yosyf]. Rym [in Ukrainian].
- Myzak, N. (2013). Diialnist Bohoslovskoho naukovohto tovarystva ukrainskoi hreko-katolytskoi Tserkvy u 1923–1939 rr. [The activity of theological society of the Ukrainian Greek Catholic Church during 1923–1939 years]. *Religion and Socium*, 3–4(11–12), 109–117 [in Ukrainian].
- Pasternak, Ya. (1935a). Arkheologichni rozkopy litom 1933 r. na tereni Katedry sv. Yuriiia u Lvovi [Archaeological excavations in the summer of 1933 on the territory of the Cathedral of St. Yurii in Lviv]. *Bohoslovia*, 13(1), 49–52 [in Ukrainian].
- Pasternak, Ya. (1935b). Hetyty ta yikhnia kultura: (U stolittia vidnaidennia yikhnoi stolytsi) [Hittites and their culture: (In the century of the discovery of their capital)]. *Bohoslovia*, 13(4), 240–247 [in Ukrainian].
- Senytsia, P. (Comp.). (1973). *Svitylnyk istyny. Dzherela do istorii Ukrainskoi Katolytskoi Bohoslovskoi Akademii u Lvovi* [The lamp of truth. Sources for the history of the Ukrainian Catholic Theological Academy in Lviv] (V. Zholkevych, Yu. Beskyd & Ya. Chumak, Eds.; Vol. 1). Nakladom studentiv Bohoslovskoi akademii [in Ukrainian].
- Senytsia, P. (Comp.). (1976). *Svitylnyk istyny. Dzherela do istorii Ukrainskoi Katolytskoi Bohoslovskoi Akademii u Lvovi* [The lamp of truth. Sources for the history of the Ukrainian Catholic Theological Academy in Lviv] (V. Zholkevych, Yu. Beskyd & Ya. Chumak, Eds.; Vol. 2). Nakladom absolventiv Ukrainskoi Katolytskoi Bohoslovskoi akademii [in Ukrainian].
- Senytsia, P. (Comp.). (1983). *Svitylnyk istyny. Dzherela do istorii Ukrainskoi Katolytskoi Bohoslovskoi Akademii u Lvovi* [The lamp of truth. Sources for the history of the Ukrainian Catholic Theological Academy in Lviv] (V. Zholkevych, Ya. Chumak & A. Turchyn, Eds.; Vol. 3). Nakladom studentiv Bohoslovskoi akademii [in Ukrainian].
- Shcherbiak, Yu. (2007). Znachennia ukrainskoi bohoslovskoi shkoly v naukovopedahohichnii diialnosti dukhovenstva v Halychyni (persha polovyna XX st.) [The importance of the Ukrainian theological school in the scientific and pedagogical activity of the clergy in Galicia (the first half of the 20th century)]. *Pedagogical Sciences*, 44, 54–59 [in Ukrainian].
- Sheremeta, O. Yu. (2017). Istoryk filosofii — ot. Mykola Konrad: Notatky do intelektualnoi biohrafii [Historian of philosophy — ot. Mykola Konrad: Notes to an intellectual biography]. *Multiversum: Philosophical Almanac*, 1–2(159–160), 169–183 [in Ukrainian].
- [Slipyi, Y.] (1923). Vid redaktsii [From the editors]. *Bohoslovia*, 1(1), 1–2 [in Ukrainian].
- [Slipyi, Y.] (1943). Obriadova odnoobraznist [Ritual monotony]. *Bohoslovia*, 17–20(2–4), 100–110 [in Ukrainian].
- [Slipyi, Y.] (1974). Vvedennia [Introduction]. In M. Konrad, *Narys istorii starodavnoi filosofii* [Essay on the Historiae of Ancient Philosophy] (p. 5). Ukrainian Catholic University named after St. Clement Pope [in Ukrainian].
- Slipyi, Y. (2014). *Spomyny* [Memories] (I. Datsko & M. Horiacha, Eds.). Publishing House of the Ukrainian Catholic University [in Ukrainian].

УДК 655.413:050]:[355.716:355.257.7(438=161.2)"1922/1923"

Голоси таборової преси інтернованих вояків-українців у Щипіорно, Польща (1922 – вересень 1923 рр.)

Юлія

ГОЛУБНИЧА-ШЛЕНЧАК
PhD

Київський столичний
університет імені Бориса
Грінченка

вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2,
04070, Київ, Україна

y.holubnychya-shlenchak@kubg.
edu.ua

ORCID 0000-0001-6591-4493

Ігор СРІБНЯК

д-р. іст. н., проф.

Київський столичний
університет імені Бориса
Грінченка

вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2,
04070, Київ, Україна

i.sribniak@kubg.edu.ua

ORCID 0000-0001-9750-4958

© Голубнича-Шленчак Ю.,
Срібняк І., 2024

У статті проаналізовано особливості функціонування газетно-журнальної періодики в таборі інтернованих вояків-українців Армії УНР Щипіорно в Польщі протягом 1922 — першої половини 1923 рр. Відзначено, що таборова преса відігравала надзвичайно важливу організаційно-мобілізаційну роль у середовищі інтернованих, намагаючись задовольнити їхні особливі потреби. Всі таборові часописи нагально потребували матеріальної допомоги таборян, власне їх благодійних внесків, які передавалися до пресових фондів видань; водночас їхні редакції намагалися акумулювати кошти через оформлення передплати на часописи як на теренах Польщі, так і поза її межами. З огляду на хронічний брак коштів типографське виконання всіх таборових видань було досить посереднім, але такий стан справ не заважав таборовій пресі ефективно виконувати свої завдання завдяки послідовній редакційній політиці, постійному живому зворотному зв'язку читачів з їхніми редакціями, тематичному різноманіттю матеріалів часописів.

У статті наведено інформацію про три таборові часописи — неперіодичний журнал «Вістник спілки лікарських помішників на еміграції», газети «Нове Життя» та «Український Сурмач», а також одноднівку «На Руїнах» (історію видання ще одного журналу в Щипіорно — «Релігійно-Наукового Вістнику» було висвітлено в окремій публікації). Серед них найбільший вплив справляла загальноармійська газета «Український Сурмач», яка поширювалася в усіх таборах інтернованих Військ УНР.

Ключові слова: таборова преса, газета, журнал, редакція, видавництво, табори інтернованих вояків-українців, Щипіорно, Армія УНР, Польща.

VOICES OF THE CAMP PRESS OF THE INTERNED UKRAINIAN SOLDIERS IN SZCZYPIORNO, POLAND (1922 – SEPTEMBER 1923)

Yuliia HOLUBNYCHA-SHLENCHAK

Doctor of Philosophy

Director of the Borys Hrinchenko Museum

Borys Hrinchenko Kyiv Metropolitan University

Bulvarno-Kudriavska St., 18/2, 04070, Kyiv, Ukraine

y.holubnycha-shlenchak@kubg.edu.ua

ORCID 0000-0001-6591-4493

Ihor SRIBNIAK

Doctor of Sciences (History), Professor

Head of the Department of World History

Borys Hrinchenko Kyiv Metropolitan University

Bulvarno-Kudriavska St., 18/2, 04070, Kyiv, Ukraine

i.sribniak@kubg.edu.ua

ORCID 0000-0001-9750-4958

The article analyses the peculiarities of the newspaper and magazine periodicals functioning in the internment camp for Ukrainian soldiers of the UPR Army in Szczypiorno, Poland during 1922 – the first half of 1923. It is noted that the camp press played an extremely important organisational and mobilising role among internees, trying to meet their special needs. All the camp periodicals urgently needed the material support of campers, in particular, their charitable contributions, which were transferred to the press funds of the publications; at the same time, their editors tried to accumulate funds by subscribing to periodicals both in Poland and abroad. Due to the chronic lack of funds, the printing quality of all camp publications was rather poor, but this state of affairs did not prevent the camp press from effectively fulfilling its tasks thanks to a consistent editorial policy, constant live feedback from readers to their editors, and the thematic diversity of the publications' materials.

The article provides information about three camp periodicals: the non-periodical journal "Bulletin of the Union of Medical Assistants in Exile", the newspapers "New Life" and "Ukrainian Trumpeter", and the one-day newspaper "On the Ruins" (the history of the publication of another journal in Szczypiorno, the "Religious and Scientific Bulletin", was covered in a separate publication). Among them, the most influential was the army-wide newspaper "Ukrainian Trumpeter", which was distributed in all internment camps of the UPR troops. From the very beginning of its circulation, the new publication was respected by both camp residents and Ukrainian political emigrants in Poland and other European countries. The paper covered important events in the world, provided camp chronicles with reviews of the cultural and educational activities of the military, primarily in the theatre and publishing field. The circulation of the camp press was another testament to the endurance of the Ukrainian military, its ability to fight for its ideals despite all the difficulties of emigration life.

Keywords: camp press, newspaper, magazine, editorial office, publishing house, camps for interned Ukrainian soldiers, Szczypiorno, Army of the Ukrainian People's Republic, Poland.

Актуальність вивчення цієї теми полягає в тому, що матеріали таборової преси були та залишаються одними з найважливіших джерел, опрацювання яких (так само, як і документів українських та зарубіжних архівосховищ) надає досліднику можливість до нагромадження та синтезу великого масиву фактологічної інформації з історії діяльності таборових громад інтернованих вояків-українців у Польщі. Зі сторінок таборових видань до нас промовляє сама понад столітня історія наших земляків, які боролися за волю й незалежність УНР; зазнавши мілітарної поразки, вони продовжили виборювати українську державність на чужині, свято віруючи в державно-політичне самоствердження України. Позиція переважної більшості інтернованих вояків була безкомпромісною — вони, послідовні противники більшовизму, продовжили естафету визвольної боротьби українців у 20-40-х рр. ХХ ст. До завдань цієї статті слід віднести окреслення джерельної вартості матеріалів таборової преси, яка видавалася в таборі інтернованої Армії УНР Щипіорно (Польща) (рис. 2); реконструкцію основних віх її редакційно-видавничої історії; а також ступені того впливу, який справила таборова періодика на думки й настрої таборян.

Історіографія проблеми

Окремі факти про обставини функціонування таборової преси були наведені в кількох узагальнювальних монографіях, у яких розглядалися загальні аспекти інтернування Армії УНР у Польщі (Колянчук, 2000; Павленко, 1999; Срібняк, 1997; Bruski, 2000; Karpus, 1997). Важливим внеском у наукове опрацювання цієї теми став вихід монографії Н. Сидоренко (2000), окремий розділ якої («Свіжі течії» в таборах інтернованих Каліш і Щипіорно) містив значний обсяг інформації про специфіку видання таборової періодики. Ця тематика перебувала й у полі уваги польського дослідника О. Вішки (Wiszka, 1997, 2001). Він також звернувся й до вивчення життєдіяльності таборян у Щипіорно в рамках написаної ним історії 6-ої Січової стрілецької дивізії Армії УНР (Wiszka, 2012). Слід зауважити, що історія табору Щипіорно була представлена в 2017-2018 рр. публікацією низки статей, які стосувалися різних аспектів функціонування тамтешньої української таборової громади (Срібняк, 2017, 2018). Важливим є те, що останніми роками активізувався як процес вивчення специфіки видання таборової преси інтернованих вояків-українців у Щипіорно (Голубнича-Шленчак, 2019а, 2019b), так і джерелознавчий аналіз їх матеріалів (Голубнича-Шленчак, 2023, Golubnicha-Slenchak, 2020).

Виклад основного матеріалу

Табір Щипіорно (пол.: *Szczypiorno*) № 5 став місцем для тимчасового розміщення інтернованих вояків-українців наприкінці осені 1921 р., коли після ліквідації табору в Александрові Куявському до нього були



Рис. 2. Друкарня 6-ої Січової стрілецької дивізії в таборі Щипіорно (на фото: крайній праворуч — сотник М. Битинський, біля нього — завідувач друкарні І. Липовецький, сидить — сотник О. Костюченко (редактор і коректор газети «Нове Життя»), 1923 р. (Друкарня 6-ї Січової стрілецької дивізії, б.д.).

передислоковані кілька з'єднань Армії УНР (1-ша Запорізька, 4-та Київська, 5-та Херсонська стрілецькі дивізії та деякі інші підрозділи). Вже на початку грудня ц.р. до них додалися ще й 6-та Січова стрілецька дивізія, хоча і в неповному складі (300 вояків цієї дивізії до 24 червня 1922 р. продовжували залишатись у таборі Стшалково). Командир 6-ої дивізії генерал-хорунжий М. Безручко був призначений начальником групи інтернованих у Щипіорно (обов'язки начальника штабу групи з червня 1922 р. виконував полковник В. Змієнко). З огляду на те, що табір Щипіорно був розташований неподалік (на відстані близько 4 км) від іншого табору — Каліш, українські підрозділи в них були об'єднані в єдину — Каліську групу інтернованих Військ УНР. Обов'язки коменданта табору виконував генерал Антоні Людвік Кернавські (Wiszka, 2012, р. 286).

Попри те, що власне «військове» життя дислокованих у Щипіорно дивізій поволі завмирало, а їхній особовий склад постійно скорочувався, вони продовжували зберігати свою організацію та штаби. Через істотне зменшення своєї кількості восени 1922 р. дивізії фак-

тично перетворилися на кадровані частини з курінною (батальйонною) структурою. У теплу пору року табір (хоч і тимчасово) залишало все більше робітничих команд, які, хоч і зберігали військову ієрархію, значною мірою виходили з-під впливу таборових та дивізійних структур. У цій ситуації суттєво зростала роль таборової преси, яка виконувала роль ідейно-організаційного центру в середовищі вояцтва Армії УНР. Відтак не є дивним, що відразу після переїзду українського вояцтва до Щипіорно в цьому таборі було відновлено видання кількох часописів, які тиражувалися в Александрові Куявському заходами кількох ініціативних старшин у друкарні 6-ої стрілецької дивізії.

Газета «Нове Життя»

До таких видань належали, зокрема, часописи «Нове Життя» та «Релігійно-Науковий Вісник» (рис. 1). І якщо специфіка останнього є вже досить проясненою (Golubnicha-Slenchak, 2020; Голубнича-Шленчак, 2023), то історія дивізійної газети заслуговує на чільну увагу дослідників таборової преси. Поновлення видання «Нового Життя» у Щипіорно стало можливим завдяки зусиллям її засновника й першого редактора (і водночас її друкаря) — сотника Григорія Гладкого, якому на допомогу в таборі прийшов сотник Олекса Костюченко. Їм доводилося працювати в досить складних умовах, використовуючи для тиражування газети шапірограф; крім того, у справі змістового наповнення «Нового Життя» вони також могли розраховувати виключно на власні сили.

Про їхню жертвовну працю згадали кількома скупими рядками в ювілейному — 100-му номері газети: «Частенько, коли в бараці все спало мертвим сном, за столом при світлі свічки можна було побачити дві працюючих постаті (йдеться про Г. Гладкого і О. Костюченка — *авт.*), які швидко порались коло шапірографа і, покінчивши з ділом, радісно розглядали свою працю, свій твір, свою укохану дитину — часопис». Згадуючи події річної давнини (власне започаткування видання часопису), редактори відзначали, що поява газети була з прихильністю зустрінута козаками 6-ої дивізії, бо вона стала віддзеркаленням їхнього тогочасного життя, настроїв, бажань. Натомість старшинство віднеслось до видання доволі скептично, не вбачаючи потреби в існуванні такої «забавки» ("Від редакції", 1922а, с. 1).

У редакційній статті були згадані всі труднощі, які довелося долати редакції протягом 1921 р. (зміна періодичності, недосконала техніка, переїзди), а також відзначені й її досягнення (тижневик завжди акцентував увагу на різних аспектах таборового життя, не обходячи «болючі» теми); водночас редколегія завжди наголошувала на важливості функціонування преси, коли існує «вільний виклад думок і

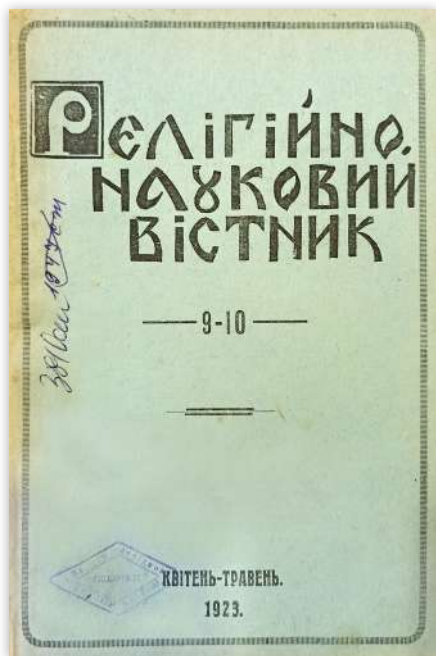


Рис. 1. Титульна сторінка журналу «Релігійно-Науковий Вістник» (Щипіорно, 1923. Ч. 9-10. Квітень-травень).

вільна критика». Надзвичайно важливим на думку редакції було й те, що газету передплачували в 17 місцевостях Польщі, а також в інших країнах світу, зокрема у 25 українських еміграційних осередках (в Єгипті, Алжирі, Марокко, Бельгії, Італії, Швейцарії, ЧСР, Німеччині, Австрії, Сербії, Туреччині, Великобританії, Франції, Румунії та ін.). Тому редакція мала всі підстави проголосити: «“Нове Життя” розносить ідею Самостійної Соборної Держави Української далеко по за межі дротів свого табору». Газета закликала «всіх до єдності в спільній праці» ("Від редакції", 1922a, с. 2).

Досить скоро ці здобутки змусили всіх критиків часопису переконатися в корисності видання газети, яка стала хронографом життя вояків 6-ої дивізії. Та все ж видання газети вимагало певних грошових видатків, що змушувало її редактора оголошувати благодійні збірки коштів на її потреби, до проведення яких охоче долучалася значна кількість інтернованих. Цілковитий брак коштів у дивізійній скарбниці загострив проблему її тиражування, спонукавши генерал-інспектора Армії УНР генерал-хорунжого Олександра Удовиченка видати наказ (від 20 лютого 1922 р.) про тимчасове припинення її видання, про що було повідомлено на шпальтах газети ("Від редакції", 1922b, с. 4). Таке рішення було обумовлено бажанням оптимізувати видатки на видання таборових часописів шляхом заснування загальноармійського часопису, який мав тиражуватися в об'єднаній друкарні 3-ої Залізної та 6-ої дивізій (Вішка, 2002, с. 107).

Але це число (№ 108) «Нового Життя» не стало останнім — бо вже за місяць воно продовжило своє видання, що було зумовлено затримкою з започаткуванням спільної для всіх таборян газети. Ця обставина спонукала О.Удовиченка відкликати свій наказ, і наприкінці березня 1922 р. редакція отримала дозвіл на продовження видання часопису. Відновивши тиражування газети, редколегія мала всі підстави вчергове підвести своєрідний підсумок, заявивши, що впродовж усього часу свого існування «Нове Життя» докладало всіх зусиль для підтримки моральних сил українського вояцтва на чужині, яке за тяжких умов інтернування зберегло прагнення до активної боротьби за свою державність (Сидоренко, 2000, с. 52).

Звертаючись до таборового загалу, редакція стверджувала, що їхня громада є частинкою загального життя — в усіх його проявах: «І тепер ми живемо — веселимось і радуємось, а часом сумуємо та плачемо, любимося та лаємось, нарікаємо на погане то надіємося кращого, попадаємо в розпуку, то переймаємось вірою у наше краще майбутнє, маємо свої товариства, гуртки, театр, кіно, навіть свої газети, свою цензуру, газету закриваємо і знов випускаємо в світ, — словом маємо все, чим може похвалитись великий світ. І з тим всім ми становимо дійсно свій окремих світ, з окремим життям[...]» ("Від редакції", 1922с, с. 1). На жаль, газета й у подальшому відчувала значні фінансові труднощі, через що її видання продовжувалося лише до травня 1922 р. (№ 120 став останнім в її історії).

Слід відзначити, що тимчасове припинення видання газети «Нове Життя» призвело до появи її «замінника» — одноденки «На руїнах», три номери якої були випущені 27 лютого, 5 березня та 19 березня 1922 р. Здійснити це стало можливим на пропозицію культурно-освітнього відділу 6-ої дивізії, який доручив справу редагування й видання одноденки М. Оверковичу та Г. Гладкому. Останні запровадили в ній ту ж рубрикацію, яка була й у газеті. Перше число відкривалося вступною статтею «На руїнах» ("На Руїнах", 1922, с. 1), у якій автор нарікав на проблему «замовчування» негараздів таборового побуту інтернованих. У статті зазначалося, що замість того, аби працювати над усуненням цих негараздів, деяка частина таборян дотримувалася думки про небажаність їхнього висвітлення на шпальтах преси. З інших значущих матеріалів у цьому числі — роздуми про становище українських земель та еміграції («Руїна»), стаття «Все українське — наше», замітка «Наша еміграція перед конференцією в Генуї», вірш М. Оверковича «Мені усе однаково болить». У рубриці «Останні короткі таборові новини» було вміщено інформація про відкриття в таборі дитячого садочка та проведення 23 лютого 1922 р. гумористичного вечора акторами таборового театру ("Про відкриття", 1922, с. 2–4).

Наступні два числа одноденки містили роздуми інтернованих про долю українського народу й майбутні перспективи створення незалежної держави (статті «Питання на черзі», «Лихо навчить», «Непевність себе», «Як ми будували?», «Всюди однаково»). У короткій замітці «З життя студентів в таб[орі] Щипіорно» йшлося про діяльність Української студентської громади в таборі та успіхи колишніх її випускників, які спромоглися продовжити своє навчання у вищих закладах освіти Польщі та Чехословаччини. Також у цьому випуску повідомлялося про роботу курсів штабових старшин та курси заочного навчання для молоді (останні були влаштовані за сприяння *Young Men's Christian Association*, YMCA — Американської благодійної молодіжної християнської асоціації).

Прикметною особливістю третього випуску одноденки (від 19 березня 1922 р.) стало розміщення в ньому матеріалів про різні аспекти присутності більшовицької Росії на міжнародній арені. Так, зокрема, увазі читачів були запропоновані статті «Чого їм треба» ("Чого їм треба", 1922, с. 1–2), у якій йшлося про перспективи встановлення дипломатичних відносин країн Європи з Радянським Союзом, а також допис «З якою Росією» ("З якою Росією", 1922, с. 2), у якій автор, спираючись на матеріали польських періодичних видань, розмірковує про те, які ж політичні сили прийшли би до влади в Росії у разі повалення більшовизму та який би вплив це мало на розвиток міждержавних польсько-російських відносин.

Досить інформативною в цьому числі одноденки була рубрика «Життя нашого табору», в якій, зокрема, повідомлялося про проведення «Союзом українок» збору коштів для встановлення пам'ятника померлим у таборі воякам Армії УНР, а також містилася інформація про активність українських жінок в інших царинах таборового життя (допис авторства Христини Сушко) (Х. С., 1922, с. 3–4). Серед інших новин таборового життя — відкриття театрального сезону, повідомлення про загальні збори Громади старшин 6-ої дивізії, інформація про видання книги «На руїнах» та заснування заходами Британського комітету для біженців ясел для дітей молодшого віку в таборі. Знайшлося у цій рубриці й місце для рецензії на виставу драми Бориса Грінченка «Степовий гість», що була підготовлена стараннями членів драматичного товариства ім. М. Садовського ("Драматичне товариство", 1922, с. 4).

Журнал «Вістник спілки лікарських помішників на еміґрації»

Попри всі складнощі таборового життя професійні спільноти таборян знаходили кошти для започаткування своїх власних видань, які мали професійне спрямування. У цьому контексті є доцільним

згадати про «Спілку лікарських помішників на еміграції», члени якої об'єднали зусилля в справі заснування свого фахового неперіодичного друкованого органу — «Вістника спілки...». Головним редактором часопису став Ю. Гудзій; крім того, активну участь у його виданні брали І. Гончаренко (представник УМСА у таборі), д-р І. Рихло (Чехословаччина) та студент-медик Варшавського університету Кросиленко. Істотну допомогу журналу надавали також доктори медицини Є. Лукасевич і М. Левицький. Перше число «Вістника...» було опубліковане накладом 250 примірників у жовтні 1922 р. (Гудзій, 1922) (рис. 3). В день його тиражування сталася безпрецедентна подія — наказом комісара Калішської групи інтернованих Військ УНР цілий наклад першого випуску журналу було конфісковано без зазначення причин.

Черговому (другому) випуску журналу судилася щасливіша доля, хоча його тиражування довгий час відкладалося через відсутність достатньої суми коштів для цієї мети. У ньому була, зокрема, вміщена розлога стаття Ю. Гудзія (1923с), в якій аналізувалися показники смертності та народжуваності в таборах інтернованих вояків Армії УНР в Польщі (із наведенням статистичних таблиць). За даними метричних книг у шести таборах у 1921-1923 рр. більшість смертей настала від легеневих хвороб. Так, зокрема, протягом 1921 р. померло 157 осіб, у т.ч.: дітей до одного року — 18, від 20 до 35 років — 111, та-



Рис. 3. Титульна сторінка першого номера неперіодичного журналу «Вістник спілки лікарських помішників на еміграції» (Щипіорно, 1922. Ч. 1. Жовтень).

кож було вчинено три самогубства, причини інших смертей не вказані. Щодо народжуваності, за даними Ю. Гудзія (1923с) найбільше дітей народилось у 1921 р. (44 хлопчики й 20 дівчат), надалі коефіцієнт народжуваності істотно знизився. Історія діяльності «Всеукраїнської спілки лікарських помішників» (заснована у 1917 р.) також була висвітлена в окремій статті ("Наші завдання в минулому", 1923). У третьому номері були наведені статистичні дані із захворюваності (зокрема, венеричних захворювань) та смертності в Україні, вказані кількісні показники сиріт у масштабах цілої країни. Тут же йшлося про складнощі життя безробітних лікарів та мізерні статки лікарів у селах ("На Україні", 1923, с. 28–34).

Крім полемічних та аналітичних статей, у журналі вміщувалися нариси біографічного характеру, які стосувалися життя та діяльності видатних медиків, зокрема англійського лікаря-інфекціоніста Едварда Дженнера (цей допис був підписаний криптонімом «Г.»), французького мікробіолога та хіміка Луї Пастера (авторства д-ра Кириловича), українського письменника, лікаря та дипломата М. Левицького (Ю.Гудзія). Низка авторів присвятила свої розвідки аналізу ситуації з дотриманням санітарно-гігієнічних норм в Україні та на території таборів інтернованих (статті д-ра М. Левицького «Страшна загроза», д-ра Ю. Добриловського «До боротьби з туберкульозом у таборах», Є. Лукасевича «Санітарний стан в Україні»).

Завжди інформативно насиченою була рубрика «Хроніка», яка поділялася на окремі розділи (професійну, таборову і загальну). У першій з них висвітлювалися події, пов'язані з діяльністю «Спілки лікарських помішників» (з'їзди, зібрання, конференції), таборова хроніка подавала огляд ситуації в таборі Щипіорно, в загальній було представлено матеріали, які стосувалися становища медицини в Україні та за кордоном, а також містилась інформація про благодійну діяльність Українського центрального комітету (надання допомоги емігрантам, студентським організаціям та інтернованим).

Журнал видався за підтримки своїх симпатиків, відтак редколегія вважала своїм обов'язком повідомляти про благодійників, до числа яких належали А. Коваль (550 тис. марок польських — м. п.), Ю. Гудзій (300 тис. м. п.), П. Авакуменко (300 тис. м. п.), Є. Лукасевич (82 тис. м. п.), М. Левицький (72 тис. м. п.), М. Варчук (50400 м. п.), інші внесли від 20 тис. до 200 м. п. (П. Бушила, М. Каліновський, Д. Стариков, Л. Денисюк, В. Радченко, І. Деньга, М. Теліга, М. Самойлів, С. Сірополко, генерал О.Пороховщиків та ін.). Загалом на пресовий фонд «Вістника...» було зібрано: для ч. 1 — 39 тис. м. п. (Гудзій, 1922, с. 31), для ч. 2 — 167 тис. м. п. (Гудзій, 1923а), для ч. 3 — 3 млн. 351 тис. м. п. (Гудзій, 1923б).

У пошуках коштів для видання видавничий комітет «Спілки лікарських помішників на еміграції» 11 липня 1923 р. звернувся з прохан-

ням надати фінансову допомогу (500 тис. м.п.) до генерал-хорунжого Армії УНР Миколи Шаповала (*Звернення видавничого комітету, 1923*). Останній у цей час перебував у ЧСР і розпоряджався значними сумами, асигнованими Українським громадським комітетом (голова — Микита Шаповал), проте відсутність його прізвища в переліку тих, хто робив благодійні внески, дозволяє зробити висновок про те, що вказана грошова квота не була надана журналу. І хоча його видавцям вдалося випустити у світ третій номер видання (листопад 1923 р.), він став останнім в його історії, що було пов'язано з підготовкою табору до ліквідації та виїздом переважної більшості ініціаторів його видання.

Часопис «Український Сурмач»

Найзначнішим видавничим проектом, що був реалізований у таборі Щипіорно, стало видання газети «Український Сурмач», яка призначалася для вояків усіх таборів інтернованих Військ УНР (рис. 4). Задля створення потужної видавничої бази навесні 1922 р. відбулося об'єднання двох дивізійних видавництв — 3-ої Залізної і 6-ої дивізій (після створення єдиної групи військ у Каліш-Щипіорно зі спільним командуванням). З метою акумулювання коштів для видання цього часопису заходами таборових культурно-освітніх організацій на початку квітня 1922 р. було проведено збір пожертв, який приніс 16 тис. 505 м. п. (*Український Сурмач, 1922а, с. 3*.)

Перше число «Українського Сурмача» побачило світ 27 квітня 1922 р. заходами старшин Армії УНР Івана Гончаренка, Івана Зубенка, Олександра Варавина, Антона Коршнівського, Івана Шлендика і Леоніда Волохова (відповідальний редактор) (*Український Сурмач, 1922b, с. 3*). Тиражування газети відбувалося спочатку в друкарні 3-ої Залізної дивізії в Каліші, а з ч. 27 було перенесено до друкарні 6-ої Січової дивізії (Щипіорно). «Український Сурмач» виходив спочатку двічі на тиждень (у четвер та неділю) (*Український Сурмач, 1922g, с. 1*), а починаючи з ч. 48 (квітень 1923 р.) перетворився на щотижневик. Вартість одного примірника газети навесні 1922 р. становила 30 м. п., але вже за рік (з огляду на гіперінфляцію в Польщі) — 600 м. п., а ще за два місяці — 2500 м. п. (стільки коштував останній (59/60) здвоєний номер газети (*Український Сурмач, 1923b*)). Місячна передплата (з пересилкою в межах Польщі) становила спочатку 250 м. п., відповідно збільшившись до 6000 м. п. У таборі газета розповсюджувалась безкоштовно.

У першому числі газети було вміщено звернення до її читачів, у якому видавці сформулювали мету й завдання, які вони перед собою ставили. Відтак часопис творився з метою стати об'єднувальною ланкою для таборів: «Своїм першорядним завданням рахуємо (вважаємо — *авт.*) широку інформацію й об'єднання українського вояц-



Рис. 4. Фрагмент титульної сторінки газети «Український Сурмач» (Щипіорно, 1923. 3 червня. Ч. 54).

тва в одне ціле по думці і почуванням, де б воно не “сиділо”, в яку б тимчасову, сьогоднішню орієнтацію не входило[...]. Крім того, газета була готова «... в'яснювати нашим читачам усі події, що відбуваються на українському житті та українській державній справі» (*Український Сурмач*, 1922а, с. 1). У наступному числі редколегія додатково конкретизувала свої завдання, заявивши про те, що вона приділятиме чільну увагу аналізу становища української еміграції в Польщі та поза нею, а також відстежуватиме перебіг суспільно-політичного життя в Україні. Редколегія наголошувала на винятковому значенні преси для розвитку демократії, заявивши таке: «... якби ми мали більше свідомої демократії в перші роки нашої визвольної боротьби, ми б не дійшли до “дротів”» («Наші завдання», 1922, с. 2).

Матеріали газети поділялися на окремі постійні рубрики: «На Україні», «Життя таборів», «3 преси», «Останні вісті», «Вісті зі світу», «Театр і мистецтво», «Телеграми», «Література і бібліографія», «Малий фейлетон», «Поштова скринька», «Ріжні вісті». У рубриці «Таборове життя» висвітлювалося повсякдення таборян у Каліші та Щипіорно, з розміщених тут матеріалів можна було довідатись про організацію пастирських курсів та курсів польської мови у таборі Каліш, діяльність драматичного товариства ім. М. Садовського (*Український Сурмач*, 1922с, с. 4) та студентської громади в таборі Щипіорно («Український Сурмач», 1922d, с. 8). У рубриці «Література і бібліографія» уміщувались рецензії та огляди на таборові видання (зокрема, на часописи «Веселка», «Релігійно-Науковий Вістник», збірник «На Руїнах»). Інколи матеріал, уміщений на шпальтах газети, не проходив цензуру. Зокрема, у ч. 9 у рубриці «Життя таборів» було повністю заретушовано цілий фрагмент тексту (*Український Сурмач*, 1922е, с. 8).

Прагнучи забезпечити високий рівень матеріалів, редколегія «Українського Сурмача» звернулася до генералів та старшин Армії

УНР з пропозицією долучитися до підготовки статей у цій газеті. Один з таких листів — за підписом голови редакційної колегії І. Гончаренка — був відправлений генерал-хорунжому О. Пількевичу (табір Стшалково). У ньому містилось прохання «прийти[...] на допомогу, як морально, так і матеріально», а також взяти «живу участь» у справі видання часопису, бо редколегія відчувала «брак літературних сил» (*Листування з редакціями часописів в таборах, 1919–1921*).

Це звернення було почуто — до газети (крім О. Пількевича) в різний час дописували багато чільних українських громадсько-політичних діячів та старшин, зокрема, О. Саліковський, П. Чижевський, К. Мацієвич, Є. Бачинський, М. Ковальський, І. Шовгенів, В. Садовський, О. Карманюк та ін. Досить вірогідним є те, що в одному з випусків газети був розміщений допис С.Петлюри (під псевдонімом С. Тортона) (Тортон, 1923). Свої поетичні твори на шпальтах газети друкували Є. Маланюк та М. Оверкович. Попри це вже в середині літа «Український Сурмач» зіштовхнувся зі значними матеріально-фінансовими складнощами, наслідком чого його видання було тимчасово припинено. І лише завдяки допомозі одного з видавців газети «Українська Трибуна» д-ра Євмена Лукасевича тиражування часопису невдовзі було продовжено (*Український Сурмач, 1922f, с. 8*).

З приходом осені ситуація навколо «Українського Сурмача» поступово унормувалася, й часопис і надалі успішно виконував покладені на нього відповідальні завдання. Одне з них полягало в забезпеченні сталої комунікації між вояками Армії УНР, які довший час перебували поза табором, працюючи в складі робітничих команд, і штабами їхніх підрозділів, що залишалися в таборі. Значення таборової преси, і зокрема «Українського Сурмача», найкраще усвідомлював очільник УНР С. Петлюра, який 11 листопада 1922 р. доручив генерал-інспектору Військ УНР забезпечити сталий зв'язок із відділами Окремої кінної дивізії Армії УНР, що майже в повному складі перебувала в цей час на роботах. Однією з форм такого зв'язку, на думку С. Петлюри, мало стати регулярне надсилання «Українського Сурмача» до підрозділів дивізії, що було дуже важливим за умови тривалого перебування поза табором окремих частин армії УНР (кінного полку 3-ої дивізії, охорони Головного отамана, «Чорношличників»). Про своєчасне та регулярне надходження «Українського Сурмача» до таких підрозділів мали подбати насамперед командири цих частин (*Листування із загальним відділом, 1921–1923*).

Усвідомлення важливості часопису для згуртування вояцтва спонукало командування інтернованих Військ УНР забезпечити йому стаке фінансування. Відтак його тиражування протягом першої половини 1923 р. стало можливим завдяки спеціально для цього створеному «Пресовому фонду», до якого за розпорядженням генерал-ін-

спектора Військ УНР генерал-хорунжого Олександра Загородського перераховувався «податковий відсоток» з усіх прибуткових підприємств (крамниць і буфетів) у таборах Каліш та Щипіорно. Протягом січня-серпень 1923 р. на його рахунок надійшло 775 тис. м. п. (*Український Сурмач*, 1923а, с. 8)

29 квітня 1923 р. побачив світ 50-й номер часопису, і вже сам цей факт засвідчив те, що редакції вдалось «... перемогти всі технічні й матеріальні труднощі, притягнути до праці всіх ще не зневірених і на своїх плачах зносити весь тягар відсутності по-за таборової преси». У редакційній статті співробітники газети з гордістю зазначали, що вони «... вперто і не хитаючись несли прапор боротьби з нашим одвічним ворогом Москалем, до остаточної перемоги над ним», і що з цього шляху вони не зійдуть й надалі. Важливим було й те, що газета не давала «... заснути і забути нашому таборовому суспільству, [...]наше завдання і наші ідеали, побачити рідну землю вільною від панування Москаля», докладала «... всіх сил для об'єднання нашої військової і цивільної еміграції, розсипаної по всіх усюдах Європи, в одне національне ціле, [...]до справжнього об'єднання яке ставить вище над усе справи національно-державні, а не клясово-партійні або групові, до об'єднання, яке б привело нас до створення одноцільного національного українського фронту проти одноцільного національного фронту московського» ("Свято 50-го числа", 1923, с. 1–2) (рис. 5).

У цьому зв'язку редакція висловлювала своє нерозуміння позиції «представників нашої старшої генерації», які дорікали вояцтву Армії УНР за їхню «уперту ворожість і непримиренність до Москалів», за їх «так би мовити — зоолологічний шовінізм». Але поясненням та-



Рис.5. Кліше театральної програмки (малюнок Деденюка), табір Каліш. Алгоричний образ України (у вигляді козака, який намагається розірвати ланцюг і скинути з себе двох змій, одна з яких має на голові корону (біла Росія), інша — зірку (більшовицька Росія). Відтворено як графічну заставку в газеті «Український Сурмач» (Щипіорно, 1923. 29 квітня. Ч. 50. С. 4)

кої принципової позиції українських вояків було неприйняття ними будь-яких форм «соглашательства» і «політичних комбінацій» з тим, кого таборяни вважали «за головного нашого ворога», бо «... з Москалем не може бути ніякої згоди, а лише боротьба уперта, безупинна до моменту (моменту — *авт.*) створення своєї власної держави».

З огляду на те, що вояки Армії УНР належали до нової епохи й були «вільні від руйнуючого впливу драгоманівщини», редакція часопису стверджувала, що в них не може бути віри «ні в яку демократичну, ні в яку «третю» Росію», і тому «в кожному Москалеві, який би він не був» інтерновані українці вбачали «лише одвічного і найголовнішого нашого ворога, з яким не може бути ніяких угод». Редколегія доходила до цілком слушного висновку, що для таборян «... не існує гарного і поганого, культурного і некультурного Москаля[...], [а] існує лише один лютий ворог Москаль, незалежно від його зафарблення» ("Свято 50-го числа", 1923, с. 2).

З огляду на це редакція заявляла про невідкладну потребу розірвання «... пут, що нас зв'язували з московською культурою, яка довела нас до кволости та хитання в нашій визвольній боротьбі, до занедбання національно-державних інтересів на користь космополітичних і соціальних». Газета виступала послідовно проти всіх відвертих і прихованих більшовицьких гасел «визволення працюючих», «торжества соціалізму» чи «створення революційно-демократичних фронтів трудової демократії», а також проти закликів «сменовеховців», класифікуючи це «як похід одноцільним національним московським фронтом проти Українського Народу». Відповіддю на всі ці підступи проти України могло бути, на думку редакції «Українського Сурмача», тільки одне — «... віра в остаточну перемогу наших національно-державних змагань[...] та здійснення наших ідеалів — створення єдиної, неподільної, соборної Держави Української» ("Свято 50-го числа", 1923, с. 2) (рис. 6).

