

УДК 007:304:007 (063)

№ державної реєстрації 0117 U 001732

**Міністерство освіти і науки України**

**Херсонський державний університет**

вул. Шевченка, 57, м. Івано-Франківськ, 76000. Тел. +380963102636;

e-mail: office@ksu.ks.ua; <http://www.kspu.edu>

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Ректор Херсонського  
державного університету

Олександр СПИВАКОВСЬКИЙ



**ЗВІТ**

**ПРО НАУКОВО-ДОСЛІДНУ РОБОТУ**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МАС-МЕДІЙНОГО**

**ПРОСТОРУ**

**(заключний)**

Перший проректор  
доктор педагогічних наук, професор

С.А. Омельчук

Науковий керівник НДР  
кандидат філологічних наук, доцент  
кафедри

А.Ф. Соломахін

Івано-Франківськ – Херсон

2022

**СПИСОК ВИКОНАВЦІВ**

- Соломахін А.Ф. науковий керівник НДР, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української й слов'янської філології та журналістики
- Юріна Ю.М. кандидат філологічних наук, доцент кафедри української й слов'янської філології та журналістики
- Загороднюк В.С. кандидат філологічних наук, доцент кафедри української й слов'янської філології та журналістики
- Рембецька О.В. кандидат філологічних наук, доцент кафедри української й слов'янської філології та журналістики (керівниця НДР до 2021 р.)
- Орлова Н.В. кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри української й слов'янської філології та журналістики (виконавиця НДР до 2021 р.)
- Гаврилова Я.Л. кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри соціальних комунікацій (виконавиця НДР до 2020 р.)
- Цуркан І.М. кандидат філологічних наук, доцент кафедри соціальних комунікацій

Коваль Т.Л. (виконавець НДР до 2019 р.)  
кандидат філологічних наук, доцент  
кафедри соціальних комунікацій  
(виконавиця НДР до 2018 р.)

Попкова О.А. старший лаборант кафедри  
соціальних комунікацій (виконавець  
НДР до 2020 р.)

## ЗМІСТ

<b>Вступ</b> .....	7
<b>Розділ 1. Дискурс сучасного жанротворення в засобах масової інформації</b> .....	10
1.1. Історико-теоретичні аспекти жанроформування у журналістиці.....	10
1.2. Жанрова динаміка в сучасних мас-медіа .....	20
1.3. Інформаційно-публіцистичні жанри в контексті нових методів збору інформації .....	28
Список використаних джерел до першого розділу .....	35
<b>Розділ 2. Права людини в контексті сучасного українського медійного простору</b> .....	37
2.1. Права людини як фундаментальна основа діяльності ЗМІ .....	37
2.2. Мова ворожнечі в сучасних українських ЗМІ (на прикладі етнічної тематики) .....	45
2.3. Мовні засоби вираження маніпулятивного впливу регіональних інтернет-видань та телеканалів .....	53
2.4. Медіатема мобінгу в системі координат суспільного інтересу.....	59
Список використаних джерел до другого розділу .....	81
<b>Додаток А «Перелік наукових праць з теми виконавців НДР»</b> .....	85

У звіті з науково-дослідної роботи «**Актуальні проблеми сучасного мас-медійного простору**» окреслено два вектори, які торкаються важливих як теоретичних, так і прикладних аспектів діяльності сучасних ЗМІ. Зокрема у першому розділі розглянуто процес жанротворення в історико-теоретичному контексті та його вплив на жанрову динаміку сучасних мас-медіа, простежено роль і значення нових методів збору інформації на функціонування інформаційно-публіцистичних жанрів. Другий розділ репрезентує алгоритм «медіа – права людини – суспільство». У центрі уваги виконавців науково-дослідної роботи постають питання, що пов'язані з ключовими етичними принципами діяльності ЗМІ. Висвітлено наслідки використання мови ворожнечі ЗМІ в діахронії та синхронії, крім того проаналізовано сучасний український мас-медійний простір на предмет використання мови ворожнечі, а також окреслено шляхи її подолання. У контексті правозахисної тематики було проаналізовано проблему використання мовних засобів увиразнення маніпулятивного впливу регіональних інтернет видань та телеканалів, а також специфіку висвітлення теми мобінгу сучасними ЗМІ. Результати дослідження подано у наукових публікаціях виконавців теми (загальна кількість з теми – 45).

The report on the research work “Actual problems of the modern mass media space” outlines two vectors that touch on important theoretical and applied aspects of modern mass media. In particular, the first chapter examines the process of genre creation in a historical-theoretical context and its influence on the genre dynamics of modern mass media, traces the role and significance of new methods of information gathering on the functioning of informational and journalistic genres.

The second chapter represents the “media - human rights – society” algorithm. Issues related to the key ethical principles of the mass media are in the center of attention of the performers of scientific and research work. The consequences of the use of hate speech by mass media in diachrony and synchrony

are highlighted, in addition, the modern Ukrainian mass media space is analyzed for the use of hate speech, and ways to overcome it are outlined.

In the context of human rights issues, the problem of using language means of expressing the manipulative influence of regional internet publications and TV channels was analyzed, as well as the specifics of the coverage of the topic of mobbing by modern mass media. The results of the research are presented in the scientific publications of the authors of the topic (the total number of the topic is 45).

## ВСТУП

У сучасному журналістикознавстві можна виділити декілька напрямів, які об'єднують такі групи досліджень: розвідки історичного характеру, дослідження типології та специфіки ЗМК, а також вивчення форм і жанрів журналістської діяльності; дослідження публіцистичної спадщини; аналіз соціальної комунікативної ролі ЗМІ й дослідження впливу на аудиторію; різні аспекти вивчення мови ЗМІ; дослідження проблематики ЗМІ, професійної етики, внутрішніх проблем журналістської діяльності.

Досить актуальними на сьогодні є такі аспекти сучасного мас-медійного простору як жанрова динаміка в сучасних медіа, інформаційно-публіцистичні жанри в контексті нових методів збору інформації, права людини як фундаментальні основи діяльності ЗМІ, мова ворожнечі та медіатема мобінгу, мовні засоби увиразнення маніпулятивного впливу регіональних інтернет-видань та телеканалів.

У вирішенні багатьох сучасних конфліктів та проблем важливу роль відіграє налагодження такого інструменту мас-медіа як інтерактивність, тобто взаємодія та механізм зворотного зв'язку. Якщо мас-медіа не отримують суспільного запиту на потрібну інформацію, вони не здатні задовольнити потреби своєї аудиторії. Механізм зворотного зв'язку відсутній у традиційних засобах масової комунікації, а саме вони, незважаючи на зростання популярності нових медіа, залишаються найвпливовішими та мають великий рівень довіри. Інтерактивність як механізм, що представляє суспільні інтереси та сприяє вирішенню суспільних проблем, дасть можливість чітко окреслити вимоги суспільства до медіа, налагодити реалізацію головних функцій комунікації у суспільстві, а мас-медіа стануть активним ініціатором комунікації, реалізувавши себе як «посередник» цього акту.

З-поміж вітчизняних та іноземних науковців, що займались вивченням мас-медійного ринку України, найвідомішими є праці: Д. Аакера,

І. Арістової, Т. Андрущенко, Р. Батра, Г. Беквіт, Дж. Бернета, В. Гнатушенко, В. Дем'янова, І. Ісаєнка, І. Кирич, У. Лейна, Ю. Лисенко, О. Литвиненка, Т. Лук'янець, Дж. Майерса, С. Моріарті, Г. Почепцова, Дж. Рассела, Є. Ромата, П. Сміта, У. Уелся, Г. Чукут та ін. Великого значення у вивченні окресленої проблеми набули аналітично-дослідні роботи членів Міжнародної асоціації маркетингових ініціатив (МАМІ) та Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК), зокрема М. Р. Лазебника.

**Об'єкт НДР** – мас-медійні ресурси.

**Предмет НДР** – етапи розвитку та контент мас-медійної царини.

**Мета НДР** – дослідити актуальні проблеми мас-медійного простору, обумовлені процесами глобалізації та розвитком сучасних телекомунікаційних технологій.

**Завдання:**

1. Дослідити історико-теоретичні аспекти формування жанрових форм у журналістиці.
2. Описати сучасні тенденції жанроформування в ЗМІ.
3. Проаналізувати вплив мови ворожнечі на суспільство в синхронному та діахронному аспектах.
4. Окреслити шляхи подолання проявів мови ворожнечі та стереотипів в сучасних медіа.
5. Описати засоби увиразнення маніпулятивного впливу регіональних інтернет-видань та телеканалів.
6. Виокремити та систематизувати ключові засоби масовокомунікаційного впливу регіональних інтернет-видань та телеканалів.
7. Дослідити тему мобінгу в сучасному масмедійному просторі.
8. Проаналізувати нормально-правові документи, що регулюють діяльність ЗМІ в Україні.

**Практична цінність результатів науково-дослідної роботи**



Результати наукових досліджень мають практичне значення для діяльності мас-медіа. Вони є корисними у журналістській діяльності для вдосконалення наукової та практичної медіааналітики.

**Методологічну і теоретичну основу дослідження** склали наступні концептуальні підходи:

- узагальнюючий – для розкриття теоретико-методологічних засад механізмів комунікативної взаємодії у сфері мас-медійного управління;
- системний – при розкритті концептуальних засад комунікативної взаємодії у мас-медійній сфері;
- діалектичний – для вдосконалення окремих дефініцій;
- логічний метод – для теоретичного узагальнення й формулювання висновків та пропозицій.

## РОЗДІЛ 1

### ДИСКУРС СУЧАСНОГО ЖАНРОТВОРЕННЯ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

#### 1.1. Історико-теоретичні аспекти жанроформування у журналістиці

Існування жанру в журналістиці співвідноситься із зародженням та розвитком її самої. З виникненням вербальної комунікації людини, з'являються і розмовні жанри, виникає початковий етап журналістики та її початкові жанри. Це логічний і закономірний процес обумовлений самою природою людського життя, його еволюцією. Адже, жанр не є монополією тільки журналістики, він приналежний і до літератури, проблеми осмислення і вивчення якого передують журналістським дослідженням. Але першість тут належно віддається фольклорним творам. Саме в них наявне жанрове розмаїття, що привертає увагу чисельних науковців. «Спершу жанри склалися в усній народній творчості і лише потім з неї перейшли в літературу. На ґрунті літературних жанрів сформувалася журналістська жанрологія» [16, с. 370]. Створення журналістської жанрової системи не є копією літературної, тут лише використаний її родовий і жанровий принцип. І. Михайлин узагальнює: «Унаслідок тривалого історичного розвитку в журналістиці утворилося три жанрові єдності: інформаційна, аналітична та публіцистична» [16, с. 377], поглиблюючи цю думку за літературознавчим принципом, автор використовує категорію «рід», що є традиційною в літературознавстві: «Ми пропонуємо назвати їх журналістськими родами, бо рід – це не що інше, як група жанрів, об'єднаних спільними ознаками» [16, с. 377].

Враховуючи факт еволюції літературних жанрів до журналістських, з'являються навіть сучасні дослідження, в яких розглядаються можливості об'єднання зусиль журналістикознавців і літературознавців навколо жанрової проблематики. І в кінцевому результаті цього процесу виходити на спільні наукові узагальнення, оскільки жанр охоплює й інші види мистецтва, є

своєрідною світоглядною категорією. Наталія Мантуло, посилаючись на думки і висновки багатьох учених, зазначає, що концептуальний об'єднуючий напрям роботи буде доречним і ефективним: «Саме такий підхід має бути реалізований у сучасному жанрознавстві. Він допоможе переосмислити взаємини художнього слова та слова масової комунікації, пов'язавши їх із новітніми тенденціями розвитку інформаційно – художнього мислення» [14, с. 35]. Звичайно, не все однозначно у цій проблемі і думки учених не є одностайними. З розвитком журналістики і художньої літератури з'являються нові дотичні, що можуть їх об'єднувати або об'єднують як словесну творчість, водночас існують і розбіжності, що вказують на специфіку, самотність обох цих сфер діяльності. У них авторське «я» в журналістському творі відрізняється від авторського «я» літературного твору. У репортажі автор обов'язково є очевидцем події, без цього це буде якийсь інший жанр, у змісті новели його відсутність і не зауважить читачем. У репортажі журналіст обмежений часовими рамками, його твір реалізується в теперішньому часі, у новелі цей час може бути зміненим авторським «я» в залежності від творчого задуму. І тут можлива і ретроспекція, і хроніка, і моделювання майбутнього часу. Якщо репортаж виходить в ефір із запізненням, коли про ту чи іншу подію вже опубліковані аналітичні статті, або вона подана в інших жанрах, то таку репортажну інформацію можна відправляти в архів. Коли ж ця тема висвітлена у художньому творі, талановито і з психологічною аргументацією, то він має шанси залишитися в пам'яті багатьох поколінь читачів. Про драматичні й трагічні події кінця ХІХ-го, початку ХХ століть можна дізнатися із газетних матеріалів того часу. Є і художнє свідчення цього періоду. Творчість Василя Стефаника в контексті означеного залишилася яскравою, художньо – емоційною пам'яткою тієї доби. Ми взяли для прикладу лише два твори: репортаж і новелу. І лише один аспект порівняння – авторське «я» в них. Окреслене нами далеко не вичерпує функціональних можливостей цього «я» і в журналістиці, і в літературі. Якщо для репортажу може бути будь-яка

резонансна подія, що закономірно привертають увагу журналістів, то в буденному житті, на перший погляд, нічого надзвичайного не відбувається, але за цією непоказовістю письменник може побачити напружені психологічні пристрасті, побутові негаразди, що варті художнього відображення, тільки вони потребують більшого часу на їх осмислення і зображення у творі.

А коли розглядати жанри, що стоять на помежів'ї літератури і журналістики, то тут виникає ще більше дотичних для гармонізації, об'єднання цих жанрів, водночас є достатньо причин для їхнього розмежування. Вже навіть немає в журналістикознавстві одностайності у назві цих жанрів. У науковій літературі вони представляються то художньо-публіцистичними, то публіцистично-художніми, то газетно-журнальними, то журнально-газетними, то публіцистичними. Новішими з'являються визначення – інформаційно-публіцистичні та публіцистично-інформаційні жанри. І ця термінологічна невизначеність пояснюється насамперед багатством і складністю, як правило, відображеного матеріалу. У статті херсонських науковців А. Соломахіна, В. Загороднюка «Мова ворожнечі в українських засобах масової інформації: етнотема та специфіка її висвітлення», де використано багато медійних фактів, зроблено їх аналіз, з публіцистичним закликком робиться висновок: «Саме тому актуальним є накреслення шляхів розв'язання визначеної проблеми» [19, с. 176]. Вони поділяються на два підходи, але мета у них одна. Перший з них: «З одного боку, це організація та проведення заходів для представників медіа, пов'язаних із удосконаленням знань у царині прав людини; уведення навчальних дисциплін із окресленої тематики до освітньо-професійних програм підготовки журналістів, поліцейських, державних службовців; створення низки державних програм із підвищення правової грамотності з-поміж населення» [19, с. 176]. У другому доповнюється: «З іншого боку, має змінитися підхід до підготовки журналістських матеріалів, які, на нашу думку, мають формувати позитивний імідж окреслених етносів, глибше

знайомити з культурою, традиціями, релігією, формувати непохитне переконання про унікальність і цінність кожної людини. Подолання багатолітніх стереотипів може бути результативним у разі усвідомлення проблеми, осудження будь-яких форм вияву дискримінації як на сторінках ЗМІ, так і в суспільстві загалом» [19, с.176]. Ця тема досліджується і херсонським науковцем В. Олексенком у матеріалі «Мова ворожнечі на сторінках херсонських газет ( «Новий день», «Гривна», «Вгору») [17, с.24 ]. Тільки комплексні заходи можуть сприяти вирішенню цієї проблеми. І публіцистична, й інформаційна наповненість матеріалів до цієї тематики буде сприяти цьому. І роль журналіста як фахівця і як людини в цьому процесі безперечна. Людський чинник присутній у всіх сферах діяльності. І херсонська науковиця Н. Тюхтенко на цьому акцентує увагу у праці «Людський чинник у сучасному мас-медійному бізнесі» [17, с.13].

У сучасному трактуванні есею як журналістського жанру, його характеристика виписана журналістикознавцями і зрозуміла фахівцям, і реципієнтам. Дискусійним залишається питання, в кого більше шансів написати високого образного і публіцистичного рівня есей. Хто має журналістський і життєвий досвід? У цьому випадку це логічно і зрозуміло. В іншому, автор чи авторка молоді, емоційні, прагнучі висловити свої думки і враження, коли для них інформація є другорядною, своє суб'єктивне авторське виходить на першу позицію. Сприймаючи ці дві тези, необхідно ще говорити про талант в обох випадках. Умінням володіти мовним багатством зображально-виражальних засобів. Один із аспектів цього читаємо в тексті херсонської науковиці Ю. Юріної «Посилення виразності та експресії медіатекстів за допомогою оказіональних фразеологізмів» [17, с.25]. Характеристика есею не є статикою, це зрозуміло. Іншого, глибшого трактування потребують такий жанр як роман – есе. В його художній тканині влітаються есеїстичні вкраплення, інколи вони превалюють. І тоді жанрове визначення твору потребує вдумливого рішення. Сучасні українські романи-есе «Дім на Кляшторному узвозі» В. Нагірного, «До співу пташок» (приватна

подорож до себе) О. Кришталю, «Дивограй» О. Омельченко віддзеркалюють процеси змішання літературних і журналістських жанрів.

Подорожній нарис однозначно виражений у творах, що вже стали класичними: «Наш французький курорт», «Картини Італії» Ч. Діккенса, «Щоденник подорожі на Гебриди» Дж. Босуелла, «Поїздка в Ревель» А. Бестужева, «Шхуна Колумба» М. Трублаїні, «Острів Сахалін А. Чехова. У романі Ю. Андруховича «Лексикон інтимних міст» наявна нарисова та есеїстична виразність і це не применшує його художньої вартості. Більше того, робить її своєріднішою, прагнучою до новаторських начал [8]. А в романі «Подорож на Пуп Землі» М. Кідрука вже у назві закладений подорожній мотив. Тож і не дивно, що подорожній нарис став частиною його сюжетно-композиційної канви. В. Загороднюк наголошує: «У романах Макса Кідрука часто публіцистичне переплітається з художнім, вони взаємодіють, створюючи нову творчу цінність. Це особливо наявне у творах, тематика яких пов'язана з подорожами («Подорож на Пуп Землі», «Мексиканські хроніки», «На Зеландію», «Навіжені в Перу»). Лейтмотив подорожі став домінантою сюжетотворення. У сучасних умовах входження подорожнього нариса і його складників у художній твір – явище розповсюджене. Цей журналістський жанр еволюціонує в літературну образну систему, гібридизується. Журналістикознавчі та літературознавчі дослідження це підтверджують» [7, с.222 ]. В обох випадках це є динаміка, що притаманна сучасним реаліям розвитку журналістики і художньої словесності. Херсонський дослідник І. Цуркан у своїй розвідці «Інтерактивна реклама туристичного продукту» [17, с.21] доводить перспективу відображення подорожей і в рекламному сегменті. Це активізує і розвиток подорожньої публіцистики у різних жанрових формах. Подібні проблеми висвітлюються і в головному туристичному часописі України «TOTAL ESCAPE», часописі «Український туризм», «Українській туристичній газеті Utg». Наявність таких видань в сучасному інформаційному просторі України, що розраховані

й на іноземного реципієнта, є свідченням того, що подорожні жанри розвиваються, набувають нових ознак і характеристик.

У чисельних визначеннях жанру домінує його ознака до постійної зміни, що ввібравши в себе виважене традиційне, спрямовується на актуальне сучасне і в своєму вираженні моделює різні форми різних творів. Ця рухливість наявна і пояснюється самою природою твору, що що є своєрідним авторським формовираженням думок, почуттів, переконань, узагальнень спрямованих реципієнту.

Запропонована Аристотелем у трактаті «Поетика» (335 р. до н. е.) жанрова класифікація пройшла еволюцію, як результат – маємо жанрову ієрархію, що також з часом змінюється, набуваючи нових, особливо внутрішньожанрових, рис, що впливають і на загальну зовнішню форму жанру. А наступна думка Аристотеля є не що інше як свідченням про жанрову дифузію: «Окрім того, епопея повинна мати ті ж види, що і трагедія, тобто (бути) або простою, або сплетеною, або епопесю характерів, або (епопесю) пристрастей» [2, с. 673]. Хоч саме визначення «жанр» відсутнє у давніх студіях. І що характерно: «Його ми не знаходимо не лише у Платона чи Аристотеля, не користується ним ні Лессінг, ні Гегель, ні Франко, ні Леся Українка» [4, с. 257]. Тим не менше, воно надійно вкоренилося в науковому обігу і продовжує привертати увагу чисельних науковців. Згодом І. Франко констатує: «Значить, Арістотелева поетика була не догматична, а індуктивна: до сформульованих правил критик доходив, простудіювавши багато творів даної категорії» [20, с. 73]. Вживання І. Франком терміну «індуктивна» стало пророчим. Бо «перший естетик Арістотель» [20, с. 17] дійсно звертаючись до багатьох джерел, робить висновки, але при залученні інших фактів, їх вивченні отримуються нові висновки і узагальнення. І це підтверджується сучасним станом розуміння даної проблеми.