Залишається тільки дивуватись, наскільки своєчасними та пророчими виявилися ці судження сьогодні, раз у раз нагадуючи нам про необхідність безкомпромісної та послідовної боротьби з усіма *росіями* — монархічною, «демократичною» зразка 1917 р., більшовицькою, радянською, доби «перестройки», «ельцинською», і найбільше — «путінською»... Але далеко не всі таборяни були готові його почути — щоденні труднощі існування в таборах породжували в душах деякого з них скепсис та розчарування, зневіру і навіть відчай. До цієї категорії таборян редактори намагалися апелювати поетичним словом (вірш М. Оверковича (1923) «Сурмач»):

*Я станув твердою ногою на межі
Між рідною й ворожою юрбою;*

*В запалі вірної козацької душі
Гремлю сурмою бойовою.*

*Гляжу вперед: страшний ворожий лад
До нас простяг скривавлені лабети,
Погляну з тугою пекучою назад:
З рук братських випали багнети...*

*І граю я до зморених бійців
Тремтять напруженії груди.
І чую — дзвон гнівливий ланцюгів
Собі у відгук снів мій будить*

*Згучить моя натхненна сурма,
Потоптаних склика до бою,
І прокидається сліпа юрба німа,
Напомацки хапає зброю.*

*Коли звернув сурму я до катів,
Інакше починаю грати —
Переливаю в згук свій безоглядний гнів,
Погрозу помсти і відплати.*

*І з диким скреготом, з піною на устах
Тремтячий ворог лад хитає,
По зблідлому обличчю блудить страх
Рука непевно меч стискає...*

*Так до кінця сурмити я буду!
Зміцнілий у кровавім гарті,
Стоятиму аж поки не впаду
На цій відповідальній варті.*

*Та тішусь тим: другий такий Сурмач
Прийде на труп мій, стане наді мною —
Мій біль пекучий, гнів і плач
Знов світу передасть сурмою,*

*Покличе знов рідних борців
На вражі лави й перепони —
На табор жорстоких ворогів
Посипле громи і прокльони. (с. 1)*

Редакція газети практикувала видання тематичних номерів — зокрема, № 43 був випущений з нагоди 5-ї річниці прийняття IV Універсалу, а один зі здвоєних випусків (ч. 51-52) містив огляд становища таборових шкіл та народної освіти. У ньому були надруковані

Рис. 6. Кліше театральної програмки (малюнок сотника М. Битинського), яке було відтворено як графічна заставка в газеті «Український Сурмач» (Щипіорно, 1923. 29 квітня. Ч. 50. С. 4).



статті Софії Русової (Русова, 1923а, с. 3, 1923б, с. 2–3), Степана Сірополка (1923), а також кілька дописів про «Гімназію ім. Т. Шевченка в таборі Каліш» (без зазначення авторства) («Гімназія імені Т. Шевченка», 1923, с. 11), Реальну школу в таборі Щипіорно та «Школу українських пластунів» (прізвище автора цієї статті було приховане під псевдонімом «Гама») (Гама, 1923, с. 9) та ін. Педагогічна тематика була присутня і в наступному номері («Педагогічні основи», 1923). Значна кількість матеріалів газети, вміщених у № 58, була присвячена висвітленню підготовчих заходів до скликання I-го з'їзду української еміграції в Польщі (відбувся 15–18 серпня 1923 р.) (*Український Сурмач*, 1923а). Останнє число газети (59/60) було майже повністю присвячене висвітленню ходу його роботи, виступам делегатів з'їзду та ухвалених на ньому резолюцій (*Український Сурмач*, 1923б, с. 1–14).

Висновки

Таборова преса відігравала надзвичайно важливу організаційно-мобілізаційну роль у житті інтернованих вояків, які перебували в таборі Щипіорно. Але, порівнюючи перший рік їх табірної існування з двома наступними, слід звернути увагу на значне скорочення їхньої кількості на новому місці, а також істотне звуження жанрового розмаїття таборової преси, що виявилось, зокрема, в припиненні тиражування сатирично-гумористичних часописів, які виготовлялися напівкустарним способом або взагалі були рукописними. Це було обумовлено як зміною культурних та психоемоційних потреб таборян, так і відсутністю в них вільного часу для їхнього виготовлення, а також відвертим зубожінням переважної більшості інтернованих. Таборове існування гнітило українське вояцтво дедалі більше, і, коли

йшлося про елементарне їхнє виживання, в інтернованих просто не залишалося сил на жарти.

Через значне погіршення умов існування таборян (особливо в зимовий час) вони потребували не емоцій, а новин, осмислення яких допомагало їм ухвалювати важливі рішення, які визначали їхній подальший життєвий шлях. Такі настрої великою мірою визначали ситуацію на пресовому полі табору, обумовивши видання лише двох часописів — газети «Нове Життя» й журналу «Релігійно-Науковий Вістник»). Згадувана газета намагалася виконувати функції загально-таборового друкованого органу, проте з огляду на відсутність достатньої кількості творчих сил та власної виробничої бази «Нове Життя» об'єктивно не могло вийти на такий рівень, фактично залишившись у форматі дивізійного листка. Водночас тимчасове припинення її тиражування, що стало наслідком адміністративного розпорядження (з метою економії ресурсів для нового загальноармійського видання), створило певний вакуум. Однак таборяни конче потребували друкованого слова, і тому друкарня 6-ої дивізії організувала випуск кількох одноденок «На Руїнах».

Ця обставина, а також непереможне бажання жити й творити, які зберегла в собі частина таборян, дозволяли долати всі перешкоди, на що, зокрема, спромоглися видавці неперіодичного журналу «Вісник спілки лікарських помішників на еміграції». Останній став якісним професійним виданням, на сторінках якого обговорювалися важливі й актуальні проблеми у сфері гігієни та медицини. Часопис містив важливі статті, присвячені важливості дотримання правил гігієни у таборовому середовищі; однак через специфічну термінологію та мову викладу, яка багатьом здавалась складною для розуміння, та через своє специфічне наповнення він не мав хоч скільки-небудь численної читацької аудиторії та міг розраховувати лише на прихильність жертводавців, завдяки внескам яких і стало можливим випустити три числа цього журналу.

Створення загальноармійського видання було реалізоване завдяки заснуванню газети «Український Сурмач», яка призначалася для потреб вояцтва Каліської і Стшалковської груп інтернованих Військ УНР. Новий часопис з самого початку свого тиражування користувався повагою як у інтернованого вояцтва в таборах, так і в середовищі українських політичних емігрантів у Польщі та інших країнах Європи. На його сторінках висвітлювалися важливі події в світі, подавалася таборова хроніка з оглядами культурно-освітньої діяльності вояцтва, насамперед на театральній та видавничій ниві.

Як й інші видання, «Український Сурмач» нагально потребував допомоги благодійників, внески яких становили вагомую частину його пресового фонду; водночас його редакція акумулювала кошти шля-

хом оформлення передплати на часопис як на теренах Польщі, так і поза її межами. «Український Сурмач» також розповсюджувався й через роздрібний продаж. Його типографське виконання було досить посереднім, що обумовлювалося постійним браком коштів для видання та дефіцитністю його видавничого кошторису. Попри досить значний наклад (кілька тисяч примірників), широку географію поширення часопис весь час залишався неприбутковим.

Але такий стан справ не заважав часопису виконувати свої завдання, що досягалося послідовністю редакційної політики газети, постійним живим зворотнім зв'язком читачів із редакцією, тематичним різноманіттям матеріалів часопису, пристрасним словом його редакторів у відстоюванні українських державно-політичних ідеалів. На особливу повагу заслуговує антибільшовицька й антимосковська позиція редколегії, яка знаходила вдячний відгук у більшості таборня, зміцнюючи їхню віру у відродження УНР.

Довідка

Британський комітет для біженців (*British Committee for Refugees, BCR*) — благодійна організація, яка надавала гуманітарну допомогу в таборах інтернованих вояків-українців, опікуючись насамперед жінками і дітьми.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- [Від редакції]. (1922a, 16 січня). *Нове Життя*, 100, 1–2.
- [Від редакції]. (1922b, 23 лютого). *Нове Життя*, 108, 4.
- [Від редакції]. (1922c, 24 березня). *Нове Життя*, 109, 1.
- Вішка, О. (2002). *Преса української еміграції в Польщі (1920–1939 рр.): історико-бібліографічне дослідження* (М. М. Романюк, ред.). Львівська наукова бібліотека імені В. Стефаника.
- Гімназія імені Т. Шевченка в таборі Каліш. (1923, 6 травня). *Український Сурмач*, 51–52, 11.
- Голубнича-Шленчак, Ю. (2019a). Видання таборової газети «Український сурмач» вояками інтернованої Армії УНР у таборах Каліш та Щипіорно в Польщі (1922–1923 рр.). В А. Душний, М. Махмудов, М. Стреначікова, В. Ільницький, & І. Зимомря (Ред.), *Фундаментальні та прикладні дослідження: сучасні науково-практичні рішення і підходи. Міждисциплінарні перспективи* (с. 11–12). Посвіт.
- Голубнича-Шленчак, Ю. (2019b). Таборовий часопис «Вісник спілки лікарських помішників на еміграції» (Щипіорно, Польща) у 1922–1923 рр.: до історії заснування та видання. In *Key issues of social sciences: Prospects for the development of Ukraine and EU countries* [Conference proceedings] (pp. 52–55). North University Centre of Baia Mare.
- Голубнича-Шленчак, Ю. (2021). *Видавнича діяльність інтернованої Армії УНР у таборах Польщі (1921–1924 рр.)* [Дисертація доктора філософії, Київський університет імені Б. Грінченка].
- Голубнича-Шленчак, Ю. (2023). Перший український православний часопис «Релігійно-Науковий Вістник», 1921–1923 рр. (заснування, особливості тиражування, змістовне наповнення). In I. Sribniak & D. Hryn (Eds.), *Terrae*

- motor, solis caelique stator* [Monograph] (pp. 231–241). Międzynarodowe Konsorcjum Naukowo-Edukacyjne imienia Luciena Febvra.
- Гудзій, Ю. (1923с, 26 червня). Смертність та народження у таборах інтернованих в Польщі. *Вістник спілки лікарських помішників на еміграції*, 2, 14–16.
- Гудзій, Ю. (Ред.). (1922, жовтень). [Про своїх благодійників]. *Вістник спілки лікарських помішників на еміграції*, 1, 31.
- Гудзій, Ю. (Ред.). (1923а, 26 червня). [Про своїх благодійників]. *Вістник спілки лікарських помішників на еміграції*, 2.
- Гудзій, Ю. (Ред.). (1923б, листопад). [Про своїх благодійників]. *Вістник спілки лікарських помішників на еміграції*, 3.
- ґама. (1923, 6 травня). Школа Українських Пластунів. *Український Сурмач*, 51–52, 9.
- Драматичне т[овариств]о ім. Садовського. (1922, 19 березня). *На Руїнах*, 3, 4.
- Друкарня 6-ї Січової стрілецької дивізії в таборі для інтернованих у Щепіорно (Польща). (б.д.). Героїка. http://geroika.org.ua/u-polskomu-poloni/6-sich_dyv-2/
- З якою Росією. (1922, 19 березня). *На Руїнах*, 3, 2.
- Звернення видавничого комітету «Спілки лікарських помішників на еміграції» до генерал-хорунжого Армії УНР М. Шаповала з проханням про фінансову допомогу. (1923, 11 липня). (Фонд 4007, опис 1, справа 9), Центральний державний архів вищих органів влади та управління України, Київ.
- Колянчук, О. (2000). *Українська військова еміграція у Польщі (1920–1939)*. Інститут українознавства імені Крип'якевича Національної академії наук України.
- Листування з редакціями часописів в таборах інтернованих українців у Ланцуті, Щипіорно про участь та матеріальну допомогу видавничій справі. (1919–1921). (Фонд 3884, опис 1, справа 9), Центральний державний архів вищих органів влади та управління України, Київ.
- Листування із загальним відділом Військового міністерства УНР. (1921–1923). (Фонд 1075, опис 2, справа 824), Центральний державний архів вищих органів влади та управління України, Київ.
- На руїнах. (1922, 27 лютого). *На Руїнах*, 1, 1.
- На Україні. (1923, листопад). *Вістник спілки лікарських помішників на еміграції*, 3, 28–34.
- Наші завдання в минулому і сучасному. (1923, 26 червня). *Вістник спілки лікарських помішників на еміграції*, 2, 2–5.
- Наші завдання. (1922, 30 квітня). *Український Сурмач*, 2, 2.
- Оверкович, М. (1923, 29 квітня). *Сурмач. Український Сурмач*, 50, 1.
- Павленко, М. І. (1999). *Українські військовополонені й інтерновані у таборах Польщі, Чехословаччини та Румунії: ставлення влади і умови перебування (1919–1924 рр.)*. Інститут історії України Національної академії наук України.
- Педагогічні основи нової школи. (1923, 27 травня). *Український Сурмач*, 53, 2–3.
- [Про відкриття у таборі дитячого садочку]. (1922, 27 лютого). *На Руїнах*, 1, 2–4.
- Русова, С. (1923а, 6 травня). Педагогічні основи нової школи. *Український Сурмач*, 51–52, 3.
- Русова, С. (1923б, 6 травня). Школа в таборах. *Український Сурмач*, 51–52, 2–3.
- Свято 50-го числа. (1923, 29 квітня). *Український Сурмач*, 50, 1–2.
- Сидоренко, Н. (2000). *Національно-духовне самоствердження: Ч. 2. Преса інтернованих українців та цивільної еміграції (Чехія, Польща, Румунія, Єгипет, 1919–1924)*. Дослідницький центр історії української преси.
- Сірополко, С. (1923, 6 травня). Єдина школа. *Український Сурмач*, 51–52, 3–5.
- Срібняк, І. (1997). *Обеззброєна, але нескорена: Інтернована Армія УНР у таборах Польщі й Румунії (1921–1924 рр.)* [Монографія]. Видавництво імені Олени Теліги.
- Срібняк, І. (2017, 1–2 червня). Табір інтернованих Військ УНР у Щипіорно (1922–1923 рр.): гуманітарно-просвітня складова діяльності українського вояцтва. В В. Верстюк, В. Скальський, Г. Басара-Тилішак, & В. Бойко (Упоряд.), *Революція, державність, нація: Україна на шляху самоствердження (1917–1921 рр.)* [Матеріали конференції] (с. 384–399). Сіверський центр післядипломної освіти.

- Срібняк, І. (2018). Становище вояків-українців групи інтернованих армії УНР у таборах Каліш та Щипіорно (Польща) навесні 1923 року (за архівними документами). *Архіви України*, 4(315), 201–211.
- Тортон, С. (1923, 5 липня). Про російських монархістів. *Український Сурмач*, 56, 2–4.
- Український Сурмач* (Ч. 1). (1922а, 27 квітня).
- Український Сурмач* (Ч. 2). (1922b, 30 квітня).
- Український Сурмач* (Ч. 4). (1922с, 11 травня).
- Український Сурмач* (Ч. 58). (1923а, 9 серпня).
- Український Сурмач* (Ч. 59–60). (1923b, 9 вересня).
- Український Сурмач* (Ч. 7). (1922d, 21 травня).
- Український Сурмач* (Ч. 9). (1922е, 28 травня).
- Український Сурмач* (Ч. 17). (1922f, 9 липня).
- Український Сурмач* (Ч. 22). (1922g, 27 липня).
- Х. С. [Христина Сушко]. (1922, 19 березня). «Союз Українок» у таборі Щипіорно. *На Руїнах*, 3, 3–4.
- Чого їм треба. (1922, 19 березня). *На Руїнах*, 3, 1–2.
- Bruski, J. J. (2000). *Petlurowcy. Centrum Państwowe Ukraińskiej Republiki Ludowej na wychodźstwie (1919–1924)*. Arcana.
- Golubnich-Slenchak, J. (2020). Potencjał źródłowy materiałów ukraińskiego czasopisma prawosławnego Religijno-Naukowy Wistnyk (Aleksandrów Kujawski–Szczypiorno) w latach 1921–1923. *Archiwa, Biblioteki i Muzea Kościelne*, 113, 169–186. <https://doi.org/10.31743/abmk.10002>
- Karpus, Z. (1997). *Jeńcy i internowani rosyjscy i ukraińscy na terenie Polski w latach 1918–1924*. Toruń.
- Wiszka, E. (1997). Prasa obozowa żołnierzy Armii Ukraińskiej Republiki Ludowej internowanych w Kaliszu i Szczypiornie w latach 1920–1924. *Rocznik Kaliski*, 26, 153–170.
- Wiszka, E. (2001). *Prasa emigracji ukraińskiej w Polsce 1920–1939* (D. Murawska, Ed.). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Wiszka, E. (2012). *Szósta Siczowa Dywizja Strzelecka Armii Ukraińskiej Republiki Ludowej: Formowanie, szlak bojowy, internowanie. 1920–1924*. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.

REFERENCES

- Bruski, J. J. (2000). *Petlurowcy. Centrum Państwowe Ukraińskiej Republiki Ludowej na wychodźstwie (1919–1924)* [Petlurians. State Center of the Ukrainian People's Republic in exile (1919–1924)]. Arcana [in Polish].
- Choho yim treba [What do they need?]. (1922, March 19). *Na Ruinakh*, 3, 1–2 [in Ukrainian].
- Dramatyczne t[ovaryst]vo im. Sadovskoho [Dramatic company named after Sadovsky]. (1922, March 19). *Na Ruinakh*, 3, 4 [in Ukrainian].
- Drukarnia 6-i Sichovoi striletskoi dyvizii v tabori dlia internovanykh u Shchepiorno (Polshcha)* [The printing house of the 6th Sichowa Rifle Division in the internment camp in Szczypiorno (Poland)]. (n.d.). Geroika. http://geroika.org.ua/u-polskomu-poloni/6-sich_dyv-2/ [in Ukrainian].
- Gama. (1923, May 6). Shkola Ukrainskykh Plastuniv [School of Ukrainian Plastuns]. *Ukrainskyi Surmach*, 51–52, 9 [in Ukrainian].
- Himnaziia imeni T. Shevchenka v tabori Kalish [Gymnasium named after T. Shevchenko in the Kalish camp]. (1923, May 6). *Ukrainskyi Surmach*, 51–52, 11 [in Ukrainian].
- Holubnycha-Shlenchak, Yu. (2019a). Vydannia taborovoi hazety "Ukrainskyi surmach" voiakamy internovanoi Armii UNR u taborakh Kalish ta Shchypiorno v Polshchi

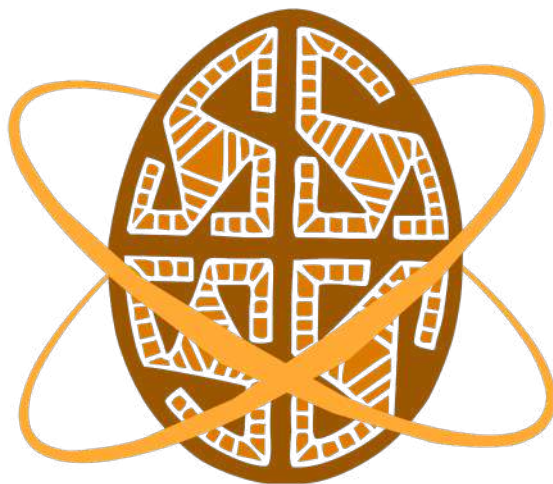
- (1922–1923 rr.) [Publication of the camp newspaper "Ukrainian Trumpeter" by soldiers of the interned Army of the Ukrainian People's Republic in the Kalish and Shchypiorno camps in Poland (1922–1923)]. In A. Dushnyi, M. Makhmudov, M. Strenachikova, V. Ilnytskyi, & I. Zymomria (Eds.), *Fundamentalni ta prykladni doslidzhennia: Suchasni naukovo-praktychni rishennia i pidkhody. Mizhdystyplinarni perspektyvy* [Fundamental and applied researches: Contemporary scientific and practical solutions and approaches. Interdisciplinary prospects] (pp. 11–12). Posvit [in Ukrainian].
- Holubnycha-Shlenchak, Yu. (2019b). Taborovi chasopys "Visnyk spilky likarskykh pomishnykiv na emihratsii" (Shchypiorno, Polishcha) u 1922–1923 rr.: Do istorii zasnuvannia ta vydannia [The camp magazine "Bulletin of the Union of Medical Assistants in Emigration" (Schypiorno, Poland) in 1922–1923: To the history of its foundation and publication]. In *Key issues of social sciences: Prospects for the development of Ukraine and EU countries* [Conference proceedings] (pp. 52–55). North University Centre of Baia Mare [in Ukrainian].
- Holubnycha-Shlenchak, Yu. (2020). Potencjał źródłowy materiałów ukraińskiego czasopisma prawosławnego Religijno-Naukowy Wistnyk (Aleksandrów Kujawski–Szczypiorno) w latach 1921–1923 [Source potential of materials of the Ukrainian Orthodox magazine Religijno-Naukowy Wistnyk (Aleksandrów Kujawski–Szczypiorno) in the years 1921–1923]. *Archiwa, Biblioteki i Muzea Kościelne*, 113, 169–186. <https://doi.org/10.31743/abmk.10002> [in Polish].
- Holubnycha-Shlenchak, Yu. (2021). *Vydavnycha diialnist internovanoi Armii UNR u taborakh Polishchi (1921–1924 rr.)* [Publishing activity of the interned Army of the Ukrainian People's Republic in the camps of Poland (1921–1924)] [Doctoral Dissertation, Borys Grinchenko Kyiv University] [in Ukrainian].
- Holubnycha-Shlenchak, Yu. (2023). Pershyi ukrainskyi pravoslavnyi chasopys "Relihiino-Naukovi Vistnyk", 1921–1923 rr. (zasnuvannia, osoblyvosti tyrazhuvannia, zmistovne napovnennia) [The first Ukrainian Orthodox periodical "Religious-Scientific Herald", 1921–1923 (foundation, circulation features, content)]. In I. Sribniak & D. Hryn (Eds.), *Terrae motor, solis caelique stator* [Terrae motor, solis caelique stator] [Monograph] (pp. 231–241). Międzynarodowe Konsorcjum Naukowo-Edukacyjne imienia Luciena Febvra [in Ukrainian].
- Hudzii, Yu. (1923c, June 26). Smertnist ta narodzhennia u taborakh internovanykh v Polishchi [Mortality and births in internment camps in Poland]. *Vistnyk spilky likarskykh pomishnykiv na emigratsii*, 2, 14–16 [in Ukrainian].
- Hudzii, Yu. (Ed.). (1922, October). [Pro svoikh blahodiinykiv [About his benefactors]]. *Vistnyk spilky likarskykh pomishnykiv na emigratsii*, 1, 31 [in Ukrainian].
- Hudzii, Yu. (Ed.). (1923a, June 26). [Pro svoikh blahodiinykiv [About his benefactors]]. *Vistnyk spilky likarskykh pomishnykiv na emihratsii*, 2 [in Ukrainian].
- Hudzii, Yu. (Ed.). (1923b, November). [Pro svoikh blahodiinykiv [About his benefactors]]. *Vistnyk spilky likarskykh pomishnykiv na emigratsii*, 3 [in Ukrainian].
- Karpus, Z. (1997). *Jeńcy i internowani rosyjscy i ukraińscy na terenie Polski w latach 1918–1924* [Russian and Ukrainian POWs in Poland in the years 1918–1924]. Toruń [in Polish].
- Kh. S. [Khrystyna Sushko]. (1922, March 19). "Soiuz Ukrainok" u tabori Shchypiorno ["Union of Ukrainian Women" in Shchypiorno camp]. *Na Ruinakh*, 3, 3–4 [in Ukrainian].
- Kolianchuk, O. (2000). *Ukrainska viiskova emihratsiia u Polishchi (1920–1939)* [Ukrainian military emigration in Poland (1920–1939)]. Instytut ukrainoznavstva imeni Krypiakevycha Natsionalnoi akademii nauk Ukrainy [in Ukrainian].
- Lystuvannia iz zahalnym viddilom Viiskovoho ministerstva UNR* [Correspondence with the General Department of the Military Ministry of the Ukrainian People's Republic]. (1921–1923). (Fund 1075, Inventory 2, File 824), The Central State Archive of Higher Authorities and Administration of Ukraine, Kyiv [in Ukrainian].

- Lystuvannia z redaktsiiny chasopysiv v taborakh internovanykh ukrainsiv u Lantsuti, Shchypiorno pro uchast ta materialnu dopomohu vydavnychii spravi* [Correspondence with the editors of magazines in the camps of interned Ukrainians in Lantsut, Shchypiorno about participation and financial assistance to the publishing business] (1919–1921). (Fund 3884, Inventory 1, File 9), The Central State Archive of Higher Authorities and Administration of Ukraine, Kyiv [in Ukrainian].
- Na ruinakh [On the ruins]. (1922, February 27). *Na Ruinakh*, 1, 1 [in Ukrainian].
- Na Ukraini [In Ukraine]. (1923, November). *Vistnyk spilky likarskykh pomishnykiv na emigratsii*, 3, 28–34 [in Ukrainian].
- Nashi zavdannia [Our tasks]. (1922, April 30). *Ukrainskyi Surmach*, 2, 2 [in Ukrainian].
- Nashi zavdannia v mynulomu i suchasnomu [Our tasks in the past and present]. (1923, June 26). *Vistnyk spilky likarskykh pomishnykiv na emigratsii*, 2, 2–5 [in Ukrainian].
- Overkovych, M. (1923, April 29). Surmach [Trumpeter]. *Ukrainskyi Surmach*, 50, 1 [in Ukrainian].
- Pavlenko, M. I. (1999). *Ukrainski viiskovopoloneni y internovani u taborakh Polshchi, Chekhoslovachyny ta Rumunii: Stavlenia vlady i umovy perebuvannia (1919–1924 rr.)* [Ukrainian prisoners of war and internees in the camps of Poland, Czechoslovakia and Romania: Attitude of the authorities and conditions of stay (1919–1924)]. Instytut istorii Ukrainy Natsionalnoi akademii nauk Ukrainy [in Ukrainian].
- Pedahohichni osnovy novoi shkoly [Pedagogical foundations of the new school]. (1923, May 27). *Ukrainskyi Surmach*, 53, 2–3 [in Ukrainian].
- [Pro vidkryttia u tabori dytiachoho sadochku [About the opening of a kindergarten in the camp]]. (1922, February 27). *Na Ruinakh*, 1, 2–4 [in Ukrainian].
- Rusova, S. (1923a, May 6). Pedahohichni osnovy novoi shkoly [Pedagogical foundations of the new school]. *Ukrainskyi Surmach*, 51–52, 3 [in Ukrainian].
- Rusova, S. (1923b, May 6). Shkola v taborakh [School in camps]. *Ukrainskyi Surmach*, 51–52, 2–3 [in Ukrainian].
- Siropolko, S. (1923, May 6). Yedyna shkola [The only school]. *Ukrainskyi Surmach*, 51–52, 3–5 [in Ukrainian].
- Sribniak, I. (1997). *Obezzbroiena, ale neskorena: Internovana Armiia UNR u taborakh Polshchi y Rumunii (1921–1924 rr.)* [Disarmed, but not conquered: The Interned Army of the Ukrainian People's Republic in the camps of Poland and Romania (1921–1924)] [Monograph]. Vydavnytstvo imeni Oleny Telihy [in Ukrainian].
- Sribniak, I. (2017, June 1–2). Tabir internovanykh Viisk UNR u Shchypiorno (1922–1923 rr.): Humanitarno-prosvitnia skladova diialnosti ukrainskoho voiatsstva [The camp of interned troops of the Ukrainian People's Republic in Shchypiorno (1922–1923): Humanitarian and educational component of the activities of the Ukrainian military]. In V. Verstiuk, V. Skalskyi, H. Basara-Tylishchak, & V. Boiko (Comps.), *Revoliutsiia, derzhavnist, natsiia: Ukraina na shliakhu samostverzhennia (1917–1921 rr.)* [Revolution, statehood, nation: Ukraine on the road to self-assertion (1917–1921)] [Conference proceedings] (pp. 384–399). Siverskyi tsentr pisliadyplomnoi osvity [in Ukrainian].
- Sribniak, I. (2018). Stanovyshche voiakiv-ukrainsiv hrupy internovanykh armii UNR u taborakh Kalish ta Shchypiorno (Polshcha) navesni 1923 roku (za arkhivnymi dokumentamy) [The position of the Ukrainian soldiers of the group of internees of the UNR army in the Kalisz and Shchypiorno camps (Poland) in the spring of 1923 (according to archival documents)]. *Archives of Ukraine*, 4(315), 201–211 [in Ukrainian].
- Sviato 50-ho chysla [Holiday of the 50th]. (1923, April 29). *Ukrainskyi Surmach*, 50, 1–2 [in Ukrainian].
- Sydorenko, N. (2000). *Natsionalno-dukhovne samostverzhennia: Ch. 2. Presa internovanykh ukrainsiv ta tsyvilnoi emihratsii (Chekhiia, Polshcha, Rumuniia, Yehypet, 1919–1924)* [National and spiritual self-affirmation: Pt. 2. The press of

- interned Ukrainians and civil emigration (Czech Republic, Poland, Romania, Egypt, 1919–1924)]. *Doslidnytskyi tsentr istorii ukrainskoi presy* [in Ukrainian].
- Torton, S. (1923, July 5). Pro rosiiskykh monarchistiv [About Russian monarchists]. *Ukrainskyi Surmach*, 56, 2–4 [in Ukrainian].
- Ukrainskyi Surmach* (Pt. 1). (1922a, April 27). [in Ukrainian].
- Ukrainskyi Surmach* (Pt. 2). (1922b, April 30). [in Ukrainian].
- Ukrainskyi Surmach* (Pt. 4). (1922c, May 11). [in Ukrainian].
- Ukrainskyi Surmach* (Pt. 7). (1922d, May 21). [in Ukrainian].
- Ukrainskyi Surmach* (Pt. 9). (1922e, May 28). [in Ukrainian].
- Ukrainskyi Surmach* (Pt. 17). (1922f, July 9). [in Ukrainian].
- Ukrainskyi Surmach* (Pt. 22). (1922g, July 27). [in Ukrainian].
- Ukrainskyi Surmach* (Pt. 58). (1923a, August 9). [in Ukrainian].
- Ukrainskyi Surmach* (Pt. 59–60). (1923b, September 9). [in Ukrainian].
- [Vid redaktsii [From the editors]]. (1922a, January 16). *Nove Zhyttia*, 100, 1–2 [in Ukrainian].
- [Vid redaktsii [From the editors]]. (1922b, February 23). *Nove Zhyttia*, 108, 4 [in Ukrainian].
- [Vid redaktsii [From the editors]]. (1922c, March 24). *Nove Zhyttia*, 109, 1 [in Ukrainian].
- Wiszka, E. (1997). Prasa obozowa żołnierzy Armii Ukraińskiej Republiki Ludowej internowanych w Kaliszu i Szezypiornie w latach 1920–1924 [Prasa obozowa żołnierzy Armii Ukraińskiej Republiki Ludowej internowanych w Kaliszu and Szezypiornie w latach 1920–1924]. *Rocznik Kaliski*, 26, 153–170 [in Polish].
- Wiszka, E. (2001). *Prasa emigracji ukraińskiej w Polsce 1920–1939* [The Ukrainian immigrant press in Poland 1920–1939] (D. Murawska, Ed.). Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika [in Polish].
- Wiszka, E. (2002). *Prasa ukraińskiej emigracji w Polsce (1920–1939 rr.): Istoryko-bibliograficzne doslidzhennia* [Press of the Ukrainian emigration in Poland (1920–1939): Historical and bibliographic study] (M. M. Romaniuk, Ed.). Lviv Stefanyk Scientific Library [in Ukrainian].
- Wiszka, E. (2012). *Szósta Siczowa Dywizja Strzelecka Armii Ukraińskiej Republiki Ludowej: Formowanie, szlak bojowy, internowanie. 1920–1924* [Sixth Sich Rifle Division of the Ukrainian People's Republic Army: Formation, combat route, internment. 1920–1924]. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika [in Polish].
- Z yakoiu Rosiieiu [With which Russia?]. (1922, March 19). *Na Ruinakh*, 3, 2 [in Ukrainian].
- Zvernennia vydavnychoho komitetu "Spilky likarskykh pomishnykiv na emihratsii" do heneral-khorunzhoho Armii UNR M. Shapovala z prokhanniam pro finansovu dopomohu [The appeal of the publishing committee of the "Union of Medical Assistants in Emigration" to General-Corporal of the Army of the Ukrainian People's Republic M. Shapoval with a request for financial assistance]. (1923, July 11). (Fund 4007, Inventory 1, File 9), The Central State Archive of Higher Authorities and Administration of Ukraine, Kyiv [in Ukrainian].

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

PUBLISHING AND EDITING



UDC 655.55:659.4]:004.738.1](477)

Websites as a tool for advertising and promotional work of publishing houses

Olena POHRIBNAPhD in Philology, Associate
ProfessorBohdan Khmelnytskyi National
University of Cherkasy81, Shevchenka Boulevard, 18031,
Cherkasy, Ukraine

pogribna_olena@ukr.net

ORCID 0000-0002-1564-5448

© Pohribna O., 2024

The article analyses websites as a tool for advertising and promotional work of publishing houses. The web resources of leading Ukrainian publishing houses ("Old Lion Publishing House", "A-ba-ba-ha-la-ma-ha", "Nash Format", "Family Leisure Club", "Ranok", "Osnovy", "Folio", "Vivat", "Vihola", "Knigolove", "ArtBooks", "Abuk") were studied.

The article focuses on the advantages of creating and filling websites as a PR technology in the publishing industry, on their capabilities for promotional activities of a publishing house to fully represent the company on the Internet; to place a large amount of various information about the publishing house activities; to clearly structure all content into sections according to the necessary criteria; to facilitate the audience's access to the publishing house products (sale of books and other goods via the Internet); to sell not only those books that are currently available in the publishing house, but also pre-sell them, announce new products, leave a request for books that are temporarily out of stock; post complete information about the publishing house, a clearly structured catalogue of books and other products, a photo gallery, video reviews and book trailers, as well as a news section and various forms of interaction with readers (blogs, forums, feedback pages, etc.) maintain interactive communication with the audience; hold photo contests, interactive games, quests, creative contests, etc. for the audience through the website; post extensive annotations to books, book previews, video reviews, book trailers; perform a quick search for the necessary information; duplicate the most important information in several sections of the website; issue subscriptions through the website; cooperate with other publishers and online bookstores; provide gift certificates.

The types of the leading Ukrainian publishing houses content are also studied and classified, with considerable attention paid to the rubrication of websites and the multi-level and extensive structure of books and other products catalogues.

Moreover, the article analyses the type of web resource most often chosen by publishers. It was found that preference is given to online stores and corporate websites.

The article also presents the rules for creating, structuring and filling websites that publishers follow, focusing on the needs and interests of their target audience and the types of content.

Keywords: publishing house website, book products promotion, advertising and PR activities of publishing houses, website content structuring, website sectioning, book products catalogue, website usability.

ВЕБСАЙТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕКЛАМНО-ПРОМОЦІЙНОЇ РОБОТИ ВИДАВНИЦТВ

Олена ПОГРІБНА

канд. філол. н., доц.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького,
бульвар Шевченка, 81, 18031, Черкаси, Україна

pogribna_olena@ukr.net

ORCID 0000-0002-1564-5448

У статті проаналізовано вебсайти як засіб рекламно-промоційної роботи видавництва. Досліджено вебресурси провідних українських видавництв («Видавництво Старого Лева», «А-ба-ба-га-ла-ма-га», «Наш Формат», «Клуб сімейного дозвілля», «Ранок», «Основи», «Фоліо», «Віват», «Віхола», «Книголав», «ArtBooks», «Абук»).

Акцентовано увагу на перевагах створення й наповнення сайтів як PR-технології в видавничій галузі, на їхніх можливостях для промоційної діяльності видавництва — повноцінно представляти підприємство в інтернеті; розміщувати велику кількість різноманітної інформації про діяльність видавництва; чітко структурувати весь контент у рубрики за потрібними критеріями; полегшувати доступ аудиторії до продукції видавництва (продаж книг та інших товарів через інтернет); продавати не тільки ті книги, які зараз наявні у видавництві, а й здійснювати попередній продаж, анонсувати новинки, залишати заявку на ті книги, яких тимчасово немає в продажу; розміщувати повну інформацію про видавництво, чітко структурований каталог книжок та іншої продукції, фотогалерею, відеоогляди й буктрейлери, а також новинний блок та різноманітні форми взаємодії з читачами (блоги, форуми, сторінки з відгуками тощо); підтримувати інтерактивний зв'язок з аудиторією; проводити через сайт для аудиторії фотоконкурси, інтерактивні ігри, квести, творчі конкурси тощо; розміщувати розлогі анотації до книг, прев'ю книжок, відеогорталки, буктрейлери; здійснювати швидкий пошук необхідної інформації; дублювати найважливішу інформацію в декількох рубриках сайту; оформлювати підписки через сайт; співпрацювати з іншими видавництвами та інтернет-книгарнями; оформлювати подарункові сертифікати.

Також досліджено й класифіковано типи контенту провідних українських видавництв; водночас значну увагу приділено рубрикації сайтів і багаторівневій та розгалуженій структурі каталогів книг та інших товарів.

Крім того, проаналізовано, який вид вебресурсу найчастіше обирають видавництва. З'ясовано, що перевага надається інтернет-магазинам і корпоративним сайтам.

Також стаття репрезентує правила створення, структурування й наповнення вебсайтів, яких дотримуються видавництва, орієнтуючись на потреби й інтереси своєї цільової аудиторії та на типи розміщеного контенту.

Ключові слова: сайт видавництва, промоція книжкової продукції, рекламна й PR-діяльність видавництв, структурування контенту вебсайту, рубрикація сайту, каталог книжкової продукції, юзабіліті сайту.

The relevance of the problem

Even though the modern audience prefers social networks to receive various types of information, the websites of organisations (and publishing houses are no exception) do not lose their relevance. Professor M. Tymoshyk (2010), emphasising the advantages of Internet resources for both the reader and the publisher, notes: “The importance of such sites lies in the fact that they contain not only general information about the publisher and a list of books available for sale, but also reviews of the best editions, fragments of electronic versions of individual chapters, information about the next new releases” (p. 390). That is why today all publishing houses, except for some regional ones, must have their own websites (compared to the 10s of the 21st century, when this business was just emerging in Ukraine and only a small number of publishing houses had their own websites: “Geneza”, “Osnovy”, “Smoloskyp”, “Yurinkom”, “Tekhnika”).

In addition, many modern people prefer online shopping, and publishers sell their products online primarily through their websites, while other communication channels, including social media, publish a lot of information about the publisher as part of their advertising and PR activities, but redirect readers to the website to order or pre-order a book.

State study of the problem

The issue of advertising and promotional work of publishing houses has been actively studied since the beginning of the twenty-first century (M. Tymoshyk (2005, 2010); V. Tkachenko et al. (2008); H. Kliuchkovska (2000); V. Shpak (2015); T. Yezhyzhanska (2016, 2017a, 2017b, 2017c, 2018a, 2018b, 2018c); N. Zelinska (2014); I. Kopystynska and T. Hrynivskyi (2015); I. Kopystynska (2018), Yu. Melnyk and O. Drachuk (2010), O. Skiban (2014, 2016, 2017, 2019); O. Skochynets (2010, 2011); I. Slavinska (2012); A. Sudyn (2008); L. Tanchyn (2008)).

Scholars focus on the web resources of publishing houses, but either only name the sites among other modern book promotion technologies (O. Kanshyna (2017); O. Maniatina (2023); I. Vikyrchak (2018)) or briefly describe them (K. Havryliuk and M. Rudkivska (2020); Z. Hryhorova (2020); O. Skiban (2014, 2016)).

A separate study of publishing houses' websites as a factor of book promotion is the article by N. Ivanova (2016), in which the author analysed the multifunctionality, architectonic organisation and web resources content of two Ukrainian publishing houses: “Folio” and “Old Lion Publishing House”.

The study analyses theoretical sources with recommendations on creating and maintaining websites (V. Korolko and O. Nekrasova (2009); V. Kuruch and A. Yakovets (2012); Ye. Ponomarenko (2011), as well as advice from specialists of the Internet marketing agency “Webpromo” on usability and increasing website conversion).

The source base of the study is the websites of leading Ukrainian publishing houses that have been ranked first in various ratings in recent years, which are focused on the market, on the needs of different members of their target audience, and constantly use modern promotional technologies, i.e., those publishing houses whose brand is recognisable: “Old Lion Publishing House” (<https://starylev.com.ua>), “A-ba-ba-ha-la-ma-ha” (<https://store.ababahalamaha.com.ua>), “Nash Format” (<https://nashformat.ua>), “Family Leisure Club” (<https://ksd.ua>; <https://bookclub.ua/>), “Ranok” (<https://www.ranok.com.ua>), “Osnovy” (<https://osnovypublishing.com>), “Folio” (<https://folio.com.ua>), “Vivat” (<https://vivat.com.ua>), “Vikhola” (<https://www.vikhola.com>), “Knigolove” (<https://knigolove.ua>), “ArtBooks” (<https://artbooks.ua>), “Abuk” (<https://abuk.com.ua>).

Unresolved issues

As can be seen from the sources review, there is currently no comprehensive study of the functioning and filling of leading Ukrainian publishing houses websites. In addition, Ukrainian publishers are constantly updating their web resources, using new PR tools and various communication channels to disseminate information to their audience, and improving the usability of their websites, which makes this topic relevant.

The objective of the article is a comprehensive analysis of Ukrainian publishing houses’ websites in the context of the promotion of their products and also the creation of the publishing house and its authors’ positive image, namely:

- 1) to outline the possibilities and advantages of a website as a tool for information and promotion work of an organisation;
- 2) to study and classify the types of content and the rubric of leading Ukrainian publishing houses’ websites;
- 3) to analyse what type of website is most often chosen by organisations;
- 4) to define the basic rules for creating and filling publishers’ websites.

Main material presentation

A website can be considered to be an important tool for information and promotion work of a publishing house due to its **capabilities and advantages**:

1. The official website fully represents the publishing house on the Internet. Professor M. Tymoshyk (2010) names the significant advantages of websites for a publisher: “saving money on marketing programmes, the possibility of selling goods at lower prices, providing information about the availability of books in unlimited territories, and popularising the programme of the publishing house” (p. 390).

2. The ability to post a large amount of various information about the organisation’s activities.

3. The website (unlike social media) allows you to clearly structure all content into sections according to the necessary criteria, which is especially important for various publishing products.

4. Facilitates access to the publisher's products for the audience. First and foremost, we are talking about selling books and other goods online. Some publishing houses, such as "Nash Format" and "Vivat", have an online bookstore as their official website, while "Family Leisure Club" has a separate official website and an online store. This allows readers to choose the product they need at any time and order it directly from the publisher at a lower price than in a bookstore.

5. The possibility to sell not only the books that are currently available at the publishing house. We are talking primarily about the following categories:

- Pre-sales, i.e. the sale of books that the publishing house is currently working on and will soon be published.

- Book announcements that will be available to order soon. For example, the "Family Leisure Club" offers a separate section with announcements of new titles that will soon go on sale. It provides a full description of the book and offers to leave an email address with a request. When the product is ordered later, it will be discounted, which the buyer sees immediately on the website.

- Books that are temporarily out of stock. For example, the "Family Leisure Club" website has a separate section for books and products that are popular with readers, so they were quickly sold out, but will soon be available again. The publishing house invites site visitors to leave their email addresses in a special field to receive a notification when the product is available for order.

6. A corporate website (this is the type of website that publishers choose most often) allows you to post complete information about the organisation, a clearly structured catalogue with books and other products, a photo gallery, video reviews and book trailers, as well as a news section and various forms of interaction with readers (blogs, forums, feedback pages, etc.).

7. Interactive communication with the audience: the ability to leave a review of a book or inform the publisher about a mistake that the reader has noticed in the book. For example, the "Nash Format" publishing house has created a separate subsection on its website called "Mistake in a book of Nash Format" with a Google form for reporting.

8. Holding photo contests, interactive games, quests, creative contests, etc. for the audience through the website.

9. Posting extensive abstracts to books, book previews, video wrappers, and book trailers on the website.

10. Quick search for the necessary information (primarily books) on the site using keywords, the title of the book or its author.

11. Possibility to duplicate the most important information in several sections of the site or to place the necessary section in several places on the site, for example, in the main menu, in sidebars and the footer.

12. Subscription through the website (usually via email) to be informed about new books, special offers, news, events from the publisher, etc.

13. Cooperation between publishing houses, when one publishing house offers products of other Ukrainian publishing houses on its website as a separate item in the catalogue (“Old Lion Publishing House”, “Nash Format”, “Family Leisure Club”).

14. Publishers, like the vast majority of other organisations, offer their clients gift certificates. You can place an order for one, as well as purchase with such a certificate, through the website.

The conducted research gives grounds to distinguish the following **types of content and sectioning** of leading Ukrainian publishing houses websites:

Organisations’ websites have several *sections* that structure all the information aimed at meeting the interests of different target audiences. For example, here are the headings of several of the analysed publishing houses (the names of the headings clearly show the content of these websites):

– The “Family Leisure Club” has several websites. The main business card site contains all the information about the “Family Leisure Club” company, which combines a publishing house, a website, a network of bookstores and wholesale trade. From this site, there are hyperactive links to the page with information about the publishing house (“Mission and Goals”, “Key Areas and Series”, “World Literature Stars”, “Popular Ukrainian Authors”, “Books.KSD.ua” (online book presentations), “Book exhibitions”, “Book sales”, “Publishing house positions”, “Information for authors” (procedure for accepting and reviewing manuscripts, general requirements for works of fiction and applied literature), “Wholesale”) and other online projects of the company, including the “KSD” website itself. The latter has its own, separately developed sections: “Fiction”, “Applied”, “Children’s”, “Special Offers”, “eBooks”, “KSD Announcements”, “KSD News” (tells about the publishing house’s achievements and important innovations, event announcements, presentations of book novelties, author tours schedules, photo reports from book exhibitions, interviews with the winners of prize draws), “Book Digest” (an electronic mini-catalogue published once a month with the best books of the month by “KSD” publishing house and bestsellers of partners, shows real prices, special offers and other relevant information).

– “Nash Format”: “Books”, “All authors”, “E-books”, “TOP books”, “Contacts”, “Must Read Books”, “Video book reviews”, “Popular categories” (e-books, best books of our time, new books, business literature, historical literature, fiction, children’s books), “Consumer’s corner” (about the com-

pany, payment, delivery, loyalty programme, registration, positions, product returns, wartime FAQ, books for the Armed Forces of Ukraine); “Cooperation” (corporate cooperation, offer us a book, how to become a control reader of “Nash Format” books, creation of a high-quality Ukrainian audio-book, a mistake in a “Nash Format” book);

– “Old Lion Publishing House”: “Catalogue”, “About Us”, “Blog”, “News”, “Events”, “For Business”, “English”, “Contacts”;

– “A-ba-ba-ha-la-ma-ha”: “Our books”, “New editions”, “Bestsellers”, “In print”, “Sets”, “Harry Potter”;

– “Ranok”: “Catalogue”, “E-books”, “Promotions”, “Final Sale”, “Help”, “Catalogues”, “Publishers”, “Download a textbook”, “Submit a manuscript”, “Blog”, “Foreign rights”, “Gift cards”, “New releases”, “Coming soon”, “Stylish T-shirts for book lovers”, “Most popular categories”, “Popular series”, “Blog”, “Some facts about publishing today”, “About us”, “Media about us”, “User Agreement”;

– “Vivat”: “All Categories”, “Promotions”, “Blog”, “Authors”, “Publishers”, “For Customers”, “Company” (about the “Vivat” online store and contacts);

– “Knigolove”: “Catalogue”, “Useful information” (“Worth reading”, “Our shops”, “Orders payment and delivery”, etc.).

As mentioned above, the main function of websites is to sell publishing house products, so the section containing books and other products *catalogue*, has a multi-level branching structure.

To make it easier to find books, websites offer various filters. It should be noted that publishers are not limited to the classic search criteria (by author, by genre, by age), but offer a wide range of choices. For example, the websites of leading Ukrainian publishing houses offer the opportunity to select products by the following criteria:

– “Nash Format”: e-books (subcategories by genre), fiction (subcategories by genre), new releases (from “Nash Format” publishing house, non-fiction, fiction and children’s books), forthcoming (offer for pre-order), history, military affairs (research, military affairs, special services, world history, archeology, weapons and military equipment, history of Ukraine), business (top 30 books about business, best business books according to the Financial Times, as well as several thematic subcategories), foreign language learning (subcategories by language), documentary literature (documents, publicistics, biographies, memoirs, diary), garage sale (books with a minor defect that does not affect the readability and reading quality), art, culture (subcategories by different types of art), gifts for book lovers (gift certificates and book accessories), for parents and teachers (education, child psychology, child health, pregnancy and childbirth, pedagogy and methodology), marketing, advertising and PR, fiction in foreign languages (subcategories by genre), cooking,

drinks, gift editions and albums, leisure, hobbies, sports (games, entertainment, holidays, image, beauty, etc, collecting, anti-stress colouring books, etc.), reference books (encyclopedias, phrasebooks, dictionaries, handbooks), gifts (gift wrapping, diaries, notebooks, stickers, tableware, souvenirs, bags, art kits), atlases, maps, guidebooks, school curriculum (Ukrainian and foreign literature), periodicals, top 20 of “Nash Format”, sale up to -40%, children’s literature (subcategories by genre), audio-books (subcategories by genre), top books by Ukrainian publishers, motivational literature (popular psychology), non-fiction in foreign languages, support of new projects (collection for various projects, for example, “The Army Reads”, etc.), humanities (subcategories by type of science), gift sets, modern technologies and innovations, release announcements (in this subsection, you can read about “Nash Format’s” publishing plans and sign up for the beginning of the pre-sale), comics and graphic novels, natural and exact sciences (subcategories by types of sciences), medicine (subcategories by sections of medicine), religion, esotericism, occult sciences, Explore Ukraine/world about Ukraine (history, biographies, the Russian-Ukrainian war since 2014, Ukrainian cuisine, etc, children’s books about Ukraine, Ukrainian cuisine, etc.), symbolism, legal literature (subcategories by different types of law), educational literature, KyivBookFest (new releases presented at the KyivBookFest festival), 20 best business books according to the Financial Times; each of the subcategories has its own filters (authors, publication year, binding, language, series, price, age, translators, etc.);

– “Old Lion Publishing House”: type of product (paper books, e-books, souvenirs, sets, charity), popular filters (all products, pickup only, forthcoming, new, promotion, top sales, pre-sale), by age, sections (educational books, for teenagers, children’s, illustrated stories and fairy tales, picture books, poems for children, cardboard books, picture books, short fiction and essays, fiction, poetry, art and culture, cooking, biographies and memoirs, business and self-development, albums and art books, graphic novels, textbooks, reportage, historical topics, modern classics, comics and manga), authors, translators, designers, illustrators, tags;

– “A-ba-ba-ha-la-ma-ha”: series, genre, age group, cover type, author, translation author, illustration author, cover illustrator;

– “Family Leisure Club”: fiction (contemporary authors, romantic fiction, historical and adventure fiction, detectives, thrillers and horror, science fiction, fantasy, classical literature, comics and manga), applied (history, facts and biography, psychology, self-development and motivation, business literature, leisure and hobbies, science pop, esotericism, tarot), children’s (up to 4 years old, 4–6 years old, 7–12 years old, from 12 years old, school and educational books, developmental books, fairy tales and novels), special offers (exclusively in KSD, books of the month, KSD novelties, KSD

announcements, partner novelties, best sellers, gift books, discounted sets, bookmarks for books, sale, last copies), e-books (with the same filters as for paper books), KSD announcements;

– “Ranok”: new products, early development, school preparation (for kindergarten tutors, English for kids, early development, school preparation, creative development, interior design, literacy, inclusive education), educational literature (school management, primary school, secondary and high school, lesson preparation, reference books, dictionaries, etc.), children’s literature (books for the youngest, reading to children, wimmelbooks, children’s Bible, sticker books, encyclopedias, books for independent reading), for teenagers and youth (detectives, science fiction and fantasy, psychology, growing up, self-development, scientific and educational literature, adventure, classics, romantic fiction, contemporary fiction), comics, adult literature (fiction, non-fiction, for parents about children), games and creativity, stationery;

– “Vivat”: books (fiction, Ukrainian literature, children’s books, teenage literature, comics, manga, non-fiction, foreign language books), e-books (fiction, Ukrainian literature, non-fiction), related products (book merchandise, notebooks, stickers, bookmarks);

– “Knigolove”: books, e-books, children’s shelf, golden shelf, gifts, thriller shelf, sets, certificates; each of these categories has its own subcategories and filters.

The study analysed theoretical sources with recommendations on how to create and maintain websites (Korolko & Nekrasova, 2009, pp. 823–829; “Yuzabiliti i pidvyshchennia konversii сайту”, n.d.; Kuruch & Yakovets, 2012, pp. 131–134; Ponomarenko, 2011, et al.) and it was found that publishers generally follow these tips and have developed basic **rules** for creating, structuring, filling, and following the principles of website usability, focusing on the interests and needs of their target audience and the types of content they publish:

1. When choosing the type of website, one should be guided by the needs of the organisation and the amount of information required for publication on the Internet. The vast majority of publishing houses have chosen the following types of websites that fully meet the specifics of websites for publishing organisations:

– by functional purpose: an online store (selling books and other goods) or a corporate website (has a commercial and informational purpose, helps to form a positive image of the organisation, i.e. both selling books and informing about the activities of the publishing house);

– by type: commercial;

– in terms of updating sections frequency: dynamic.

2. The design of the analysed publishing houses websites corresponds to the corporate style.

3. The website header should contain the full name of the publishing house and the logo. The vast majority of publishers adhere to this rule, but the “Family Leisure Club” has only an abbreviation in the header, and its decoding is available in the section “About the KSD “FLC””, but not on the main page.

4. Navigation on publishers’ websites is quite convenient and understandable. Almost all of the analysed sites (except for “Nash Format”) have a clickable logo that returns the visitor from any page of the site to the main page.

5. Publishers’ websites are functional and informative, without information and graphic noise.

6. The interfaces of the analysed websites and the search for information on them are as simple as possible, access to certain materials is easy and intuitive (i.e., users of different target audiences can find the information they need quickly and easily).

7. The website footers are properly designed and contain the main and additional elements that should be placed in the bottom of the website:

- contacts;
- copyright;
- hyperlinks to social networks;
- sitemap (links to sections that repeat the structure of the site, as a rule, it is a transition to sections of book catalogues);
- legal information (privacy policy, consent to the processing of personal data, which is a very important legal norm, because readers order and pay for books from their personal accounts, i.e. leave their contacts, payment details, etc. on the website);
- public offer agreement;
- registration form, email subscription;
- address of the physical location of the publishing house and bookstores;
- re-positioning of the logo;
- information on terms of cooperation, vacancies in the publishing house;
- requirements for author’s originals;
- terms of ordering, payment and delivery of books and other goods;
- guarantees for buyers (the procedure for returning and exchanging books);
- FAQ (Frequently Asked Questions), for example: on the website of “Nash Format” publishing house “Frequently Asked Questions of Wartime”;
- benefits for regular customers;
- information about partners (often on the websites of online bookstores);
- copyright, etc.

However, the study found some deviations from the above rules. For example, “Nash Format” publishing house does not duplicate the logo in the footer, and if we take into account that the header disappears when you scroll down the web page, there is no identification with the publishing house in the basement of the site.

8. Publishing houses’ websites contain information for all target audiences: regular readers, potential buyers of goods, partners, and those looking for a job in a publishing house (vacancies).

9. The conducted research has shown that, in accordance with their focus on different target audiences, organisations have chosen the optimal website structure (two-level or multi-level main menu, headings, additional links, functional and design elements). Among the types of structures of publishers’ web resources, the predominant one is tree-like (from the main page the user goes to one of the pages of the second level, from there to one of the pages of the third level, etc.), but there are also linear (from the main page the user goes to the second page, from the second page to the third, etc.) and arbitrary (the user can go from one page to another in different ways).

10. The website must have a hyperactive link to all social networks where the pages of this publisher are present and other online resources, if any, which contributes to the successful promotion of the website on Internet platforms.

11. Competent design of all materials published on the publisher’s website.

Conclusions

1. Undoubtedly, the main task of a website is to sell books. But besides the commercial one, websites perform many other functions, primarily image and informational.

2. The site’s sectioning depends on the specifics of the publishing house and its genre and thematic focus. If the organisation chooses an online store, the menu contains categories of the book catalogue; if it is a corporate website, the catalogue is one of the sections, and besides it, the most popular sections among the analysed websites are the following: product catalogue, information about the publishing house, information about popular Ukrainian and foreign authors of this publishing house, online book presentations, book previews, contacts, information about where, besides this website, you can buy the publishing house’s products, news, blogs, offers from the publishing house, selections of the best books and bestsellers, promotions, offers of cooperation, information for authors on the procedure for accepting and reviewing manuscripts and general requirements for works of literature of various genres.

3. Publishers use their websites as online stores and offer catalogues in which products are classified into different sections and subsections. In addition, publishers use filters to facilitate and simplify the search. As the study shows, each publisher has its own way of structuring catalogues and its own range of search criteria, but mostly it offers to choose by the following categories: type of product (books, souvenirs, merchandise, related products, etc.), type of book (printed or electronic), genre, subject matter, age group, design, top sales, promotions, new items, pre-sales.

The structure of catalogues is different for each publisher and has its own logic. “Nash Format” has the most extensive and detailed search system (a large number of criteria for selecting books, and each category has several subcategories and filters). Some publishers, such as “Folio” and “Old Lion Publishing House”, offer to use filters first, which will offer the site all the products you can choose from, while the products in the “sections” filter are not unified by one criterion. There are cases of not entirely reasonable division into categories, for example: on the website of the “Vivat” publishing house, e-books are classified into fiction and Ukrainian (it is clear that the latter category also includes fiction books).

4. The vast majority of publishers generally follow the rules for creating, structuring and filling their websites in the header, content and footer, except for minor deviations. The website categorisation and navigation is convenient and intuitive. The usability of the analysed websites fully meets the requirements set by experts.

Thus, despite the fact that the modern audience uses social media more often, websites remain a powerful tool in the PR activities of publishers due to their functional capabilities compared to social media. Recent studies show that publishers prefer online promotional activities, constantly change and improve their web resources using new PR technologies and website usability principles, which opens up prospects for further research.

REFERENCES

- Havryliuk, K., & Rudkivska, M. (2020). Reklama u vydavnytstvakh zalezno vid obsiahiv yikh finansuvannia [Advertising in publishing houses depending on the amount of their funding]. *Young Scientist*, 11(87), 33–37. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-11-87-8> [in Ukrainian].
- Hryhorova, Z. (2020). Zastosuvannia kontent marketynhu v knyhovydavnychomu biznesi [Application of content marketing in publishing business]. *Economy and Society*, 22. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-67> [in Ukrainian].
- Ivanova, N. I. (2016). Sait vydavnytstva yak chynnyk promotsii knyhy [Publishing house’s webpage as a factor of book promotion]. *Dnipropetrovsk University Bulletin: Social Communications*, 24(16), 70–76 [in Ukrainian].
- Kanshyna, O. (2017). Promotsiia knyzhkovykh vydan u merezhi Internet [Book promotion on the Internet]. *Young Scientist*, 11(51), 746–750 [in Ukrainian].

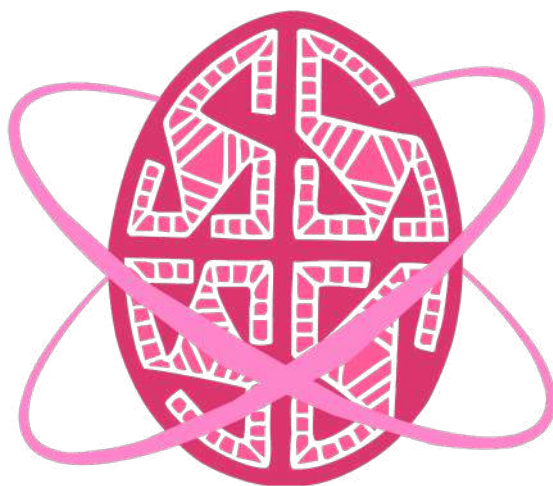
- Kliuchkovska, H. M. (2000). *Knyzhkova promotsiia yak vzaiemodiia knyzhkovoï spravy ta ZMI (zasady formuvannia ukraïnskoï modeli)* [Book promotion as an interaction between the book business and mass media (fundamentals of the formation of the Ukrainian model)] [PhD Dissertation, Ukrainian Academy of Printing] [in Ukrainian].
- Kopystynska, I. (2018). Reklamno-informatsiina polityka vydavnytstv u pershe desiatylittia nezalezhnosti Ukraïny [Advertising-information policy of publishing houses in the first decades of Ukrainian independence]. *Ukrainian Information Space*, 1, 242–252. <https://doi.org/10.31866/2616-7948.1.2018.141227> [in Ukrainian].
- Kopystynska, I., & Hrynivskyy, T. (2015). Zasoby promotsii knyzhkovykh vydan: Dosvid nezalezhnoi Ukraïny [Book's publishing promotion ways: The experience of independent Ukraine]. *Scientific Papers of the Ukrainian Academy of Printing. Series: Social Communications*, 1(50), 37–46 [in Ukrainian].
- Korolko, V. H., & Nekrasova, O. V. (2009). *Zviazky z hromadskistiu. Naukovi osnovy, metodyka, praktyka* [Public Relations. Scientific foundations, methodology, practice] (3rd ed.). Kyiv-Mohyla Academy Publishing House [in Ukrainian].
- Kuruk, V., & Yakovets, A. (2012). *Shpargalka dlya PR-menedzhera. Neotlozhnaya pomoshch' na puti k uspekhu! Razvitie biznesa cherez razvitie kommunikatsii* [Cheat sheet for PR manager. Immediate help on the path to success! Business development through the development of communications]. Biznespoligraf [in Russian].
- Maniatina, O. V. (Comp.). (2023). *Yak robyty promotsiiu chytannia ta knyzhok i shcho dlia toho treba?* [How to promote reading and books and what is needed for this?]. Tsentralna raionna biblioteka TsBS "Svichado" [in Ukrainian].
- Melnyk, Yu., & Drachuk, O. (2010). Analiz kompleksu marketynhu knyhovydavnychoï spravy [Analysis of the book publishing marketing complex]. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 90–101 [in Ukrainian].
- Ponomarenko, Ye. V. (2011). Metodyka stvorennia efektyvnoho interfeisu web-saitu polihrafichnoho pidpriemstva [Method of creation of effective interface of web-site of printery]. *Scientific Papers Ukrainian Academy of Printing*, 4(37), 253–261 [in Ukrainian].
- Shpak, V. (2015). *Vydavnychiy biznes v umovakh ukraïnskoï derzhavnosti* [Publishing business in the conditions of Ukrainian statehood] [Monograph]. Ekspres-obiava [in Ukrainian].
- Skiban, O. (2014). Vydavnycha komunikatsiia v systemi sotsialnykh komunikatsii internet-prostoru Ukraïny [Communication publishing in the social communications internet space Ukraine]. *Scientific Papers of the Ukrainian Academy of Printing. Series: Social Communications*, 4(49), 145–151 [in Ukrainian].
- Skiban, O. (2016). Suchasni tekhnolohii knyzhkovoï promotsii v aspekti mas-mediinoï vzaiemodii [Modern technologies of book promotion in terms of mass media interaction]. *Printing and Publishing*, 2(72), 199–207 [in Ukrainian].
- Skiban, O. (2017). Subiekty vydavnychoï promotsii: Rol avtora, redaktora, vydavtsia yak osnovnykh uchasnykiv protsesu [Subjects of publishing promotion: The role of the author, editor, publisher as the main processor]. *Scientific Papers of the Ukrainian Academy of Printing. Series: Social Communications*, 1(54), 221–227 [in Ukrainian].
- Skiban, O. (2019). Konverhentni media yak platforma dlia promotsii ta prosuvannia knih na suchasnomu ukraïnskomu rynku [Convergent media as a platform for books promotion and advancement on the modern Ukrainian market]. *Printing and Publishing*, 1(77), 111–124. <https://doi.org/10.32403/0554-4866-2019-1-77-111-124> [in Ukrainian].
- Skochynets, O. (2010). Rol elektronnykh media u zdiïsnenni aktsii knyzhkovoï promotsii [The role of electronic media in carrying out book promotion actions]. *TV and Radio Journalism*, 9(1), 253–257 [in Ukrainian].
- Skochynets, O. (2011). Elektronni media v konteksti yikh zaluchennia do realizatsii aktsii knyzhkovoï promotsii: Sproba typolohichnoho analizu [Electronic media in the context of their participation in the book promotion actions realization:

- The attempt of typological analysis]. *Scientific Papers of the Ukrainian Academy of Printing. Series: Social Communications*, 4(37), 152–160 [in Ukrainian].
- Slavinska, I. (2012, December 11). *Yak pryvernuty uvahu do knyzhky* [How to draw attention to a book]. *Ukrainska pravda*. <http://life.ppravda.com.ua/columns/2012/12/11/117451/> [in Ukrainian].
- Sudyn, A. (2008). Neoplachuvani pryomy reklamy u knyzhkovii spravi [Unpaid methods of advertising in the book business]. *Printing and Publishing*, 1(47), 102–108 [in Ukrainian].
- Tanchyn, L. (2008). Osoblyvosti PR-diialnosti u protsesi populyaryzatsii knyhy ta prosuvannya yii na rynek [Peculiarities of PR activity in the process of popularizing the book and promoting it to the market]. *Printing and Publishing*, 1(47), 97–102 [in Ukrainian].
- Teremko, V. (2010). *Osnovni zasady vydavnychoho biznesu* [Basic principles of the publishing business]. Akademvydav [in Ukrainian].
- Tkachenko, V., Chebotarova, I., Kyrychok, P., & Hryhorova, Z. (2008). *Entsyklopediia vydavnychoi spravy* [Encyclopedia of publishing]. Prapor [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2005). *Vydavnychiy biznes: Pohliad zhurnalista, vydavtsia, vchenoho* [Publishing business: The view of a journalist, publisher, scientist]. *Nasha kultura i nauka* [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2010). *Knyha dlia avtora, redaktora, vydavtsia* [A book for the author, editor, publisher] (3rd ed.). *Nasha kultura i nauka* [in Ukrainian].
- Vikyrychak, I. (2018, July 11). *Yak robyty promotsiiu knyzhok i shcho dlia tsoho treba* [How to promote books and what is needed for this]. Korydor. <https://korydor.in.ua/ua/opinions/jak-robyty-promociju-knyzhkam.html> [in Ukrainian].
- Yezhyzhanska, T. (2016, May 19–20). Informatsiino-komunikatsiina diialnist suchasnykh vydavnytstv [Information and communication activities of modern publishing houses]. In *Informatsiino-dokumentatsiine zabezpechennia suchasnoho suspilstva* [Information and documentation support of modern society] [Conference proceedings] (pp. 34–37). State University of Telecommunications [in Ukrainian].
- Yezhyzhanska, T. (2017a). Osoblyvosti y umovy diialnosti knyzhkovykh vydavnytstv Ukrainy u suchasnomu mediaprostori [Peculiarities and conditions of activity of book publishing houses of Ukraine in the modern media space]. *Integrated Communications*, 4, 20–26 [in Ukrainian].
- Yezhyzhanska, T. (2017b). Rol PR-komunikatsii dlia stratehichnoho rozvytku vydavnytstva [The role of PR communication for strategic development of the publisher]. *Social Communications: Theory and Practice*, 5(5), 87–92 [in Ukrainian].
- Yezhyzhanska, T. (2017c). PR-komunikatsii vydavnytstv yak ob'iekt naukovoї retseptsii [PR communications of publishing houses as a scientific object]. *Integrated Communications*, 3, 35–43 [in Ukrainian].
- Yezhyzhanska, T. (2018a). Komunikaatsiia vydavnytstv ochyma chytachiv: Otsinka vidviduvachiv naibilshykh knyzhkovykh zakhodiv Ukrainy [Communication of publishing houses through the eyes of readers: Assessment of visitors to the largest book events in Ukraine]. *Bulletin of the Book Chamber*, 4, 5–12 [in Ukrainian].
- Yezhyzhanska, T. (2018b). Pidhotovka PR-menedzheriv dlia ukraïnskykh knyzhkovykh vydavnytstv za spetsializatsiieiu "Reklama ta PR u vydavnychii spravi" na kafedri vydavnychoi spravy Universytetu Hrinchenka [Training of PR managers for Ukrainian book editions in the specialization "Advertising and PR in publishing business" at the department of publishing of Borys Grinchenko Kyiv University]. *Integrated Communications*, 1(5), 14–22 [in Ukrainian].
- Yezhyzhanska, T. (2018c). Chytachi yak subiekti komunikatsii knyzhkovykh vydavnytstv Ukrainy u suchasnomu mediaprostori [Readers as subjects of communication of book publishers of Ukraine in the modern media space]. *Current Issues of Mass Communication*, 3, 35–46. <https://doi.org/10.17721/2312-5160.2018.23.35-46> [in Ukrainian].

- Yuzabiliti i pidvyshchennia konversii сайту [Usability and increased site conversion]. (n.d.). *Webpromo*. Retrieved October 3, 2023, from <https://web-promo.ua/ua/blog/yuzabiliti-i-optimizacziya-konversii/> [in Ukrainian].
- Zelinska, N. M. (2014). Suchasnyi dosvid reklamuvannia y populiaryzatsii knyzhkovykh vydan ukrainskykh vydavnytstv u merezhi Internet [Modern experience of advertising and popularization of book editions of Ukrainian publishing houses on the Internet]. In V. Rizun (Ed.), *Kryterii diahnozyky ta metodyk rozrakhunku vplyvu media* [Diagnostic criteria and methods of media influence calculation] [Conference proceedings] (pp. 120–122). Instytut zhurnalistyky. http://journ.univ.kiev.ua/files/Zbirnyk_2014.pdf#page=120%22 [in Ukrainian].

НОВІ МЕДІА

NEW MEDIA



УДК 001.891:76.012–051

Дослідницький складник у графічному дизайні

Сергій ШАШЕНКО
асист.

Київський національний
університет імені Тараса
Шевченка

вул. Юрія Ілленка, 36/1,
02000, Київ, Україна

s.shashenko@gmail.com

ORCID 0000–0002–9794–5937

© Шашенко С., 2024

Наукове осмислення роботи графічного дизайнера як дослідницького процесу є визначальним для розуміння сутності та значення дизайну. Дослідження відкривають глибинні принципи та методологію дизайнерської практики, що сприяє розвитку якості дизайну. Матеріал публікації спрямовано на сприяння підвищенню престижу дизайну, оскільки науково обґрунтоване розуміння важливості складної та різноманітної дизайнерської практики допомагає інтегрувати його в різні сфери суспільного життя.

Наукова новизна статті полягає у встановленні взаємозв'язку між графічним дизайном та методами наукового дослідження, що допомагає розширити розуміння процесів дизайну та підвищити якість професійних рішень у цій галузі. Розглядається застосування методів, які використовуються у професійній діяльності дизайнера, а також ті, які науковці задіюють для вивчення результатів дизайн-процесу, що сприяє розвитку знань та постійним інноваціям у цій сфері.

Мета статті полягає в дослідженні важливості взаємозв'язку між графічним дизайном та методами наукового дослідження. Відсутність систематизованого матеріалу з цієї теми підкреслює необхідність вивчення практичної діяльності графічного дизайнера.

У публікації здійснено розширений опис професійних видів діяльності графічних дизайнерів. Розглядаються дві моделі роботи. Розуміння та застосування цих моделей допомагає визначити роль дослідження в дизайні та підкреслити важливість методів роботи графічних дизайнерів для досягнення успішних результатів.

Далі у статті визначено типи досліджень, які дизайнери використовують на практиці. Встановлено зв'язок між графічним дизайном і методами наукових досліджень, окреслено проблеми та перспективи їхньої взаємодії та визначено значення дослідницької діяльності в роботі графічного дизайнера.

У висновках наголошується на важливості інтеграції різних дослідницьких методологій у графічний дизайн для покращення якості результатів та сприяння розвитку галузі. Прикладні дослідження можуть бути обмежені у наданні вичерпних аргументів на користь ефективності дизайну, тому важливо поєднувати їх з академічними дослідженнями. Інтеграція наукових методів у практику графічного дизайну сприяє розвитку галузі та забезпечує розробку якісних професійних рішень. Систематизований підхід як від дизайнерів, так і від науковців, є визначальним для успішної взаємодії між графічним дизайном і дослідженнями.

Ключові слова: графічний дизайн, практична діяльність дизайнера, дизайн-процес, дослідження, візуальна інформація.

RESEARCH COMPONENT IN GRAPHIC DESIGN

Serhii SHASHENKO

Assistant

Taras Shevchenko National University of Kyiv

36/1 Yu. Illienko St., 02000, Kyiv, Ukraine

s.shashenko@gmail.com

ORCID 0000-0002-9794-5937

The scientific understanding of a graphic designer's work as a research process is crucial for understanding the essence and meaning of design. The studies reveal deep principles and methodology of design practice, which contributes to design quality development. The publication material is aimed at promoting the prestige of design, as a scientifically based understanding of the importance of complex and diverse design practice helps to integrate it into various spheres of public life.

The scientific novelty of the article lies in establishing the relationship between graphic design and scientific research methods, which helps to expand the understanding of design processes and improve professional solutions quality in this area. The author considers the application of methods used in the professional activity of a designer, as well as those used by scientists to study the results of the design process, which contributes to the development of knowledge and constant innovation in this area.

The purpose of the article is to explore the importance of the relationship between graphic design and scientific research methods. The lack of systematic material on this topic emphasises the need to study the practical activities of a graphic designer.

The publication provides an extended description of the graphic designers' professional activities. Two models of work are considered. Understanding and applying these models helps to define the research role in design and emphasise the importance of graphic designers' working methods to achieve successful results.

Further, the article identifies the research types that designers use in practice. The author establishes the relationship between graphic design and scientific research methods, outlines the problems and prospects of their interaction, and defines the importance of research activity in the graphic designer's work.

The conclusions emphasise the importance of integrating different research methodologies in graphic design to improve the quality of results and promote the industry development. Applied research can be limited in providing a comprehensive argument for design effectiveness, so it is important to combine it with academic research. The integration of scientific methods into the practice of graphic design contributes to the development of the industry and ensures the development of high-quality professional solutions. A systematic approach from both designers and scientists is crucial for successful interaction between graphic design and research.

Keywords: *graphic design, designer's practical activity, design process, research, visual information.*

Постановка проблеми

Графічний дизайн — це динамічна сфера, що поєднує в собі візуальну комунікацію, естетику, креативність та дослідницький процес. Дизайнери, подібно до науковців, досліджують проблему, генерують ідеї, тестують та вдосконалюють рішення, щоб зрештою презентувати результат.

Це комплексна й динамічна галузь, що впливає на багато інших сфер життя й охоплює різноманітні креативні вміння, тому вивчати графічний дизайн складно (Емброуз & Оно-Білсон, 2019).

Проблематику теми зумовлює низка аспектів.

1. Неусвідомлення дослідницького складника. Дизайнери часто не усвідомлюють або недооцінюють дослідницький аспект своєї роботи. Це може призвести до невикористання ефективних методів дослідження та, як наслідок, до менш якісних результатів.

2. Відсутність методологічної єдності. Не існує чіткої та універсальної методології дослідницького процесу в дизайні. Це ускладнює обмін досвідом та знаннями між дизайнерами, а також оцінку результатів досліджень.

3. Недостатня рефлексія. Дизайнери не завжди ретельно аналізують та описують свій дослідницький процес, що ускладнює навчання та передачу досвіду наступним поколінням дизайнерів.

4. Обмеження часом і ресурсами. Дизайнерська практика часто жорстко обмежена часом і бюджетом. Такі обмеження ускладнюють проведення ґрунтовних досліджень.

5. Нечітка презентація результатів. Дизайнерам не завжди вдається чітко та лаконічно презентувати результати своїх досліджень. Це може ускладнювати розуміння та прийняття дизайнерських рішень клієнтами та іншими зацікавленими сторонами.

Вирішенням описаних проблем може стати підвищення обізнаності про дослідницький складник роботи дизайнера, впровадження курсів із дослідницьких методів у програми освіти, узагальнення та систематизація наявного досвіду дослідницької роботи в дизайні, розробка нових методів та інструментів дослідження, написання статей та книг про дослідницький процес у дизайні, проведення конференцій та семінарів з обміну досвідом.

Актуальність і новизна теми

Наукове осмислення роботи графічного дизайнера як дослідницького процесу має суттєве значення для розуміння природи та значення дизайну: дослідження розкривають глибинні принципи та методологію дизайнерської практики.

Важливість теми вбачаємо й для розвитку дизайнерської освіти. Розуміння дослідницького складника дизайну може покращити навчальні програми та якісно підготувати нове покоління фахівців.

Матеріал цієї публікації може сприяти підвищенню статусу дизайну. Наукова обґрунтованість важливості складної та багатогранної дизайнерської практики допоможе інтегрувати дизайн у різні сфери суспільного життя.

Мета статті полягає в розгляді важливості взаємозв'язку між графічним дизайном та методами наукового дослідження. Розглядається застосування методів, які використано в професійній діяльності дизайнера і які задіюють науковці для вивчення результатів дизайн-процесу. Відсутність систематизованого матеріалу з теми зумовлює необхідність досліджень про практичну діяльність графічного дизайнера. Стаття спрямована на підвищення усвідомленості про значення досліджень у цій сфері та підкреслення важливості розвитку бази аргументів для провокування й підтримки змін у системах візуальної інформації в різних сферах суспільного життя.

Завдання статті:

- здійснити розширений опис професійних видів діяльності графічних дизайнерів;
- визначити типи досліджень, які дизайнери використовують на практиці;
- з'ясувати взаємозв'язок між графічним дизайном і методами наукових досліджень;
- зробити висновки про роль проведення досліджень у професійній діяльності дизайнера та аспекти наукового аналізу в дизайн-процесі.

Вивчення та вирішення проблем, пов'язаних із дослідницьким процесом у дизайні, має високий пріоритет. Це допоможе підвищити якість професійних рішень, посилити статус дизайну як наукової та інноваційної сфери, підготувати нове покоління фахівців, які володіють ефективними методами дослідження.

Стан розробки питання

Тема дослідницьких аспектів у роботі графічного дизайнера складна через недостатню вивченість. В Україні ця тема не здобула уваги науковців. У цій роботі, ймовірно, вперше серед українських науковців розглядається окреслена проблематика.

Натомість у світовій науковій спільноті цю проблему розробляли протягом багатьох років. Серед фундаментальних дослідників можемо назвати Джона Берге (розглядав дизайн як форму дослідження, що використовується для розуміння та критичного аналізу світу), Річарда Фуллера (вважав дизайн «процесом дослідження», спрямованим на вирішення проблем та покращення життя людей), Герберта Саймона (дослідив процес прийняття рішень та творчість у дизайні, описуючи його як «процес пошуку»), Дональда Шона (розглядав ди-

зайн як «рефлексивну практику», що передбачає постійне навчання та вдосконалення).

Сьогодні багато хто намагається визначити архетипи, типології та таксономії для дизайн-досліджень (наприклад, Джеймс Пірс) (Pierce, 2021). Вплив цього допарадигмального характеру полягає в тому, що багато зусиль витрачається на внутрішні дискусії, пов'язані з епістемологією, методами та конвенціями галузі, які ще тільки формуються (Durrant et al., 2017), водночас обсяг потенційного впливу галузі невпинно зменшується. Розмаїття методів, які використовують дослідники дизайну, навички, на які вони спираються, а також широкі масштаби впливу — це чинники, які роблять сферу дизайн-досліджень такою, що визначається своєю гетерогенністю. Ця гетерогенність робить дослідження потужними, але водночас ускладнює їхній вихід за межі допарадигмальної форми. Практичні наслідки цього — безліч ініціатив, які «...не описують себе так, щоб їх можна було ідентифікувати як приклади дизайн-досліджень» (Lindley & Coulton, 2020).

Для встановлення взаємозв'язку між дизайн-процесом і дослідженнями в ньому й про нього звернемося до робіт Ніла Леонарда та Гевіна Емброуза (2019) (запропонували огляд видів і форматів дослідження для дизайнерів), Карела ван дер Ваарде (van der Waarde, 2012) (узагальнив моделі роботи графічних дизайнерів), Роберта Гарланда (Harland, 2020) (запропонував спосіб відмежувати практику графічного дизайну від вивчення цієї практики).

Спроби пов'язати науковий інтерес до дизайну та дослідження в практиці дизайну не були достатньо аргументованими, а отже, не було чітко визначено, яким чином дослідження графічного дизайну можуть сприяти кращому розумінню природи його практики. Цьому не допомогла й безсистемна номенклатура, яка заплутує зв'язок графічного дизайну з іншими візуальними практиками та його відмінність від них (Harland, 2020).

Вивчення та адаптація світового досвіду в цій сфері може суттєво збагатити українську дизайнерську практику, освіту та науку. Наша публікація покликана привернути увагу українських вчених й окреслити новий вектор в академічному осмисленні графічного дизайну.