Цю проблему окреслено у низці пізніших праць. Показовими у цьому сенсі є трактати А. Мінтуріно «De Poeta» (1559 р.), особливо Н. Буало «Поетичне мистецтво» (1674 р.), в якому викладені основи класицизму, його

жанрів, їхньої ієрархії та розуміння. Не можна стверджувати, що це дослідження є зразком класицистичності. За жанровою ієрархією Буало, комедію він ставить на середнє місце, хоч за ієрархією жанрів класицизму її відносять до високих жанрів. А творчість Мольєра довела її здатність вивершуватися і над високими жанрами. Тобто, не норма канону це вирішує, а художній рівень твору. Наводимо цей приклад, щоб показати елементи процесу жанротворення у той час, його динаміку. А розуміння чистоти жанру наявне в наступній думці дослідника, що не можна поєднувати комедійні елементи з трагедійними в одному творі. Жанр роману в оцінці Буало має лише потенціал до зображення дріб'язкового, на відміну від трагедії. А жанр оди дослідник підносить на високий рівень.

Подальший розвиток теорії жанрів прослідковується у праці Г. Е. Лессінга «Гамбурзька драматургія» (1767–1769 рр.). У ній автор, звертаючись до теорії трагедії Аристотеля, досліджує теоретичні засади акторської майстерності, суспільне значення театру, його засоби впливу, що приводять до емоційного ефекту глядача. А це вже катарсисний процес. У дослідженні «Лаокоон, або Про межі живопису і поезії» (1776 р.) Лессінг доводить, що різні види мистецтва мають загальну концепцію і вона спрямовується на наслідування самої природи. І тут закладена тема мімезису. Наприклад, виражальне мистецтво і поезія виконують свої функції з притаманними тільки їм особливостями, своєю технікою, зображально-виражальними можливостями.

Г. Гегель у своїх об'ємних «Лекціях з естетики» (1835–1838 рр.) детально акцентує увагу на родах і жанрах, їх розвитку. На відміну від Буало, Гегель бачить жанр роману перспективним, що має потенціал до широкого осмислення художнього відображення дійсності, її складної системи прекрасного.

До жанрової тематики долучився Д. Дідро своїми дослідженнями «Про драматичну поезію» (1758 р.), «Парадокс про актора» (1773–1778 рр.). Він заперечував погляди Н. Буало про жанротворення і натомість пропонував



свою теорію, за якою головним визначався середній жанр – міщанська драма. Визначав ще веселу комедію, серйозну комедію, трагедію.

У праці Е. Штайгера «Основні поняття поетики» (1946 р.) подається інша жанрова класифікація: епос сприймається як «відображення теперішнього» [18, с.148 ], лірика розуміється як «спогадування» [18, с.148], драма як «передчуття майбутнього» [18, с. 148].

У доробку українських дослідників жанрова тема також наявна. З-поміж них М. Маркевич, М. Петров, М. Грушевський, І. Франко, Леся Українка, М. Возняк, В. Перетц (19–20 ст.). У 20–21 ст. цю справу продовжили Д. Чижевський, В. Микитось, В. Кречотень, Л. Махновець, О. Мишанич, В. Колосова, П. Білоус, М. Грицай, В. Литвинов, В. Яременко, В. Маслюк, Л. Ушкалов, В. Шевчук, Ігор Ісіченко, Ю. Пелешенко, М. Сулима. Перераховані дослідники, у першу чергу, відносяться до літературознавчого цеху. Та в кожного з них є дотичність і до журналістики, що може бути темою окремого дослідження. Наукові здобутки сучасних журналістикознавців мають і жанрові напрацювання, що наявні в працях І. Михайлина, В. Жадько, Д. Григораша, Д. Прилюка, А. Москаленка, В. Здоровеги, Б. Потятиника, П. Федченка, Г. Вартанова, В. Різуна, В. Карпенка, О. Кузнецової, В. Лизанчука, апеляція до них дає можливість побачити різноаспектно проблему та шляхи її дослідження. До цього переліку правомірно додаємо Ів Аньєса, жанрологічні дослідження якого перекладені з французької українською мовою і активно використовуються в українському журналістикознавчому просторі. Цей фахівець у журналістиці виділяє двадцять сім жанрів. У своєму «Підручнику із журналістики» в розділі «Розмаїття жанрів» подає підрозділ «Двадцять сім, щоб не набридло». Звичайно, не кількість жанрів є беззастережним показником якісної журналістики. І можна наводити аргументи щодо доцільності такої класифікації. Зменшити у ній кількість жанрів, а то й збільшити. Та це буде штучний підхід у розумінні цього явища. Адже, жанри не є самоціллю дослідника, вони є вираженням нових життєвих реалій, що потребують

словесного втілення. І ця кількість є свідченням і підтвердженням жанрологічного руху як реакції на життєві зміни. На теоретичному рівні в журналістиці сама повторюваність проблем і тем спонукає до цього. Якщо промоніторити, наприклад, тему «Початок навчального року в Україні», то більшість українських ЗМІ її щорічно 1 вересня висвітлюють. «Коли це триває багато років поспіль, неминучі повторення, певний вироблений трафарет. Особливо в складній ситуації опиняються регіональні редакції, які змушені повторювати не тільки теми, але й ті самі об'єкти і суб'єкти відображення» [11, с. 17]. У віддаленому від районного чи обласного центру селі журналіст бачить ту ж саму школу і того ж її директора та вчителів й аналогічні проблеми з її ремонтом, опаленням, забезпеченням навчальним обладнанням. І перед журналістом постає завдання не бути схожим у повторюваності на свої ж минулорічні дописи про цю школу. «Об'єктивно виникає така небажана у мас-медіа несвіжість, банальність» [11, с. 17]. Ось тут і спрацьовує те, що журналістика є видом творчої діяльності, а її безпосереднім реалізатором є журналіст, завданням якого щоразу підтверджувати своє творче «я». «Журналіст змушений кожного разу шукати нові повороти теми, помічати незвичайні подробиці, тобто збільшувати інформаційний потенціал виступу завдяки оригінальності підходу, небанальності мислення» [11, с. 17]. У цьому творчому процесі теоретично можливі народження обриси нових жанрів, що відповідатимуть переконливому викладу заданої теми. Це процес довготривалий, виникнення нового жанру чи навіть процесу його злиття з іншим жанром диктується багатьма чинниками. І одним із вагомих цього – є талант журналіста. Ів Аньєс додає: «Діапазон журналістських жанрів ширший, ніж думають зазвичай. Автор, який постійно використовує щонайпоширеніші з них, може й не знати їхньої точної кількості» [1, с. 237]. І коли звернутися до жанрової історії портретного нарису, то він майже зник зі шпальт сучасних засобів масової інформації. Зник у тому розумінні, який він поставав у радянській журналістиці, коли портретні нариси передовиків виробництва, переможців

соціалістичного змагання, партійних керівників тиражувалися у великій кількості, їхня загальна тематична і стильова тональність дуже часто були схожими, використовувалися словесні штампи у змалюванні персонажів цих портретів. Такий підхід і сприяв виродженню цього жанру. І нині він у такій формі не бачиться на сторінках ЗМІ.

З активізацією політичного життя в Україні, з впровадженням демократичних реформ, набуває розвитку жанр політичного портрету. Іван Мазепа, Петро Шелест, В'ячеслав Чорновіл постали з-під пера Дмитра Павличка у політичних портретах, у яких аргументовано й образно показана діяльність цих особистостей, визначено їх роль і значення в державотворчих процесах в Україні, зображені їх особисті якості, звички, поведінку. Три різні постаті, три різні часові зрізи, три різні підходи у розбудові держави. Останній аспект об'єднує трьох українських лідерів, що переконливо відобразив автор цих політичних портретів. Змістова насиченість, що поєднується з історичною достовірністю, свіжістю думки, ідейними переконаннями характеризують цей жанр у творчості Д. Павличка. У статті херсонських авторів В. Загороднюка і А. Соломахіна зазначено: «Тому політичний портрет з його динамікою не є для автора політика теоретичною константою, він творився ним безпосередньо з вивченого, побаченого, пережитого, осмисленого, проаналізованого. У ньому вербально відтворені відомі політики минулого і нашого часу. І вже маючи досвід у жанрі літературного портрету Д. Павличко успішно розвиває жанр політичного портретування. А оскільки політизація як процес охоплює майже всіх громадян, то моделювання із них, найбільш активних, впливових – політичних портретів є логічним, закономірним і актуальним у публіцистиці Д. Павличка» [9, с.196 ].

А коли констатувати еволюцію портретного нариса в сучасному кількісному вираженні, то його нові ознаки зустрічаються в таких нових жанрових формах: ідентифікаційна картка, портрет - репортаж, портрет – інтерв'ю, портрет – розслідування, портрет – порівняння, фотоальбом ,

біографія. Кожна з них має свої особливості та характеристики і може бути застосована в журналістській творчості. Все залежить від того, яке завдання ставить перед собою журналіст, про яку особу він хоче писати, наскільки ця особа володіє інформацією про себе і готова її оприлюднити, наскільки вона комунікабельна, щоб вступити у діалог з інтерв'юером. Хоч мета інтерв'юера – примінити свій досвід, знання, уміння, щоб його респондент йшов на розмову вільно, розкуто, співпереживав за її кінцевий результат. Адже від цього буде і залежати читабельність майбутнього твору. І це простежується протягом усієї історії жанротворення, до якої залучені, і це без перебільшення, усі працівники засобів масової інформації та комунікації, кожний з них вносить свою лепту у цей складний і привабливий світ творчості. І не без участі реципієнтів. Вони також опосередковано впливають на цей процес. І паралельно з цим йде його теоретичне осмислення, узагальнення. І до цього вже більше причетні науковці, що і реалізується у їхніх дослідженнях.