Виклад основного матеріалу

Опис видів діяльності в практиці дизайну

Практична діяльність графічного дизайнера охоплює широкий спектр завдань, пов'язаних з візуальним оформленням та комунікацією. Серед вимог до представників цієї професії фігурують креативність, уміння генерувати ідеї, аналітичні здібності, комунікабельність, уміння працювати з людьми, володіння комп'ютером, знання

графічних редакторів та спеціалізованого програмного забезпечення. Це узагальнений перелік характеристик, який можна виявити на сайтах із розміщення вакансій (Creative Practice, 2023).

Для опису практичної діяльності графічного дизайнера необхідно дати відповіді на такі запитання:

- що робить дизайнер?
- чому він це робить?
- як він це робить?

Щоб відповісти на ці питання не з точки зору ринкових відносин, а з позицій науки, потрібно розглянути дві моделі роботи графічних дизайнерів (van der Waarde, 2012).

Перша модель: створення візуальної конфігурації

Перша модель пов'язана зі створенням форми візуальної інформації з урахуванням її особливостей. Вона розглядає те, як візуальні елементи (текст, зображення тощо), об'єднуються разом для створення цілісного візуального представлення. Цей процес називається «розробкою візуальної концепції» чи «унаочненням ідей».

Друга модель: робота з засобами візуальної виразності

Ця модель будується на рішеннях, які дозволяють візуальній конфігурації набути форми. Підкреслимо, що власне проектування — це лише один із аспектів обов'язків графічного дизайнера. Окрім проектування, графічні дизайнери повинні здійснювати різні дії, щоб забезпечити ефективність візуальних засобів та їхню відповідність цілям проекту.

Ці дві моделі підкреслюють багатогранність роботи графічного дизайнера, що охоплює не лише творчий процес проектування, але й прийняття стратегічних рішень та міркувань, які лежать в основі успішної візуальної комунікації. Наголосимо на важливості того, що розуміння й застосування цих моделей стане нам у пригоді під час аналізу досліджень у сфері графічного дизайну.

Детальніше розглянемо ці дві моделі з метою їхнього застосування для визначення ролі дослідження в дизайні.

Перша модель

Заглибимося в процес розгляду візуальних елементів у графічному дизайні та подальше прийняття рішень, пов'язаних із вибором певних візуальних особливостей. Специфіка роботи графічних дизайнерів полягає в роботі з різними візуальними елементами — текстом, зображеннями та іншими компонентами дизайну, зокрема й динамічними, наприклад, анімацією та інтерактивністю.

Але як з'ясувати, чому дизайнер обирає ту чи іншу візуальну конфігурацію? Що керує цими рішеннями? Ці питання підштовхують до виокремлення іншого виду діяльності графічних дизайнерів, який

полягає в визначенні цілей візуальних елементів і розробці «візуальної стратегії» для досягнення цих цілей.

Робота графічного дизайнера полягає в досягненні балансу між трьома визначальними аспектами розробки візуальної стратегії:

- візуальна ідентифікація (фокус на джерелі інформації та пов'язаному з ним брендингу або ідентичності);
- візуальне представлення (характеристики контенту — стосується змісту, який передається через дизайн);
- візуальна ієрархія (визначення порядку елементів, з чого глядачі повинні почати читати або взаємодіяти з дизайном; виділення найважливіших елементів).

Незважаючи на різноманітність термінології, основні принципи та цілі візуальної стратегії залишаються незмінними для різних дизайнерів та проєктів. Ретельно зваживши ці три цілі та включивши їх у свою візуальну стратегію, дизайнери можуть створювати продукт, який ефективно передає задумане повідомлення, залучає глядачів і відповідає загальним цілям проєкту. Такий стратегічний підхід до візуального дизайну допомагає дизайнерам створювати змістовні та ефективні рішення для забезпечення ефективної комунікації.

Хоча розробка візуальної стратегії має вирішальне значення в графічному дизайні, це не єдиний вид діяльності, який провадять фахівці цієї сфери. Дизайнери можуть відчувати, що вони успішно досягли своїх візуальних цілей під час роботи над своїми проєктами. Однак важливо визнати, що не вони приймають остаточні рішення в процесі розробки. Адже існує ще один вид діяльності — врахування інтересів зацікавлених сторін.

Професійні графічні дизайнери як правило працюють на замовлення. Їхня роль полягає в тому, щоб встановити зв'язки між замовником і споживачем, тобто врахувати взаємовідносини між замовниками (клієнтами або зацікавленими сторонами, які замовляють дизайнерську роботу) і споживачами (аудиторією чи користувачами, які будуть взаємодіяти з дизайном). Дизайнери повинні орієнтуватися й розуміти динаміку відносин між цими двома сторонами, щоб продукт їхньої роботи ефективно передавав задумане повідомлення й резонував з цільовою аудиторією. Цей вид діяльності полягає в умінні передбачити, що хочуть знати споживачі й що хочуть донести до них замовники. Продукт дизайну втілює цей конкретний «візуальний діалог» і робить видимим зв'язок між замовником і споживачем.

Визнаючи важливість відносин між сторонами, дизайнери можуть створювати дизайн, який не лише відповідає візуальним цілям, але й потребам та очікуванням клієнтів і кінцевих користувачів. Такий цілісний підхід до графічного дизайну враховує ширший контекст,

у якому дизайн має на меті визначення значущих та ефективних рішень для візуальної комунікації.

Отже, ми визначили всі три види діяльності, які виконують графічні дизайнери одночасно: розгляд візуальних елементів, розробку візуальної стратегії та сприяння візуальному діалогу. Ці види діяльності взаємопов'язані й вимагають від дизайнерів безперешкодної навігації між елементами, стратегією та діалогом.

Проте це лише узагальнена схема (однак ця схема унаочнює лише першу модель), що відображає основні види діяльності графічних дизайнерів, адже детальніший аналіз розкриває складніший процес. Існує ще одна закономірність, яка вказує на те, що процес дизайну є багатограним і, крім основних видів діяльності, включає в себе додаткові пласти.

Визнаючи багатогранність графічного дизайну та складні взаємозв'язки між замовниками, споживачами, візуальними елементами, стратегією та діалогом, дизайнери здатні створювати комплексні та ефективні візуальні комунікаційні рішення, які забезпечують ефективність взаємодії з цільовою аудиторією.

Існує друга модель, яку також можна застосувати в практиці більшості графічних дизайнерів.

Друга модель

Початковою точкою другої моделі є попередня схема — це спеціалізована практична діяльність. Однак графічні дизайнери провадять додаткові види діяльності, що виходять за межі цієї спеціалізації. Розглянемо їх.

Одним із таких видів діяльності є організація проєктів. Дизайнери беруть участь у плануванні та управлінні проєктами. Це передбачає збалансування таких чинників, як розподіл часу, необхідні навички, потреби в знаннях і витрати на проєкт. Важливо, що організація проєкту — це не одноразове завдання, а безперервний процес, який охоплює весь життєвий цикл реалізації продукту — від ініціації до завершення. Одночасне управління кількома проєктами може ускладнити цю організаційну роль.

Ще однією важливою діяльністю для графічних дизайнерів є переконання замовників або клієнтів у перевагах свого дизайну. Це передбачає розробку переконливих аргументів під час процесу проєктування та переконливе представлення їх зацікавленим сторонам. Для цього потрібне вміння документувати ці аргументи у звітах та ефективно доносити їх під час усних презентацій.

Беручи участь в організації проєкту та переконливій комунікації з замовниками, графічні дизайнери підвищують свою здатність продукувати успішні професійні рішення, які не лише відповідають візу-

альним вимогам, але й узгоджуються з цілями проєкту та ефективно доносять цінність дизайну до стейкхолдерів.

У певних ситуаціях дизайнерам необхідно провести тестування та оцінювання свого дизайну. Цей процес може варіюватися від неформальних сесій зворотного зв'язку з колегами до більш формальних юзабіліті-тестів за участю потенційних користувачів у контрольованих умовах. Тестування та оцінка допомагають зібрати цінну інформацію та відгуки, щоб доопрацювати та покращити свій результат на основі реакції та вподобань користувачів. Тестування та оцінка є четвертою діяльністю, яку розглядають дизайнери.

Наступне — це зміни проєкту після його затвердження. Дизайнери мають вносити зміни до затверджених проєктів, спираючись на відгуки замовників та результати тестування. Цей ітеративний процес доопрацювання гарантує, що остаточний дизайн відповідає бажаним цілям і вирішує будь-які виявлені проблеми чи занепокоєння.

Дизайнери також повинні враховувати виробниче середовище та його специфічні вимоги під час завершення роботи над дизайном. Виробничі обмеження, зокрема специфічні особливості цифрової платформи, можуть вплинути на реалізацію дизайну та його презентацію аудиторії. Адаптація дизайну до виробничих вимог забезпечує плавний перехід від концепції до реалізації.

У сукупності ці види діяльності охоплюють фазу реалізації дизайн-процесу. Від комунікації та тестування до модифікацій і виробничих міркувань — кожен крок сприяє втіленню якісно продуманої візуальної конфігурації в життя для цільової аудиторії. Кульмінація цієї діяльності гарантує, що дизайн ефективно передає задумане повідомлення та резонує з потребами та вимогами споживачів.

Існує ще один вид діяльності, ймовірно, найпроблематичніший. Графічні дизайнери повинні брати до уваги контекст, у якому вони працюють. Це пов'язано з такими чинниками, як соціальні, фінансові, історичні та мовні проблеми.

Дизайнери повинні бути ознайомленими з мовними особливостями, суспільними нормами, історичним і культурним тлом, а також стандартними практиками середовища, щоб ефективно адаптувати свої проєкти до конкретного контексту.

Наступний вид діяльності пов'язаний з конкретною проблемою. Дизайнери визнають, що часто непрактично перебудовувати всю ситуацію, оскільки радикальні зміни можуть бути руйнівними й непередбачуваними. Натомість дизайнери зосереджуються на виявленні та вирішенні конкретних проблем у певному контексті. І для того, щоб підійти до проблеми в рамках конкретної ситуації, необхідно розглянути перспективу або підхід. Який саме підхід був би найбільш прийнятним для вирішення проблеми в конкретній ситуації?

Чи має стратегія враховувати чинники технологічні (як можна використати цифрові пристрої?), економічні (чи існують дешевші способи зробити це?), екологічні (наїекологічніший спосіб виконати роботу), естетичні (який результат буде найпривабливішим?) тощо.

Узгодження ситуації, проблеми та стратегії формує основу кожного дизайн-проекту, впливаючи на візуальні рішення, що приймаються впродовж усього процесу.

Останній для розгляду вид діяльності. Графічні дизайнери часто замислюються над тим, чи відповідає проект їхньому особистісному зростанню та цінностям. Коли постають різноманітні виробничі можливості, дизайнери оцінюють, чи резонує проект, наприклад, розробка упаковки для сигарет, ліків, військова тематика чи ініціативи зі скорочення витрат в освіті, з їхньою етичною позицією та професійними прагненнями. Вони зважують етичні наслідки та особисті уподобання, пов'язані з кожним проектом; обмірковують, чи будуть вони пишатися тим, що продемонструють цю роботу у своєму портфоліо.

Кожен реалізований проект впливає на репутацію та позиціонування графічного дизайнера. Дизайнери мають ретельно оцінити проекти, в яких вони беруть участь, розуміючи, що їхнє портфоліо відображає їхній досвід, цінності та професійну ідентичність. Хоча деякі проекти можуть пропонувати фінансову винагороду, дизайнери також цінують проекти, які сприяють їхньому особистісному зростанню та самореалізації, навіть якщо вони не є фінансово прибутковими. Врахування особистого розвитку в процесі вибору проектів підкреслює важливість узгодження професійних зусиль з індивідуальними цінностями та кар'єрними прагненнями.

Отже, маємо цілу сукупність складних видів діяльності, які виконують графічні дизайнери у своїй роботі.

Психічну активність дизайнера в процесі роботи можна порівняти з «павутиною дій», де кожна дія впливає на всі інші. Цей взаємозв'язок підкреслює, що рішення, прийняті в контексті одного напрямку діяльності, впливають і формують рішення в інших. Графічні дизайнери постійно орієнтуються в цих взаємопов'язаних рефлексіях, усвідомлюючи складність і взаємозалежність професійних рішень.

Процес дизайну не є лінійним, і через нелінійний підхід дозволяє творчо та адаптивно підходити до вирішення виробничих завдань. Дизайнери мають свободу досліджувати різні відповідні точки, виходячи з вимог проекту та свого творчого бачення й на основі власного досвіду. Така варіативність відповідних точок відображає багатовимірну природу дизайн-мислення та вирішення проблем. Дизайнери можуть підходити до проектів з різних точок зору, що приводить до унікальних та інноваційних рішень.

Це також пояснює те, чому в графічному дизайні професіонали працюють краще за аматорів: вони перевершують аматорів в ефективності встановлювати зв'язки між усіма видами діяльності. Професіонали можуть швидко орієнтуватися й перемикатися з однієї діяльності на іншу, спираючись на свій досвід і знання, щоб ефективно вирішувати виробничі завдання. Ця здатність відрізняє їх від аматорів, демонструючи цінність професійних послуг графічного дизайну.

Наразі це видається точним описом практики графічного дизайну. Визначення цього підходу створює підґрунтя для переходу до наступної частини.

Типи досліджень

Дослідження — рушій дизайнерського проєкту: воно допомагає обрати відповідний напрям і сфокусуватися, а також дуже впливає на якість результатів. Графічний дизайн — це форма вирішення проблеми, а інструменти, необхідні для того, щоб знайти рішення, отримуються внаслідок проведення дослідження. Простіше кажучи, гарне дослідження — гарний дизайн (Леонард & Емброуз, 2019).

У цій частині розглянемо типи досліджень у контексті графічного дизайну та дослідницької методології.

Прикладні кількісні та якісні дослідження — спрямовані на вирішення конкретних проблем або застосування наявних знань у нових ситуаціях. Ці дослідження залежно від мети, яку вони забезпечують, можна розмежувати на два підтипи,

Перші класифікуємо як аналітично-описові. Вони безпосередньо пов'язані з окремим проєктом. Його основна мета — забезпечити підтримку рішень, які є специфічними для конкретного дизайнерського проєкту. Здійснення такого прикладного дослідження фокусується на зборі інформації та ідей, які можна безпосередньо застосувати до поточного проєкту задля поліпшення результату проєктування.

Дизайнери проводять аналітично-описові прикладні дослідження, щоб зрозуміти контекст, проблему та підхід, необхідний для виконання проєкту. Наприклад, розробляючи логотип, дизайнери повинні розглянути наявні приклади в тематичному напрямі, щоб обґрунтувати свої дизайнерські рішення на основі тенденцій і трендів. Ці дослідження зосереджені на здобутті нової інформації, яку можна застосувати до поточного проєкту. Знання, отримані в результаті досліджень, поглиблюють досвід дизайнера та його розуміння вимог проєкту. Однак сфера такого дослідження обмежена конкретним проєктом і не може бути безпосередньо перенесена на інші проєктні завдання.

Другий підвид прикладних досліджень охарактеризуємо як аналітично-порівняльні. Характеризуються як такі, що стосуються не

окремого, а групи проєктів. Метою цього дослідження є виявлення закономірностей у професійній практиці та оцінка ефективності цих закономірностей. Аналізуючи спільні риси та тенденції в декількох проєктах, фахівці можуть отримати уявлення про ефективні стратегії дизайну та найкращі практики в цій галузі.

Дизайнери проводять такі дослідження, щоб проаналізувати та задокументувати тенденції, стратегії та підходи, які зазвичай використовуються в дизайн-проєктах. Вивчаючи колекції робіт, фахівці можуть розпізнати методологічні й технічні патерни, а також виокремити ефективні засоби дизайну. Результати дають уявлення про те, як працюють групи дизайнерів і яким чином сприяють встановленню найкращих практик у цій галузі. Цей тип досліджень фокусується не на створенні нових дизайнів, а на усвідомленні, описі та фіксуванні змін у практиці дизайну.

Фундаментальне дослідження — таке, що проводиться з метою формування нових знань у сфері графічного дизайну. На відміну від прикладних досліджень, фундаментальні зосереджені на поглибленні теоретичного розуміння, вивченні інноваційних концепцій та внеску в масив знань у цій галузі. Вони передбачають ретельне вивчення, критичний аналіз та наукове поширення результатів.

Фундаментальні дослідження можуть включати вивчення того, як люди сприймають і взаємодіють з візуальною інформацією, що сприяє розвитку теоретичних основ графічного дизайну. Заглиблюючись у теми, що розширюють межі знань, фундаментальні дослідження відіграють вирішальну роль у розвитку галузі й стимулюванні інновацій.

Щоб зберегти свій академічний статус, сфера дизайну повинна продовжувати виробляти власну базу знань, кращу експертизу та нові навички. З цієї причини навчання дизайну має відповідати «системі впорядкованої поведінки», що проявляється в розумінні та дослідженні нових знань, способів роботи та філософії мислення — а все це вимагає проведення досліджень (Muratovski, 2021).

Кожен тип дослідження слугує окремій меті в царині графічного дизайну. Прикладні мають на меті інформувати та спрямовувати конкретні дизайнерські рішення; вони проводяться для виявлення та перевірки закономірностей у практиці дизайну; фундаментальні — прагнуть розширити теоретичні та інтелектуальні засади графічного дизайну.

Підкреслимо, що ролі, які ці дослідницькі підходи відіграють у розвитку галузі графічного дизайну, є взаємодоповнювальними. Беручи участь у різноманітній пізнавальній діяльності, дизайнери збагачують свою практику, роблять внесок у розвиток знань про дизайн і сприяють постійним інноваціям у цій сфері. Інтеграція різних до-

слідницьких методологій посилює глибину розуміння, доступного для практиків і науковців у галузі графічного дизайну.

Проблеми та перспективи досліджень у графічному дизайні

Хоча прикладні дослідження проводяться в усіх сферах графічного дизайну, бракує усталених методів чи критеріїв якості для оцінки ефективності цих досліджень. Ця невизначеність викликає занепокоєння щодо надійності та достовірності результатів прикладних методів, підкреслюючи потребу в структурованих підходах у цьому аспекті дизайн-досліджень.

Попри значну кількість досліджень візуальних елементів, бракує вивчення візуальних стратегій, діалогів та перспектив замовників і споживачів продуктів графічного дизайну. Ця прогалина підкреслює важливість проведення досліджень: прикладних — для виявлення найкращих практик та академічних — для генерування нових знань та ідей.

Існує потреба вивчення того, як провідні графічні дизайнери презентують свої роботи важливим клієнтам; необхідно розробити системи класифікації для різних типів замовників та інструменти ефективно оцінки дизайнерських рішень. Усуваючи ці прогалини в науковому осмисленні, дизайнери можуть покращити своє розуміння процесів дизайну, поліпшити комунікацію з клієнтами та підвищити якість результатів дизайну.

Значення дослідницької діяльності в роботі графічного дизайнера

Чому графічні дизайнери повинні проводити дослідницьку діяльність або принаймні бути знайомими з вище описаною типологією?

Методи наукових досліджень відіграють важливу роль у посиленні аргументації та обґрунтуванні дизайнерських рішень. Наразі практика графічного дизайну стрімко розвивається. У цій професії досить легко отримати достойний дохід, але для цього потрібно аргументувати свою діяльність. Хоча особисті думки та досвід є цінними, їх не завжди достатньо, коли зацікавлені сторони ставлять під сумнів обґрунтування ефективності дизайну. У таких випадках дизайнери повинні покладатися на дослідження, щоб підкріпити свої аргументи надати доказову підтримку своїм проектним рішенням.

Важливо використовувати різні типи аргументів, отриманих із прикладних досліджень, найкращих практик, а також фундаментальних і перевірених знань. Демонструючи успішні реалізації дизайну в подібних контекстах і спираючись на встановлені правила, спеціалісти з графічного дизайну можуть підвищити довіру до своїх пропозицій і продемонструвати ефективність своїх проектних рішень.

Багато різних аргументів можна надати за результатами прикладних досліджень. Найкраща практика та загальноприйнята перевірка знань можуть бути використані для підтвердження переконань. Аргументи стають набагато переконливішими, якщо довести, що дизайн добре працював в інших подібних ситуаціях і що він пройшов практичну перевірку.

У проєктах, де клієнти вимагають гарантій і доказів ефективності дизайну, дизайнери повинні використовувати комбінацію аргументів, заснованих на професійному досвіді, найкращих практиках і результатах фундаментальних досліджень, щоб обґрунтувати свою роботу й ефективно вирішити проблеми клієнтів.

У ситуаціях, коли необхідно вдосконалити наявний продукт через проблему візуального дизайну, виникає потреба в комплексному застосуванні типів досліджень, щоб надати переконливі аргументи на користь змін. Прикладні дослідження можуть показати альтернативні варіанти дизайну, а також допоможуть вибрати найкращі практики серед цих альтернатив; відповідно фундаментальні можуть вказати на основоположні проблеми з поточним станом дизайну. Використовуючи ці типи аргументів, дизайнери можуть створити новий дизайн, який буде ефективнішим і зручним для користувача.

Україна належить до прогресивних країн у сфері забезпечення населення якісними інструментами взаємодії з державними механізмами та комерційними установами. Як приклад наведемо Єдиний портал державних послуг Дія, медичну систему HELSI, розвинений інтернет-банкінг, інформаційно-навігаційну комунікацію Київського метрополітену та інших представників громадського транспорту України.

Проте ми маємо багато проблемних сфер, серед яких документообіг, правова інформація, навчальні матеріали, інформація про охорону здоров'я, харчування та науковий контент виділяються як сектори, що терміново потребують допомоги графічного дизайну. У цих сферах всі типи розглянутих досліджень є абсолютно необхідними для того, щоб надати аргументи та довести, що необхідно поліпшити поточну ситуацію.

Низькі вимоги до дизайну інформаційних продуктів в Україні та занижена оплата праці — це відображення «дитячих» запитів українського суспільства, яке хоче отримати миттєву вигоду й не хоче працювати з довгостроковими стратегіями. Якщо в комерційному дизайні власники компаній здатні бачити прямий взаємозв'язок між виробленим ними товаром і дизайном, який підвищує його додаткову вартість, то представникам державних структур, культурних інституцій, сервісних компаній ще тільки потрібно буде побачити, як хороші комплексні візуальні комунікації допомагають їм досягати поставлених цілей (Happy Monday, б.д.).

Висновки

Чи доцільно використовувати дослідницьку практику в графічному дизайні і чи приведе ця інтеграція до позитивного результату? Адже мусимо визнати, що не всі проекти графічного дизайну потребують усіх типів досліджень. Більшість із них можуть обмежитися лише прикладними, виходячи з того, що можливо здійснити в рамках наявних часових і бюджетних обмежень. Однак тут є суттєвий ризик.

Хоча прикладні дослідження можуть запропонувати цінну інформацію, вони обмежені у своїй здатності надати вичерпний спектр аргументів на користь ефективності дизайну. Крім того, існує занепокоєння, що інші представники можуть надати такий тип аргументів швидше й з меншими витратами. Крім того, графічні дизайнери не можуть гарантувати якість своїх прикладних досліджень, що ще більше підкреслює обмеженість цього підходу.

Виступаючи за всебічне вивчення, наголосимо на необхідності досліджень у всіх сферах графічного дизайну, включно з дослідженнями візуальних елементів, візуальних стратегій та візуальних діалогів. Важливість інтеграції наукових методів у практику графічного дизайну полягає в забезпеченні розробки надійних і обґрунтованих фахових рішень. Реалізація цього складного завдання передбачає комплексний підхід щодо проведення досліджень, зокрема необхідності використання різноманітних методів для вирішення складнощів і викликів, притаманних проектам графічного дизайну.

Отже, який зв'язок можна встановити між графічним дизайном і дослідженням? Природа цих відносин є складною й багатогранною. Здається, що графічний дизайн і методи наукового дослідження вже знайшли одне одного, але тільки у сфері прикладних досліджень. Більшість проектів вимагають певного типу прикладного дослідження (аналітично-описового чи аналітично-порівняльного), проте залишається невизначеність щодо того, чи є ця форма ефективною та універсальною для всіх дизайн-проектів.

Попри мінливий характер зв'язку між графічним дизайном і науковими дослідженнями, через складнощі та невизначеності існує обґрунтована ймовірність успіху їхньої взаємодії, хоча це вимагає значних зусиль і необхідності постійного вивчення та розуміння як від дизайнерів, так і від науковців.

Фундаментальних досліджень це майже не стосується. Спостерігається відсутність системного зв'язку між академічними дослідженнями та графічним дизайном, співпраця між ними є незначною. З боку науковців існує інтерес до графічного дизайну, проте результати рідко впроваджуються в практику. Знайдеться небагато успішних

прикладів таких відносин, що підкреслює необхідність налагодження взаємоінтеграції між цими галузями.

Нашому суспільству потрібні графічні дизайнери для забезпечення ефективного й комфортного існування в інформаційному середовищі. Без графічних дизайнерів людям було б важче виконувати різні важливі завдання, зокрема навчання, голосування, сплата рахунків, замовлення послуг тощо. Це підкреслює важливу роль, яку відіграють графічні дизайнери в формуванні та поширенні візуальної інформації, необхідної для повсякденного життя.

Графічним дизайнерам потрібні вагомі аргументи для переконання населення в тому, що багато візуальної інформації в інформаційному просторі потрібно вдосконалити. У цьому полягає важливість досліджень у графічному дизайні, оскільки вони надають докази та ідеї, необхідні для підтримки цих аргументів. Дизайнери повинні взяти на себе цю відповідальність задля інтеграції академічних досліджень у практику дизайну, адже їхня діяльність забезпечує формування та передачу візуальної інформації, що є надважливим для повсякденного життя в сучасному світі.

СПИСОК БІБЛЮГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

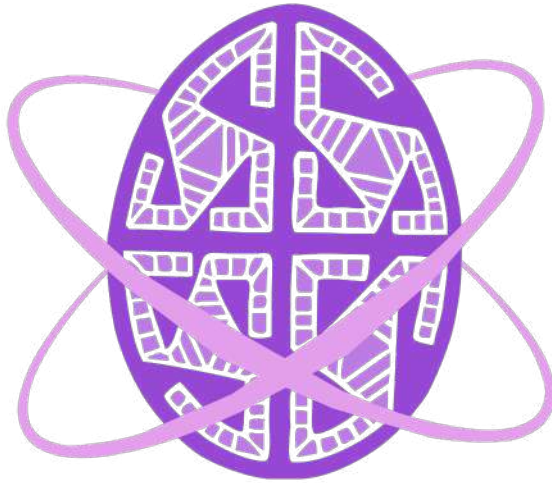
- Емброуз, Г., & Оно-Біллсон, Н. (2019). *Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова* (Л. Базь, Р. Дзюба, & Т. Кривов'яз, пер.). ArtHuss.
- Леонард, Н., & Емброуз, Г. (2019). *Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження* (М. Мельник & В. Пугач, пер.). ArtHuss.
- Creative Practice. (2023, 12 січня). *Дослідження вакансій дизайнерів та фронтенд-розробників*. CASES. <https://cases.media/article/doslidzhennya-vakansii-dizaineriv-ta-frontend-rozrobnikiv>
- Durrant, A. C., Vines, J., Wallace, J., & Yee, J. S. R. (2017). Research through design: Twenty-first century makers and materialities. *Design Issues*, 33(3), 3–10. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00447
- Happy Monday. (б.д.). *Скільки заробляють спеціалісти зі сфери дизайну?* Взято 3 січня 2024 року з <https://happy monday.ua/specproject/skilky-zaroblyayut-dyzajneriy-doslidzhennya-happy-monday>
- Harland, R. G. (2020, August 11–14). Graphic design studies: What can it be? Following in Victor Margolin's footsteps for possible answers. In S. Boess, M. Cheung, & R. Cain (Eds.), *Proceedings of DRS2020* (pp. 586–600). Design Research Society. <https://doi.org/10.21606/drs.2020.372>
- Lindley, J., & Coulton, P. (2020). *AHRC Design Fellows Challenges of the Future*. AI & Data.
- Muratovski, G. (2021). *Research for designers: A guide to methods and practice* (M. Ainsley, Ed.). SAGE.
- Pierce, J. (2021). In Tension with Progression: Grasping the Frictional Tendencies of Speculative, Critical, and other Alternative Designs. In *Human Factors in Computing Systems [Conference proceedings]* (Article 617, pp. 1–19). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445406>
- van der Waarde, K. (2012, January 12–13). Graphic design and research: love at first sight or an arranged marriage? In A. Korzeńska & E. Satalecka (Eds.), *Research in graphic design. Graphic design in research* [Conference proceedings] (pp. 192–207). ASP Katowice.

REFERENCES

- Ambrose, G., & Aono-Billson, N. (2019). *Osnovy. Hrafichnyi dyzain 01: Pidkhid i mova* [Basics. Graphic Design 01: Approach and Language] (L. Baz, R. Dziuba, & T. Kryvoviaz, Trans.). ArtHuss [in Ukrainian].
- Creative Practice. (2023, January 12). *Doslidzhennia vakansii dyzaineriv ta frontend-rozrobnykiv* [Research vacancies for designers and front-end developers]. CASES. <https://cases.media/article/doslidzhennya-vakansii-dizaineriv-ta-frontend-rozrobnykiv> [in Ukrainian].
- Durrant, A. C., Vines, J., Wallace, J., & Yee, J. S. R. (2017). Research through design: Twenty-first century makers and materialities. *Design Issues*, 33(3), 3–10. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00447 [in English].
- Happy Monday. (n.d.). *Skilky zarobliaiut spetsialisty zi sfery dyzainu?* [How much do design specialists earn?]. Retrieved January 3, 2024, from <https://happymonday.ua/specproject/skilky-zaroblyayut-dyzajnery-doslidzhennya-happy-monday> [in Ukrainian].
- Harland, R. G. (2020, August 11–14). Graphic design studies: What can it be? Following in Victor Margolin's footsteps for possible answers. In S. Boess, M. Cheung, & R. Cain (Eds.), *Proceedings of DRS2020* (pp. 586–600). Design Research Society. <https://doi.org/10.21606/drs.2020.372> [in English].
- Leonard, N., & Ambrose, G. (2019). *Osnovy. Hrafichnyi dyzain 02: Dyainerske doslidzhennia* [Basics. Graphic Design 02: Design Research] (M. Melnyk & V. Puhach, Trans.). ArtHuss [in Ukrainian].
- Lindley, J., & Coulton, P. (2020). *AHRC Design Fellows Challenges of the Future*. AI & Data [in English].
- Muratovski, G. (2021). *Research for designers: A guide to methods and practice* (M. Ainsley, Ed.). SAGE [in English].
- Pierce, J. (2021). In Tension with Progression: Grasping the Frictional Tendencies of Speculative, Critical, and other Alternative Designs. In *Human Factors in Computing Systems* [Conference proceedings] (Article 617, pp. 1–19). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445406> [in English].
- van der Waarde, K. (2012, January 12–13). Graphic design and research: Love at first sight or an arranged marriage? In A. Korzeńska & E. Satalecka (Eds.), *Research in graphic design. Graphic design in research* [Conference proceedings] (pp. 192–207). ASP Katowice [in English].

ІНФОРМАЦІЙНА, БІБЛІОТЕЧНА І АРХІВНА СПРАВА

INFORMATION, LIBRARY
AND ARCHIVAL AFFAIRS



УДК 316.774:004.5]-047.22:070.16"364"

Медіаграмотність як чинник захисту інформаційного простору від ворожої дезінформації в час війни

Юрій ГОРБАНЬ

канд. культурології, проф.

Київський національний
університет культури
і мистецтввул. Є. Коновальця, 36,
01133, Київ, Україна

y.i.gorban@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5837-4409

Оксана ОЛІЙНИК

канд. культурології, доц.

Київський національний
університет культури
і мистецтввул. Є. Коновальця, 36,
01133, Київ, Україна

oksana_oliinyk@ukr.net

ORCID: 0000-0002-4687-2408

©Горбань Ю., Олійник О., 2024

У сучасному інформаційному суспільстві медіаграмотність відіграє важливу роль у забезпеченні правильного сприйняття медійного контенту та відповідального користування інформацією, особливо в умовах війни, коли дезінформація та маніпуляції можуть впливати на рішення та поведінку громадян. У статті досліджено суть і значення медіаграмотності в українському суспільстві під час війни. Обґрунтовано, що в процесі комунікативного розвитку людства, який розпочався із запровадженням класичної писемності та поширився на розвиток електронних засобів масової інформації, формуються навички й компетенції, необхідні в новому комунікативному середовищі — цифровому, глобальному та мультимедійному. У результатах дослідження встановлено, що медіаграмотність постає як інформаційна зброя в боротьбі з дезінформацією та впливає на формування полікультурної картини світу, розвиток критичного мислення та навичок аналізу інформації. Розглянуто спеціальні програми й тренінги для журналістів і широкої громадськості, які сприяють підвищенню знань про медійну діяльність та виявлення дезінформації. Проаналізовано спеціальні проекти в соціальних мережах для розвитку критичного мислення серед користувачів і виявлення маніпуляційної інформації. Закцентовано увагу на тому, як можна оновити зміст медіаосвіти, щоб він відповідав сучасним тенденціям і медійній епосі. У дослідженні доведено необхідність підвищувати рівень медіаграмотності серед населення, враховуючи особливості інформаційного простору під час війни, а також наголошено на важливості розвитку навичок критичного мислення та вмінні аналізувати медійний контент в умовах інформаційної нестабільності.

Ключові слова: війна та конфлікти, політична культура, дезінформація, інформаційна безпека, інформаційна культура, медіаграмотність, медіаосвіта, критичне мислення, соціальні мережі.

MEDIA LITERACY AS A FACTOR OF PROTECTING THE INFORMATION SPACE FROM HOSTILE DISINFORMATION IN WARTIME

Yurii HORBAN

PhD in Cultural Studies, Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts
36, Ye. Konovaltsia St., 01133, Kyiv, Ukraine
y.i.gorban@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5837-4409

Oksana OLIINYK

PhD in Cultural Studies, Associate Professor,
Kyiv National University of Culture and Arts,
36, Ye. Konovaltsia St., 01133, Kyiv, Ukraine
ORCID: 0000-0002-4687-2408
e-mail: oksana_oliinyk@ukr.net

In today's information society, media literacy plays a vital role in ensuring the correct perception of media content and responsible use of information, especially in times of war, when disinformation and manipulation can influence citizens' decisions and behaviour. The article examines the essence and significance of media literacy in Ukrainian society during the war. It is substantiated that in the process of humanity's communicative development, which began with the introduction of classical writing and extended to the development of electronic media, the skills and competencies necessary in the new communicative environment — digital, global and multimedia are formed. To reveal the existing and possible approaches to media literacy and media education, to highlight the history of the development of these concepts and their social significance, to identify the shortcomings and favourable factors for the development of this concept, the methods of analysing the theoretical foundations of media activity are used. The study finds that media literacy is emerging as an information weapon in the fight against disinformation and influences the formation of a multicultural picture of the world and the development of critical thinking and information analysis skills. Special programmes and trainings for journalists and the general public are considered, which help to increase knowledge about media activities and identify disinformation. The article analyses special projects on social media to develop critical thinking among users and identify manipulative information. The focus is on how media education content can be updated to meet current trends and the media age. The study proves the need to increase the level of media literacy among the population, taking into account the peculiarities of the information space during the war, and emphasises the importance of developing critical thinking skills and the ability to analyse media content in the context of information instability.

Keywords: war and conflicts, political culture, disinformation, information security, information culture, media literacy, media education, critical thinking, social media.

Актуальність теми

У поточній ситуації, пов'язаній із війною в Україні, надзвичайно важливо захищати національний інформаційний простір, який потребує не лише інформаційної та кібернетичної безпеки, але й вимагає підвищення рівня медіаграмотності. Вона важлива, оскільки допомагає людям протистояти дезінформації та розвивати навички критичного мислення. Це дає змогу аналізувати та оцінювати інформацію, яку ми отримуємо. Важливо зауважити, що в умовах російсько-української війни держава не може контролювати всі джерела та канали інформації, доступні звичайним громадянам, оскільки рф постійно змінює свою тактику в інформаційній війні. Отже, медіаграмотність потребує використання нових методів для її популяризації. Врешті-решт, відповідальність за це лежить як на кожному окремому споживачеві інформації, так і на суспільстві в цілому задля того, щоб бути компетентними в питаннях протидії інформаційним атакам ворога.

Медіаграмотність слугує потужним інструментом у суспільстві, формуючи здатність об'єктивно взаємодіяти з великими обсягами різноманітної інформації, що поширюється через традиційні медіа та цифрові платформи. У контексті російсько-української війни її значущість підвищується, оскільки поширення дезінформації та пропаганди може сильно вплинути на громадські уявлення та процеси ухвалення рішень. Ця стаття досліджує концепцію української медіаграмотності як інформаційної зброї в умовах війни, відстежуючи її еволюцію від традиційних джерел медіа до динамічного ландшафту соціальних мереж. Завдяки аналізу теоретичних основ медіаосвіти та вивчення історичного шляху практик у вказаній сфері це дослідження має на меті розкрити її визначальну роль у протидії дезінформації в умовах війни.

Постановка проблеми

Війна в Україні показала, що медіаграмотність — це не лише академічна тема для обговорень, але й важливий процес формування відповідних навичок, який має сенс розпочинати ще з початкової освіти. Поширення дезінформації, маніпуляцій і пропаганди через різні канали становить значний виклик, який впливає на інформаційну картину світу й формує громадські уявлення та поведінку. Ця стаття має на меті проаналізувати формування медіаграмотності в Україні як життєво важливу форму захисту від спотвореної інформації під час війни, підкреслюючи важливість озброєння людей навичками відрізнити правду від брехні у дедалі складніших умовах.

Стан вивчення проблеми

Згідно з Б. Мартенс та ін. (Martens et al., 2018), дезінформація як явище існує вже давно, але лише в цьому столітті вона досягла піку свого поширення. Цей аргумент важко спростувати, оскільки дезінфор-

мація вже використовується для сприяння певним наративам з метою впливу на суспільство, державу тощо. С. Ягодзінський (2015) стверджує, що прихід нової епохи змінив контекст, у якому країни здійснюють інформаційну політику. Ця зміна призвела до того, що дезінформація стала потужною загрозою в наш час. Наслідки цього явища є глибокими та далекосяжними, й це потребує критичного розгляду основних проблем як політиками, так і зацікавленими сторонами.

Українські науковці О. Білобровець та В. Венгерська (2022) зауважують, що існує значний інтерес до концепції *дезінформації* в Україні та за її межами. Це стимулює наукові дослідження в таких галузях, як політологія, міжнародні відносини, інформаційна безпека, психологія, соціологія тощо. Попри те, що проблема дезінформації досліджується різними науковими дисциплінами, на сьогодні немає єдиного наукового підходу до її тлумачення. Згідно з визначенням, наведеним М. Сіміоном (Simion, 2023), дезінформація означає неправдиву або ненадійну інформацію, поширювану з метою обману. С. Корта (Korta, 2018) сформулював визначення дезінформації як форми пропаганди, що спрямована на нелегітимну діяльність за допомогою неповних або оманних фактів чи свідчень, сфальсифікованих документів та інших брудних методів. Р. Джастер та Д. Ланіус (Jaster & Lanisus, 2021) вважають, що дезінформація аналогічна актам брехні, тому дані завжди можна порівняти, щоб відокремити правду від фейку.

В. Літостанський та ін. (2014) стверджують, що медіаграмотність не обмежується лише споживанням медійного контенту; вона, згідно з Є. Кузіною (2023), передбачає надання людям здатності критично аналізувати, інтерпретувати та реагувати на інформацію, яка трапляється в соціальних мережах, традиційних ЗМІ та інших медіаресурсах. З огляду на це постає необхідність у вихованні населення, яке може орієнтуватися в складнощах сучасного медійного середовища та бути пильним й уважним, особливо в умовах поширення хибних наративів у часи війн і конфліктів.

Крім того, М. Дяченко та І. Дяченко (2023) доводять значущість ранньої освіти в сприянні медіаграмотності. Вони зазначають, що зусилля з просування критичного мислення та оцінки інформації мають починатися саме в дитинстві (навіть на рівні дитячого садка). Ці базові знання є важливими для розвитку стійкості проти маніпуляцій, особливо помітних у поширенні хибних наративів під час війни.

Еволюція медіа від традиційних джерел до цифрових соціальних платформ зумовлює нові складнощі в медіасередовищі, як зазначає О. Савенко (2023). Природа соціальних медіаплатформ сприяє швидкому поширенню інформації, тому важливо мати необхідні навички для знаходження надійних джерел. Зазначене підкреслює постійну потребу в адаптації та вдосконаленні практик медіаграмотності для успіш-

ної навігації в цифровій епосі. Л. Тютюнник (2023) вважає, що роль медіаграмотності як інформаційної зброї має наслідки не лише для індивідуального самовизначення, але й для національної безпеки та суспільної стійкості. Т. Джоллс (Jolls, 2022) висвітлює у своїх дослідженнях, що компетентне та медійно грамотне населення краще підготовлене для протидії зовнішньому впливу та пропаганді й може забезпечити в такий спосіб цілісність демократичних процесів і громадського діалогу.

Т. Олексіюк (Oleksiyuk, 2023) підкреслює важливість української медіаграмотності як проактивного захисного механізму проти інформаційної війни, акцентує на значенні освіти, критичного мислення та цифрової грамотності в формуванні медіаграмотного суспільства, здатного адаптуватися до умов сучасного інформаційного середовища в період конфліктів.

Невирішені питання. На сьогодні актуальними є такі питання: 1) яким чином ефективно інтегрувати медіаграмотність як інформаційний інструмент під час воєнного конфлікту; 2) які стратегії можуть бути використані для підвищення рівня медіаграмотності серед населення України; 3) які виклики й можливості виникають у використанні медіаграмотності як інформаційної зброї цифрової епохи; 4) які можливі наслідки має недостатній рівень медіаграмотності на суспільство та національну безпеку під час воєнного конфлікту?

Завдання статті. Задля того, щоб провести комплексне дослідження, сформульовано такі завдання:

- розкрити теоретичні засади медіаграмотності та її роль у наданні можливості людям критично аналізувати та оцінювати медійний контент;
- вивчити історичний розвиток медійної освіти в Україні та її вплив на формування медіаграмотного суспільства, яке може орієнтуватися в складнощах інформації під час воєн;
- оцінити ефективність медіаосвітніх ініціатив, зокрема освітніх програм та інформаційних кампаній, у боротьбі з дезінформацією та пропагандою в контексті воєнного конфлікту;
- вивчити зміни у споживанні та поширенні медіа, особливо з появою соціальних мереж, і їхні наслідки для поліпшення практик медіаграмотності в Україні;
- розробити стратегії та рекомендації для підвищення рівня медіаграмотності в Україні як проактивного заходу для захисту від інформаційних атак, сприяючи формуванню обізнаного суспільства.

Виклад основного матеріалу

Теорії медіаграмотності охоплюють різні підходи до розуміння та розвитку навичок сприйняття та реагування на медійну інформацію. Окреслимо деякі з найвідоміших теорій медіаграмотності:

1. *Теорія активної аудиторії*. За Н. Карпентьером (Carpentier, 2011), ця теорія висуває ідею, що глядачі та читачі активно сприймають медійний контент і мають власні стратегії для розуміння та інтерпретації інформації. Учасники можуть обговорювати та аналізувати медійний контент у соціальних мережах, створюючи власні тлумачення подій згідно зі своїм життєвим досвідом та переконаннями.

2. *Теорія критичного мислення*. Згідно з Дж. Мун (Moon, 2007), ця теорія підкреслює важливість розвитку критичного мислення для аналізу та оцінки медійних повідомлень, що допомагає виявляти маніпуляції та фейки. Йдеться про здатність аналізувати не лише зміст медійного контенту, але й розуміти, як він може бути спотворений чи маніпульований для досягнення певних цілей.

3. *Теорія контекстуалізованої грамотності*. Т. Бейкер та Ф. Велтер (Baker & Welter, 2020) підкреслюють, що для ефективної інтерпретації інформації важливо розуміти контекст, у якому поширюється медійний контент. В зазначеному підході йдеться про вміння розрізняти інформацію, яка подається в соціальних мережах, і ту, яка надходить від авторитетних джерел під час пошуку новин.

Медіаграмотність являє собою можливість доступу, аналізу, оцінки та створення медійного контенту в різних формах. Будь-яке визначення медіаграмотності відображає широке поняття, що містить різноманітні навички та компетенції, зокрема критичне мислення, ефективну комунікацію та творчий вираз. Аспекти медіаграмотності охоплюють: 1) відчуття комфорту з усіма наявними медіа (від газет до віртуальних спільнот); 2) активне використання медіа, наприклад, через інтерактивне телебачення, використання пошукових систем в інтернеті або участь у віртуальних спільнотах; 3) використання потенціалу медіа для доступу до культури, міжкультурного діалогу, навчання та повсякденного застосування (наприклад, через бібліотеки); 4) усвідомлення авторських прав, які є важливими для «культури законності», особливо для молодого покоління в його подвійній ролі споживачів та виробників контенту; 5) творче використання медіа; 6) розуміння медійної економіки; 7) критичний підхід до медіа щодо якості та точності контенту (здатність оцінювати інформацію, взаємодія з рекламою в різних медіа, розумне використання пошукових систем).

Українські громадські організації та освітні платформи, які спеціалізуються на виявленні дезінформації, пропонують власні концепції протидії фіктивній інформації. Наприклад, Інститут Масової Інформації (IMI) наголошує на дезінформації як на свідомому поширенні неправдивої інформації з метою маніпуляції та обману споживача. Такі дії призводять до зникнення довіри та подальшого негативного ставлення до будь-якого джерела інформації. Інша відома

громадська організація — Детектор Медіа (ДМ) — висвітлює дезінформацію як маніпулятивні та неправдиві дані, які завжди є шкідливими та систематичними. За О. Холохом (2016), це стосується поняття умовної пропаганди, яка завжди має негативне значення.

Студія онлайн-освіти ЕдЕра, спільно з міжнародною некомерційною організацією, що спеціалізується на глобальній освіті та розвитку (ІРЕКС), розробили власний курс із розвитку медіаграмотності, де вони визначають дезінформацію як певний вид спотвореної інформації, створеної спеціально для завдання шкоди людям, організаціям, країнам і суспільству в цілому. У рапорті про російську дезінформацію та пропаганду, що був складений Ініціативою Люблінського Трикутника, дезінформацію описують як набір неправильної або маніпулятивної інформації зі злочинними намірами та регулярним поширенням. Під час аналізу тлумачень поняття дезінформації можна виокремити кілька основних ознак:

- акцентуацію на значущості;
- неправдивий та обманливий характер даних;
- вибіркове створення даних;
- спрямоване поширення даних з метою маніпуляції;
- вплив на громадську думку;
- завдання шкоди суспільству;
- спрямованість на конкретних осіб;
- походження з інституційного рівня.

Варто зауважити, що ворожа кампанія з дезінформації, яку проводить росія, ґрунтується на використанні таких методів:

- брехня;
- спотворення фактів;
- провокація;
- дискредитація;
- часткове відхилення інформації від дійсності;
- спотворення історичних подій та інші тактики.

Важливим складником цієї кампанії є висока потужність ресурсів, а також широка мережа каналів поширення інформації, які дають змогу пропагандистам ефективно діяти в інфопросторі. Здебільшого російські медіа не турбуються про достовірність інформації й не гають час на перевірку фактів; їм вигідно самостійно створювати необхідні матеріали для досягнення поставлених цілей.

Вивчаючи ознаки ворожої кампанії на сучасному етапі, варто зазначити, що Україна була об'єктом масштабної дезінформаційної та психологічної атаки протягом тривалого часу. Проте найвищий рівень поширення агресивної пропаганди спостерігався після повномасштабного вторгнення рф. Напередодні російської агресії було помічено низку дезінформаційних повідомлень, спрямованих на де-

моралізацію українців, посилення розбрату між Україною та її партнерами, на зміцнення позиції РФ в загальному сприйнятті ситуації. Ці повідомлення містили твердження про те, що військовий комплекс заходів Росії поблизу кордонів України було створено виключно для навчальних цілей, постійні звинувачення в заволодінні владою неонацистами на території України, потенційні загрози для російського (або російськомовного) населення в Україні, а також звинувачення в геноциді, приписуваному уряду України щодо заходів у Донецькій та Луганській областях і про наміри перегляду історії України як незалежної країни (оманливе твердження про те, що сучасна Україна була штучно створеною країною). Тому медіаграмотність є дійсно важливим інструментом у протидії дезінформації. Але її необхідно розглядати не як одноразове рішення, а як стратегічний довгостроковий план, який потребує постійного фінансування й планування на тривалий період.

Інформаційні заходи в боротьбі з дезінформацією можуть охоплювати такі дії: 1) офіційні відповіді або заяви від представників влади (Президент, прем'єр-міністр та ін.) для боротьби з поширенням пропаганди; 2) застосування основних форм поширення інформації серед населення, зокрема пресконференції та інтерв'ю з адміністрацією та керівництвом держави; 3) Міністерство закордонних справ України має бути залучене до щоденної комунікації з іноземними аудиторіями, зокрема ЗМІ, для тлумачення розвитку подій у державі; 4) збільшення кількості інформаційних матеріалів, які відображають реальне життя в регіонах РФ, внутрішні загрози для їхнього суспільства, антинародні дії керівництва РФ та інші аспекти з метою протидії негативному ворожому впливу.

Зауважимо, що з появою соціальних мереж в Україні споживання та поширення медіа зазнало значних змін. Люди отримали швидкий і легкий доступ до величезних обсягів інформації через такі платформи, як Facebook, Instagram, Twitter тощо. Наслідком цього стало те, що інформація може поширюватися швидко й без перевірки на достовірність. Це створює серйозні виклики, оскільки люди можуть стикатися з фейками та втрачати розуміння реальності. Тому одним із прикладів покращення практик медіаграмотності в Україні є запуск освітніх кампаній і тренінгів, спрямованих на навчання громадян аналізувати інформацію в інтернеті критично. Наприклад, ініціатива «ФактЧек» надає інструменти для перевірки достовірності новин та інформації, що допомагає зменшити поширення дезінформації. Загалом, Україна доклала значних зусиль для підтримки медіаграмотності серед свого населення, визнавши важливу роль, яку вона відіграє в наданні суспільству можливості ефективно орієнтуватися в складному медійному середовищі. Ще до початку повномасштабного

вторгнення українська влада активно наголошувала на освітніх ініціативах і заходах, спрямованих на підвищення навичок медіаграмотності серед громадян держави.

Популяризація медіаграмотності в Україні була частиною широкої стратегії з метою формування інформованого суспільства. Озброюючи людей необхідними знаннями для оцінки джерел інформації, для розрізнення достовірних новин та дезінформації, а також для розуміння наслідків медійної маніпуляції, Україна прагне підсилити свою стійкість проти пропагандистських кампаній. Важливість медіаграмотності підкреслена викликами, що створюються в інфосередовищі, зокрема поширення фейкових нарративів і дезінформації в тактиці інформаційної війни. Розпізнавши ці загрози, Україна активно залучалася до програм і кампаній громадської свідомості та співпраці з громадськими організаціями для просування медіаграмотності як інструмента для зміцнення інформаційної стійкості країни.

Для підвищення рівня та подальшого розвитку медіаграмотності в державі можна впровадити такі стратегії:

1. *Освітні програми.* Розробка та імплементація обов'язкових освітніх програм із медіаграмотності в школах та закладах вищої освіти. Наприклад, включення занять з критичного мислення та медіаграмотності до навчальних планів та освітніх програм.

2. *Інформаційні кампанії.* Проведення інформаційних заходів щодо розпізнавання фейків і маніпуляцій у медіа. Це може бути створення соціальних медіакампаній з короткими відеороликами та інфографікою, що допомагатимуть розпізнавати фейки. Наприклад, запуск хештегів на Twitter або Instagram, що підкреслюють важливість перевірки інформації перед поширенням.

3. *Тренінги та семінари.* Організація тренінгів і семінарів із питань критичного мислення. Наприклад, організація безкоштовних вебінарів для громадян з питань аналізу інформації. У таких заходах можуть брати участь експерти з медіаграмотності, які нададуть учасникам практичні поради та інструменти для впорядкування інформації, що надходить до них через медіа.

4. *Підтримка фактчекінгу.* Поширення та підтримка ініціатив фактчекінгу для перевірки достовірності інформації. Наприклад, створення онлайн-платформ, які надають можливість контролювати інформацію через перевірку реальних, офіційно підтверджених фактів і подій. Також можна сприяти співпраці з незалежними фактчекерськими організаціями для проведення кампаній з питань щодо важливості перевірки інформації.

5. *Партнерства з медіа.* Співпраця з медіаорганізаціями для підтримки об'єктивного та правдивого медійного висвітлення. Укладення угод з популярними соціальними медіаплатформами для впрова-

дження технологій розпізнавання фейків та позначення спростувань сумнівних матеріалів.

Ці заходи сприятимуть розвитку медіаграмотності серед населення України та допоможуть створити обізнане та свідоме суспільство.

Висновки

За останні десятиліття середовище масових комунікацій і способи залучення громадян до політичної культури докорінно змінилися. Взаємозв'язок між споживанням, здатністю використовувати, інтерпретувати медіапродукцію та політичною залученістю став складним. Наявні кілька тенденцій, які створюють нагальну потребу в розвитку медіаграмотності для сприяння кращому функціонуванню демократії. Ці тенденції, зокрема, охоплюють зміну середовища засобів масової інформації, поширення дезінформації, а також зниження довіри до професійних медіа та журналістики.

Ситуація в цій сфері виявилася досить напруженою під час війни, коли росія використовувала інформаційні потоки як засіб просування пропаганди й інформаційної агресії, насадження наративів. У міру того як Україна продовжує захищати свій суверенітет і демократичні цінності від зовнішньої агресії, здатність її громадян критично аналізувати та реагувати на медійний контент стала вирішальним складником національної безпеки та стійкості. На майбутнє Україна залишається відданою розвитку медіаграмотності як однієї із основних стратегій інформаційної безпеки. З огляду на те, що наша повсякденна діяльність дедалі більше переміщується в онлайн, опанування навичок критичного аналізу контенту є значущим як з погляду власної інформаційної безпеки, так і для повноцінної участі в онлайн-спільнотах. Тому необхідно побудувати стійке та демократичне суспільство, яке здатне протистояти викликам сучасної інформаційної ери.

Подальші дослідження можуть зосередитися на розробці та випробуванні нових методів навчання медіаграмотності, а також на вивченні впливу фейків та маніпуляцій в мережі на суспільство в цілому. Перспективи подальших досліджень передбачають аналіз ефективності різних просвітницьких кампаній з медіаграмотності, дослідження взаємозв'язку між рівнем медіаграмотності та політичними переконаннями, а також розвиток інноваційних технологій для боротьби зі змістом недостовірних медіа.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Білобровець, О., & Венгерська, В. (2022). Міжнародна наукова конференція «Війни в Україні у XX і XXI ст.: засоби масової інформації, експерти, дезінформація». *Український історичний журнал*, 6, 219–224. http://uhj.history.org.ua/doc/UIJ_2022_6_21

- Дяченко, М. Д., & Дяченко, І. М. (2023). Особливості медіаосвіти студентів в умовах сучасних викликів. In *Higher education in Ukraine (1991–2023): Traditions, transformations, challenges, and prospects* (pp. 66–94). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-368-2-5>
- Кузіна, Є. І. (2023). *Психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини* [Дисертація доктора філософії, Криворізький державний педагогічний університет]. <https://doi.org/10.31812/123456789/7441>
- Літостанський, В. В., Іванов, В. Ф., Іванова, Т. В., Волошенко, О. В., Даниленко, В. І., & Мележик, В. П. (2014). *Медіаграмотність у запитаннях та відповідях: навчальна програма*. Інститут інноваційних технологій і змісту освіти. <https://aur.com.ua/uploads/prall.pdf>
- Савенко, О. (2023). Закон України «Про медіа»: історія ухвалення, позитиви, недоліки, перестороги. *Український інформаційний простір*, 2(12), 55–70. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(12\).2023.291165](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(12).2023.291165)
- Тютюнник, Л. Л. (2023). Пропаганда як засіб маніпуляції в умовах війни. *Вісник Національного університету оборони України*, 76(6), 184–192. <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2023-76-6-184-192>
- Холох, О. І. (2016). Філософсько-антропологічне осмислення сучасної пропаганди. *Гілея*, 114, 241–246.
- Ягодзінський, С. М. (2015). *Глобальні інформаційні мережі у соціокультурній перспективі* [Монографія]. Аграр Медіа Груп.
- Baker, T., & Welter, F. (2020). *Contextualizing entrepreneurship theory*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351110631>
- Carpentier, N. (2011). New configurations of the audience? The Challenges of User-Generated content for audience theory and media participation. In V. Nightingale (Ed.), *The handbook of media audiences* (pp. 190–212). Blackwell-Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781444340525.ch9>
- Jaster, R., & Lanius, D. (2021). Speaking of fake news: Definitions and dimensions. In S. Bernecker, A. K. Flowerree, & T. Grundmann (Eds.), *The epistemology of fake news* (pp. 19–45). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198863977.003.0002>
- Jolls, T. (2022). *Building resiliency: Media literacy as a strategic defense strategy for the transatlantic*. Center for Media Literacy. <https://is.gd/T68ey4>
- Korta, S. (2018). *Fake news, conspiracy theories, and lies: An information laundering model for homeland security* [Master's Thesis, Naval Postgraduate School].
- Martens, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E., & Mueller-Langer, F. (2018). *The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news*. European Commission, Joint Research Centre. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3164170>
- Moon, J. (2007). *Critical thinking: An exploration of theory and practice*. Routledge.
- Oleksiyuk, T. (2023). Access to official information for countering disinformation: Key findings and steps for Ukrainian policy makers. *UA:Ukraine Analytica*, 1(30), 88–96. https://ukraine-analytica.org/wp-content/uploads/UA_Analytica_1_30_2023.pdf#page=90%22
- Simion, M. (2023). Knowledge and disinformation. *Episteme*, 20(1–4), 1–12. <https://doi.org/10.1017/epi.2023.25>

REFERENCES

- Baker, T., & Welter, F. (2020). *Contextualizing entrepreneurship theory*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351110631> [in English].
- Bilobrovets, O., & Venherska, V. (2022). Mizhnarodna naukova konferentsiia "Viiny v Ukraini u XX i XXI st.: Zasoby masovoi informatsii, eksperty, dezinformatsiia" [International Scientific Conference "Wars in Ukraine in the Twentieth – Twenty-

- First Centuries: Mass Media, Experts, Disinformation"]. *Ukrainian Historical Journal*, 6, 219–224. http://uhj.history.org.ua/doc/UIJ_2022_6_21 [in Ukrainian].
- Carpentier, N. (2011). New configurations of the audience? The Challenges of User-Generated content for audience theory and media participation. In V. Nightingale (Ed.), *The handbook of media audiences* (pp. 190–212). Blackwell-Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781444340525.ch9> [in English].
- Diachenko, M. D., & Diachenko, I. M. (2023). Osoblyvosti mediaosvity studentiv v umovakh suchasnykh vyklykiv [Peculiarities of media education of students in the conditions of modern challenges]. In *Higher education in Ukraine (1991–2023): Traditions, transformations, challenges, and prospects* (pp. 66–94). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978–9934–26–368–2–5> [in Ukrainian].
- Jaster, R., & Lanius, D. (2021). Speaking of fake news: Definitions and dimensions. In S. Bernecker, A. K. Flowerree, & T. Grundmann (Eds.), *The epistemology of fake news* (pp. 19–45). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780198863977.003.0002> [in English].
- Jolls, T. (2022). *Building resiliency: Media literacy as a strategic defense strategy for the transatlantic*. Center for Media Literacy. <https://is.gd/T68ey4> [in English].
- Kholokh, O. I. (2016). Filozofsko-antropolohichne osmyslennia suchasnoi propahandy [Philosophical-anthropological understanding of modern propaganda]. *Hileya*, 114, 241–246 [in Ukrainian].
- Korta, S. (2018). *Fake news, conspiracy theories, and lies: An information laundering model for homeland security* [Master's Thesis, Naval Postgraduate School] [in English].
- Kuzina, Ye. I. (2023). *Psykhologichni mekhanizmy informatsiinoho vplyvu na osobysti dorosloi liudyny* [Psychological mechanisms of information influence on the personality of an adult] [Doctoral Dissertation, Kryvyi Rih State Pedagogical University]. <https://doi.org/10.31812/123456789/7441> [in Ukrainian].
- Litostanskyi, V. V., Ivanov, V. F., Ivanova, T. V., Volosheniuk, O. V., Danylenko, V. I., & Melezhyk, V. P. (2014). *Mediahramotnist u zapytanniakh ta vidpovidiakh: Navchalna prohrama* [Media literacy in questions and answers: Curriculum]. Instytut innovatsiinykh tekhnolohii i zmistu osvity. <https://aup.com.ua/uploads/prall.pdf> [in Ukrainian].
- Martens, B., Aguiar, L., Gomez-Herrera, E., & Mueller-Langer, F. (2018). *The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news*. European Commission, Joint Research Centre. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3164170> [in English].
- Moon, J. (2007). *Critical thinking: An exploration of theory and practice*. Routledge [in English].
- Oleksiyuk, T. (2023). Access to official information for countering disinformation: Key findings and steps for Ukrainian policy makers. *UA:Ukraine Analytica*, 1(30), 88–96. https://ukraine-analytica.org/wp-content/uploads/UA_Analytica_1_30_2023.pdf#page=90%22 [in English].
- Savenko, O. (2023). Zakon Ukrainy "Pro media": Istoriia ukhvalennia, pozytyvy, nedoliky, perestorohy [The law of Ukraine "On Media": The history of its adoption, positives, shortcomings, warnings]. *Ukrainian Information Space*, 2(12), 55–70. [https://doi.org/10.31866/2616–7948.2\(12\).2023.291165](https://doi.org/10.31866/2616–7948.2(12).2023.291165) [in Ukrainian].
- Simion, M. (2023). Knowledge and disinformation. *Episteme*, 20(1–4), 1–12. <https://doi.org/10.1017/epi.2023.25> [in English].
- Tiutiunnyk, L. L. (2023). Propahanda yak zasib manipuliatsii v umovakh viiny [Propaganda as a means of manipulation in the conditions of war]. *Bulletin of National Defense University of Ukraine*, 76(6), 184–192. <https://doi.org/10.33099/2617–6858–2023–76–6–184–192> [in Ukrainian].
- Yahodzynskyi, S. M. (2015). *Hlobalni informatsiini merezhi u sotsiokulturnii perspektyvi* [Global information networks in a sociocultural perspective] [Monograph]. Ahrar Media Hrup [in Ukrainian].

УДК 930.253–028.26:070–025.12

Архівні аудіовізуальні документи як інформаційний потенціал творчої лабораторії журналіста та їхня роль у створенні медіапроектів

Анастасія КУЗНЕЦОВА
аспірантка

Київський національний
університет культури
і мистецтв

вул. Євгена Коновальця, 36,
Київ, 01133, Україна

anastasija241097@gmail.com

ORCID 0000–0002–0580–1259

© Кузнецова А., 2024

У статті проаналізовано значення архівних аудіовізуальних документів як інформаційного потенціалу у створенні медіапроектів. Основні методи аналізу та синтезу уможливили розкриття особливостей створення, видового складу, інформаційного та джерельного потенціалу аудіовізуальних документів. Історико-хронологічний метод дозволив визначити проблеми архівування та використання аудіовізуальних фондів. Однією з форм історичного методу в наукознавстві називають актуалістичну, яка орієнтує на вивчення сучасного стану об'єкта (у нашому випадку — медіапроектів із залученням аудіовізуальної документації) в ретроспекції, а також чинників впливу на його модифікацію та трансформацію.

У результаті проведеного дослідження доведено, що залучення аудіовізуальних архівних документів до створення медійного продукту вимагає від журналіста творчих підходів на всіх етапах його розробки й реалізації. Творча лабораторія журналіста включає низку важливих аспектів: уміння усвідомлювати та визначати актуальність медіапроектів, суголосних із соціокультурними запитами; майстерність створювати новаторські проекти, розробляти їх концепційні засади; володіння евристичними навичками пошуку архівної аудіовізуальної інформації для проектної діяльності; використання теоретичних знань щодо техніко-технологічних прийомів створення медійних продуктів та вправне володіння технічними засобами; здатність розширювати дослідницьке поле проекту, залучаючи не лише ретроспективну аудіовізуальну інформацію, але й створені кореспондентами, журналістами події, які фіксують наживо перебіг російсько-української війни; вміння тісно комунікувати з професіоналами різних сфер діяльності; володіння основами менеджменту та маркетингу; дотримання етичних норм, визначених Кодексом етики українського журналіста.

Ключові слова: архів, архівні аудіовізуальні документи, інформація, комунікація, медіапроект, медіапродукт, журналіст.

ARCHIVAL AUDIOVISUAL DOCUMENTS AS AN INFORMATION POTENTIAL OF A JOURNALIST'S CREATIVE LABORATORY AND THEIR ROLE IN CREATING MEDIA PROJECTS

Anastasiia KUZNIETSOVA

Postgraduate Student of the Department of Information Technologies
Faculty of PR, Journalism and Cybersecurity
Kyiv National University of Culture and Arts
36, Ye. Konovaltsia St., 01133, Kyiv, Ukraine
Anastasija241097@gmail.com
ORCID 0000-0002-0580-1259

The article analyses the significance of archival audiovisual documents as an information potential in media projects' creation. The main methods of analysis and synthesis made it possible to reveal the peculiarities of creation, species composition, information and source potential of audiovisual documents. The historical and chronological method allowed us to identify the problems of archiving and using audiovisual funds. One of the forms of the historical method in science is called the actualism method, which focuses on the study of the current state of an object (in our case, media projects involving audiovisual documentation) in retrospect, as well as the factors influencing its modification and transformation.

The study proves that the involvement of audiovisual archival documents in the creation of a media product requires creative approaches from journalists at all stages of its development and implementation. A journalist's creative laboratory includes a number of important aspects: the ability to understand and determine the relevance of media projects that are in line with socio-cultural demands; the mastery of creating innovative projects and developing their conceptual foundations; possession of heuristic skills in searching for archival audiovisual information for project activities; the use of theoretical knowledge of technical and technological approaches to creating media products and skillful use of technical means; the ability to expand the project's research field, involving not only retrospective audiovisual information, but also events created by correspondents and journalists that record the course of the Russian-Ukrainian war live; the ability to communicate closely with professionals from various fields; proficiency in the basics of management and marketing; adherence to the ethical standards set out in the Code of Ethics of Ukrainian Journalist.

Keywords: *archive, archival audiovisual documents, information, communication, media project, media product, journalist.*

Актуальність проблеми та стан її розробки

Незаперечно високу пізнавальну й художньо-естетичну цінність мають архівні аудіовізуальні документи, що виникають під час та на місці подій, мають емоційну виразність образів і / чи звуків. Це підвищує їхню достовірність і значущість як джерел інформації та засобів комунікації з особливою здатністю до відображення дійсності. Одним із напрямів залучення архівних аудіовізуальних документів до інформаційного простору є медіаіндустрія. Вивчення можливостей користування аудіовізуальними архівними документами для створення медіапроектів завдяки їхньому інформаційному потенціалу є важливим та актуальним питанням, що потребує спеціального розгляду.

Цінність інформаційних медіапродуктів залежить від ідей, меседжу, смислу, які заклали в них автори. Це, відповідно, зумовлено рівнем професійності авторів медіапроектів, покликаних забезпечити аудиторію потенційних споживачів конкурентноздатним, якісним інформаційним продуктом. Створення медіапродуктів є головною місією будь-якого медіапроекту, успішність якого залежить не тільки від проектного менеджменту, але й від ресурсів, зокрема інформаційних, залучених для його розроблення й поширення на традиційних, цифрових чи трансмедійних платформах. Тому з'ясування інформаційного потенціалу аудіовізуальних архівних документів як джерел інформації й засобів комунікації з метою забезпечення користувачів якісним інформаційним продуктом є актуальним завданням.

Важлива роль у вивченні аудіовізуальних документів як джерел інформації, засобів комунікації належить дослідникам у галузі архівознавства (В. Бездрабко, Т. Білушак, Г. Боряк, Т. Ємельянова, Я. Калакура, К. Новохатський, Л. Левченко, І. Матяш, М. Палієнко, Л. Приходько та ін.), джерелознавства (Я. Калакура, М. Палієнко), документознавства (В. Бездрабко, В. Бойко, С. Кулешов) та інших наук (В. Горовий, Т. Гранчак, Д. Дубов, О. Матвієнко, В. Маркова, М. Ожеван, Ю. Половинчак, М. Тимошик, Ю. Трач, М. Цивіч, Г. Шемяєва та ін.). Характерною рисою студій є їхня міждисциплінарність, висвітлення теоретичних і науково-практичних питань, важливих для розгляду порушеної теми.

Проблему актуалізації архівної аудіовізуальної спадщини через новітні інформаційні технології предметно розвиває у своїх працях знана архівістка Т. Ємельянова (2010, 2012, 2017, 2019). Від початку дослідниця зарекомендувала себе активною промоторкою студій з аудіовізуального архівознавства та документознавства.

Про випробування й специфіку діяльності архівів у надзвичайних умовах російської агресії проти України, що набуває виняткового

значення з огляду на їхні функції (інформаційну, культурну, наукову, меморіальну, виховну та ін.), слушно зауважує М. Палієнко (2022).

Соціальним мережам та архівним практикам присвятила працю документознавиця В. Бездрабко (2021). Представляючи віртуальний простір як платформу для взаємодії її користувачів, дослідниця Л. Божук (2016) наполягає на тому, що створення повноцінного цифрового простору з необмеженими можливостями віддаленого онлайн-доступу до архівних інформаційних ресурсів розширить можливості створення якісного інформаційного аудіовізуального медіапродукту з використанням ресурсів архіву. Цінними для нашого дослідження стали праці відомого вченого в галузі журналістики М. Тимошика (2021), його роботи у співавторстві (Тимошик та ін., 2008), в яких проаналізовано діяльність журналістів як професіоналів.

Попри підвищений дослідницький інтерес до аудіовізуальної документації, констатовано недостатність висвітлення в українській науковій традиції можливості й перспектив залучення цього виду документів до створення медіапроектів.

Завдання статті полягають у визначенні складників творчої лабораторії журналіста в розробці медіапроекту; в розкритті евристичних навичок журналіста в пошуку архівної аудіовізуальної інформації; визначенні алгоритму пошуку, послідовності опрацювання зібраної інформації для розробки концепції медіапроектів.

Виклад основного матеріалу

Аудіовізуальні документи, інформація яких сприймається в чуттєвих (зорових, слухових чи їхньому поєднанні) образах, є яскравим компонентом національної та світової історико-культурної спадщини й водночас безцінним джерелом медіапроектів. Вправне їх опрацювання відбувається у творчій лабораторії журналіста. Креативний зміст праці журналіста визначає якість медіапродукту, його конкурентну спроможність на медійному ринку й успішну реалізацію. Вдала презентація медіапроектів, які віддзеркалюють цілий спектр соціокультурних проблем, є індикатором впливу журналістики на суспільство. Будь-який проект у системі медіа, щоб бути інкорпорованим, має враховувати тренди та соціокультурні запити.

Сучасна епоха, якій властиві динамічні технологічні зміни, впливає на ставлення соціуму до документованої інформації та інформаційних продуктів. «Епоха емерджентності», коли ключову роль відіграють медіа, зокрема Інтернет, потребує вміння ставити нові завдання, здійснювати пошук інноваційних ідей у медіапроектах, залучаючи широку аудиторію до обговорення. Творчий підхід, формулювання певної ідеї, яка недостатньо чи взагалі не висвітлювалася в медіа, визначає унікальність медіапроекту. Лише ґрунтовне вивчен-

ня суспільних запитів у соціокультурній сфері дозволить їх проектувати модерними та унікальними. Пошуки нових ідей, бачення можливостей реалізації медіапроєкту, розуміння суспільного резонансу залежать від професійного рівня журналіста, його творчих підходів до вирішення питань стосовно того, що і як проектувати, від уміння довести важливість проєкту й необхідність його розробки.

Від уміння журналіста оцінити соціокультурний ландшафт, що формує запити певної аудиторії, багато в чому залежить оригінальність задуму та якість кінцевого медіапродукту. Здатність журналіста впіймати «хвилю настроїв і побажань» сприяє перспективності інформаційного продукту й гарантує схвальний відгук тієї цільової аудиторії, на яку розраховано проєкт. До того ж журналіст має враховувати трансформаційні процеси медійного простору, які позначаються на реалізації медіапроєктів: з одного боку – нові явища, пов'язані з такими технологіями, як Інтернет, соціальні мережі, сервіси відеогостингу, смартфони, з іншого – потужний розвиток громадського сектору й розширення його впливу на соціум, свідченням чого є волонтерський рух (Іванова, 2020).

Важлива стадія медіапроєктування є збирання інформації за темою дослідження, якому передують евристична робота. Результатом евристичної роботи є формування потужної джерельної бази, сукупності інформаційних складників. Проведення дослідницьких пошуків матеріалів для медіапроєкту потребує від журналіста самоорганізації, володіння методами наукової евристики, вміння користуватися лише верифікованими даними й здійснювати їх відбір. Збирання інформації є необхідною складовою проєктної роботи журналіста. На основі зібраної інформації та її аналізу вибудовується концепція медіапроєкту. Вивчення Т. Ємельяновою (2010) статистичних даних щодо запитів до ЦДАЕА та категорій дослідників засвідчило той факт, що найчисленнішою групою користувачів є представники ЗМІ – кінематографісти, теле-, радіожурналісти.

Ефективний пошук передбачає володіння спеціальними архівними евристичними методами. Зазвичай пошук інформації в сучасну епоху пов'язують з технологіями Інтернету. Однак, коли йдеться про архівне інформаційне середовище, не всю інформацію можна віднайти в інтернет-ресурсах. Досліднику доводиться послуговуватися традиційними методами архівної евристики, можливо, більш затратними у часовому вимірі, однак такими, що мають низку переваг. Однією з таких переваг є той психологічний, емоційний ефект, який переживає дослідник, виявляючи в архівних фондах раніше не відомий документ. Відчуття першопроходця, як зазначали архівознавці, «... аж ніяк не можна порівняти із враженнями від зображення документа на екрані монітора» (Христова, 2010, с. 281).

Друга перевага традиційної архівної евристичної роботи полягає в тому, що відбір інформації за власною дослідницькою пошуковою процедурою може позитивно впливати на повноту джерельної бази, а отже, й кінцеві результати роботи зі створення медіапродукту. Індивідуальний пошук інформації, без посередника, сприятиме віднайденню якихось, на перший погляд, другорядних, але важливих деталей, які доповнять досліджувану тему. Одноосібний пошук розробником проєкту аудіовізуальної інформації з різних джерел (зовнішня інформація) впливатиме на розуміння місця кожного документа в інформаційному масиві, правильному його прочитанню в певному контексті, що матиме важливе значення для аналізу та узагальнення інформації (вироблення внутрішньої інформації).

Успіх архівної евристичної роботи визначається рівнем професійної підготовки журналіста, його індивідуальним дослідницьким досвідом, зокрема практичним досвідом роботи в архівах чи архівних підрозділах установ. Важливу роль відіграватимуть і ціннісні орієнтації журналіста, суголосні з його інтелектуальним настроєм, дослідницьким хистом. Джерельною базою для створення медіапроєктів, як правило, виступають аудіовізуальні архівні документи, що накопичилися в архівах чи інших установах. У пошуках необхідної для проєкту аудіовізуальної інформації значну роль відіграють знання про місця локації аудіовізуальних документів. Таке знання евристичне за своїм характером, бо воно визначає чіткі маршрути пошуку та знижує пошукові втрати.

Алгоритм пошуку такий: визначення архіву чи іншої установи, яка зберігає документ, — пошук в архівах архівних фондів чи архівних груп (комплексів), які включають аудіовізуальні документи, — пошук одиниць обліку чи одиниць зберігання, тобто документів, включених до одиниць зберігання. Кіно-, відео-, фото-, фотодокументи, що належать до Національного архівного фонду (НАФ), передаються на постійне зберігання до державних архівів (центрального, галузевих, місцевих) чи архівних відділів міськрад (Верховна Рада України, 1993). Тут важливе врахування фактора закономірностей розподілу аудіовізуальної інформації в межах НАФ. На жаль, єдиного довідника, де було б зосереджено інформацію про цей вид документів, систему їх організації й зберігання на рівні НАФ, немає. Ідея підготовки й видання міжархівного путівника-довідника про аудіовізуальні документи всіх державних архівів України (Ємельянова, 2010) до цього часу не реалізована. Окрім того, наявні путівники центрального і місцевих державних архівів не виокремлюють інформацію про аудіовізуальні документи, розпорошену серед архівних фондів та колекцій, а під час описання складу фондів лише побіжно згадують про наявні фотодокументи (Іваненко та ін., 2001; Кулініч та ін., 2005).

Пошук архівних аудіовізуальних документів є творчим процесом і початком дослідницької роботи, від якої залежить науковий рівень медіапроєкту. Право пошуку інформації архівісти делегують журналісту — розробнику проєкту. В евристичній роботі необхідне знання наукових засад організації архівних документів на всіх ієрархічних рівнях: на рівні НАФ (міжархівному рівні), на рівні архіву, на рівні фондів чи документаційних комплексів. Відправною точкою пошуку аудіовізуальної інформації буде знання історії їх створення (час і місце створення, автори, компетенції творчих організацій, спілок чи цілі й завдання окремих творців), розуміння закономірностей і процедур передавання документації до відповідних інституцій зі збереження культурних цінностей.

Для пошуку ретроспективної аудіовізуальної інформації на рівні архіву необхідно знати основи його комплектування.

У процесі виявлення необхідної інформації та для підвищення ефективності її використання варто враховувати психологічні аспекти пошуку (мотивація дій, стимул зацікавленості), усвідомлювати переваги особистого пошуку (особистий пошук є початком дослідження), виробити «пошукове мислення» (розумові операції в процесі пошуку, зіставлення пошукових запитів з можливостями архівів). Виявлення інформації в архівах здійснюється з використанням архівних довідників різних видів і типів. Йдеться про традиційний архівний пошук за допомогою звичних пошукових засобів. Крім довідників, до складу довідкового апарату можна включити методичні розробки, пам'ятки, інструкції, положення, правила, порядки, які можуть зорієнтувати в інформаційному потенціалі архіву, зокрема розкрити аспекти щодо порядку їх передавання на постійне зберігання, методів їхнього зберігання, описання та обліку, створення іменних каталогів, підготовки анотованих каталогів кінодокументів, методик описання кінодокументів в монтажних листах і на каталожних картках (Ємельянова & Голенко, 2007; Марущак, 2022; *Методичні вказівки*, 2003; Слончак & Пількевич, 2002).

Процедура пошуку аудіовізуальних документів розглядається як процес зіставлення їхніх інформаційних образів у довідковому апараті. Власне, сам пошук називають оперування «образами». Записи, наприклад, на картках архівного каталогу є своєрідними пошуковими образами, ознаками одиниць зберігання, груп одиниць зберігання чи окремих документів. Каталогізуються в архівах не документи, а інформація про них, яка створює апіорі відповідний запит потенційного користувача інформації, що не завжди узгоджується з вимогами повного й об'єктивного архівного описання. Ключові слова в описовій статті, які є пошуковим образом архівних документів, мають підвищувати інформативність довідників і знижувати пошукові втрати. Сутність пошуку

інформації полягає в зіставленні образу, закладеного в описових статтях довідників, з образом, ознаками того матеріалу, який шукають. Із психологічної точки зору завдання журналіста полягає в тому, щоб розпізнати, не пропустити важливий матеріал, необхідний для медіапроєкту, розмежувати корисну інформацію й інформаційні «шуми».

Досягнення у сфері технологій надають можливість автоматизованого пошуку інформації швидкодіючими технічними засобами з використанням формалізованих інформаційних мов, що дозволяє здійснювати механічний пошук, не занурюючись у сутність виконуваних пошукових операцій. Сучасні інформаційні технології розширили можливості пошуку аудіовізуальної інформації. Використання комп'ютерних технологій забезпечило створення електронних версій друкованих довідників (анотованих каталогів кіножурналів, документальних фільмів, кіносюжетів, спецвипусків; реєстри фотодокументів; переліки кінодокументів) (Анахов та ін., 2019; Дорошенко та ін., 2010; Закринична та ін., 2015; Слончак, 2009), електронних каталогів на кінодокументи, фотодокументи, фонодокументи, відеодокументи, інтерактивних видань (наприклад, літературно-драматична Шевченкіана у фонодокументах).

Комп'ютерні технології уможливають створення єдиної бази даних на всі аудіовізуальні документи, що зберігаються в державних архівах, бібліотеках, музеях та інших установах, організаціях, які є виробниками й водночас зберігачами аудіовізуальної продукції.