## **1.2. Жанрова динаміка у сучасних мас-медіа**

Аналізуючи жанрову динаміку у сучасних мас-медіа, доцільно урахувати традиційний та новаторський аспекти. Це забезпечить очевидність побачених змін та логічне їх пояснення, стануть зрозумілими причини цього руху. Наразі сучасна журналістика перебуває в інтенсивній жанротворчій динаміці. І коли порівняти її навіть з недавнім минулим, 10–30 літньої давності, то виявиться спринтерський темп жанротворення. Це відбувалося завжди, але значно сповільненими темпами.

В історії друкованих журналістських видань стало традицією, особливо у першому номері давати передову статтю, редакторську статтю, передовицю. Такі їхні жанрові визначення прижилися в пресі. Вони також не уникали тих змін, що дотичні до всіх інших жанрових форм. Традиційно редакторська стаття поміщається на першій сторінці, може виділятися іншим збільшеним шрифтом, інколи ілюструватися. Їхнє тематичне наповнення

залежить від політики органу, що представляє газети або її редакторського колективу. Авторство передовиці часто належить головному редакторові, хоч може бути директор видання або колектив авторів. Інколи засвідчують авторство підписом «Редколегія», бувають і випадки коли передовиця з'являється без підпису. У газеті «Літературна Україна» передову статтю часто підписують – «Літукраїнці».

В українській періодиці XIX століття передовиці здебільшого закликали до розбудови українства, розвитку української мови і літератури. Потрібно зважати на те, що вони контролювалися російською, австрійською, польською цензурами і не могли відкрито висловлювати свої думки. Це бачиться у газетах «Харьковский Демокрит», «Украинский вестник», «Одесский вестник», «Нива», «Зоря Галицька», «Буковина», «Сніп». У «Слові редакції», яким відкривався перший номер газети «Нива» 10 січня 1865 р. було сказано: «Від часу як змовкли в нас «Вечерниці», а на Україні – «Основа», немає літерацького часопису на всьому просторі рідної нашої землі, а хто ж досі не побачив її скрізьної потреби. Кого не засумував той оказ нашої недійності? Най же хоч на Вкраїні Московщина не дозволяє зложити орган хоч і найневинніший своїм прямуманням... Пора нам, браття, взятися прихильніше до загального нашого діла. «Ниву» бажаємо поставити органом письменницького розвою нашого» [15, с. 327–328 ]. Ця передова стаття відображає стан української ідеї, літератури. У ній є заклик до згуртування зусиль задля розвитку «Ниви». На її сторінках почали друкуватися твори Т. Шевченка, О. Стороженка, М. Старицького. І що важливо, висвітлювалася ідея об'єднання Східної і Західної України.

У партійно-радянській журналістиці передова стаття мала пропагандистську мету, а саме пропаганду політики керуючої партії. Тобто, виконувала не журналістську функцію. У таких статтях часто цитувалися вислови партійних лідерів, різні гасла, заклики до вирішення завдань побудови комуністичного суспільства.

Сучасна передова стаття зберігши свою жанрову назву змістовно змінилася. Вважається, що «це коментар у повному розумінні цього слова. Адже у ній висловлюється думка не лише журналіста, а й усієї газети» [1, с. 371]. Узагальнивши досвід і прорахунки багатьох передовиць, журналістикознавець І. Аньєс рекомендує основні сучасні вимоги до них. Вони зводяться до того, що думка в передових статтях повинна ґрунтуватися на фактах і спрямовуватися на переконання, які адресовані читачам. Невелика авторська демонстрація скеровується на план передовиці. Її ключова ідея узагальнюється в одному, максимум у п'яти словах заголовка статті. Для зацікавлення нею читачами, її тон має бути динамічний, але позбавлений агресії. Основна її стильова характеристика відзначається короткими і образними реченнями, особливо політичними формулюваннями, якщо стаття має політичне змістове наповнення. Автори передовиць щонайретельніше продумують її початок і закінчення. Початок асоціюється з атакою фактами, що коментуються, а кінцівка з реалізацією переконання, яке у редакційній статті доводиться [1]. Підкріплюємо ці положення прикладами редакційних статей із сучасної періодики. Традиційним підписом «Літукраїнці» підписана передовиця із назвою «Всесвітній день книги», що подана в газеті «Літературна Україна» за 26 квітня 2018 року. Цікаво і образно, змістово насичено і переконливо передано інформацію цієї статті. Вдало підібрані два епіграфи з різних часових епох: «Книги подібні рікам, що тамують спрагу цілого світу – це джерела мудрості» ( Повість минулих літ ) і «Той, хто читає, керує тим, хто дивиться телевізор» ( Ф. Жанліс ) [13]. Згадувані у ній всесвітньовідомі письменники, дата народження яких припадає на 23 квітня, а це і є Всесвітній день книги та авторського права, створюють її своєрідну презентацію, окреслюють роль і значення книги в сучасному інформаційному світі. Йдеться і про авторське право, що є гарантом збереження та охорони інтелектуальної власності. «Першим нормативним актом авторського права вважається «Статут королеви Анни», виданий у 1709 році. А в 1967 році в Стокгольмі була підписана Конвенція

про заснування Всесвітньої організації інтелектуальної власності – спеціалізованої агенції ООН» [13]. У цьому контексті згадуємо Закон України «Про авторське право і суміжні права» в якому окремо не визначаються журналістські твори, у випадку наявності проблемних питань, вони прирівнюються до літературних. Цей важливий документ був прийнятий 1994 року. Можливо у новій редакції у ньому необхідно розділити сферу літератури і журналістики. Історичне і сучасне інтерпретовано в цій статті. Її недоліком можна вважати, що у заголовку відсутня згадка про авторське право, а воно займає ж третину площі цієї статті.

Номер 41-й часопису «Журналіст України» за 2015 рік відкривається передовою статтею «Сорок перший...» [5], головного редактора Віри Черемних. Багато проблем порушено цією передовицею. Вони строго виділені в чотири пункти. У першому порушена проблема навчання журналіста, у другому – його мораль. Третій пункт висвітлював можливість обговорити різні проблеми на сторінках «ЖУ». У четвертому подана інформація про злочини проти журналістів. Стаття написана стисло і аргументовано, зрозуміла для кожного журналіста і читача. Перераховані у ній проблеми - реальні. Їх потрібно вирішувати. Змістова інформація цієї статті направлена на це. Переконані, що ця передовиця відповідає сучасним вимогам цього жанру.

Здебільшого передовиці публікують у перших номерах видань, але є випадки, що й в останніх. В останньому 12 номері за 2016 р. часопис «Журналіст України» дає передову статтю – звернення «Шановні колеги!» [6]. У ній – підсумок роботи журналу за пройдешній рік, його здобутки та перспективи розвитку на майбутній рік. Завершується передовиця не підписом, а закликм поданим жирним шрифтом «Читайте нас і залишайтеся з нами і у новому році!»

Фейлетон за свою двохсотрічну історію розвивався набуваючи різних нових форм, то збільшуючи свій критичний потенціал, наближався до памфлету, то зменшуючи його, тяжів до гуморески, писався в епістолярній і

щоденникових формах, то набував образу – тези, жанрозмінювався у комедійні сцени за участю кількох осіб. Він був популярним і відповідав суспільним запитам, виконував свою роль – гумористичними прийомами і методами висміював негативні життєві явища. І це було дієвим, результативним. На гумористично-сатиричний журнал «Перець», що мав мільйонні тиражі, радянська система обмежувала передплату. За нинішніх умов цей жанр зникає зі шпальт газет і журналів. Не виключено, що відбуваються його еволюційні трансформації. Сучасні фейлетони Євгена Дударя вписуються в цю думку. При цьому, він, засвоївши кращі традиції сміхової народної культури, уроки Остапа Вишні, творчо використовуючи їх, дає сучасний гумористично – публіцистичний продукт. Праця «Майстерність Остапа Вишні – фейлетоніста» [17, с.29] херсонської дослідниці Н. Чухонцевої підтверджує, що потенціал цього жанру ще достатній, щоб входити в сучасний інформаційний простір, дуже багато залежить від таланту автора, як він засвоїв минулі гумористичні надбання і спроможний за нинішніх умов писати нові твори.

Причини різкого зменшення кількості цього жанру різні. Одна з них, збільшення обсягу інформації, у тому числі й негативної, реципієнти не завжди можуть об'єктивно її сприймати, а якщо вона безадресна, то особливо і не вдумуються в неї, оскільки лавина нової подібної інформації заповнює ефір, яку також потрібно прочитати, хоч би швидко, особливо не задумуючись у її смисл. Це характерні реалії сучасного читача. І не тільки. Працівники засобів масової інформації також відчувають проблему значного обсягу збирання та оброблення інформації. У 1970 роках на адресу рубрики «Освіта» французької газети «Ле-Монд» надходило щоденно в середньому 10 листів, що потребували редакторської уваги і часу. І коли англійська газета «Таймс» мала у 1854 році щоденний тираж 50 тисяч примірників, її редактор Джон Ділейн витрачав кожного дня 3 години на прочитання кореспонденції, що поступала у видання, то сучасний редактор сучасної успішної газети не може приміняти такий стиль роботи, хоч би по тій причині, що інформація



трьохгодинної давності у наш час може бути застарілою, втратити актуальність по причині надходження новішої інформації. При цьому йому бажано ознайомлюватися з інформацією, що безпосередньо не адресується його виданню, але можливе її використання в ньому. Водночас інтерактивність як метод роботи видання з реципієнтами з допомогою сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій значно пришвидшує обмін інформацією. Реципієнти стають своєрідними учасниками мас-медійної діяльності. На телебаченні, в Інтернеті, на радіо це може відбуватися в реальному часі. І постає риторичне питання, а які жанрові форми зароджуються у цьому динамічному процесі, як їх визначати, класифікувати? І це питання не без відповіді, теорія може випереджати практику, а й може відставати від неї. «Чисельні видання, газети та періодика, національні або регіональні усвідомили переваги цієї «інтерактивності» задовго до того, як розвинулися сучасні засоби зв'язку, а термін «інтерактивність» з'явився у словниках після 1980 року» [1, с.250].

У сучасну жанрову еволюцію вписується і таблоїдна журналістика своїми розмитими жанрами. На перший план виходить крикливий заголовок, кольорова фотографія, перекручення фактів, використання їх поза контекстом, звернення до інстинктів. Працівники таких видань на перший план ставлять сенсаційність, дуже часто низькоякісну, видуману. І тому знання про якісну журналістику, її головні принципи, у тому числі її жанрової політики ігноруються. Та коли ми досліджуємо цю проблему, то звернення до таблоїдних видань – це також інформація, яку потрібно вивчати, аналізувати, робити висновки. Про це пише херсонська дослідниця О. Рембецька у науковій розвідці «Тенденції таблоїдизації світової медіаіндустрії» [17, с. 12]. Цей процес дійсно охоплює всю світову журналістику.