Слабкі медіапроєкти часто виходять не тільки в результаті низького рівня аналітичного опрацювання інформації, але й у результаті нестачі інформації (інформація відсутня або не виявлена). Журналіст, усвідомлюючи, що збирання інформації є значуща частина його роботи, не квапиться швидко завершити цей процес. Сучасне інформаційне суспільство продукує таку кількість інформації, зокрема й аудіовізуальної, що журналіст, розробник медіапроєктів змушений вчитися сепарувати інформацію, виділяти найбільш значущу, необхідну для досягнення мети й завдань проєкту. З іншого боку, журналіст стикається також із проблемою неповноти інформації (певні явища не задокументовані чи інформація не виявлена).

Із відібраними джерелами інформації журналіст виконує низку робіт, які можна представити в такій послідовності: систематизація, з'ясування зв'язків між документованою інформацією, перевірка даних, їх описання, тобто підготовча робота до аналітичної стадії як визначальної в розробленні та реалізації медіапроєкту, формулюванні його концептуальних засад. Такий алгоритм дій властивий науково-практичній діяльності загалом і водночас узалежнений від умінь журналіста орієнтуватися в інформаційному масиві, виявляти, перевіряти, описувати й оцінювати інформаційні дані.

Виявлена й систематизована репрезентаційна інформація аналізується, узагальнюється. Аналіз зібраної інформації включає оцінку достовірності інформації, її специфіки, цінності, складових елементів. Верифікація джерел інформації та з'ясування її ідентичності дуже важливі в роботі журналіста, який працює з аудіовізуальним контентом. Відомі приклади перемонтажу фільмів, скорочення, фальсифікації дубляжу з ідеологічних міркувань Така практика була поширена в радянські часи, і це стосувалося не лише української кінопродукції, а й зарубіжних фільмів, куплених для кінопрокату.

Грунтовний аналіз джерел може розширити уявлення про параметри проблеми, внесли корективи в завдання проєкту. Можлива інша, навіть новаторська інтерпретація джерел, раніше задіяних у медіапроєктах. Одним зі складних завдань під час вивчення виявлених джерел є ідентифікація осіб, місцевостей, подій, зафіксованих у документах. Не завжди їхні анотовані описи дають вичерпну інформацію. Тоді, можливо, варто звернутися й до писемних джерел, що містять інформацію про певні історичні події.

Із результатами аналізу інформації, залученої до розробки медіапроєкту, безпосередньо пов'язане моделювання його концепції. Якість медіапродукту залежить від майстерності розроблення його змісту (контенту), що тісно пов'язано з основним задумом-ідеєю. Складові елементи структури контенту узгоджуються з метою й завданнями. Зміст проєкту може верифікуватися, корегуватися, змінюватися, що визначає творчу лабораторію розробника-журналіста. Важливий творчий підхід до вибору формату медіапроєкту: документальний чи публіцистичний фільм, фоторепортаж, подкаст як особливий вид аудіо- й відеоконтенту. Формування концепції медіапроєкту є результатом комунікації, осмислення й аналізу інформації. Власне, в основі концепції, яка формує образ досліджуваного в проєкті явища, лежить робота з інформацією та її аналітична обробка. Інформаційно-аналітичний підхід дозволяє на основі комплексної інформації сформувавши концептуальні засади медіапроєкту, який буде якісно новим продуктом у сфері медіа та системі комунікацій, матиме свій «фірмовий» стиль. Концепція обраного для реалізації медіапроєкту має містити аргументацію вибору теми, виклад бачення його місії, цілей та завдань, структуру проєкту, опис використаного інформаційного масиву та технологій (технологічних процесів й операцій) створення кінцевого продукту, характеристики синтезованих матеріалів, які гарантуватимуть успішність медіапроєкту, висновків щодо досліджуваного явища, визначення кола потенційних користувачів чи цільової аудиторії.

Для медіапроєктного менеджменту журналістові необхідні практичні навички: здатність оцінити перспективність проєкту, включа-

ючи і його бізнес-доцільність; мистецтво сформулювати основні ідеї, цілі медіапроєкту; майстерність розробити його структуру-зміст; вправність зважити соціальні потреби та можливості в реалізації медіапродукту; спроможність оцінити внесок учасників проєкту, в якому можуть бути задіяні професіонали-архівісти аудіовізуальних архівів, інші фахівці, які створюють і розповсюджують аудіовізуальний контент; вміння розкрити технічні, технологічні можливості в створенні медійного продукту; досвід корегування проєкту, обумовленого змінами в політичній, соціально-економічній, культурній сферах. Творчий підхід журналіста може передбачити кілька варіантів реалізації медіапроєкту. Для цього необхідно провести SWOT-аналіз, тобто вказати сильні й слабкі сторони, можливості та загрози/ризиків в процесі його розробки та реалізації.

Успіх медіапроєкту залежить не лише від якості контенту, а й від технологій його створення, формату репрезентації цільовій аудиторії, платформи представлення тощо. Це вимагає від журналіста вміння використовувати теоретичні знання щодо використання відео-, аудіо- та фототехніки, вміння інтегрувати архівні аудіо-, відеоматеріали у створюваний медіапродукт. Із відзнятих за допомогою стаціонарних, мобільних чи інших портативних технічних засобів, а також скопійованих в архівах аудіовізуальних матеріалів у монтажному кабінеті здійснюється «збирання» сюжету з відео- і аудіодоріжок. Професійний монтаж аудіовізуального продукту є творчим процесом, що розкриває основні ідеї медіапроєкту, завершальним етапом роботи знімальної команди. Крім прийняття креативних рішень щодо монтажу відзнятого аудіовізуального матеріалу та написаного сценарію, журналіст повинен володіти технологіями, поширеними в візуальних медіа (кіно-, відео, ТВ- виробництві). Йдеться, зокрема, про моушн-дизайн (створення анімації на принципах графічного дизайну), саунд-дизайн (створення й управління звуко-шумовими ефектами), корекцію кольору, розміщення заставок і титрів тощо.

Сфера медіапроєктів зазнає суттєвих трансформацій під впливом інформаційних технологій. Впровадження новацій зумовило розширення журналістської майстерності. Технічна робота з медіапроєктом потребує проведення діагностики комп'ютерної техніки, студійно-апаратного комплексу та іншого обладнання для здійснення трансмісії інформаційних даних із різних носіїв. Для проведення проєктної інноваційної діяльності, розробки та управління медіапроєктами журналіст має орієнтуватися в ключових трендах медіасфери, цифрових комунікаціях (*Контент-продюсування, 2020*).

У процесі розробки проєктів журналісти все більше послуговуються мобільними технологіями, які пропонує сучасний ринок мобільних пристроїв із додатками, сумісними з операційними системами

Andriod, iOS, Windows, Java Me, Samsung та ін. Мобільні технології під час розробки та реалізації медіапроектів використовуються на всіх етапах роботи: виявлення, збирання, фіксації інформації (відео-, аудіо- та фотофіксація воєнних дій, революційних подій, політичних акцій, стихійних лих, фестивалів, концертів, тощо), опрацювання, зокрема й аналіз інформації (редактори, монтажні столи), презентація проекту (програми на радіо, телебаченні, розміщення медіаконтенту в соціальних мережах та ін.). Медіапроект технічно залежний від сфери його реалізації — суспільних аудіо-, аудіовізуальних медіа-сервісів чи онлайн-медіа, які поширюють інформацію, зокрема в аудіо-, аудіовізуальній формі в електронному (цифровому) вигляді в мережі «Інтернет». Соціальні мережі є великим майданчиком для поширення контенту. Активне використання цифрових технологій під час реалізації медіапроектів є усталеною тенденцією.

Медіапроект стане назрілим, злободенним (актуальним на конкретний момент), якщо його розробник вдало залучатиме й поєднуватиме ретроспективні аудіовізуальні документи з тими, що не набули статусу архівних. Йдеться про оперативну інформацію — аудіо-, відео-, фотоматеріали, наприклад, воєнних кореспондентів, журналістів, що документували подвиги воїнів Збройних сил України, участь волонтерів у допомозі українській армії та українцям, що опинилися на окупованих територіях або змушеним емігрувати за кордон, а також фіксували злочини російських загарбників в Україні. Ця актуальна аудіовізуальна інформація широко представлена в мережі «Інтернет».

До ознак професіоналізму журналіста зараховують морально-етичні засади його діяльності (Лаврик, 2008). Базові морально-етичні орієнтири, яких має дотримуватися журналіст, виконуючи свої професійні обов'язки, визначені в *«Кодексі етики українського журналіста»*, ухваленому 2004 р. на з'їзді журналістів та затвердженому зі змінами 2013 р. на пленумі Національної спілки журналістів України: повага до права громадськості на повну й об'єктивну інформацію про факти та події; перевірка автентичності всіх повідомлень, аудіо-, відеоматеріалів, отриманих із різних джерел; недопущення фальсифікації змісту під час редакційної обробки матеріалів — знімків, відеоряду, текстового супроводу; заборона використовувати незаконні методи отримання інформації, тобто збирання інформації повинно відбуватися лише в межах правового поля України; відстоювання, зокрема і в судах, право на отримання інформації; недопущення плагіату тощо. Тож дотримання етичних норм у роботі з документованою аудіовізуальною інформацією є обов'язковим (Комісія з журналістської етики, б.д.).

Запорукою успішної реалізації проекту є тісна комунікація журналіста з представниками медіаорганізацій, колегами по цеху, відо-

мими своїми медіапроектами, журналістами, блогерами, громадськими активістами, представниками прес-служб і всіх, хто створює й поширює аудіовізуальний контент із важливих для українського суспільства питань. За підрахунками фахівців 80% невдалих проєктів є результатом невдалої комунікації (Іванова, 2019). Від комунікаційних здібностей журналіста залежить не лише якість медіапродукту, під час створення якого він послуговується консультаціями, порадами фахівців, але й своєчасність його презентації. Журналіст не може обійтися без координації дій між різними фахівцями, без взаємодії з адміністраторами й операторами інформаційних систем, без узгодження роботи з аналітиками, програмістами та іншими фахівцями, співпраця з якими впливатиме на розроблення та реалізацію проєкту. Вміння знаходити спільну мову з професіоналами інших галузей знань і діяльності в різних робочих ситуаціях формує навички комунікації. Ефективна комунікація забезпечує зворотній зв'язок — можливість презентувати власні ідеї, оцінювати вплив медіапроектів на цільову аудиторію, обґрунтовувати висновки.

Творча лабораторія журналіста на стадії створення медіапродукту включає й мистецтво менеджменту. Складання планів виконання робіт з урахуванням мети й завдань проєкту, залучення до команди професіоналів і розподіл обов'язків, організація й контроль за якістю виконання основних етапів проєктних робіт, за необхідності їх корегування — всі ці види діяльності журналіста позначаються на якості кінцевого медіапродукту. В обов'язки журналіста, керівника проєкту, входить ведення документації, яка є основним джерелом аналізу й оцінки реалізованого медіапроекту. Документація включає коротке чи повне його описання, концепцію, структуру й зміст, основні завдання та функціональні обов'язки членів творчої команди, бізнес-план, плани-графіки виконання робіт, документи щодо внутрішньої й зовнішньої оцінки якості проєкту.

Одним зі складників реалізації медіапроекту є його фінансування. Журналіст стикається з проблемою залучення ресурсів для фінансування його проєктної ініціативи. Методи фандрейзингу допоможуть сприяти залученню сторонніх ресурсів для вирішення соціально значущих, культурних медіапроектів. Якщо йдеться, наприклад, про створення документального фільму (як медіапроекту) із залученням актуальної та ретроспективної аудіовізуальної інформації можливе написання логлайну, тобто логічного короткого викладу сценарію фільму чи вдалого підбору метафори, яка описує основну ідею проєкту, що може зацікавити меценатів чи донатів (Іванова, 2019, с. 14).

Журналіст — автор медіапроекту, зацікавлений у просуванні на ринок медійного продукту, усвідомлює відповідальність за власний бренд. Маркетингові стратегії журналіста мають включати аналіз та

характеристику ринку, обґрунтування комерційної спроможності проєкту, визначення цільової аудиторії (категорії споживачів), умови й терміни реалізації, формат подачі медіапродукту. Маркетинговим стратегіям і планам має передувати вивчення тенденцій просування інформаційного продукту в медіа, включаючи соціальні мережі.

Висновки

З метою розроблення та реалізації медіапроєкту журналіст повинен проявляти мистецькі авторські підходи, формувати своєрідну творчу лабораторію, характерними особливостями якої є вміння визначати актуальну проблематику, що відповідає соціокультурним запитам; генерувати новаторські ідеї; володіти прийомами й методами пошуку, виявлення архівної аудіовізуальної інформації; аналізувати та інтерпретувати аудіовізуальні джерела; використовувати на практиці знання стосовно технологічних прийомів створення медійних продуктів і вправно володіти технічними засобами; розширювати дослідницьке поле проєкту, залучаючи ретроспективну інформацію архівних аудіовізуальних документів, документи, які фіксують сучасні події в житті країни, наприклад, матеріали кореспондентів, волонтерів, журналістів про перебіг воєнних дій в Україні; вміло налагоджувати комунікацію з архівістами, науковцями, медіа; знати основи менеджменту й маркетингу; дотримуватися правових та етичних норм, зокрема Кодексу етики українського журналіста.

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Анахов, С. П., Берковський, В. Г., Закринична, І. М., Касян, Л. Г., Любарська, Л. В., Макарова, Т. О., & Тихенко, О. В. (Упоряд.). (2019). *Кінолітопис. Анотований каталог кіножурналів, документальних фільмів, кіно- і телесюжетів (1986–1995)* (Т. О. Ємельянова, ред.). Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного.
- Бездрабко, В. (2021). Соціальні мережі й архівні практики. *Архіви України*, 3(328), 16–35. <https://doi.org/10.47315/archives2021.328.016>
- Божук, Л. (2016). Інформаційні ресурси і сервіси Інтернет в роботі державних архівів України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Історія*, 3(130), 14–18.
- Верховна Рада України. (1993, 24 грудня). *Про Національний архівний фонд і архівні установи* (Закон № 3814–ХІІ). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3814-12#Text>
- Дейнека, Л. (Уклад.). (2013). *Кінофотодокументи в системі документної інформації*. Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. <http://194.44.187.2/eljournal/1/Kino.pdf>
- Дорошенко, О., Закринична, І., Ємельянова, Т., Матюшенко, С., Олєфіренко, В., Пількевич, Л., Селіфонов, О., Штиволюка, О., Шульга, В., & Ятченко, Л. (Упоряд.). (2010). *Кінолітопис. Анотований каталог кіножурналів, документальних фільмів, кіно- і телесюжетів (1966–1975)*. Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного.
- Ємельянова, Т. (2010). *Аудіовізуальні документи в державних архівах України: організація доступу та використання інформації, що міститься в них (1930–2007)*

- [Автореферат дисертації кандидата історичних наук, Український науково-дослідний інститут архівної справи та документознавства].
- Ємельянова, Т. (2012). Проблеми архівного зберігання оцифрованих аудіовізуальних документів. *Студії з архівної справи та документознавства*, 20, 161–165.
- Ємельянова, Т. (2017). Нотатки з історії кіноархівів. *Архіви України*, 5–6(310–311), 56–74.
- Ємельянова, Т. (2019). Формування аудіовізуальних колекцій: новітні тенденції та виклики розвитку. *Архіви України*, 3(320), 100–112.
- Ємельянова, Т., & Голенко, Л. (Уклад.). (2007). *Методичні рекомендації з підготовки до видання анотованих каталогів кінодокументів*. Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного.
- Закринична, І. М., Ємельянова, Т. О., Касян, Л. Г., Климович, Н. М., Любарська, Л. В., Макарова, Т. О., Матющенко, С. П., & Топішко, Н. О. (Упоряд.). (2015). *Кінолітопис. Анотований каталог кіножурналів, документальних фільмів, кіно-і телесюжетів (1976–1985)*. Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного.
- Іваненко, Б., Бажан, О., Кентій, А., Маковська, Н., & Соловйова, А. (Упоряд.). (2001). *Центральний державний архів громадських об'єднань України: путівник* (Н. Черкаська, ред.). Центральний державний архів громадських об'єднань України.
- Іванова, І. (2020, 9 квітня). Медіапроект «Накипіло» як успішний досвід розбудови незалежних ЗМІ. В *Актуальні проблеми медіапростору* [Матеріали конференції] (с. 207–210). Інститут журналістики.
- Іванова, С. (2019). *Медіапроекти*. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара.
- Комісія з журналістської етики. (б.д.). *Кодекс етики*. Взято 10 січня 2024 року з <https://cje.org.ua/ethics-codex/>
- Контент-продюсування цифрових медіапроектів другого (магістерського) рівня вищої освіти: освітньо-професійна програма*. (2020). Київський університет імені Бориса Грінченка. https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.kmn/osv_pr/OPP_061_SRMR.pdf
- Кулініч, Ю., Куш, С., & Ходоровський, М. (2005). *Центральний державний архів-музей літератури і мистецтва України: путівник* (Вип. 2). Державний комітет архівів України.
- Лаврик, О. В. (2008). *Основи журналістики*. Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
- Марущак, О. (Уклад.). (2022). *Методичні рекомендації з описування відеодокументів у описах зйомок*. Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного.
- Методичні вказівки з підготовки до видання анотованих каталогів кінодокументів*. (2003). Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного.
- Палієнко, М. (2022). Українські архіви, війна та збереження національної ідентичності. *Архіви України*, 1(330), 12–38. <https://doi.org/10.47315/archives2022.330.012>
- Слончак, Н. (Упоряд.). (2009). *Кінолітопис. Анотований каталог кіножурналів, документальних фільмів і кіносюжетів (1896–1939)*. Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного.
- Слончак, Н., & Пількевич, Л. (Уклад.). (2002). *Методичні рекомендації щодо створення іменного каталогу на кіно-, відео-, фото-, фонодокументи*. Центральний державний кінофотофоноархів України імені Г. С. Пшеничного.
- Тимошик, М. (2021). Журналіст як професія: ретроспективний огляд побутування поняття в інформаційному просторі. *Український інформаційний простір*, 2(8), 39–73. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(8\).2021.245811](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(8).2021.245811)

- Тимошик, М., Дацюк, Г., & Таран, К. (2008). *Історія одного журналістського курсу в мемуарах, щоденниках, інтерв'ю, замальовках, записках, есеях, документах, світлинах*. Наша культура і наука.
- Христова, Н. М. (2010). Архівна евристика: практичні аспекти. *Архіви України*, 5(270), 281–286.

REFERENCES

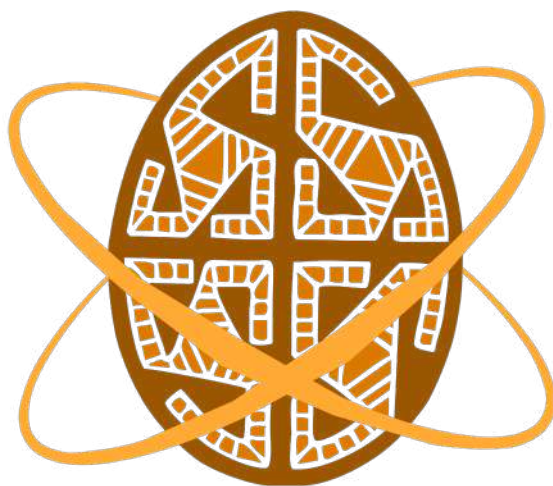
- Anakhov, S. P., Berkovskyi, V. H., Zakrynychna, I. M., Kasian, L. H., Liubarska, L. V., Makarova, T. O., & Tykhenko, O. V. (Comps.). (2019). *Kinolitopys. Anotovanyi katalog kinozhurnaliv, dokumentalnykh filmiv, kino- i telesiuzhativ (1986–1995)* [Cinematography. Annotated catalog of film magazines, documentaries, film and television stories (1986–1995)] (T. O. Yemelianova, Ed.). Tsentralnyi derzhavnyi kinofotofonoarkhiv Ukrainy imeni H. S. Pshenychnoho [in Ukrainian].
- Bezdrabko, V. (2021). Sotsialni merezhi y arkhivni praktyky [Social networks and archival practices]. *Archives of Ukraine*, 3(328), 16–35. <https://doi.org/10.47315/archives2021.328.016> [in Ukrainian].
- Bozhuk, L. (2016). Informatsiini resursy i servisy Internet v roboti derzhavnykh arkhiviv Ukrainy [Information resources and Internet services in the activity of state archives of Ukraine]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. History*, 3(130), 14–18 [in Ukrainian].
- Commission on Journalistic Ethics. (n.d.). *Kodeks etyky* [Code of ethics]. Retrieved January 10, 2024, from <https://cje.org.ua/ethics-codex/> [in Ukrainian].
- Deineka, L. (Comp.). (2013). *Kinofotodokumenty v systemi dokumentnoi informatsii* [Cinematographic documents in the document information system]. Skhidnoievropeyskyi natsionalnyi universytet imeni Lesi Ukrainky. <http://194.44.187.2/eljournal/1/Kino.pdf> [in Ukrainian].
- Doroshenko, O., Zakrynychna, I., Yemelianova, T., Matiushchenko, S., Olefirenko, V., Pilkevych, L., Selifonov, O., Shtyvoloka, O., Shulha, V., & Yatchenko, L. (Comps.). (2010). *Kinolitopys. Anotovanyi katalog kinozhurnaliv, dokumentalnykh filmiv, kino- i telesiuzhativ (1966–1975)* [Cinematography. An annotated catalog of film magazines, documentaries, film and television scenes (1966–1975)]. Tsentralnyi derzhavnyi kinofotofonoarkhiv Ukrainy imeni H. S. Pshenychnoho [in Ukrainian].
- Ivanenko, B., Bazhan, O., Kentii, A., Makovska, N., & Soloviova, A. (Comps.). (2001). *Tsentralnyi derzhavnyi arkhiv hromadskykh obiednan Ukrainy: Putivnyk* [The Central State Archive of Public Associations of Ukraine: Guidebook] (N. Cherkaska, Ed.). Central State Archive of Public Organizations of Ukraine [in Ukrainian].
- Ivanova, I. (2020, April 9). Mediaproekt "Nakypilo" yak uspishnyi dosvid rozbudovy nezaleznykh ZMI [Media project "Nakipilo" as a successful experience in building independent mass media]. In *Aktualni problemy mediaprostoru* [Actual problems of the media space] [Conference proceedings] (pp. 207–210). Instytut zhurnalistyky [in Ukrainian].
- Ivanova, S. (2019). *Mediaproekty* [Media projects]. Oles Honchar Dnipro National University [in Ukrainian].
- Khrystova, N. M. (2010). Arkhivna evrystyka: Praktychni aspekty [Archival heuristics: Practical aspects]. *Archives of Ukraine*, 5(270), 281–286 [in Ukrainian].
- Kontent-prodiusuvannia tsyfrovyykh mediaproiektiv druhooho (mahisterskoho) rivnia vyshchoi osvity: Osvitno-profesiina prohrama* [Content production of digital media projects of the second (master's) level of higher education: Educational and professional program]. (2020). Borys Grinchenko Kyiv University. https://kubg.edu.ua/images/stories/Departaments/nmc.kmn/osv_pr/OPP_061_SRM.pdf [in Ukrainian].
- Kulinich, Yu., Kushch, S., & Khodorovskyi, M. (2005). *Tsentralnyi derzhavnyi arkhiv-muzei literatury i mystetstva Ukrainy: Putivnyk* [The Central State Archive-Museum

- of Literature and Art of Ukraine: Guidebook] (Iss. 2). State Committee of Archives of Ukraine [in Ukrainian].
- Lavryk, O. V. (2008). *Osnovy zhurnalistyky* [Basics of journalism]. V. N. Karazin Kharkiv National University [in Ukrainian].
- Marushchak, O. (Comp.). (2022). *Metodychni rekomendatsii z opysuvannia videodokumentiv u opysakh ziomok* [Methodical recommendations for describing video documents in shooting descriptions]. Tsentralnyi derzhavnyi kinofotofonoarkhiv Ukrainy imeni H. S. Pshenychnoho [in Ukrainian].
- Metodychni vkazivky z pidhotovky do vydannia anotovanykh katalogiv kinodokumentiv* [Methodical guidelines for preparation for the publication of annotated catalogs of film documents]. (2003). Tsentralnyi derzhavnyi kinofotofonoarkhiv Ukrainy imeni H. S. Pshenychnoho [in Ukrainian].
- Paliienko, M. (2022). Ukrainski arkhivy, viina ta zberezhenia natsionalnoi identychnosti [Ukrainian archives, war and preservation of national identity]. *Archives of Ukraine*, 1(330), 12–38. <https://doi.org/10.47315/archives2022.330.012> [in Ukrainian].
- Slonchak, N. (Comp.). (2009). *Kinolitopys. Anotovanyi katalog kinozhurnaliv, dokumentalnykh filmiv i kinosiuzhetiv (1896–1939)* [Cinematography. An annotated catalog of film magazines, documentaries and film plots (1896–1939)]. Tsentralnyi derzhavnyi kinofotofonoarkhiv Ukrainy imeni H. S. Pshenychnoho [in Ukrainian].
- Slonchak, N., & Pilkevych, L. (Comps.). (2002). *Metodychni rekomendatsii shchodo stvorennya imennoho katalogu na kino-, video-, foto-, fonodokumenty* [Methodical recommendations for creating a named catalog for film, video, photo, phono documents]. Tsentralnyi derzhavnyi kinofotofonoarkhiv Ukrainy imeni H. S. Pshenychnoho [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M. (2021). Zhurnalist yak profesiia: Retrospektyvnyi ohliad pobutuvannia poniattia v informatsiinomu prostori [Journalist as a profession: Retrospective review of the concept existence in the information space]. *Ukrainian Information Space*, 2(8), 39–73. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(8\).2021.245811](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(8).2021.245811) [in Ukrainian].
- Tymoshyk, M., Datsiuk, H., & Taran, K. (2008). *Istoriia odnogo zhurnalistskoho kursu v memuarakh, shchodennykh, interv'iu, zamalovkakh, zapyskakh, eseiah, dokumentakh, svitlynakh* [The history of one journalism course in memoirs, diaries, interviews, sketches, notes, essays, documents, photographs]. Nasha kultura i nauka [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (1993, December 24). *Pro Natsionalnyi arkhivnyi fond i arkhivni ustanovy* [On the National archive fund and archives] (Law No. 3814–XII). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3814-12#Text> [in Ukrainian].
- Yemelianova, T. (2010). *Audiovizualni dokumenty v derzhavnykh arkhivakh Ukrainy: Orhanizatsiia dostupu ta vykorystannia informatsii, shcho mistytsia v nykh (1930–2007)* [Audiovisual documents in the state archives of Ukraine: Organization of access and use of the information contained in them (1930–2007)] [Abstract of PhD Dissertation, Ukrainskyi naukovo-doslidnyi instytut arkhivnoi spravy ta dokumentoznavstva] [in Ukrainian].
- Yemelianova, T. (2012). Problemy arkhivnogo zberihannia otsyfrovanykh audiovizualnykh dokumentiv [Problems of archival storage of digitized audiovisual documents]. *Studii z arkhivnoi spravy ta dokumentoznavstva*, 20, 161–165 [in Ukrainian].
- Yemelianova, T. (2017). Notatky z istorii kinoarkhiviv [Notes on the history of film archives]. *Archives of Ukraine*, 5–6(310–311), 56–74 [in Ukrainian].
- Yemelianova, T. (2019). Formuvannia audiovizualnykh koleksii: Novitni tendentsii ta vyklyky rozvytku [Formation of audiovisual collections: Latest trends and development challenges]. *Archives of Ukraine*, 3(320), 100–112 [in Ukrainian].
- Yemelianova, T., & Holenko, L. (Comps.). (2007). *Metodychni rekomendatsii z pidhotovky do vydannia anotovanykh katalogiv kinodokumentiv* [Methodical recommendations for

preparing for the publication of annotated catalogs of film documents]. Tsentralnyi derzhavnyi kinofotofonoarkhiv Ukrainy imeni H. S. Pshenychnoho [in Ukrainian]. Zakrynychna, I. M., Yemelianova, T. O., Kasian, L. H., Klymovych, N. M., Liubarska, L. V., Makarova, T. O., Matiushchenko, S. P., & Topishko, N. O. (Comps.). (2015). *Kinolitopys. Anotovanyi kataloh kinozhurnaliv, dokumentalnykh filmiv, kino- i telesiuzhetiv (1976–1985)* [Cinematography. Annotated catalog of film magazines, documentaries, film and television scenes (1976–1985)]. Tsentralnyi derzhavnyi kinofotofonoarkhiv Ukrainy imeni H. S. Pshenychnoho [in Ukrainian].

ПУБЛІЦИСТИКА

PUBLICISM



УДК 316.774:004(477)"316":[82-94:[378.091.212:070-051]:[378.4(477.411)КНУКІМ

Інформаційний простір на лінії розмежування. Нотатки зі щоденника студентки-журналістки КНУКІМу

Анна БЕЛА
студентка 4 курсу КНУКІМ

© Бєла А., 2024

Авторка цього матеріалу народилася й виросла в Карлівці неподалік Донецька. 2014 р. кинута рашистами на це село бомба повністю зруйнувала рідну домівку студентки. Далі була вимушена евакуація — Селидове, Київ, Запоріжжя. Юність, опалена війною, очима талановитої юнки.

Цієї весни панна Анна захищає творчу бакалаврську роботу в формі її першої книги, що має назву «Історії війни — своїми очима».

У цьому фрагменті щоденника — крик душі майбутньої журналістки про те, як ми програємо інформаційну війну росії.

INFORMATION SPACE ON THE CONTACT LINE. NOTES FROM THE DIARY OF KNUKIM JOURNALISM STUDENT

Anna BIELA
4th year student, KNUKIM

The author of this article was born and grew up in Karlivka, near Donetsk. In 2014, a bomb thrown by rashists at this village completely destroyed the student's home. Then there was a forced evacuation — Selydove, Kyiv, Zaporizhzhia. War-torn youth through the eyes of a talented young woman.

This spring, Anna defends her creative bachelor's thesis in the form of her first book, titled "Stories of War — Through My Eyes".

This diary fragment contains the cry of the future journalist's soul about how we are losing the information war to Russia.

«Спіймати» голос Києва на Донеччині — то вже геройство

2017 рік. Вибігаю з нашого дому, намагаючись бути біля машини раніше за тата. Школа на цьому тижні закінчилась, тож ці вихідні будуть проведені в Карлівці. Підходжу до машини й бачу, що його ще немає. З усмішкою гордо піднімаю підборіддя, бо продовжую мужньо дотримуватися свого принципу — не запізнюватись.

Щоразу буквально хапаюся за будь-яку можливість кудись поїхати з татом. Це одне з моїх найулюбленіших видів проведення часу. Їхати на передньому сидінні, роздивлятися види з вікна, спілкуватися на найрізноманітніші теми світу й слухати музику. Звісно, коли її виходить послухати...

Стрибаю на місце біля водія й чекаю на тата. Він заводить машину — і ми вирушаємо в нашу міні-подорож. Не торкаюся кнопок радіо, бо розумію, що поки ми не виїдемо за межі села — це апріорі безсенсово. І коли переді мною зникає вивіска з перекресленим написом «Карлівка» на білій дошці, одразу хапаюся за бігунок.

На першій же хвилі чую огидний російський голос. Одразу ж перемикаю. Кручу ще декілька разів. Результат той самий.

— Десь у мене є записані хвилі наших радіо, — кажу татові, поки шукаю телефон.

— З якого міста мовлять? — питає він.

— Краматорськ.

— Може не дійти сигнал, — хитає тато головою. — Ми досить далеко.

— Давай хоча б спробуємо, — напружено вдихаю, вводячи номери хвиль.

Набираю перші цифри хвилі, на якій повинне мовити NRJ. У відповідь — рипіння. Ввожу інший номер — намагаюся знайти хвилю «Наше Радіо». Той самий результат. Набираюся терпіння й набираю номер, шукаючи Хіт ФМ.

— Погода в Москві..., — долинає до вух у відповідь.

— Ясно, — кажу, перемикаючи. — Не Хіт ФМ.

Починаю крутити бігунок, змінюючи номери хвиль по черзі. Може, хоча б таким чином я знайду щось українське. І от на одній із них я чую такий рідний джінгл радіостанції «Наше Радіо». Радісно всміхаюся татові, плескаючи в долоні. Тільки от це інший номер хвилі. Не той, що я бачила на сайті.

— Може бути таке, що вони мовлять на інших хвилях? — питаю я тата, піднімаючи голову. — Не ті, які записані на їхньому сайті.

— Гадаю, так, — тато низує плечима, мовляв, усе може бути.

— Байдуже, на якому номері, — кажу я. — Головне, щоб працювали.

Проте недовго музика грала. В буквальному сенсі. Перша пісня навіть не встигла пролунати до кінця, як її перебило дратівливе рипіння, що свідчило про відсутність зв'язку.

Після кожної своєї спроби чую паскудні російські голоси.

— Новини в Росії такіє...

— В Воронежі відбулося...

— В гостях студії Філіпп Киркоров...

— Вас привітствує радіо Енерджі...

— Енерджі — це якраз те, що мені було потрібно, — з гіркотою вимовляю я. — Тільки от я шукала *наше* радіо Енерджі.

Ну хоч б одна поїздка може обійтися без мого роздратування й істеричних перемикачів кнопки радіо в пошуках української радіостанції?

— Під'їдемо до Новогродівки, запрацює Люкс ФМ, — намагається заспокоїти мене тато.

Продовжую крутити бігунок. Може, пощастить? Крізь численні рипіння та переривання зв'язку ледве-ледве чую фразу: «Русское радио. Україна». Спочатку в серці здійснюється радість, але потім приходить розуміння, що це просто неможливо слухати. Долинають голоси рідних ведучих, вже починається якась пісня, але мені просто не вистає нервів слухати цей скрегіт та торохтіння, якому немає кінця.

Беру в руки телефон, щоб знайти інші номери хвиль українських радіостанцій. Набираю в пошуковикі потрібний запит, але екран залишається незмінним. Ну, звісно... По дорозі не буде інтернету. Хочеться плакати від роздратування. Не припиняю крутити бігунок, хоч і розумію, що сенсу в цьому просто немає.

— В Питере... — чується на одній із хвиль.

— Та не цікаво мені, що відбувається в вашому Питере! — злісно гарчу я, крутячи бігунок, перед цим гучно ляпаючи долонею об бардачок машини.

Перемикаю решту хвиль, які залишилися. У відповідь — суцільні звуки, які свідчать про відсутність зв'язку. Кажуть, білий шум заспокоює нервову систему. Але в той момент я готова була розбити лобове скло від люті та відчаю.

Доля нової телевежі

До початку збройної агресії РФ проти України моє рідне село Карлівка отримувало теле- та радіосигнали від телевізійної вежі Петрівського району міста Донецьк. Ця вежа є найвищою спорудою й Донецькій області, яка має здатність забезпечити мовлення приблизно в радіусі 100 км.

У 2014 році внаслідок окупації міста російськими військами вежа перестала транслювати українське теле- та радіомовлення. Відтоді Карлівка повністю залишилося без зв'язку.

Українське радіо можна було почути тільки доїхавши в сусідні міста, такі як Селидове, Покровськ, Краматорськ. У самому селищі й по дорозі до міст почути українську мову було неможливо.

Із телебаченням питання можна було вирішити, але дуже й дуже складно. Спробую пояснити, чому.

До війни на території Карлівки можна було переглядати аналогове, цифрове та супутникове телебачення. До 2018-го ми відкидаємо будь-яку можливість використання аналогового та цифрового. Телевежа в Донецьку захоплена окупантами. Іншої телевежі, яка б могла забезпечувати сигнал на лінії розмежування, не було. Єдиним варіантом залишався супутник.

Коли в 2014 році ми їхали в машині до Карлівки, я пам'ятаю, як тато, сидючи за кермом, постійно повторював: «Як приїдемо, найперше, що ми повинні зробити — це встановити супутникову тарілку, щоб дивитися телевизор».

Ми так і зробили — встановили все необхідне, щоб дивитися українське телебачення.

Але не кожна сім'я мала таку можливість. На встановлення тарілки, звісно, не витрачаються всі гроші світу, проте в той період це було зовсім не дешевим задоволенням. Необхідно купити обладнання, найняти людину, яка обслужить вас. І не один раз. Бо за роки користування супутником виникали численні проблеми, які повинен був вирішити спеціаліст. У цей же період російські пропагандистські телеканали транслюються буквально на проволочку. З будь-якої банки можна було подивитися десятки російських телеканалів.

Газети та журнали в селищі на лінії розмежування, звісно, що не друкувалися. На супутниковому телебаченні та за повної відсутності радіомовлення ми прожили 4 роки. Більшість селян, не маючи можливості купити та встановити собі потрібне обладнання, годували себе російськими новинами, сигнал від яких ішов ідеальний.

І от у 2018-му році в місті Гірник, що за 15 кілометрів від Карлівки, встановлюється телевізійна вежа. У прифронтовому районі біля Донецька існувала так звана «біла пляма», на території якої не велося теле- та радіомовлення українських станцій. І Міністерство інформаційної політики після чотирьох років війни вирішує побудувати телевежу з метою транслювати українське на окупованій території Донецької області. Телевежу, яка покрила б Авдіївку, Мар'їнку, Ново-троїцьке, Карлівку та інші прилеглі райони.

У результаті було збудовано 190-метрову вежу, радіус мовлення якої для кіловатних радіопередавачів передбачався близько 30 — 40 кілометрів, а для 5-кіловатних близько 100 кілометрів. При достатній потужності передавачів сигнал повинен був покривати окупований Донецьк та ще територію на 40 км за його межами.

Тільки є одне але... Сигнали цієї вежі глушилися. На цьому і все.

Передавачі «ДНР» виявилися сильнішими

Майже одночасно з повідомленням про зведення вежі в Гірнику так зване «міністерство зв'язку» ДНР повідомило про введення в експлуатацію потужного цифрового передавача у форматі DVB-T2 в окупованій Горлівці. При встановленні такого самого передавача частоти конфліктували, тому сигнал міг глушитися з обох боків. Проте якщо передавачі були різними, то глушився сигнал передавача з меншою потужністю.

Отже, проблема з телебаченням так і не вирішилася, оскільки окупанти повністю глушили сигнали Гірницької телевежі. Єдина хороша новина була в тому, що завдяки цій вежі в Карлівці нарешті за 4 роки запрацювало радіомовлення, яке дійсно передавало сигнали українських станцій.

Та повернімося до телебачення, з яким ситуація в 2018-му році стала вкрай складною. У цей період Україна зобов'язалася перейти від аналогового телебачення до цифрового. Гірницька телевежа передавала цифрове мовлення, проте, як я вже зазначила, українські телеканали вона не транслювала через протидію російських окупантів.

Для нас можливим варіантом дивитися українське так і залишався супутник. Проте водночас із зобов'язанням перейти на цифрове телебачення частоти супутникового почали кодуватися. Грубо кажучи, якщо ми візьмемо певну кількість провідних українських телеканалів, які перейшли на цифрове мовлення, вони повинні були кодуватися на супутниковому. Купувати приставку для цифрового телебачення не мало жодного сенсу, адже його мовлення глушилося.

Порятунок стало значне покращення якості інтернет-зв'язку, тому ми прийняли рішення перейти на інтернет-телебачення.

За вісім років питання телевізора було одним із найскладніших. Постійно зникав зв'язок, зникали канали, кодувалося мовлення. «Телевізійник», як ми називали спеціаліста з цих питань, приходив до бабусі додому частіше, ніж її власний син. Не забуваємо постійні обстріли, під якими перебувало наше село. Після кожного потрібно було викликати «телевізійника», бо обов'язково зникнуть якісь канали або телевізор в цілому перестане працювати. Також якість зв'язку дуже залежала від погодних умов. Дмухне найменший вітер — половина каналів зникне з радару. Після таких негод, як зливи та грози, телевізор міг тижнями не працювати. Додам іще те, що в перші роки війни в нас майже не було електроенергії через обстріли.

Ситуація покращилася після 2016-го, проте відключення світла все одно залишалось «нормальним» явищем. Ще й ці переходи від супутникового до цифрового та інтернет-телебачення. Пам'ятаю, якими нервовими були ці процедури та скільки фінансів пішло на те, щоб дивитися українське, поки нашим селом вільно «розгулювали» російські частоти.

З російськими новинами та концертами Кобзона

Якщо наша сім'я мала можливість розбиратися з проблемами телебачення, то багато односельчан її не мали. У всьому селищі тільки й залишилися самотні бабусі, які днями й ночами сиділи біля телевізора... з російськими новинами та концертами Кобзона. Боляче це усвідомлювати.

Боляче усвідомлювати й те, що тільки після чотирьох років війни (станом на 2018-й) було вирішено встановити вишку, яка мала покрити прифронтові території українським теле- та радіомовленням. І яка в результаті виконала лише половину своєї функції.