У таблоїдній пресі працюють також талановиті й амбітні журналісти, що шукають, експериментують, реалізуюючи своє творче «я», розмірковуючи і про морально-етичні норми засобів масової інформації.

Порада І. Аньєса спрямовується і для них, як і для всіх, хто бажає удосконалюватися фахово, підвищувати свої професійні вміння: «Висловлювання, байки, маленькі п'єси, молитви на похороні, промови з приводу якоїсь події, новини – всі види текстів дозволяють поліпшити мовні навички. Не заганяючи себе у ярмо необхідності, розповісти факти, але завжди думаючи про гіпотетичних читачів» [1, с. 231]. Завершальна думка цієї тези є архіважливою. Адже, журналістика не тільки інформує читача, а й формує його вподобання, світоглядні переконання. Реципієнту – фанатику жовтої преси може відкритися інший світ, коли він про одну й ту саму подію прочитає іншу, альтернативну думку, що базується на принципах моралі, добра, краси. У Моральному кодексі журналіста України, що базується на Загальній декларації прав людини, Всесвітній Хартії свободи преси ООН, Декларації принципів поведінки журналіста Міжнародної Федерації Журналістів, Конституції України, чинного законодавства аргументовано виписано основні морально-етичні концепції професійної діяльності журналіста. Дотримання їх, одна із вагомих заporук успішної роботи працівника ЗМІ. Звичайно, було б наївністю шукати в такому документі порад, щодо написання текстів, вибору жанрових форм, а чи інших фахових рецептів. Його концепція інша – стратегічна. І засвоєння якої дасть тільки позитив у журналістській діяльності.

З утвердженням демократичних процесів, захисту на законному рівні свободи слова, фейлетоніст попадає в ситуації, коли персонаж його твору зразу ж подає до суду за образу честі особи, за втручання в особисте життя. Закон України «Про інформацію» [10] надає право громадянину знати з якою метою фейлетоніст хоче писати про нього. Тим більше, коли цей громадянин займає високу державну чи партійну посаду. У такій ситуації автор фейлетону не може користуватися тільки традиційними методами написання свого твору. Творча людина буде шукати і знайде вихід із ситуації, чим і підтвердить реноме журналіста. Тільки нові підходи, творча винахідливість, гнучкість мислення, лексичне багатство, юридична грамотність можуть

зарадити написанню фейлетона нового часу. Порухення у фейлетонній формі важливих державобудівних і націєбудівних, соціальних, мовних, морально – етичних проблем Є. Дударем надає впевненості і відродженні жанру фейлетона. Можливо не їх кількість, а художня якість стануть набутокм нинішнього динамічного інформаційного часу. Згадуючи Остапа Вишню, який недолюблював термін «фейлетон», віддаючи перевагу терміну «усмішка», можна стверджувати, що часто у будь-якій справі тон задають талановиті особистості. І тоді вкореняються і знаходять подальший розвиток їхні ідеї, плани, концепції, як на кшталт авторських «вишневих усмішок». І це традиційне знаходитиме нові жанрові форми, як наприклад, у «дударесках» фейлетоніста і сатирика Є. Дударя. І сучасні масмедіа продукуватимуть нові жанрові форми. У цьому руслі Володимир Здоровега визначає новий жанр – сатиричні коментарі, започаткований журналісткою Наталею Балюк. Один з них «Комусь щось обіцяють відірвати поданий у газеті «Високий замок» за 7 – 14 серпня 2003 року і передає слова прем'єр міністра Януковича адресовані, на його думку, винуватцям кризових явищ в Україні, які шукатимуть заступництва в столиці та він їм обіцяє : «... ми їм голови повідриваємо» [3]. З іронією сприймається подальший коментар журналістки: «Наш народ хлібом не годуй, дай тільки подивитися, як комусь щось відривають» [3]. Спостерігається така тенденція, що у сучасних мас – медіа гумористичне і сатиричне не обов'язково втілюється у відповідний жанр. Читачі можуть це гумористичне чи сатиричне зустріти у статті, огляді, есеї, інтерв'ю, нарисі. І вони прочитуються у творах журналістів Сергія Набоки, Юлії Мостової, Олександра Кривенка, Сергія Рахманіна. Зустрічається і динаміка коли іронія як прихована насмішка використовується автором у памфлеті, для якого характерні більш прямі, різкі методи і не висміювання, а викривання, осудження. Це бачимо у памфлеті «Порнократія на марші» Івана Дзюби. У тезах «Іронія як домінанта в памфлеті «Порнократія на марші» Івана Дзюби» херсонського науковця В. Загороднюка ця думка підтверджується [17, с.28]. І якщо є

загальноукраїнський конкурс політичної сатири, то це є ознакою демократизації суспільства, сприйняття ним сміхової культури, нових її жанрових форм.

### **1.3. Інформаційно-публіцистичні жанри в контексті нових методів збору інформації**

Виділення інформаційно-публіцистичних жанрів в окрему структуру є логічним і її поява пояснюється тим, що збільшення об'єму інформації, її публіцистичності стали реаліями сьогодення. Замітка, виступ, інтерв'ю, звіт, репортаж, що відносяться до інформаційно-публіцистичних жанрів, стали аргументовано презентабельними у сучасному інформаційному просторі й часі. В. Здоровега, О. Лаврик, М. Савова, З. Смелкова, О. Тертичний не без підстав стверджують, що інформаційні жанри займають перші позиції в сучасних засобах масової інформації. Вони, як й інші жанри, мають тенденцію до змін, набуваючи нових рис, підгруп. В цій еволюції спостерігається і динаміка методів збору інформації, яка використовується інформаційно-публіцистичними жанрами. Найголовніші з них: експеримент, публіцистичне прогнозування, соціологічне опитування у формі блиц-інтерв'ю, робота з документами, відбору й систематизації матеріалу, синтезу і виявлення закономірностей.

Не може бути точної поради чи вказівки про об'єм інформації для того чи іншого жанру. Якщо для замітки достатньо буде інформації, щоб коротко відповісти на декілька питань, то на ці ж питання у жанрі інтерв'ю, щоб воно було цікавим для читача, необхідно буде у відповідях респондента вдаватися до деталей, образності, асоціативності. Та і самі питання інтерв'юера повинні мати цікаве начало. І це дуже важливо для якості майбутнього твору. «Серед складових компонентів журналістської майстерності феномен цікавого є своєрідним інтегруючим началом. Він не наявний поряд із актуальністю, оперативністю, сміливістю, доступністю та яскравістю викладу інформації, а вбирає в себе й одне, і друге, і третє» [11, с. 49]. Відсутність цього складного

феномену цікавості у журналістському творі прирівнюється до того, що цей твір не буде читабельним. Ось тому будь-яку інформацію і в будь-якому жанрі потрібно подавати цікаво, навіть з елементами інтриги, щоб зацікавити реципієнта. Готовий рецепт для цього – відсутній. Це знання, практика, досвід, наполегливість і талант. Чи не найскладніше презентувати авторську цікавість у замітці, якщо дотримуватися її класичних жанрових вимог. Та і тут є свої неповторні стильові прийоми, використання яких дозволяє журналісту дотримуватися жанрових норм і бути цікавим. Один із аспектів цього процесу – володіння на належному рівні багатим мовним потенціалом, враховуючи і використовуючи сучасну мовну динаміку, потік неологізмів, що приживаються у різних сферах нашого життя і відображаються в журналістських текстах. На це звертають увагу херсонські науковці С. Климович у своїх дослідженнях: «Зміни в лексичній системі української мови початку XXI ст. (на матеріалах ЗМІ)» [17, с. 23], М. Пентилюк «Особливості синтаксису сучасної реклами» [17, с.24], С. Мартос «Рекламний дискурс в аспекті соціолінгвістичних досліджень» [17, с. 23] Т. Окуневич «Редагування медіатекстів» [17, с.18], С. Омельчук «Формально-граматична і семантична валентність у реченнєвій структурі рекламних гасел поч. XXI ст.» [17, с. 24]. Про замітку як жанр написано багато. Ми постараємося стисло порівняти, як її презентують два відомих журналістикознавці і на основі цих порівнянь зробити висновки. Це український учений І. Михайлин та французький – І.Аньєс. Їхні погляди на цей жанр майже ідентичні, але є нюанси, а це означає, що йде постійний науковий пошук чогось нового задля тієї ж цікавості журналістського твору, його теоретичного пояснення. І. Михайлин більше притримується такого виваженого академічного стилю подачі матеріалу. Його інформація здебільшого об'ємна, багата на факти, авторські коментарі до них. Та коли йдеться про замітку, то тут перо дослідника більш лаконічне і стисле, навіть уже при самому визначенні цього жанру. «Замітка – найпростіший жанр оперативного газетного повідомлення» [16, с. 378].

Щоправда, у подальшому автор залишається вірним своїм стильовим вподобанням і дає про неї уже більш детальні пояснення, коментарі, узагальнення. Зокрема, і про сумарність англійської літери «W», що символізує п'ять запитань у замітці, «які англійською мовою починалися літерою «w»: «what?», «who?», «where?», «whtn?», «why?», що в перекладі означає «хто?», «що?», «де?», «коли?», «як?» [16, с. 379]. З часом у замітці додається ще два запитання «чому?», «навіщо?», а це означає, що її інформаційна наповненість збільшується. І. Михайлин солідаризується з цим та продовжує: «Але в цілому стандарт п'ятьох «w» пройшов випробування часом. Після відповіді на ці запитання можна сміливо ставити крапку. Ваша замітка написана» [16, с. 379]. І далі застерігає: «Для молодого журналіста завжди виникає спокуса пожвавити жанр замітки якимись креативними прибудовами. Його варто попередити: від цього краще заздалегідь відмовитись й свідомо залишитися в межах інформаційної сухості» [16, с. 379]. Кожний із методів збору інформації для інформаційно-публіцистичних жанрів не може бути на всі випадки оптимальним. На це впливають багато чинників, серед них – який об'єм інформації хоче висвітлити журналіст, у якому жанрі хоче це зробити, з якою метою має опублікувати цю інформацію, навіть в якому органі це буде зроблено. На наш погляд, для замітки метод відбору роботи з документами може оптимальним. У кожному документі можна знайти відповіді на отих п'ять класичних запитань. Хто автор документу? Що засвідчує документ? Де готувався документ? (місце його готування, написання, проектування). Коли він писався, друкувався? Як швидко, повільно, затягнуто у часі його було оприлюднено? Можливі й інші методи, наприклад, відбору й систематизації матеріалу. Тільки не варто штучно метод підлаштовувати під замітку чи під будь-який інший жанр. Зрештою, збір інформації відбувається не завжди по заздалегідь визначеному плану, схемі чи методу. Часто реалії вносять свої корективи. Коли журналіст випадково стає свідком якоїсь події, що дає інформацію для замітки, за нинішнього стану інформаційних технологій, він