Мало не забула згадати мобільний зв'язок. Як би це смішно не звучало, але декілька років спілкуватися між собою можна було хіба що голубиною поштою. Хочеш щось сказати? Прийди до цієї людини додому.

Вишка зв'язку МТС (сьогодні це Vodafone), як зараз пам'ятаю, була прямо біля продуктового магазину, на сусідній вулиці. У 2014-му році вона повністю згоріла, не залишивши після того можливості комусь зателефонувати.

Впіймати єдину «паличку» зв'язку на телефоні можна було тільки вийшовши на вулицю. Але насправді поговорити з кимось таким чином було неможливо. І якщо в Карлівці ми трималися всі разом, знаючи, де ми і як ми, то коли я переїхала в Селидове, мені було дуже тривожно. Бо поговорити з батьками я не могла, а впевнитися, що з ними все добре, я мала змогу тільки дочекавшись вечора, коли вони переступали поріг квартири.

Ситуація покращилася десь так в році 2016-му. Тоді ми вирішили перейти на іншого мобільного оператора — Life (сьогодні це Lifecell), вишка зв'язку якого розміщувалася в сусідньому селі Галицинівка. Зв'язок так само міг перериватися, але хоча б кількома словами вже можливо було перекинутися.

Загалом питання будь-якого зв'язку — теле-, радіо-, мобільного — було проблемним. Перші роки минули повністю без радіо та телефонів. Телевізор ми намагались дивитися, але обстріли та навіть погодні умови регулярно цьому заважали. Після чергового зникнення сигналу, в очікуванні «телевізійника», доводилося залишатися вдома в тиші, наодинці зі своїми думками. З думками про те, що колись було можливим життя, коли ти натискаєш будь-яку кнопку на пульті — і на екрані телевізора з'являються всі твої улюблені канали. З думками про те, що через людей, які вирішили, що вони мають право забирати чужі домівки, ти повинен терпіти знущання, на які не заслуговував.

Водночас приходило усвідомлення того, що десь у сусідніх домівках сидять ті, хто не має змоги купити собі потрібне телевізійне

обладнання. Що єдине, на чому вони можуть дивитися телевізор, — це проволока та жерстяна банка. І ці люди не залишаються наодинці зі своїми думками, як ми, поки чекаємо спеціаліста. Вони обирають дивитися те, що доступне. Те, що стабільне. Те, що не переривається. Хоч би що. З російськими новинами та концертами Кобзона.

Тільки щоб не сидіти в гробовій тиші. Тиші, поки немає обстрілів. І на жаль, відрадую цих людей було російське телебачення. Яке не переривалося, якому не було жодної протидії. Усвідомлення цього викликало лють у моїй душі.

Сидячи в тиші, мені здавалося, що я чую їхні голоси. Ті російські голоси. У новинах, фільмах, трансляціях концертів. Уявляла, як перед телевізором сидять українці. Зомбовані. З застиглим поглядом туплячись в екрани. Зруйнованою свідомістю. І мені хотілося, щоб воно замовкло. Те російське телебачення. Щоб жодна вежа не була здатна передати їхній сигнал. Щоб люди краще сиділи в тиші. Але якась самотня бабуся, що залишилася без дітей та рідних, сидючи сама в холодній темній хаті, не хотіла тиші. І це боляче усвідомлювати.

Досі боляче усвідомлювати.

Ми різні? Справді?

Багато людей схильні формувати свою думку, спираючись на «факти», які нібито й так відомі всім.

Який відсоток українців взагалі цікавився перебігом війни на Донбасі до повномасштабного вторгнення?

Такої статистики я, на жаль, не знайшла. Але з огляду на свій досвід спілкування та завдяки спостереженням за людьми я впевнено можу сказати, що небагато. Деякі друзі мені казали це прямо. І моїм розчаруванням є навіть не той факт, що більшості українців було байдуже на війну на Донбасі, а ті думки, які сформувалися про нас — мешканців східного регіону. Багато людей до початку повномасштабної збройної агресії не цікавилися конфліктом на сході, але водночас підпадали під поширені стереотипи. Основні з них — сепаратистські настрої жителів Донбасу.

«Ці російськомовні донецькі вже своє життя чекають прихід Росії, і це їхня провина, що Путін напав на Україну» — *ось* що думають про мешканців Донбасу.

Так, російська пропаганда не мала впливу такого масштабу на мешканців центральних та західних регіонів України, як на східних. Але не тому, що жителі Донбасу не мають критичного мислення. А тому, що пропаганда ворога працювала на сході вільно, без будь-яких перешкод, на відміну від інших територій, де транслювався український медіапродукт.

Я вже це зазначала, але повторюю знову: з 2014-го по 2018-й рік на лінії розмежування не велося українське теле- та радіомовлення, а трансляцію для мешканців лінії фронту Міністерство інформаційної політики зорганізувало лише через 4 роки після початку збройної агресії. До того донеччанам, наголошую, таким самим громадянам України, як і мешканцям інших регіонів, було майже неможливо споживати український медіапродукт. Хоча територія не була окупована. Саме ці дії лише пришвидшували повномасштабне вторгнення.

Варто усвідомлювати, що інформаційний простір — одна з основних ділянок ведення гібридної війни. Той, хто володіє інформаційним простором, хто формує його, хто наповнює його — той володіє свідомістю громадян, що перебувають у цьому просторі. Той, хто має контроль над контентом громадян, той має контроль над громадянами. Це питання нагальне й сьогодні. Але не тільки для мешканців сходу.

Повернімося до стереотипізації щодо ставлення до мешканців Донбасу.

Я розглянула результати опитування соціологічної групи Рейтинг від 17 — 18 серпня 2022-го року, відображені в діаграмі «Відмова від російського контенту».



Результати соціологічного опитування щодо споживання російського контенту (Рейтинг, 2022).

У цьому опитуванні висвітлено, скільки відсотків українців відмовилося від російського контенту після повномасштабного вторгнення, а саме: перегляд російських серіалів, прослуховування ро-

сійських виконавців. Респонденти мали чотири варіанти відповідей: «Продовжують дивитись/слухати як раніше», «Почали дивитися/слухати рідше», «Взагалі перестали дивитись/слухати», «Не дивились/слухали раніше і не дивляться/слухають зараз».

Результати опитування розділили респондентів за статтю, віком та місцем проживання. Мене цікавило лише останнє.

За результатами цього опитування ми бачимо, що мешканці східних регіонів до повномасштабного вторгнення споживали російський контент не більше за інших. Наприклад, після збройної агресії РФ російську музику перестали слухати 42% мешканців сходу, коли відсоток південних і центральних регіонів сягає 40%. Або, наприклад, 21% мешканців східних регіонів не дивились російські серіали до війни і не дивляться зараз, так само, як і південні регіони (21%). А відсоток опитаних, що перестали дивитися серіали після 24-го лютого, сягає 48%, коли, наприклад, відсоток опитаних з центральних регіонів сягає 41%.

Бачите якусь суттєву різницю між регіонами?

От і я ні. Числа різняться між собою в межах декількох відсотків, що фактично говорить про те, що всі регіони України мають однакові показники відмови від російського контенту як на заході, так і на сході країни. Виходить, що не такі ми вже з вами й різні, правда?

Не знаю, скільком людям і скільки разів треба кричати про те, що зараз як ніколи потрібно працювати над об'єднанням українців, а не розділяти їх на «західних» та «східних». Ці наративи насаджувалися роками російською владою, а такого роду погляди лише наближали день повномасштабного вторгнення. І якщо це не зупинити, якщо ми будемо лише спостерігачами за тим, як нація роз'єднується на очач, шукаючи правих і винуватих, війна ніколи не закінчиться.

Покликання ЗМІ — формувати правильний інформаційний простір в Україні.

Замало журналістів свого часу кричали про те, що на сході України не транслюється україномовний медіапродукт, замало журналістів звертали широку увагу загалом на бездіяльність влади у конкретних регіонах. Натомість і маємо розбіжності в поглядах громадян та поширення стереотипізації.

Переконливо стверджую, як корінна мешканка того краю, що Донбас — такий самий регіон України, як і Київщина чи Закарпаття. Донеччани й луганчани — такі ж громадяни України, як і полтавці або львів'яни. А інакше дайте самі собі відповідь на запитання: чи може закінчитися війна в тій державі, де народ ділить сам себе?

СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИЙ ПОСИЛАНЬ

Рейтинг. (2022, 17–18 серпня). *Сімнадцяте загальнонаціональне опитування: Ідентичність. Патріотизм. Цінності* [Слайди PowerPoint]. https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_1000_independence_082022_xvii_press.pdf

REFERENCES

Rating Group. (2022, August 17–18). *Simnadtsiate zahalnonatsionalne opytuvannia: Identychnist. Patriotyzm. Tsinnosti* [Seventeenth National Survey: Identity. Patriotism. Values] [PowerPoint slides]. https://ratinggroup.ua/files/ratinggroup/reg_files/rg_ua_1000_independence_082022_xvii_press.pdf

УДК 070–027.553"364"

Як виживає місцева преса в час війни

Ігор ЗОЦ

головний редактор

всеукраїнського тижневика
«Слово Просвіти»

© Зоц І., 2024

Криза в сегменті місцевої преси загострюється. За теперішніх умов районні газети та газети територіальних громад продовжують виходити в світ завдяки передплатникам та місцевим благодійникам. На це вказують наведені тут кілька успішних історій.

Втім фінансове становище населення за умов війни помітно погіршується. І людям доводиться обирати: або передплачувати газету, або віддавати останнє на армію й рятувати незалежність своєї країни й власне життя. Можливо, це спрощений підхід, але й до цього маємо бути готові.

Ціною величезних втрат Україна виборює свободу в умовах жорстокої війни, й незалежні друковані медіа виступають як важливий інструмент збереження національної ідентичності.

HOW THE LOCAL PRESS SURVIVES IN TIMES OF WAR

Ihor ZOTSeditor-in-chief of the all-Ukrainian weekly
“Slovo Prosvity”

The crisis in the local press segment is getting worse. Under the current circumstances, district and local community newspapers continue to be published thanks to subscribers and local benefactors. This is evidenced by the several success stories presented here.

However, the financial situation of the population is noticeably deteriorating during the war. People have to choose: either to subscribe to the newspaper or to give the last of their money to the army and save their country's independence and their own lives. Perhaps this is a simplistic approach, but we must be prepared for this.

Ukraine is fighting for freedom in the midst of a brutal war at great cost, and independent print media are an important tool for preserving national identity.

Газети рятують журналісти й небайдужі люди

Тема виживання друкованих медіа дуже надзвичайно гостра. Але, як відомо, у будь-якій війні всі засоби придатні, якщо вони ведуть до перемоги. Тому, коли, наприклад, львівська газета «Експрес» задля залучення нових передплатників проводить лотерею, де з поміж іншого можна виграти поросля, мінігенератор і навіть самогонний апарат, це треба вітати. Бо іншого способу привернути увагу до видання, мабуть, не лишилося.

Цим випробуваним методом пішли й редакції, які відновили свою діяльність на деокупованих і прифронтових територіях. І якщо, наприклад, спокуса виграти самогонний апарат із порівняно віддаленого від військових загроз Львова викликає усмішку, то оголошення про призи від газети «Маяк» на Харківщині здалося мені зворушливим. «Друзі, якнайшвидше заберіть призи: ковбасу від комбінату «М'ясний» і сардельки від Салтівського комбінату», — звертається до своїх передплатників — учасників розіграшу призів — редакторка видання Тетяна Лучинська.

За майже повної відсутності реклами для своїх видань і державної підтримки, ясна річ, саме прифронтові газети показують, як треба боротися за свого головного інвестора — передплатника. Газета «Маяк», звісно, не одні сардельки пропонує. Крім друкованої версії, з'явився в передплаті електронний варіант, започатковано відеопроєкт «Маяківська вітальня». Свою районку Тетяна Лучинська називає родзинкою Богодухівського краю, яку треба зберегти для нащадків.

Потужним інформаційним центром Великописарівської громади на Сумщині є газета «Ворскла» на чолі з Олексієм Пасюгою. За останній час ця редакція з території, що постійно перебуває під ворожим прицілом, розширила свої можливості спілкування з читачами: газета здобула статус обласної, в передплаті з'явився електронний варіант, а друкований випуск можна придбати в редакції — і це втричі дешевше, ніж на пошті. А наприкінці грудня Олексій Пасюга поділився новацією:

– У новорічному випуску вперше друкуємо QR-код, а відтак можна побачити відеосюжет, що буде супроводжувати та доповнювати друковану інформацію в газеті. На цьому QR-коді — будівництво дороги в Великій Писарівці, в центрі селища.

Варто сказати й про спільну акцію редакції й волонтерки Наталії Биканової «Придбай «Ворсклу» — підтримай ЗСУ!», яка дала змогу придбати для захисників України два дрони.

Але якщо ці дві газети не сумнівалися в своєму майбутньому, то Павло Смовж, головред «Трибуни Праці» з Іванкова, не приховував своєї стурбованості. За кілька днів до Новоріччя він зокрема заявив:

— Доведеться припинити вихід через серйозні фінансові проблеми, долати котрі доводиться не лише іванківським газетярям, а й журна-

лістам локальних і регіональних видань по всій Україні. Допомогати цим виданням не збираються ні держава, ні обласні, ні районні ради й адміністрації, ні депутати й керівники місцевих громад. Хоча законодавчо передбачені для цього підстави є.

Дуже сумно стало після цієї новини. Адже за місяць до цього був на презентації книжки Павла Смовжа «Фрагменти української незламності». Після того, що пережив автор і редактор під час тимчасової окупації Іванкова, а потім відновив випуск газети та ще й книгу написав, по суті документальне свідчення про російську агресію і її наслідки, йому навіть на думку не спадало, що така легендарна газета може закритися. Здавалося, влада й громада зберуться всім миром і підтримають свою «Трибуну», але не так сталося, як гадалося...

Проте своє прощальне звернення Павлу Смовжу таки довелося переписати. Воно вийшло на першій шпальті під заголовком «Сподіватися треба не на чудо, а на друзів». Ось що написав редактор:

По-перше, один із наших земляків підтвердив свій намір продовжувати посилено підтримувати «Трибуну Праці» фінансово. За що йому величезна вдячність! (Але попросив не називати його імені. Добре справи, каже, робляться тихо).

По-друге, знов — уже вкотре — підставив своє надійне плече голова НСЖУ Сергій Томіленко. Це саме завдяки його допомозі, а також керівників Академії української преси видання газети фінансувалося майже весь минулий рік. І ось в останні дні грудня Сергій Антонович сконтактував мене з керівником Івано-Франківської телерадіокомпанії «РАІ» Андрієм Русиняком, який надав «Трибуні праці» одноразову грошову допомогу.

До речі, завдяки активній і послідовній позиції очільника НСЖУ щодо всебічної підтримки місцевих і регіональних газет на прифронтових і деокупованих територіях відновили свій вихід і регулярно доставляються читачам вже понад 30 таких видань в Україні.

По-третє, допомога прийшла, звідки я її й не очікував. Дізнавшись про проблеми іванківської газети, певну суму для її підтримки перерахувала дружина одного з героїв-захисників України, загиблих у березні 2022р. в нашій Слободі Кухарській. Величезне й Вам «Спасибі!», шановна Наталіє! (Вона теж просила не називати її прізвища).

Таким чином, з'явилася можливість говорити про вихід «Трибуни праці» протягом трьох перших місяців 2024 року. Але й це добре: збережеться хоч така можливість публікувати в газеті найважливішу й актуальну місцеву інформацію. А також розміщувати необхідні населенню, підприємствам, установам, організаціям і приватним підприємцям Іванківської та сусідніх громад повідомлення й оголошення. Це вкрай важливо, коли з такими питаннями більше нікуди звертатися в великому пристолічному районі, яким є Вишгородський.

Кому потрібна місцева преса?

А ось думка Павла Смовжа про стосунки влади й медіа:

— Вкотре, на жаль, повторюю: сьогоднішній владі на всіх рівнях преса стала непотрібною. (Чому — самі бачите у повсякденні...). Тож немалі реальні й потенційні можливості друкованих ЗМІ належним чином не використовуються. Зокрема, і як каналу комунікації влади з суспільством та його згуртування на прискорення перемоги над агресором, і як засобу ведення інформаційної війни з ворогом. Саме тому про виживання друкованих видань в Україні змушені дбати переважно самі журналісти. Це нормальна ситуація?!

Проблеми, про які детально розповів досвідчений медійник, притаманні всім друкованим локальним медіа. Правда і в тому, що почалися вони ще до початку широкомасштабного вторгнення ворога. Але як і до війни, так і зараз ні Верховна Рада, ні уряд, ні Міністерство культури та інформаційної політики, ні парламентський комітет зі свободи слова не реагують на звернення місцевих медіа про підтримку.

Такий приклад. 3 жовтня минулого року «Сільські Вісті» на першій шпальті друкують «Звернення до влади», в якому, зокрема, йдеться про те, що понад 120 керівників друкованих ЗМІ на Всеукраїнській нараді головних редакторів, проведеної НСЖУ, проголосували за звернення до Офісу президента, уряду та Верховної Ради щодо необхідності підтримки українських газет під час війни. Відповіді на це звернення знайти не вдалося. Схоже на те, що, крім Єдиного телемарафону, влада воліє нічого ані бачити, ані чути і читати...

Але все ж таки українці отримують інформацію з різних джерел, зокрема і з кількох національних телеканалів, діяльність яких влада обмежила без пояснення причин із початком війни; а також із видань, які виходять на прифронтових територіях, які інформаційно захищають свою державу без її підтримки!

Такою підтримкою могло бути поліпшення роботи «Укрпошти», яку видавці й редактори закликали утриматися від підвищення тарифів на доставку періодики. Монополіст не почув, уряд зробив вигляд, що нічого про це не знає.

Щодо крайової влади. Лише депутати Львівської обласної ради на позачерговій сесії у грудні минулого року прийняли звернення до Президента України, Кабінету Міністрів України, Міністерства інфраструктури України, дирекції АТ «Укрпошта» щодо забезпечення якісними послугами мешканців сільської місцевості з передплати та доставки друкованих періодичних видань. Про реакцію на це звернення невідомо.

Тренд на «Бубусин Компот» та «Тещині Млинці»

В останні дні грудня завершилася передплатна кампанія на друковані видання на 2024 рік. Вона була найкоротшою за всю істо-

рію — офіційно стартувала 30 жовтня й фінішувала 27 грудня. Проте найголовніша її відмінність від попередніх кампаній — зменшення кількості видань. Передплатний каталог на перше півріччя 2024 помітно «схуд»: становив близько 600 видань, а було понад тисячу. Треба зазначити, що місцеві медіа мають свої каталоги. «Укрпошта» також запрошує зробити онлайн-передплату майже 1500 загальнодержавних і місцевих видань.

У минулому році закриття друкованих видань продовжилось. Наприклад, припинили свою діяльність обласна «Житомирщина», «Воля» з Тернопільської області, «Слово і час» та «Нове життя» з Рівненщини та інші газети.

Але повернемося до Каталогу видань України на перше півріччя 2024 року. Помірковано над тим, які саме видання й на які теми пропонують читати українцям.

Найбільшим є розділ «Родина. Домівка. Побут» — понад 60 газет і журналів, зокрема «Бабусин компот», «Кросворди для всіх», «Тещині млинці» та ін. На другому й третьому місцях — видання про охорону здоров'я й медицину та універсального змісту — їх по 61 виданню в кожному з цих розділів.

Майже стільки ж — 59 — становлять дитячі й молодіжні видання, що, як на мій погляд, не може не радувати. Серед цих видань, наприклад, «Дитяча газета», «Стежинка», «Яблунька», «Івасик Телесик для малят». Тримає стрій і «Малятко» — один із найстарших журналів України, який видається з 1960 року.

А от громадсько-політичних та літературно-художніх видань у передплатному Каталозі наразі 28 і 25%. Серед них, зокрема, газета «Експрес» з додатками, які мають окремий індекс і тематичне спрямування: «Експрес + Історія плюс», «Експрес + Моя сповідь. Газета віруючої людини» та інші — всього шість додатків. Удвічі менше додатків має тижневик «Хазяїн», заснований свого часу в Донецьку. З окремим додатком виходить ще одна відома газета зі Львова — «Високий Замок».

Є в цьому розділі й дві газети, для яких досі зберігається фінансування з державного бюджету, — «Голос України» та «Урядовий Кур'єр». Здавалося, за таких умов видання, що висвітлюють діяльність Верховної Ради й Кабміну, мали бути доступними для широких верств за ціною передплати, але вартість збільшили втричі! Так, «Голос України», що на місяць коштував торік 45 гривень, цього року вже 145! Водночас незалежні видання підвищили свою ціну не в рази.

Зберегли свої позиції на газетній мапі країни такі знані видання, як «Сільські Вісті», «Україна Молода», «Слово Просвіти», «Шлях Перемоги», «Українська Літературна Газета».

Так само доступні для передплати газети для національних меншин. «Karpati Igaz Szó» угорською мовою виходить щотижня (!),

«Nowy Kurier Galicyjski» польською двічі на місяць. У Києві польською та українською мовами двічі на місяць видається «Dziennik Kijowski».

А от від мови агресора видавці відмовилися — виняток становлять кілька видань розважального характеру, як от «Бабушкин Компот» (збірник кросвордів) чи «Созвездие Развлечений» (журнал для інтелектуального сімейного дозвілля).

У ці буремні часи Українському товариству сліпих вдалося зберегти реабілітаційну газету «Промінь», що виходить плоскодруктованим шрифтом і окремо рельєфно-крапковим.

Серед чималої кількості журналів виходять, зокрема, «Жінка», «Burda» (українською) і кілька літературно-художніх часописів — «Київ», «Всесвіт», «Дзвін». На відміну від них, «Країна» збільшила періодичність — журнал, що не залежується в столичних кіосках, виходитиме двічі на місяць.

Пропонується й видання на дуже актуальну для нашої держави тему — журнал «Україна до Північноатлантичного альянсу» періодичністю один раз на два місяці.

Не можу обійти увагою й всеукраїнську жіночу газету «Між нами бабами» — назва говорить сама за себе.

На мою думку, приз за найоригінальнішу назву варто б віддати за сновникам газети, яку назвали словами з вірша Володимира Сосюри «Так ніхто не кохав» (Неймовірні історії про любов та життєві драми).

І як би не кортіло на такій лірично-оптимістичній хвилі завершити ці роздуми, життя посеред війни вносить свої корективи.

Так, цими днями очільник Одеської обласної організації НСЖУ Юрій Работін ініціював робочу зустріч за участю Одеської дирекції АТ «Укрпошта» й 21 редакції ЗМІ області.

За словами начальника відділу періодичних видань Вікторії Шевчук, передплатний тираж місцевих видань на Одещині становить 104 тисячі примірників, що на 44 тисячі менше, ніж торік. За її словами, на це вплинули економічна ситуація, наслідки війни, міграція населення.

Юрій Работін зауважив, що обдзвонив редакції всіх газет області. З'ясувалося, що частина з них тимчасово призупинили свою роботу.

«Наразі на Одещині виходять 19 газет, торік було 25, а в 2022 — 36. На жаль, навіть деякі великі територіальні громади, як от місто Ізмаїл з довколишніми селами, залишилися без місцевих газет. Але я сподіваюся, що найближчим часом ситуація виправиться», — сказав у своєму коментарі Юрій Работін.

Чи поліпшиться ситуація для друкованих медіа найближчим часом — нині прогнозувати важко.

УДК 070.422:[070.45:392.4(047.53)]

Журналістика з людським обличчям, яку ми втрачаємо

Тетяна КОЛЯДИНСЬКА
журналістка (Дніпро)
tkolyadinskaya@ukr.net

© Колядинська Т., 2024

Історія однієї рубрики в дніпровській обласній газеті «Зоря»

Не кожне друковане видання доживає до такого віку, як ця рубрика в дніпровській «Зорі». Самій «Зорі» навесні 2024-го виповнилося 107, а рубриці «Де ти, моя доле?» — сорок! «Експеримент», який міг закінчитися вже на першій публікації, відновився і набрав сили завдяки читачам. Причому, народившись в епоху стаціонарних телефонів і лінійного набору, рубрика залишається популярною і з настанням комп'ютерних часів - в добу Інтернету і сучасних гаджетів. І не лише серед людей старшого віку, а й серед молодих і високоосвічених. Вона виявилася не тільки цікавою, а й необхідною.

Із Оленою Дмитрівною Десятерик, колишньою завідувачкою відділу листів, незмінною ведучою цієї рубрики-довгожительки веде розмову відома журналістка з Дніпра Тетяна Колядинська.

JOURNALISM WITH A HUMAN FACE, WHICH WE ARE LOSING

Tetiana KOLIADYNSKA
journalist (Dnipro)
tkolyadinskaya@ukr.net

The story of one section in the Dnipro regional newspaper "Zoria" ("Star").

Not every newspaper lives to be as old as this section in the Dnipro newspaper "Zoria". In the spring of 2024, "Zoria" itself turns 107, and the section "Where Are You, My Destiny?" turns 40!

Tetiana Koliadynska, a well-known journalist from Dnipro, interviews Olena Desiateryk, the former head of the letters department and the permanent host of this long-standing section.

Експеримент виявився довговічним

В останньому грудневому номері за 1983 рік на жіночій сторінці «Зорянка» в рубриці «Особисте» було вміщено лист від такого собі Миколи з Межівського району під заголовком «Є у мене друг...» Чоловік просив газету знайти подругу — «тільки не дуже сердиту» — для свого друга, який після смерті матері зостався геть самотнім. Лист опублікувала, а сама поїхала на три тижні до Києва на якісь курси. Повернувшись, побачила на столі гору листів, порахувала — їх було 122, і всі для Миколи. Георгій Семенович Бурейко, головний редактор (світла йому пам'ять!), стурбовано викликав її в кабінет і вимогливо запитав: «Ви бачили, що у вас на столі? А що, як усі ті жінки прийдуть до редакції?.. Зробимо так. Внизу стоїть «Волга», відвезіть усе тому чоловікові. І більше таких експериментів повторювати не слід!»

Ступивши у Миколин двір, Олена Дмитрівна одразу зрозуміла, що мова не про друга, а про самого Миколу. Після тих відвідин час від часу він давав про себе знати. Зустрічей з авторками листів у нього було не так уже й багато, але пари йому не знайшлося. Пізніше звертався в редакцію по допомогу в якихось скрутних ситуаціях — допомагали.

А тим часом читачі не давали спокою, питали про Миколу й просили надрукувати й їхні історії. Так тривало до літа, коли в двері відділу листів постукав стрункий чоловік в елегантному костюмі. Це був Іван Карпенко з села Хороше Петропавлівського району. «Справа, — сказав він, — делікатна, але мені нічого приховувати — дуже хочу знайти дружину». Цього разу редактора не треба було довго вмовляти. Чи то зорянська пошта на вернула його до цього рішення, чи, можливо, вплинуло ще й те, що прохач був сином відомої на Дніпропетровщині народної поетеси Фросини Андріївни Карпенко. Та й самому йому було чим похвалитися: учасник бойових дій — у 14 років став зв'язковим партизанського загону, працював художнім керівником і кіномеханіком у місцевому Будинку культури і, забігаючи наперед, скажу, що віддав культурі села 56 років. Після його публікації знову злива листів, і в тому потоці Іван, сам удівець, знайшов Тетяну Точиліну з Комісарівки П'ятихатського району — на двадцять років молодшу вдову з чотирма дітьми. Старші Тетянині дочки вже вчилися в Дніпрі, а молодші син і доня пішли до школи в Хорошому. «Зоря» ще не раз писала про цю родину. Коли в липні 2022-го Олена Дмитрівна зідзвонювалася з Карпенками, Іван Федорович об'їжджав на своєму «жужуку» милі серцю місця, мав уже не тільки внуків, а й правнуків, і в листопаді готувався святкувати своє 95-ліття.

Отак з його легкої руки від липня 1984-го почався регулярний випуск «Особистого». На той час газета була органом обкому партії, і подібну тему не схвалювали. Навіть не всі колеги розуміли, для чого

6 ЗОРЯ

ОСОБИСТЕ

ДЕ ТИ, МОЯ ДОЛЕ?

Рубрикує Олена ДМИТРІВНА

Новий 7-ий номер «Зорі» вже вийшов. Ось до вас уривок з першої сторінки. Цього разу в рубриці «Особисте» ми знаємо, чому ми не можемо бути щасливими. Дякую за увагу до рубрики «Особисте» та за підтримку. Якщо ви хочете бути щасливими, то вам потрібно бути щасливим. Це означає, що ви повинні бути щасливим. Це означає, що ви повинні бути щасливим. Це означає, що ви повинні бути щасливим.

ДРУГА СПРОБА

Як Іван Карпенко сказав зоборону на «Особисте»

Щоб надрукувати як завжди статтю, потрібно укласти певні угоди. Це означає, що ви повинні бути щасливим. Це означає, що ви повинні бути щасливим. Це означає, що ви повинні бути щасливим.

«Зорі» такі публікації: «Газета — не сваха!» Але тепер уже за рубрику заступається головний редактор — на критику згори не зважає й іронічні випадки колег не підтримував. Активно за неї голосували й читачі — і листами, і відгуками. Під час «Днів “Зорі”» у колгоспах на запитання «Що найбільше подобається в газеті?», як правило, відповідали: «Особисте». Згодом рубрика вийшла за межі «Зорянки», зайняла чималеньку площу — сторінку А-3 і не раз за ці роки міняла назву: «Шукаю пару», «Шукаю долю», «Де ти бродиш, моя доле?» і на решті — «Де ти, моя доле?»

Сто тисяч за знайомство

У буремні дев'яності над рубрикою нависла економічна загроза — галопуюча інфляція змушувала шукати найменшу можливість заробітку, щоб вижити. Публікації вирішили зробити платними. Олена Дмитрівна показує мені повідомлення від 17 лютого 1996 р.: щоб надрукувати свій лист у рубриці «Шукаю пару», треба було переказати на рахунок редакції (або заплатити готівкою) чотири тисячі карбованців, а за відгук на чиюсь публікацію, який редакція зобов'язувалася переслати адресату, — сто тисяч!

— Читаю зараз і очам не вірую! — каже Олена Дмитрівна. — Правда, у вересні того ж року, коли ввели в обіг національну валюту, ми просили вже три гривні.

А в 2011-му рубрика ненадовго зникла з газетних шпальт.

— Я, звичайно, це помітила, — каже Олена Дмитрівна, — але подумала, що то через брак місця. Як з'ясувалося, її хотіли зняти назавсім. «Зоря» тоді вже була газетою облради, і в надії збільшити тираж і передплату взялася, так би мовити, міняти формат. Керував цим процесом новопризначений голова наглядової ради газети Сергій Чернявський, який вирішив, що в переформатоване видання ця рубрика не «вписується», оскільки «тема інтиму й сексу», згідно з дослідженнями читачьких уподобань, на останньому місці.

Читачі не погодилися з таким рішенням: писали, дзвонили, а хтось і гроші за передплату вимагав повернути, бо, мовляв, спеціально передплатив суботній номер, щоб читати цю сторінку. Через два тижні рубрику повернули на місце.

Було, що дописувачі не тільки пару шукали. Багато сімейних людей написали самотній жінці, яка просила газету знайти когось, до кого вона прихилилася б у старості. Молоді подружжя не приховували: свого житла чекати довго, охоче переїхали б і доглядали. Інші пропонували забрати до себе: «Якщо не зможете приїхати автобусом чи поїздом, то я приїду й заберу. Як не сподобається в мене, то відведу додому. Від Вас нічого не потрібно, в мене все є, і з Вами можу поділитися. М. Шацька, Нікопольський район». І читачі це оцінили: «Чую, у нашому селі схвально говорять, що, мовляв, і стареньким, недужим допомагають, щоб і такі не лишалися без підтримки» (26.10.86)

Хустина чи корона?

У читацьких сповідях нерідко йдеться про буденні клопоти: про земельні паї, пенсії, а також про стосунки батьків, дітей, онуків. Про вчинки добрі й недобрі, на яких можна повчитися. «Поважаю тих, написала вчителька М. Романюха з Криничанського району, хто без опитування сторонніх мас рішає свою долю при вашій, Зорянко, допомозі. І розповіла таку історію: «Недавно мене запитали: «Чом не випишете собі чоловіка?» — «Звідки?» — з гумором поцікавилася я. — «З газети. Он Оксана виписала, — відповідають. — Він приїде до неї». Справді, він їхав. Їхав з добрими намірами. Та на вокзалі, питаючи дорогу, зустрівся з Оксаниними односельцями, які наговорили йому такого... І він поїхав назад. А Оксана? Ходить у передовиках, і здоров'ю її можна позаздрити». (26.10.86)

Буває, що й перепалки між сторонами спалахують на сторінках газети. Віктор М., 59 років, із Дніпровського району поскаржився, що майже всі жінки, які пишуть і друкуються в рубриці і з якими він спілкувався, сім'ю створювати не готові. Бо для цього одного бажання мало — треба ще й потрудитися: від чогось відмовитися, чимось пожертвувати, а щось і прийняти. А вони, мовляв, нічого міняти не збираються ні у звичках, ні в характері, натомість від чоловіка вимагають: міняйся, пристосовуйся до мене, королеви! Усіх жінок, які йому написали і з якими вже мав першу зустріч, на другу просив прийти без косметики і в хустині. Якщо хустки нема, готовий купити і подарувати. «І що? Жодна на другу зустріч не прийшла! Я гадаю, що «корона» заважає пов'язати хустину, — пише чоловік. — А мені королева-самозванка не потрібна. Як я її покохаю і все в нас буде добре, то я сам зроблю з неї королеву». І аргументує свою позицію так: «В усіх народів світу, в усіх релігіях жінка — це жертвність, покірність, сми-

рення, бажання віддавати, а не брати. Чоловік хоче бачити біля себе жінку, а не такого ж чоловіка. Жіночки, благаю вас: будьте жінками, дружинами, а не партнерками своєму чоловікові!» (27.12.23)

Валентина М., 59 років, із Дніпра погодилася прийти на побачення в хустині. А натомість, припустивши, що автор допису — чоловік інтелігентний, шляхетний, не має обвислого животика, із чудовою спортивною статурою, прекрасний співрозмовник, інтелектуал, має власний бізнес — зажадала побачити його на зустрічі в костюмі від котрогось із відомих дизайнерів... (24.01.24)

«Я рідко коли бачу такі щасливі пари!»

«Це просто диво!» — услід за своїми дописувачами, яким вона допомогла зустрітися, — каже Олена Десятерик. Анатолій і Валентина Святенки обоє писали в «Зорю»: він — жінкам, вона — чоловікам, але марно. Аж поки її публікація не потрапила на очі Анатолієві. Надіслав відгук, а невдовзі запросив до себе, в село Вільне Криничанського району, на своє 66-річчя. Вона приїхала й додому вже не повернулася. Свій дім у Софіївському районі лишила дочці і трьом онукам. В Анатолія також донька, двоє онуків, згодом і правнучка з'явилася. Валентина, відпрацювавши провідницею на залізниці, стала господарювати на землі. «Як устигаємо? А в нас є трактор, косарка, культиватор — усе, що треба! Я дуже щаслива зі своїм чоловіком. Знаєте, навіть написала десять пісень. І ще писатиму...» (15.05.19)

13 ОСОБИСТЕ

ДЕ ТИ, МОЯ ДОЛЕ?

Мені 28 років, я працюю в банківській службі в Києві з 2014 року. Заради грошей переїхала до Львова, де працюю в банківській службі. Заради грошей переїхала до Львова, де працюю в банківській службі. Заради грошей переїхала до Львова, де працюю в банківській службі.

Валентина М. 59 років, із Дніпра погодилася прийти на побачення в хустині. А натомість, припустивши, що автор допису — чоловік інтелігентний, шляхетний, не має обвислого животика, із чудовою спортивною статурою, прекрасний співрозмовник, інтелектуал, має власний бізнес — зажадала побачити його на зустрічі в костюмі від котрогось із відомих дизайнерів...

«Я рідко коли бачу такі щасливі пари!»

«Це просто диво!» — услід за своїми дописувачами, яким вона допомогла зустрітися, — каже Олена Десятерик. Анатолій і Валентина Святенки обоє писали в «Зорю»: він — жінкам, вона — чоловікам, але марно. Аж поки її публікація не потрапила на очі Анатолієві. Надіслав відгук, а невдовзі запросив до себе, в село Вільне Криничанського району, на своє 66-річчя. Вона приїхала й додому вже не повернулася. Свій дім у Софіївському районі лишила дочці і трьом онукам. В Анатолія також донька, двоє онуків, згодом і правнучка з'явилася. Валентина, відпрацювавши провідницею на залізниці, стала господарювати на землі. «Як устигаємо? А в нас є трактор, косарка, культиватор — усе, що треба! Я дуже щаслива зі своїм чоловіком. Знаєте, навіть написала десять пісень. І ще писатиму...» (15.05.19)

РЕКЛАМА В ГАЗЕТІ «ЗОРЯ» (095) 50-71-911

14 ОСОБИСТЕ

«Чіпляються на нього і висять, як виноград»

13 років тому, безлітного дня, Іван і Ольга побачилися вперше. Відтоді вони разом.

«Я рідко коли бачу такі щасливі пари!»

«Це просто диво!» — услід за своїми дописувачами, яким вона допомогла зустрітися, — каже Олена Десятерик. Анатолій і Валентина Святенки обоє писали в «Зорю»: він — жінкам, вона — чоловікам, але марно. Аж поки її публікація не потрапила на очі Анатолієві. Надіслав відгук, а невдовзі запросив до себе, в село Вільне Криничанського району, на своє 66-річчя. Вона приїхала й додому вже не повернулася. Свій дім у Софіївському районі лишила дочці і трьом онукам. В Анатолія також донька, двоє онуків, згодом і правнучка з'явилася. Валентина, відпрацювавши провідницею на залізниці, стала господарювати на землі. «Як устигаємо? А в нас є трактор, косарка, культиватор — усе, що треба! Я дуже щаслива зі своїм чоловіком. Знаєте, навіть написала десять пісень. І ще писатиму...» (15.05.19)

РЕКЛАМА В ГАЗЕТІ «ЗОРЯ» (095) 50-71-911

«Я рідко коли бачу такі щасливі пари!» — призналася секретар Чернеччинської сільради з Магдалинівського району, яка реєструвала шлюб Тетяни й Павла Прилипків. — На шлюбній церемонії наречені здебільшого скуті, а ці просто сяяли». Коли Тетяна чекала відгуків на свою публікацію, їй наснилося, що чорнявий парубок переводить її через річку. А вдень надійшов лист від Павла. Невдовзі вона вже їхала з Дніпра в Чернеччину, він упізнав її ще в автобусі... (31.12.99)

Жодної статистики в Олені Дмитрівни немає. Багато років вела вона книги обліку листів, але вони загубилися під час переїзду редакції. Та й порахувати, скільки самотніх людей знайшли одне одного, неможливо, бо не всі дають про це знати.

— Спочатку ображалася, що не повідомляють, — зізнається Олена Дмитрівна, — а тепер не ображаюся, бо поважаю приватність.

Тому кожна вісточка про створену сім'ю — це «душевний щедрий дарунок».

«... Захотілось мені нагадати Вам, Оленко, про часи, як ми хвилювалися за долю найменшого сина, надто він був сором'язливий з дівчатами. Ми зі старшою дочкою звернули тоді синову увагу на лист однієї дівчини. Дівчина відізвалась. Недовго й переписувались.

І ось уже їхньому старшому синові 12 років... Мій син і невістка виявилися люблячими, дбайливими батьками величенької сімейки: всього у них шестеро діток. Допомогає їм невістчина мама, моя сваха, яку вони привезли з Васильківського району. В сім'ї злагода. Вважаю, що в наш нелегкий час це немало. Любов Шаламай. Вербки, Павлоградський район».

Олена Дмитрівна одразу знайшла в архіві ту публікацію 20-річної Ольги Н. і поїхала у Вербки. Подружжя Шаламаїв згадувало, що осінь і зиму листувалися, навесні 22-річний Іван приїхав у Павлівку до Ольги, а вже наступного дня повіз знайомити її зі своїми батьками. Іван багато якої роботи знає, у селі він швидка технічна допомога. І слюсар, і будівельник, і груби кладе, і від діда ковальське ремесло перейняв. Тільки двом дітям, Арсенієві та Дмитрові, імена зі словника вибрали, Валерій, Тимофій та Ірина названі на честь діда, прадіда й прабабці. Найменшому дісталось татове ім'я. В очікуванні малого Іванка чоловік заздалегідь відвіз дружину в лікарню, бо п'яту дитину довелося вдома самому приймати... (1.07.15)

**Завжди разом — чи цвяхи забивали,
чи вареники варили...**

Не варто сподіватися, що всі пари щасливі. І не дивина, якщо не вжилися й розлучилися. Але буває, що запитання «чому не розлучилися?» висить у повітрі й однозначної відповіді на нього немає.