може випустити замітку в ефір за кілька хвилин, не задумуючись теоретичними питаннями методики збору інформації. Звичайно, при цьому не знімається відповідальність за якість цього тексту. І все ж проблема залишається. А. Іващук своє дослідження «Традиційні й сучасні методи збору інформації в групі інформаційно-публіцистичних жанрів» розпочинає постановкою проблеми: «Актуальність обраної теми зумовлена констатацією того незаперечного факту, що неоднозначне наукове пояснення проблеми добору інформації в групі інформаційних жанрів, невизначеність дефініцій і характеристик заважають журналістам-практикам повною мірою виконувати свої творчі обов'язки» [12, с. 326]. Згадувані вже додаткові два запитання «чому?» і «навіщо?» для замітки доповнюють її інформаційно-змістове наповнення. Тут відкривається можливість, особливо, якщо це м'яка замітка, виходити за її межі. Логічно, що метод добору інформації ймовірно буде змінений. У цьому теоретичному зрізі, на наш погляд, немає однозначної відповіді. І Михайлин рекомендує не захоплюватися образами: «Найкраще вибрати лише один з них, але красномовний, такий, що відображає сутність події» [16, с. 379]. Дослідник ще нагадує про відсутність авторського «я» в цьому жанрі.

Коли ми говорили про ідентичність поглядів на замітку І. Михайлина та І. Аньєса, то зауважували на деякі нюанси. Зокрема, французький дослідник І. Аньєс дає визначення замітці дещо в образній формі: «Все коротке, різке або смішне, гарно написане – це замітка» [1, с. 374]. На його переконання замітка «залишається ініціативою журналіста» [1, с. 374]. Ставимо риторичне запитання, а чому це не може бути зініційовано головним редактором чи власником видання? Малий обсяг замітки ще далеко не означає, що вона не може бути інформаційною подією дня, тижня, або її публікація не спонукатиме до написання матеріалів інших жанрів, вагомих аналітичних статей чи творення актуальних репортажів. Прогнозування методів збору інформації тоді розширятиметься. І воно розширятиметься, коли жанровий діапазон змінюється. Про це зазначає І. Аньєс: «Замітка

«коментар», щоденна замітка, замітка-настрій, замітка-«огляд» [1, с. 375-377]. Тут уже визначення замітки не є отим узагальненим, що ми його наводили вище. Її, замітку-«коментар» І. Аньєс подає так: «Ця замітка є найпростішим вираженням коментаря: вона додається до інформаційної статті, опублікованої в середині газети; це особисте судження докладне, але коротке. Замітка – «коментар» схожа на маленьку редакційну статтю, але відображає погляд лише автора, а не всієї газети» [1, с.375]. І далі він продовжує: «Може застосовуватися до будь-якої новини у будь-якій галузі. Навіть не обов'язково нагадувати коментований факт, бо інформація про нього викладена поруч» [1, с. 375]. Як бачимо у цьому визначенні є деталізація. Ця замітка-«коментар» за своїми характеристиками відрізняється від замітки. І якщо вести мову про методи збору інформації для неї, то ймовірно не обійтися одним методом. Адже у ній викладається різноаспектно інформація, і коли вона «схожа на маленьку редакційну статтю» [1, с. 375], то і характеристики її будуть інші.

Її автор Ален Лебоб засуджує дії Профспілки керівників підприємств щодо соціального захисту («Монд Інсіатів, грудень 2001 року») [1, с. 375].

Фрагменти іншої замітки-«коментаря» «Марі-Жо та серце Дуйе...» передаємо, щоб показати стильову оригінальність її автора Даніеля Ерреро. У ній розкривається тема спортсменки Марі-Жо Перек, що у вересні 2000 р. залишила Олімпіаду в Сідней: «Відхід – це право, яке не фігурує У Декларації про права людини... Ми вже бачили зникнення у Переків: Жорж прибирає Е, а Марі-Жо прибирають з Ігор... Трагічна героїня, пригнічена утисками, у тисках дурнів, втекла з бою... Вся Франція обурено гикає... від постійної п'янки за здоров'я двадцяти п'яти французьких медалістів» [1, с. 375-376]. Факти з емоціями, спортивне і життєве, особисте і суспільне переплелось у цій замітці-«Коментарі» Даніеля Ерреро. Для спортсменки Марі-Жо Перек це драма, а для когось це привід алькогольної розваги.

Ів Аньєс зазначає, що в ній каламбур і «літературна віртуозність апелює до співучасті читача, який має нібито обожнювати чемпіонку, а не



втішати себе через її незрозумілий вчинок» [1, с. 376 ]. І ще до цієї теми робиться таке запитання-уточнення: «Єдине правило, якого треба дотримуватися, це доречність: чи цей коментар корисний або ж він просто тішить его журналіста?» [1, с. 376 ]. Якщо у читача виникають сумніви до цього, то замітка-«коментар» не вдалася.

Одна із причин – метод збору інформації, що не відповідає авторському задуму. Можемо прогнозувати, Д. Урреро як колишній спортсмен-регбіст і нинішній автор замітки-«коментаря» знає набагато більше небезпек і викликів професійного спорту і людського фактору в ньому. Це і вплинуло на характер подачі матеріалу. Та думати про кінцевий результат – свого читача і як він сприйме написане – це обов'язок кожного журналіста. Логічним і доречним, у цьому сенсі, говорити про інший жанр – замітку-настрій. І. Аньєс дає таке застереження: «Не варто братися за письми, якщо ви перебуваєте в гарному настрої. Замітка-настрій завжди відображає гнів, обурення, роздратування. Яка ідея у такої замітки? Ви були шоковані сценою, яку побачили; вас вивели з себе слова відомої особистості; вашу злість викликав якийсь факт, що залишився непоміченим у потоці новин» [1, с.377]. Розуміючи ці міркування, ставимо запитання, а чому заміткою-настроєм не можна передавати позитивні емоції: радість, веселість, сміх, чому обов'язково гнів, обурення, роздратування? Адже у житті, як писав поет Олександр Олесь: «З журбою радість обнялась». Переконані, що і позитивне може бути темою замітки-настрою. Інший жанр – замітка «огляд» у трактуванні І. Аньєса має деяку стильову розкутість: «Так замітка розповідає історію по-своєму, гостро, майже завжди весело, з натяками, відступами та словесними фантазіями» [1, с.378]. Примінення одного із методів збору інформації для такої замітки-«огляду» на теоретичному розумінні залишається проблематичним. Можливо коли типологізація цих методів зросте у кількісному відношенні, то з'явиться і відповідний метод. Адже з сучасною динамікою жанротворення проходить і її науково – теоретичне

дослідження, осмислення, з'являються нові рекомендації, що апробуються журналістською практикою.

Отже, у цьому звіті-розділі висвітлено основні теоретичні та практичні набутки кафедри української і слов'янської філології та журналістики за останні роки, відповідно до її науково-дослідної роботи. Зроблено історико-теоретичне пояснення процесу жанроформування у часовому вимірі, як це вплинуло на розвиток самого жанру як журналістикознавчої категорії від початкових етапів з подальшою його еволюцією. При цьому зроблено посилення на здобутки учених минулого і з проекцією на досягнення сучасних дослідників.

Показана жанрова динаміка в сучасних засобах масової інформації, взаємопереплетення жанрів, їх дифузія, гібридизація. Вияснено причини зникнення з інформаційного простору одних жанрових утворень і поява інших. Це відображається на сучасних журналістських текстах. На лекційних і практичних заняттях зі студентами спеціальності «Журналістика» ці питання обов'язково вивчаються, обговорюються, дискутуються. Наводяться конкретні приклади із журналістської практики, із досвіду відомих вітчизняних і зарубіжних журналістів, теоретиків – журналістикознавців.

При висвітленні питання інформаційно-публіцистичних жанрів в контексті нових методів збору інформації зроблено теоретичне пояснення цього процесу, як він застосовується у журналістській практиці. Наведені конкретні приклади з урахуванням можливих інших варіантів їх розуміння. Адже сучасна журналістська діяльність завжди асоціюється з динамікою, де теоретичні узагальнення про нові методи збору інформації апробуються у журналістських текстах різних жанрів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ

1. Аньєс Ів Підручник із журналістики (Пишемо для газет), переклад з французької Андрія Андрусяка. К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 544 с.
2. Аристотель. Сочинения в четырех томах. Поэтика. Т.4. М., 1983. 830 с.
3. Балюк Наталія. Комусь щось обіцяють відірвати / *Високий замок*. 2003. 7-14 серпня.
4. Галич Олександр, Назарець Віталій, Васильєв Євген. Теорія літератури. К.: «Либідь», 2008. 488 с.
5. Журналіст України. 2015. № 41.
6. Журналіст України. 2016. № 12.
7. Загороднюк Василь. Дифузія жанру подорожнього нарису в романі «Подорож на Пуп Землі» Макса Кідрука / *Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2021 р. Т. 32 ( 71 ), № 3. Частина 2. С. 222–228.
8. Загороднюк Василь. Подорожня есеїстика в романі «Лексикон інтимних міст» Юрія Андруховича: проблема жанру і енциклопедизму / *Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2020 р. Т. 31 ( 70 ), № 2. Частина 4. С. 196–201.
9. Загороднюк Василь, Соломахін Андрій Динаміка жанру політичного портрету в публіцистиці Дмитра Павличка / *Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. 2022 р. Т. 33 ( 72 ), № 1. Частина 3. С. 195–202.
10. Закон України «Про інформацію» / Відомості Верховної Ради України. 1992 р. № 48.
11. Здоровега Володимир. Теорія і методика журналістської творчості. Львів: «ПАІС», 2004. 268 с.

12. Іващук Антоніна. Традиційні й сучасні методи збору інформації в групі інформаційно-публіцистичних жанрів / *Світові стандарти сучасної журналістики*. Збірник наукових праць. Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького; Інститут Медіа Права; Могилянська школа журналістики НАУКМА. Черкаси, 2010. 580 с.
13. Літературна Україна. 2018 р. 26 квітня.
14. Мантуло Наталія. Жанрологічні співвідношення в літературознавчому і журналістичнознавчому дискурсах / *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Філологія»*. Ужгород, 2007. Випуск 17. С. 32–35.
15. Михайлин Ігор. Історія української журналістики. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 720 с.
16. Михайлин Ігор. Основи журналістики. К. Київ: Центр навчальної літератури, 2011. 496 с.
17. Програма Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного мас-медійного простору», м. Херсон 12–13 вересня. Херсон, 2016. 27 с.
18. Радченко О. Еміль Штайгер як інтерпретатор світової літературної спадщини / *Молодий вчений*. № 3.1 (55.1). Березень 2018. С. 147–151.
19. Соломахін Андрій, Загороднюк Василь. Мова ворожнечі в українських засобах масової інформації: етнотема та специфіка її висвітлення / *Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія і журналістика»*. 2021. Т. 32 ( 71 ), № 6. Частина 3. С. 172–176.
20. Франко Іван. Із секретів поетичної творчості. К.: «Рад. письменник», 1965. 190 с.

## РОЗДІЛ 2

### ПРАВА ЛЮДИНИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МЕДІЙНОГО ПРОСТОРУ

#### 2.1. Права людини як фундаментальна основа діяльності ЗМІ

Світ ХХІ століття, його полярний розвиток, формування цивілізаційних, політичних, світоглядних, культурних протиріч, а відповідно неминуче виникнення збройних конфліктів, економічного протистояння, інформаційних воєн, змушує знову і знову повертатися до засадничих аспектів прав людини. У дискурсі висловленої думки вагоме місце належить саме ЗМІ, які з розвитком інформаційних технологій отримали нові можливості збирання, обробки, поширення інформації, а відповідно й удосконалені важелі впливу на конкретне суспільство. Перспективи, які відкриваються перед сучасними медіа, зумовлюють життєву необхідність розуміння суспільством, громадянином, медійником концептуальних основ прав людини. Це зумовлено подвійною природою, з одного боку, дозволить не розпалювати, поширювати, підтримувати прояви расової дискримінації, усвідомити цінність людського життя, уникати стереотипного мислення тощо, з іншого боку, як «четверта гілка влади» медіа мають сигналізувати про порушення прав людини.

У контексті досліджуваної теми важливим є з'ясування теоретичних основ терміна «права людини». Однак маємо розуміти, що таке «людина». Адже для кожної окремої культури, цивілізації, релігії зміст поняття «людина», момент її народження та смерті дещо різняться.

Зокрема, автори «Енциклопедії сучасної України» подають таке визначення: «Людина – істота, яка поєднує в собі два напрями розвитку: біологічний (є представником біологічного виду і характеризується певною тілесною організацією, має високорозвинений мозок, особливості морфології, що визначає її приналежність до виду *homo sapiens*) та соціальний (є носієм свідомості). Тільки в суспільстві відбувається розвиток

біологічних можливостей людини, формування її свідомості, самосвідомості та механізмів саморегуляції» [6].

Авторський колектив навчального посібника «Психологія» наголошує, що «людина – це насамперед біологічна істота, яка наділена, на відміну від інших тварин, свідомістю й мовою, здатністю працювати, оцінювати навколишній світ і активно його перетворювати. З іншого боку, людина – істота соціальна. Це найсуттєвіша ознака людини, оскільки суспільне життя і відносини, колективна трудова діяльність змінили і підкорили собі її природну індивідуальність. Конкретну людину з усіма її характерними ознаками позначають поняттям «індивід»» [4].

У філософському словнику термінів і персоналій знаходимо таке визначення: «Людина – 1) представник людства – наділена інтелектом соціальна істота, суб'єкт суспільно-історичної діяльності та культури; 2) унікальна серед відомих живих істот виду *Homo sapiens*, біологічно неспеціалізована, здатна мислити й вербально спілкуватися, створювати штучне середовище існування, свідомо й цілеспрямовано перетворювати світ і саму себе, накопичувати і транслювати особистий і колективний досвід, усвідомлювати власну смертність, бути носієм релігійного, етичного, естетичного світовідношення; 3) вважається вищим щаблем еволюції живих організмів на Землі» [32, с.147–148].

Таким чином, науковці солідарні у тому, що людина – це істота, яка поєднує у собі біологічний та соціальний аспекти, характеризується інтелектом, свідомістю, здатністю перетворювати довкілля, накопичувати досвід, а також володіє мовою. Відповідно, про людину як істоту соціальну та її фундаментальні права йтиметься далі.

Коваль Т. зазначає, що «права людини – це соціально-історичне явище. У розвитку прав людини як системи можна виокремити певні етапи:

1. Зародження ідеї про права людини (VII ст. до н. е.).
2. Формування вчень про права людини (V–XVI ст.).
3. Позитивне закріплення прав людини (XVI–XIX ст.).

#### 4. Глобалізація прав людини (XX–XXI ст.)» [12, с. 9].

«Загальна декларація прав людини» прийнята і проголошена резолюцією 217 А (III) Генеральної Асамблеї ООН від 10 грудня 1948 року маніфестує, що визнання гідності, яка властива всім членам людської сім'ї, і рівних та невід'ємних їх прав є основою свободи, справедливості та загального миру» [7]. З-поміж викладених у Декларації положень, вважаємо, що найвиразніше паралель «ЛЮДАНА – СОЦІУМ – МЕДІА» висвітлено у таких положеннях:

- «всі люди народжуються вільними і рівними у своїй гідності та правах» (стаття 1) [7];
- «кожна людина повинна мати всі права і всі свободи незалежно від раси, кольору шкіри, статі, мови, релігії, політичних або інших переконань, національного чи соціального походження, майнового, станового або іншого становища» (стаття 2) [7];
- «кожна людина має право на життя, на свободу і на особисту недоторканність» (стаття 3) [7];
- «кожна людина має право на свободу думки, совісті і релігії; це право включає свободу змінювати свою релігію або переконання і свободу сповідувати свою релігію або переконання як одноособово, так і разом з іншими, прилюдним або приватним порядком в ученні, богослужінні і виконанні релігійних та ритуальних обрядів» (стаття 18) [7];
- «кожна людина має право на свободу переконань і на вільне їх виявлення; це право включає свободу безперешкодно дотримуватися своїх переконань та свободу шукати, одержувати і поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами і незалежно від державних кордонів» (стаття 19) [7].

Важливим при цьому залишається усвідомлення того, що «права людини – це вимоги вищого рівня, які мають одну відмінність. Вони не залежать від обіцянок або гарантій іншої сторони. Право людини на життя не залежить від обіцянки іншої людини не вбивати цю людину: від цього може

залежати його життя, але не право на життя. Його право на життя залежить тільки від одного: від того, що він людина» [23].

Перелічені вище статті «Загальної декларації прав людини» визначають засадничі основи діяльності ЗМІ, зокрема свобода слова, свобода думки, можливість вільно збирати та поширювати інформацію, сповідування принципів гідності, рівності, братерства.

Коваль Т. у своїй праці «Сучасна концепція прав людини як підґрунтя медіадіяльності в Україні» наводить «класифікацію основних прав і свобод людини та громадянина:

1. Особисті (громадянські) права і свободи – забезпечують відносно вільне та незалежне від суспільства і держави існування особи через встановлення меж втручання у сферу особистого життя людини (до них належать: право на життя, на повагу до гідності, свободу та особисту недоторканність, свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань, свободу світогляду і віросповідання, свободу пересування тощо).

2. Політичні – забезпечують можливість безпосереднього впливу громадянина на діяльність держави (право на участь в управлінні державними справами, на об'єднання у політичні партії та громадські організації, на проведення зборів, мітингів, походів, демонстрацій, виборчі права та ін.).

3. Економічні – покликані забезпечувати ефективний економічний розвиток українського суспільства (право на власність, на зайняття підприємницькою діяльністю та ін.).

4. Соціальні – забезпечують мінімальну можливість нормального фізичного існування людини у суспільстві (право на працю та пов'язані з нею інші трудові права, право на освіту, право на житло, на охорону здоров'я та ін.).

5. Культурні – покликані задовольнити людині її духовні потреби (право на свободу літературної, художньої, наукової і технічної творчості, право на захист авторських прав та ін.).



6. Екологічні права – забезпечують надання кожній людині права на безпечне для життя і здоров'я навколишнє природне середовище (право на безпечне для життя і здоров'я довкілля, право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, право на поширення такої інформації та ін.)» [12, с.13-14].

«Важливим для класифікації прав людини є запровадження поняття «трьох поколінь», яке запропонував французький юрист Карел Васак.

Перше покоління – це політичні і громадянські права, проголошені в результаті буржуазно-демократичних революцій XVII–XVIII ст. і які знайшли своє закріплення в перших конституціях (право на життя, на свободу слова тощо). Вони характеризуються невід'ємністю та в переважній більшості природним характером. Це означає, що їх гарантування – безумовний обов'язок держави.

Друге покоління прав людини – це соціально-економічні та культурні права, які сформувалися в результаті соціалістичних революцій і були спрямовані на поліпшення економічного становища працюючих (право на працю, соціальне забезпечення). Ці права покликані гарантувати не тільки свободу, а й порівняно забезпечене життя. Вони належать до позитивних прав, оскільки потребують для своєї реалізації участі держави.

Права другого покоління знайшли відображення у Загальній декларації прав людини (1948 р.), а потім були закріплені в Міжнародному пакті про економічні, соціальні і культурні права (1966 р.).

Третє покоління – це колективні або солідарні права, які пов'язують із крахом колоніальної системи, глобалізацією економічної та інформаційної проблем (право народів на мир, безпеку, незалежність).

Ці права колективні і їх розглядають у контексті аналізу системи прав людини як права, що актуалізуються у процесі дослідження людини як представника людства. У цьому сенсі третє покоління прав і свобод людини та громадянина пов'язане з науково-технічною революцією, подальшим

розвитком технологій, глобалізацією ризиків і зумовленим діяльністю людини погіршенням екологічної ситуації.

Розвиток науки і техніки, особливо в галузі кібернетики, генетики, інформаційних технологій, поклав початок формуванню четвертого покоління прав людини. Четверте покоління прав людини – це правова відповідь виклику ХХІ ст., коли йдеться про виживання людства як біологічного виду, збереження цивілізації, подальшу космічну соціалізацію людства» [12, с.13].

Слід зауважити, що Конституція України як основний закон України так само найвищою цінністю визначає людину та її непорушні права: «Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю.

Права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави. Держава відповідає перед людиною за свою діяльність. Утвердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави» (стаття 3) [14].