«Мене називають матір'ю Терезою», – так Валентина написала про себе в листі до газети з проханням знайти їй пару. Власне, це і є її відповіддю на те запитання.

Коли переїжджала до чоловіка, не знала, що він занадто любить горілку. Але не злякалася, вірила, що допоможе побороти цю згубну пристрасть. Жили на дві пенсії — її та його матері. Потім сталася пожежа: свекруха загинула, а чоловік потрапив у лікарню. Розгрібала згарище, порала город, їздила до лікарні. Та виживати на одну пенсію було нереально. Запропонувала йому переїхати до себе в район. Обое влаштувалися на роботу. Однак він там не затримався. Але вона була рада, що чоловік господарює вдома. «Вертаюся з роботи — в хаті тепло, все пороблено. Надіялась: він зрозуміє, що можна жити без горілки». Прожили разом вісім років. Двічі рятували його в лікарні. 28 листопада 2019-го йому виповнилося 62, а 30-го він помер.

«Хочеться на цілий світ кричати до тих, хто дружить з горілкою: «Усю не переп'єте, не занпащайте своє життя! Воно прекрасне!»

«Оленко, що вибрала була собі такого чоловіка — на те воля Божа. Я з батьком моїх дітей 30 літ прожила, як у Бога за пазухою. Діти мене не покидають. Є четверо внучат і правнучка». (26.02.20)

Чимало Оленчиних дописувачів (зазвичай вони називають її Оленкою) залишаються в її орбіті на довгі роки. І про родину Біликів із Новомосковська вона не раз писала. А три роки тому прилетіла печальна звістка:

«... Хочу по-жіночому виплакаться і поскаржитися на Василя. Покинув мене. Покинув назавжди. Так тихенько, з усмішкою на обличчі.

Доброго дня вам Оленко,
З самого початку хотіла вам
порадувати, за рубрику що
ви вбачає, Бред Кет десять
років тому я понайшла
се зі своїм теперішнім
чоловіком, з яким ми
притили двох синів. Всім
не сподоб!

Чого раз я звертаюся до
вас за допомогою, щоб ви
опублікували моє прохання
з приводу життя. Я саме.
Ми з чоловіком і дітками
протіваємо в хаті, яка
потребує ремонту. Хатка
невеличка, дві кімнати кіма-
ти, із маленьку обложень
цього стіни порісталися
і випукали. Сама головне
нима важкої кімнати.
Ми з чоловіком молоді

22/1/-1996р.
Доброго дня Шановні Зорини, а особлив
Здрабуй Зоринка два допомогте
Саміти люди знайти пару, свою долю.
пиче всі пичіонер саміти муриш
Ваше перидтаймні газети Зорі як випукали
Готіть випукав на всім, свою уробилиш
Зірокку, полугив за дві Сігилі Тінаур
Газети і як вигра шукаю всім Шуркаю
то поверте я китівітві своїм огали
шо завидіше на публікацію треба пичіт
100 тисяч, це дозві Зорини ми правилиш
імперавидливо це невеличка із обзидані
Хіба ви мали 400 тисяч за публікацію
шо ви рішили брати хіона зичмо це 100тн
Ниподобіте, притам всі Зорини люди
і добре знають шо Зорини всего на всего
і добре пичітві пичіти муриш драбуйтві
притам без нікві Сиритті, буде ціло пичіт
тад як ось пичіте. Виздві, Алексі,
шо више всіе писала до вас Зорини

14 жовтня 2018 г.

ОСОБИСТЕ

ЗОРЯ 13
www.zorya.org.ua

ДЕ ТИ, МОЯ ДОЛЕ?

Рубрику веде Оксана ДЕСЯТЕРІК



Михайло К. з Ніколина. 1946 р. н., ріст 164, вага близько 60, худий, жовтуваті зачіски, товщина і погруддя, довгі ніг і стопи, ніг, не найкращі, й не ступовий, не майже, що страшний друг по життю і сплячку. В мене одностайна квартира. Не курю, не пачкаю, роблю, зробив пенсія, незалежний, спокійний, мисливий. Був би радий, «вві» відмовився про щастя самотності розвести, щоб повести мене одне в самотню квартиру.

Вані варити їсти, кашувати, та самотньо на це спит. Спавати, чужої жінки, по життю, як свій сплячку, а чоловік не самотній.

Олександр В. з Новомихалівського району. Зарплати, пені Оксана, надідува камісти Вім, Норолонний навесі 1969 в Дніпрі, де і варю. Три роки тому приїхав будинок у селі. Був одружений, довгий шлюб, який не вийшло, Торки не стало жодного мого. Не люблю самоти. Не п'ю, не курю.

Оле, в мене світлий, сонді, роблю в Губубані на компанії з випрошування курей «Агро-Оле».

Жити би хотіла мішу — не для спілкування, а для життя. Щоб відчувати себе, щоб якимось чином бути в парі. У спілкуванні зорую мого, що нас цікавить мій ріст 174, вага 78.

Віталій Д. з Дніпра. 39 років, працюю, не п'ю, робочий, досвідчений, делікатний. Мені би сподобалося жити в парі. Чи сподобалося жити в парі, що було саме мені розуміти і довіри.

Амдрій П. з Павлоградського району. Простий сільськогосподарський працівник, трудящий, не цікавить алкоголь. Мені 33. Був одружений, дітей нема.

Оксана раз не вийшло... А хочеться простото сімейного життя. Живу з батьками.

Житий від роботи час старіє випробує від роботи час старіє, випробує від роботи час старіє, випробує від роботи час старіє. Люблю читати, турботи по домашньому, му місту, дивитися фільми, але втомлююся з гарним гітлом.

40 років, незвисокого росту, струнка.

Наталія Т. з Васильківського району. 39 років, ріст 167, трохи повніша. Соромлюся самотності, вродили стромі елініка, проста, не курю, не п'ю, освіта вільна, однокласник педагогічного університету, не мого для роботи. Родина мій був, та дитини нема. Я в 8 місяці однокласника памірили: мама у 2004, тато — позаторі.

Хочеться спілкування з позованим, знайти вродило друга і доброго господаря.

Самай дуже не люблю. Думую, що головне в сім'ї — шабобне ставлення одне до одного. Шкідливих звичок не маю.

Олександр В. з Дніпра. Тиши жодне спілкування, на мою турботу, дати уваження про доповідь. Так коротко: 38 років, ріст 169, ні п'ю, ні курю, приваблюю зовнішності, преро, спокійна.

Третій рік як розлучене, звели шість років, жаживо з мого могом всі разом у трикласній в Старокодашівському районі. Що це? Так в мрію про сервісний ступівник. Освіта вільна, вже засмодить роки працюю за фізикою на одному місці, у проекційну інсталяції.

Тетяна С. з Дніпра. 1988 р. н. одружена не була, дітей нема. На заводі працюю інженером, бізнесова, невисока. Шабу денік, ність, високовість, порядковість. Не маю — тому самотньому, що поважає дати знати про себе.

КОЖНИЙ ДЕНЬ ЗАХОДУЖУ ДО ПОРОЖНЬОЇ ХАТИ

Останній час мене не покидає бажання виїхати, поїхати в інше місто, а в мене нема самоти, яка б була, а в мене нема, я люблю свою. Але в мене нема, я люблю свою. Але в мене нема, я люблю свою.

Важко любило життя. Не поспішаво мати дітей. Мріялося про те, що вільно міг би жити. Особливо, поїхати в інше місто. Кожен день заходжую до порожньої хати. А так хочеться чутти тепле близького людини, щоб наполювати по порожньому в душі.

Хочеться б маркет зустріти свого діду — доброзичливого християнина з милосердям світлою людиною і добрим способом життя.

Своїй парамі і в і в близькому містечку, і в місті, бачили б в мене жодного, жодного діду, у діду, не обговорюю одне одного, знавими — зовнішності.

Оксана К., 47 років
Кібішевський район

Я ще, кажуть, ніроку, не зігнутий, красивенький

Пеняко, в якому діду тобі, в бузи мені відпустки. З одним спілкування, ну жодна не хоче своїх дітей залишити. Останній діду під 30 років, другий за 35, і однокласник, і в порожньому самотньою діду. Я і другу, а в мене самотньо у дитини грають. Ніде на подвір'ї ні кімнатки, ні стобинки. Я жодна мого, подруги мене ще рад, що в одному, 1944 р. н., освіта вільна, ріст 160, вага була яка 50, на пенсії, пенсія добра, жоду самотньою, шумно собі жінкою. А мого, щось підтримати.

Дружина моя змарла в 2015 році. Спідомовили бідного пеняка. У приватному секторі мого життя, з хворобою лізнало, він горів і спит. Зі своєю діду, слава Богу, порядко, то і задіду. От як живу сам, працюю нема. З освітленою не дружу. Пенсія, пенсія, пенсія, бо мого, раз на півроку доводиться поїхати по пенсії. Я не курю, не п'ю, але в мене треба поїхати, то е в мене жодну свій господарство.

Діду було діду, пеня довший, то не так спально, а тепер вночі добираюся і нема жоду діду, жоду жоду вночі від однокласника. Я, кажуть, ще вчорашній, не зігнутий, красивенький. Обміщався в теніс, в теніс, раз на півроку доводиться поїхати по пенсії. А як було запрошений, то і приїду буду жодного діду. Діду мого, так само одне на одного.

Я неспокійний, не занути і незвичаний. Колись був червоний, тепер пенсія, майже білий. Як уже в пенсії, то в пенсії, не маю обираючи не сподобуватися за свій вибір, окрім діду не буде.

Оксана С., 74 років
Дніпро

Вісник 70 літ

Щоб надрукувати на нашій сторінці (виходить у кожній числі газети), надішліть нам листівку. Але не надішліть чийсь телефонний номер, якщо хочете, щоб листівку надішліть на нашу сторінку. Надішліть листівку на адресу: **Оксана ДЕСЯТЕРІК, «Зоря» м. Дніпро, Маршалавська 11, Дніпро, 49027. І листівку надішліть на ту ж адресу (визначеною адресою) після сорок п'яти листів, а в першому листі надішліть, а в першому листі надішліть, а в першому листі надішліть, а в першому листі надішліть, а в першому листі надішліть, а в першому листі надішліть.**

Ніколи не лишав саму, ми завжди були поруч — що б не робили: чи цвяхи забивали, чи вареники варили... Помітив, що я шкарпетки натягаю догори п'ятами, тому що на п'яті була дірка, — поїхав купити мені шкарпетки. Ще й на піцу все купив, планували на суботу й неділю приготувати. Сів на ліжку. Попросив чаю, тишеньку приліг. І тиша... Ці десять років пролетіли так миттєво, ми були щасливі... Василь завжди казав: «Коли ти біля мене, мені нічого не страшно». А я звикла жити під його опікою, він був мені, як мама, тато, друг і коханий чоловік». (29.12.20)

У конверті — надійніше!

Олена Дмитрівна й досі просить надсилати листи в конвертах. Але це не означає, що пишуть їй в основному пенсіонери, для яких така комунікація звична й зручніша. Є серед авторів чимало й молодих людей, і високоосвічених.



«Євген Т. з Дніпра, 35 років, працюю у виші, вища економічна освіта, скінчив аспірантуру й докторантуру. Вчився у музичній школі по класу гітари. Стрункий, русявий, люблю їздити на велосипеді, подорожувати».

«Сергій П. з Дніпра (про нього пише мама Зінаїда П.), 33 роки, жонатий не був, закінчив університет, має роботу, стабільний дохід. Не п'є, не курить. Ніби все є для життя, а з особистим не таланить. Здається, він на все це махнув рукою, змирився...»

А Олександр В. з Дніпровського району ось так пояснив своє рішення звернутися до газети: «Мені більше до вподоби такі прості способи знайомств, як оце в зорянській рубриці або через приятелів і добрих людей. Бо в сучасному світі Інтернету забагато брехні». (Усі три публікації за 26.02.20)

33-річному Анатолію Ю. з Київської області Інтернет допоміг знайти «Зорю» з такою потрібною йому рубрикою. «Але не рідну людину, — пише він і сподівається, що газета допоможе в цьому. — Живу в Богуславі у приватному будинку. Готовий на переїзд».

«По життю я боєць!»

У публікаціях останніх двох років зазвучала нова нотка, написана війною.

Степан Т., 53 роки, на пенсії, має власний дім у великому селі, де є школа, лікарня, пошта, дитячий садок, крамниці, церква, тримає трьох дійних корів. Обіцяє прихистити жінку з дітьми, якій ніде жити, і всиновити її дітей.

Валентина А., 64 роки, втікачка з Донеччини, вдова без шкідливих звичок, має пай і авто. «Не шукаю багатства й вигоди, шукаю чоловіка для створення дружної сім'ї». (17.01.24)

Світлана Н., 72 роки: «Хотіла раніше послати цей лист, але не пощастило — після обстрілу Кривого Рогу 22 вересня права рука була в гіпсі. Не могла нічого робити, навіть мусила обстригти волосся, бо не вдавалося розчесатися. Гіпс уже зняли, і ось аж тепер пишу. В нас сьогодні нема світла, то пішла до кав'ярні, зарядила телефон.

Проживаю у двокімнатній квартирі, маю вищу освіту, працювала в школі. Дочка й син далеко від мене, а я сама і сама. Всі три внучки тепер у Польщі. Найстарша має вищу освіту, працює. А ті вчаться. Дуже сподіваюся на відгук такого ж самотнього».

Тетяна С., 64 роки: «Власний дім у райцентрі, газ, вода, свердловина. Люблю варити, пекти, поратися на городі. Є сушарка для садівниці. Ще потроху, в міру сил, волонтеру — надсилаю нашим захисникам городину, домашню випічку, зараз, правда, рідше, бо здорожчали тарифи на електрику. Маю електродуховку 3,2 кВт, то встаю рано, доки дешевий нічний тариф, навіть город улітку поливаю вранці, до сьомої години. Роздайбіда, всіх мені жаль. Тільки мене життя не жаліє. По життю я боєць, але ось, пишучи, чогось розчулилась...» (Усі чотири публікації за 24.01.24)

А ось несподівана вісточка з міста Вормс у Німеччині:
«Шановна пані Олено, шлю вітання вам з відстані 2,5 тисячі кілометрів. Саме такою відстанню вимірюється зараз наше кохання, що народилося сім з половиною років тому завдяки Вашій рубриці в га-



*Олена Десятерик, редакція «Зорі»,
1993 рік*

зеті «Зоря». Саме тоді відгукнувся на мій лист Юрій, відтоді і аж до самого початку повномасштабного вторгнення ми, а згодом і наша дочка Улянка були завжди разом...»

Юрій друкувався не раз, а Леся умовила звернутися до газети мама. Йому було 49, їй 37. На її публікацію у березні 2016-го (писала, що любить читати, обожає театр) не міг не звернути увагу Юрій Дірявко, кандидат історичних наук, шанувальник театру, тренер із шахів. А у вересні вже й повінчалися. Леся Скорик викладала українську мову на безкоштовних курсах у міській бібліотеці, а також вчила мови волонтерів із організації «Допомога Дніпра», готувала до ЗНО дітей переселенців і воїнів АТО. Для обох цей шлюб — перший.

«... У Вормісі, де ми знайшли притулок, разом із нашими земляками організували український хор, активно волонтеримо, збираємо допомогу Україні, — пише Леся. — Ясна річ, дуже сумуємо за Батьківщиною, за татом Юрієм, за власною домівкою, за дідусем та обома бабусями. Мріємо про повернення».

Олена Десятерик упевнена: придумана нею газетна рубрика живе так довго, бо це те, що близьке людині, — ОСОБИСТЕ! А одна із її дописувачок так пояснила своє прагнення вже в літньому віці знайти свою долю: «Насамперед потрібне розуміння, іноді нас не розуміють навіть найближчі, рідні люди. На їхню думку, ми вже віджили своє. А ми ще живі, нам хочеться бути комусь потрібними!»

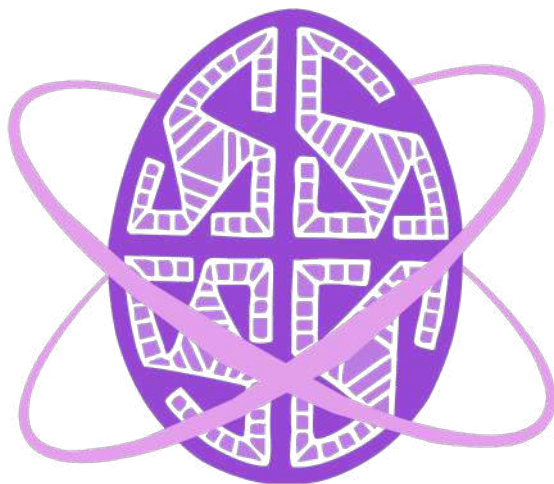
Довідково:

Десятерик Олена Дмитрівна народилася 16 листопада 1935 року в селі Ляхівці (нині Підгір'я) на Івано-Франківщині. У 16 з половиною років пішла працювати, щоб мати за що поїхати в обласний центр на вступні іспити. Була коректором у богородчанській районній газеті, потім у чернелицькій. У 1953-му вступила на російське відділення історико-філологічного факультету Станіславського педінституту (нині Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника). Після закінчення за направленням вчителювала у Кашкар'їнській області Узбекистану. Повернувшись на Івано-Франківщину, працювала в рідному виші, в лабораторії мовознавства, згодом старшим коректором у «Прикарпатській правді».

У 1962 році переїхала в Дніпропетровськ (нині Дніпро) до чоловіка (Валентин Десятерик багато років працював режисером на обласному телебаченні, уже покійний). Із травня 1965-го й до сьогоднішнього дня — в обласній газеті «Зоря». Була літредакторкою, кореспонденткою, заввідділом, досі веде започатковану сорок років тому рубрику «Особисте», що тепер називається «Де ти, моя доле?» Має двох синів, які пішли по стопах батьків: Дмитро — журналіст, кінокритик, Максим працює в сфері кіновиробництва.

РЕЦЕНЗІЇ, ПРЕЗЕНТАЦІЇ, ПОВІДОМЛЕННЯ

REVIEWS, PRESENTATIONS,
MESSAGES



УДК 378.091.33:655.4/.5]-027.22:[37.091.212:070]:387.4(477.86)(049.32)

Студентський видавничий проєкт «Поміж текстом: журналісти для журналістів»

Галина ПРИСТАЙ

канд. н. з соц. комунік.,

доцент кафедри журналістики

Прикарпатський національний
університет імені Василя
Стефаника

вул. Шевченка, 57, 76018,
Івано-Франківськ, Україна

galuna1803@gmail.com

ORCID 0000-0002-1728-288X

© Пристай Г., 2024

На кафедрі журналістики факультету філології Прикарпатського національно-го університету імені Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ) діє видавничий проєкт, який дає змогу студентам спробувати себе не тільки в ролі журналістів, а й у ролі коректорів, редакторів, фотокореспондентів, видавців, упорядників, дизайнерів.

Студентський видавничий проєкт «Поміж текстом: журналісти для журналістів» започатковано 2018 року в рамках навчальних дисциплін «Видавничий менеджмент», «Дизайн видання» та «Видавнича справа» й приурочений до Дня журналіста, який відзначається 6 червня. У проєкті беруть участь студенти 3-го та 5-го курсів спеціальності «Журналістика». Студенти спілкуються з усіма, хто причетний до різних сфер діяльності, аби передати досвід поколінь, який з надобиться кожному медійнику в його професійній діяльності, а також щоб допомогти тим, хто ще визначається з професією.

STUDENT PUBLISHING PROJECT “BETWEEN THE TEXT: JOURNALISTS FOR JOURNALISTS”

Halyna PRYSTAI

PhD in Social Communications,

Associate Professor at the Department of Journalism

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

57, Shevchenko St., 76018, Ivano-Frankivsk, Ukraine

galuna1803@gmail.com

ORCID 0000-0002-1728-288X

The Department of Journalism at the Faculty of Philology of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University (Ivano-Frankivsk) has a publishing project that allows students to try themselves not only as journalists but also as proofreaders, editors, photojournalists, publishers, compilers, and designers.

The student publishing project “Between the Text: Journalists for Journalists” was launched in 2018 as part of the “Publishing Management”, “Publication Design”, and “Publishing” disciplines and is dedicated to the Journalist’s Day, which is celebrated on 6 June. The project involves 3rd and 5th year students majoring in “Journalism”.

Ідея започаткування проєкту належить доцентці кафедри журналістики кандидатці наук із соціальних комунікацій Галині Пристай, яка впродовж п'яти років є керівником та упорядником шести випусків видання.

Станом на 6 червня 2023 року студентами впродовж п'ятьох років (2018–2023 рр.) у межах реалізації проєктної діяльності видано шість випусків книжок та зафіксовано 250 інтерв'ю з фахівцями засобів масової інформації Прикарпаття, вихідцями з цього краю та працівниками медіа з усієї України, а також записані коментарі, есе, художні роздуми про журналістику. Студенти на практичних заняттях самі впорядковували видання: придумували назви, розділи, дизайн, розшифровували взяті інтерв'ю, писали та редагували журналістські тексти. А ще відвідували видавництва, редакції, друкарні; цікавилися перебігом набору їхніх книжок. Це був неабиякий практичний досвід для студентського творчого колективу.

6 червня 2019 року студенти-журналісти презентували *перший випуск* друкованого проєкту. У першому випуску видання впорядковано та систематизовано 50 інтерв'ю, які взяли студенти 3-го й 5-го курсів у журналістів Прикарпаття. Цей випуск містить 4 розділи: «Сила й авторитет професійного слова: думки журналістів-фахівців», «Відверто про журналістику: погляди молодих фахівців», «Юні в професії: студенти про журналістику», «Слово від інтерв'юєрів». Інтерв'ю в межах розділів представлені за абеткою прізвищ журналістів. Сканкопії відгуків студентів-інтерв'юєрів, які впорядковано у четвертому розділі, згодом можуть стати цінними рукописами.

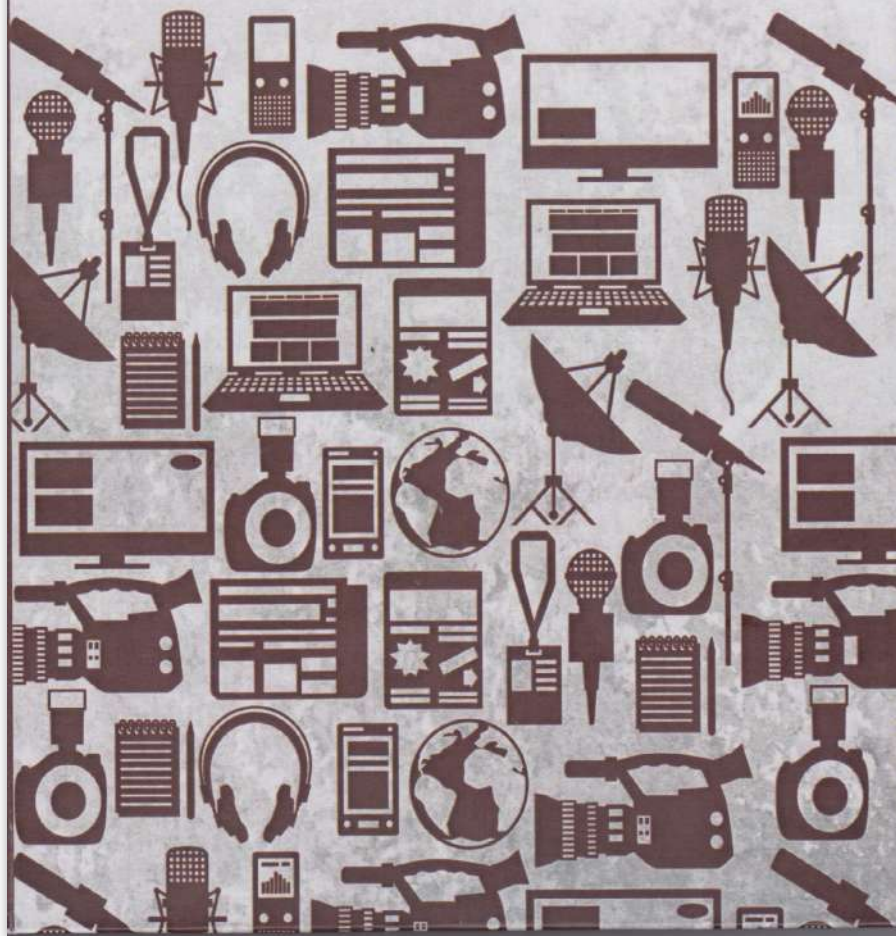
Другий випуск книжки друкованого проєкту (2020 р.) виданий за кошти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. У цьому виданні впорядковано та систематизовано 58 інтерв'ю, взяті студентами 3-го й 5-го курсів спеціальності «Журналістика» у професійних медійників, які щодня втамовують «інформаційний голод» мільйонів людей. Студенти-укладачі цього випуску зазначають, що кореспонденти з нами всюди: у смартфонах, на телеекранах, на папері й навіть у навушниках. Тому другий випуск їхнього видання має назву «Кухня журналістики Прикарпаття» та відкриває знайомі всім імена відомих журналістів в іншому світлі. На сторінках книжки висвітлено фахове зростання не тільки працівників медіапростору Івано-Франківщини, а й тих вихідців із Прикарпаття, які ризикнули спробувати свої сили за межами рідного краю.

Третій випуск студентського видавничого проєкту «Поміж текстом: журналісти для журналістів» (2021 р.) має свою «родзинку». У ньому майбутні журналісти вирішили змінити початкову концепцію видання й збагатити його різними журналістськими жанрами; тож водночас із уже традиційними інтерв'ю в книжці вміщено есе, історії

ПОМІЖ ТЕКСТОМ:

журналісти для журналістів

ВІЙНА | ЮВІЛЕЙНИЙ ВИПУСК



та нариси про журналістів і журналісток, що суттєво розширило межі уявлень про цю професію. Слід зазначити, що в збірнику висвітлено не лише біографії, а й поради й роздуми відомих франківських журналістів та юних «акул пера».

2022 року вийшли два випуски друкованого проєкту: четвертий і спецвипуск. Спецвипуск «Поміж текстом» приурочений до 150-річчя від дня народження Василя Стефаника. 14 травня 2021 року в Русові майбутні журналісти взяли участь у Міжнародному науковому конгресі «Василь Стефаник і світова культура», який був присвячений 150-річчю від дня народження письменника. Тут вони мали змогу поспілкуватися з родичами, односельчанами новеліста, науковцями та багатьма іншими учасниками заходу. Кожен поділився своїми спостереженнями й роздумами про митця. Беручи інтерв'ю у гостей конгресу, ми хотіли довести, що Стефаникова творчість — це не лише «коротко і страшно».

Видання «Голос із Русова» вийшло за ініціативи та підтримки ректора університету професора Ігоря Цепенди і є спецвипуском видавничого проєкту «Поміж текстом», який започатковано 2018 року на кафедрі журналістики факультету філології. У творчій команді були студенти 1–5 курсів. Деякі з них уже працюють як журналісти в різних медіа Прикарпаття. Запропоновані в книжці інтерв'ю з мешканцями й гостями села Русова та їхні коментарі, які в день відзначення 150-річчя Василя Стефаника записали студенти спеціальності «Журналістика» факультету філології, є унікальними у своїй оригінальності та, без сумніву, матимуть велике значення для прийдешніх поколінь. Також до видання додано студентські художні роздуми про особистість і творчість Великого земляка. Інтерв'ю та коментарі представлено за абеткою прізвищ. Видання супроводжують авторські фотографії. Воно адресоване викладачам, учням, студентам навчальних закладів, журналістам, державним діячам, а також усім, кого цікавлять життя й творчість Василя Стефаника.

Ювілейне видання — це п'ятий випуск студентського видавничого проєкту, воно має назву «Війна і медіа». У книжці вміщено 25 інтерв'ю з фахівцями медіа Прикарпаття та України, які записали студенти 3-го і 1-го курсів спеціальності «Журналістика» факультету філології Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Також додано матеріали журналістів та студентів про війну: цікаві факти, свідчення, роздуми. Видання адресоване викладачам, журналістам, учням і студентам навчальних закладів, а також усім, кого цікавить медіадіяльність.

Всі шість видань супроводжуються авторськими фотографіями. Тож підкреслимо, що у творчих командах кожного випуску чергової книжки — студенти; і деякі з них, поєднуючи навчальний процес

і професійну діяльність, працюють журналістами в різних медіа Прикарпаття. Наголосимо: на практичних заняттях, інколи, на виїзних, студенти самі впорядковували видання — писали тексти та їх редагували. А ще майбутні журналісти відвідували видавництва краю, спілкувалися з видавцями, цікавилися діяльністю редакцій, друкарень та процесами набору книги. Це є неабиякий практичний досвід для творчого колективу, адже видання «Поміж текстом» про журналістів, для яких професія — це стиль життя.

Упродовж п'яти років (2019–2023 рр.) сприяє студентському видавничому проєкту «Поміж текстом: журналісти для журналістів» та всіляко підтримує його ректор університету Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, професор Ігор Цепенда. Для другого випуску книжки ректор дав студентці-журналістці Ілоні Шевченко розширене інтерв'ю.

Найефективніше студентів можна навчити за допомогою практики. Студенти в межах цікавого формату навчання краще розуміють дисципліну, виховують у собі самостійність, відповідальність, а також це є такий невеличкий тренінг для майбутньої професії.

Системний підхід та інновації у викладанні навчальних дисциплін «Газетно-журнальне виробництво», «Видавнича справа», «Видавничий менеджмент» на спеціальності «Журналістика» у вищих закладах освіти мають важливе значення для формування професійних компетентностей студентів, оволодіння ними прикладними засадами журналістської діяльності. А метод моделювання нового видання дозволяє студентові випробувати свої професійні навички.

Таким чином, ефективність навчальної роботи зі студентами залежить не лише від методів і прийомів навчання, а й від формату організації навчального процесу у вищій школі та ґрунтується на взаємозумовленій діяльності викладача й студента.

УДК 070:001]-051Степовик

Пам'яті професора, академіка і журналіста Дмитра Степовика

Микола ТИМОШИК

д-р філол. н., проф.

Київський національний
університет культури
і мистецтв

вул. Коновальця, 36
01133, Київ, Україна

nkin@ukr.net

ORCID 0000-0002-7011-3022

© Тимошик М., 2024

На 86 році життя 28 січня цього року відійшов у вічність професор Дмитро Власович Степовик. Україна втратила неординарну Особистість.

Далеко не кожен із немалоого кола українських учених-гуманітаріїв може похвалитися воістину масштабними мірками своєї впізнаваності й авторитетності. В Європі й Америці, де живуть у розсіянні великі анклави українців, мало залишилося країн, в університетах і науково-освітніх центрах яких не виступав би Дмитро Власович зі своїми доповідями чи промовами, у бібліотеках яких не було б книг цього автора. А книг цих досі вийшло понад пів сотні.

IN MEMORY OF PROFESSOR, ACADEMICIAN AND JOURNALIST DMYTRO STEPovyK

Mykola TYMOSHUK

Doctor of Philology, Professor

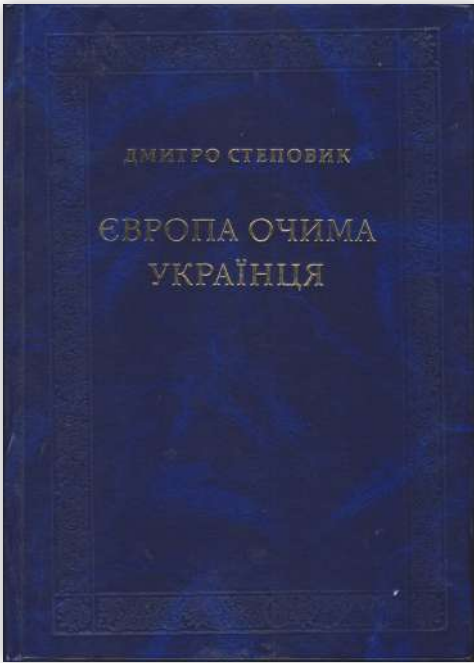
Kyiv National University of Culture and Arts

36, Ye. Konovaltsia St., 01133, Kyiv, Ukraine

nkin@ukr.net

ORCID 0000-0002-7011-3022

On 28 January this year, Professor Dmytro Stepovyk passed away at the age of 86. Ukraine has lost an extraordinary Personality. Not every one of the many Ukrainian humanities scholars can boast of truly large-scale measures of their recognition and authority. In Europe and America, where large enclaves of Ukrainians live in dispersion, there are few countries left where Dmytro Stepovyk has not delivered his reports or speeches at universities and research and educational centres, or where libraries do not have books by this author. More than fifty of his books have been published so far.



Чи не в кожному українському домі знають голос Дмитра Власовича Степовика — багатолітнього ведучого авторських програм із національної культури, українознавства, богослов'я, сакрального мистецтва. Що ж до його непроминальних книжкових текстів, то мало знайдеться таких граней упослідженої владою, але ствердженої гуртом ентузіастів-одержимців у діаспорі й Україні українознавчої науки, де можна обійтися без цитат цього автора. Важко знайти також у нас україноцентричну газету (хоча з центральних їх у нас було небагато), редакція якої не прагнула б узяти в нього

інтерв'ю чи вмістити на своїх сторінках його чергову рецензію чи публіцистичну статтю.

Професор Степовик ніколи не прагнув промоціювати чи рекламувати себе. Він ніколи не цікавився своїми рейтингами Гугл-Академії, не пнувся за гроші в скопуси, не працював на догоду тимчасовій кон'юктурі. Він ніколи не вів своїх сторінок у соцмережах. Не раз казав, що то порожня трата часу, який із роками все скоріше стікає в пісок. Він принципово не дивився антиукраїнської за сутністю нашої телевізії, не входив у безплідні дискусії з опонентами. Просто робив те, що віддавна любив і чому служив усе життя — Україні, українській науці, Українській церкві. Починав як журналіст (хоча й у різні часи, але ми вчилися на одному факультеті журналістики Шевченкового університету), а став професором, академіком, здобув три докторати. До того ж такі, які за свій чітко виражений українознавчий слід не визнавала Москва, а визнали університети на Заході.

Багато років спілкуючись із Дмитром Степовиком, я маю всі підстави думати, що цей чоловік, виходець із сільської житомирської глибинки, зрозумів ще з юних літ важливість постійної мозольної праці для України. В особі Дмитра Степовика український загальний може мати не лише приклад, а й взірць того, як треба працювати для України.

Дмитро Власович не мав своїх дітей. Але рідними дітьми він вважав кожному із написаних, лише одноосібно, своїх книг. Мав їх понад пів сотні.

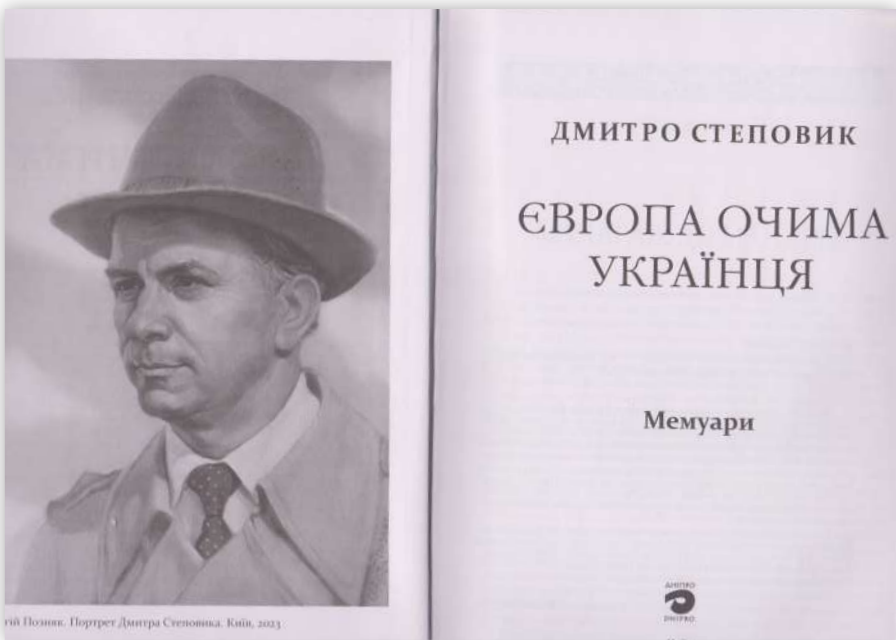
В останні роки взявся за мемуаристику. Попередньо складений план-проспект, деталі якого зі мною не раз обговорював, «витягував» на три томи. І він їх написав. Втілювати цей проєкт взялося видавництво «Дніпро». Світ побачили два томи: 2022 року — «З Україною в серці», 2023-го — «Європа очима українця».

А свої «З Україною в серці» (504 с.) та «Європу очима українця» (454 с.) таки встиг подарувати мені. Напередодні Українського Різдва за новим календарем.

То була наша остання зустріч...

Мемуари про мандри Європою вражають своєю масштабністю охоплення проблематики та віднайденим і осмисленим автором колосальним фактажем про добротворчі українські сліди на чужинах.

Книга присвячена поглядам автора на наших європейських сусідів зусібіч — заходу, сходу, півдня й півночі — в контексті їхнього ставлення до нас, українців, і нашого ставлення до них. Мемуарист посилається переважно на власний досвід. Адже він відвідав, не як турист, а як журналіст і дослідник, 15 країн Заходу та сім республік колишнього СРСР. У першій частині «Капіталістичний (але не дуже) Захід» професор цікаво, інколи з дещицею іронії, пише про свої неординарні відвідини Фінляндії, Швеції, Норвегії, Великої Британії, Франції, Югославії, Болгарії, Польщі, Німеччини, Угорщини, Чехії, Словаччини, Ізраїлю, Єгипту (останні дві країни є поза Європою, але з відчуженою європейською «начинкою»).





У другій частині книги «Братні (але не зовсім) республіки» — оповіді про побачене в Білорусі, Вірменії, Грузії, країнах Прибалтики. Безліч фактів, персон, перипетій, відзначених автором, вимальовуються розмаїті профілі європейського та євразійського оточення нашої держави й нашого народу.

Заслану до друку книгу вражень від багаторазових поїздок на американський континент він уже не триматиме в своїх руках. Вона має з'явитися в світ навесні...

Пишаюся давньою дружбою з цією неординарною Особистістю, яка так потужно вплинула на мої наукові, професійні й життєвські орієнтири. Як жаль, що таких одержимих справою Патріотів, Професіоналів, просто Порядних Особистостей стає все менше...

Детальніше про цю постать: Микола Тимошик. Дмитро Степовик: Життя й наукова діяльність. Київ: Архангельський Глас, 2008. 536 с.

Запрошуємо авторів до співпраці!

Науковий журнал «Український Інформаційний Простір» включено до Переліку наукових фахових видань України за спеціальностями:

061 – «Журналістика»

029 – «Інформаційна, бібліотечна, архівна справа»

Журнал індексується в науково-метричних базах даних:

Index Copernicus, Academic Resource Index, PKP Index, BASE, Crossref, GoogleScholar, Academia, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), ResearchGate, ResearchBib, Journal Factor, Worldcat, Каталоги НБУВ (IRBIS-NBUV), Наукова періодика України (УРАН)



ukrinfoprostir@gmail.com

Наукове видання

УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР

Науковий журнал
Число 1 (13) за рік 2024

Засновник і видавець —
**Київський національний університет
культури і мистецтв**

Виходить із 2018 р.

Бібліографічний редактор	<i>Олена Вапельник</i>
Редагування та коректура	<i>Людмила Таран</i>
Редакторка англomовних текстів	<i>Марина Антонівська</i>
Технічне редагування	<i>Світлана Толочко</i>
Художнє редагування та комп'ютерна верстка	<i>Сергій Шашенко</i>

Підписано до друку 07.03.24. Формат видання 70×100/16
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура PT Serif.
Ум-друк. арк. 21,1. Обл.-вид. арк. 23,1
Наклад 300 прим.
Зам. № 5298

Віддруковано з оригінал-макету на видавничо-поліграфічній базі КНУКіМ
м. Київ, вул. Д. Дорошенка, 14.

Свідоцтво про внесення суб'єкта до державного реєстру видавців,
виготовників, розповсюджувачів видавничої
продукції серія ДК № 4776 від 09.10.2014