Інші статті поглиблюють положення, наведене вище:

- політична, економічна та ідеологічна багатоманітність (стаття 15);
- заборона цензури (стаття 15);
- гарантії свободи політичної діяльності (стаття 15);
- рівність усіх людей у своїй гідності та правах (стаття 21);
- право на вільний розвиток своєї особистості (стаття 23);
- «громадяни мають рівні конституційні права і свободи та є рівними перед законом.

Не може бути привілеїв чи обмежень за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, за мовними або іншими ознаками.

Рівність прав жінки і чоловіка забезпечується: наданням жінкам рівних з чоловіками можливостей у громадсько-політичній і культурній діяльності, у здобутті освіти і професійній підготовці, у праці та винагороді за неї; спеціальними заходами щодо охорони праці і здоров'я жінок, встановленням пенсійних пільг; створенням умов, які дають жінкам можливість поєднувати працю з материнством; правовим захистом, матеріальною і моральною підтримкою материнства і дитинства, включаючи надання оплачуваних відпусток та інших пільг вагітним жінкам і матерям» (стаття 24) [14];

- право на життя (стаття 27);
- право на свободу та особисту недоторканність (стаття 29);
- право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань (стаття 34);
- право на свободу світогляду і віросповідання (стаття 35) тощо [14].

У свою чергу фундаментальне право на свободу вираження поглядів національний законодавець поглиблює в Законі України «Про інформацію», зокрема стаття 2 окреслює такі принципи інформаційних відносин:

- гарантованість права на інформацію;
- відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією;
- достовірність і повнота інформації;
- свобода вираження поглядів і переконань;
- правомірність одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації;
- захищеність особи від втручання в її особисте та сімейне життя [8].

Таким чином права людини є недоторканими та закріпленими на законодавчому рівні, однак залишається відкритим питання, яку ж роль у цій концепції відіграють ЗМІ. Відповідь на це питання містить кілька аспектів, які потребують певних пояснень.

Зокрема одним з фундаментальних та базових прав людини є право на свободу: свободу віросповідання, свободу пересування, свободу переконань, свободу слова. Саме свобода є основоположним принципом діяльності ЗМІ, керуючись цим принципом та іншими постулати тієї ж Декларації прав людини, медіа здатні реалізувати свою діяльність відповідно до журналістських стандартів. Адже ЗМІ є невід'ємною частиною суспільства, його винаходом, продуктом, інструментом, відповідно людина та її життя є основоположними цінностями діяльності медіа.

Цент прав людини «ZMINA» у звіті до свого дослідження «Права людини в Україні: результати соціологічного дослідження», проведеному Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва, у розділі «Джерела інформації про права людини» наводить такі результати: «Найпопулярніший спосіб дізнатись інформацію про права людини – з телевізійних програм (55%). Другий за популярністю – інтернет (38%). Ще 35% респондентів дізнаються про права людини від друзів, родичів, колег. При цьому частка людей, які дізнаються про свої права з телебачення, з 2016 року суттєво зменшилися (з 75% до 54%), а таке джерело як інтернет, навпаки, зросло – з 30% до 38%» [25]. Ще одна важлива тенденція простежується у розділі «Захист власних прав», зокрема: Найбільш ефективним способом захисту прав людини українці вважають звернення до засобів масової інформації (23%). Звернення до суду – на другому місці (21%). На третьому місці – звернення до Європейського суду з прав людини (20%). Однак, тривожно те, що 22% вважають, що в Україні взагалі немає способів захистити свої права» [25]. Таким чином, можна вичленувати наступний аспект – ЗМІ, на думку українців, є, по-перше, найефективнішим джерелом поширення знань про права людини в українському суспільстві; по-друге, найдієвішим інструментом захисту цих прав.

## 2.2. Мова ворожнечі в сучасних українських ЗМІ (на прикладі етнічної тематики)

ЗМІ відіграють важливу роль у житті суспільства, володіючи потужним арсеналом технічних засобів збирання, обробки, поширення інформації, а також низкою інструментів психологічного впливу на людей, вони, без перебільшення, здатні формувати світоглядну картину громадян, вкладаючи в неї позитивний або негативний контексти.

Дане твердження ґрунтується на конкретних історичних прикладах та досвіді сучасному. Згадаємо хоча б часи Другої світової війни, коли тоталітарні режими використовували медіа для пропаганди та укріплення власної позиції у суспільстві.

У контексті окресленої теми варто згадати промову міністра народної освіти та пропаганди Німеччини Йозефа Гебельса «Євреї», яка пізніше була надрукована у газеті «Der Angriff» та є яскравим зразком антисемітизму. Як наслідок мільйони вбитих та закатованих у концтаборах людей.

Хрестоматійним прикладом негативного впливу ЗМІ на суспільство є геноцид у Руанді, що розпочався 7 квітня 1994 р. та закінчився 14 липня 1994 р., за сто днів у країні було знищено близько мільйона представників етносу тутсі. Відповідальність за цей страшний злочин розділили і ЗМІ, зокрема газета «Кангура» у якій було надруковано «Десять заповідей хуту» та радіостанція «RTLМ» («Вільне радіо та телебачення тисячі пагорбів»).

«Моніторинг сучасного українського медіапростору свідчить про укорінення низки стереотипних уявлень про окремі етнічні групи, зокрема ромів і представників народів, котрі населяють Кавказ. Це твердження доводять результати дослідження, проведеного ГО «Інститут масової інформації». За отриманими даними, у кожній сьомій новині, що становить 14% публікацій, було виявлено ознаки мови ворожнечі» [30, с.172].

Не зважаючи на увагу, яку приділяють представники ЗМІ та правозахисні організації проявам мови ворожнечі, досі немає однастайності стосовно змістового наповнення вказаного терміна. Немає однастайності й

перекладі з англійської «hate speech», що перекладають як «мова ворожнечі», «мова ненависті» тощо.

Подамо деякі визначення, запропоновані науковцями, міжнародними правозахисними організаціями, правозахисниками та громадськими діячами:

«Мова ворожнечі – це будь-яка комунікація, зокрема, у вигляді зображень, відео, пісень тощо, у мові, письмі чи поведінці, що є агресивною або такою, що використовує принизливі чи дискримінаційні висловлювання стосовно особи чи групи просто на основі того, ким вони є. Дискримінація буває за ознакою релігійної чи етнічної належності, національності, раси, кольору шкіри, походження, статі, стану здоров'я, сексуальній орієнтації, гендерної ідентичності чи за іншими ознаками» [34].

У статті 4 Міжнародної конвенції про ліквідацію всіх форм расової дискримінації зазначено: «Держави-учасниці осуджують всяку пропаганду і всі організації, які ґрунтуються на ідеях або теоріях переваги однієї раси чи групи осіб певного кольору шкіри або етнічного походження або намагаються виправдати, або заохочують расову ненависть і дискримінацію в будь-якій формі, і зобов'язуються вжити негайних і позитивних заходів, спрямованих на викоренення всякого підбурювання до такої дискримінації чи актів дискримінації, і з цією метою вони відповідно до принципів, поданих у Загальній декларації прав людини, і прав, ясно викладених у Статті 5 цієї Конвенції, серед іншого:

а) оголошують злочином, що карається за законом, всяке поширення ідей, оснований на расовій перевазі або ненависті, всяке підбурювання до расової дискримінації, а також усі акти насильства або підбурювання до таких актів, спрямованих проти будь-якої раси чи групи осіб іншого кольору шкіри або етнічного походження, а також подання будь-якої допомоги для проведення расистської діяльності, включаючи її фінансування;

б) оголошують протизаконними і забороняють організації, а також організовану і всяку іншу пропагандистську діяльність, які заохочують

расову дискримінацію та підбурюють до неї, і визнають участь у таких організаціях чи в такій діяльності злочином, що карається законом;

с) не дозволяють національним чи місцевим органам державної влади або державним установам заохочувати расову дискримінацію чи підбурювати до неї» [19].

У статті «Мова ворожнечі: які висловлювання не можна поширювати в ЗМІ?», розміщеній на сайті Центру демократії та верховенства права» «сформувало такі ознаки мови ворожнечі, які диференціюються в Законі України «Про інформацію» як складова «неприпустимості зловживання правом на інформацію»:

- Заклики до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України.
- Пропаганда війни, насильства, жорстокості.
- Заклики до розпалювання міжетнічної, расової та релігійної ворожнечі.
- Заклики до вчинення терористичних актів» [20].

Ісакова Т.О. наголошує, що «Мова ворожнечі ніколи не віддзеркалює об'єктивну ситуацію, тому не може бути мовою об'єктивного викладання фактів, а її активне використання щодо цілої країни або ж етнічної групи свідчить про наявність інформаційної агресії. Основною ознакою мови ворожнечі є те, що вона провокує екстремальні негативні відчуття щодо окремої групи людей або конкретних представників групи.

Сутність мови ворожнечі визначає найважливіший чинник: вона ґрунтується на таких явищах, як соціальні стереотипи, упередження і дискримінація. Вона є частиною ширшого і складнішого феномена – комунікації, заснованої на упередженнях і дискримінації. Це комунікація, що ґрунтується на стереотипних когнітивних схемах, негативних установах (упередженнях) і дискримінаційних інтенціях щодо будь-яких груп людей або окремих індивідуумів як членів цих груп» [10].

У статті «Мова ворожнечі в українських ЗМІ: етнотема та специфіка її висвітлення», виконаної у межах науково-дослідної роботи, автори, спираючись на класифікацію мови ворожнечі Г. Кожевнікової, зокрема «жорстку (прямі або завуальовані заклики до насильства); середню (виправдовування історичних фактів дискримінації, криміналізація певної етнічної групи, звинувачення у негативному впливові на суспільство тощо); м'яку (створення негативного образу, твердження про неповноцінність, моральні недоліки)» [30, с.173], подають аналіз її проявів у сучасному українському медійному просторі:

«М'яку форму проявів мови ворожнечі спостерігаємо щодо представників народів, які мешкають у кавказькому регіоні, наприклад, матеріал «НОВОЇ Тернопільської газети» під назвою «*Кавказці зв'язали жінку і пограбували*» («Нова Тернопільська газета», 21.10.2016) чітко вказує на належність відповідному регіону, що формує негативне уявлення про представників Вірменії, Азербайджану, Грузії, Дагестану тощо. Схожа тенденція простежується в інформаційному повідомленні «ZNAJ.UA» під назвою: «*Кавказці жестоко избили и ограбили киевлянку*» («ZNAJ.UA», 24.03.2017). Зразки згадування належності до представників народів Кавказу в контексті кримінальних новин фіксуємо: на сайті 24 каналу, матеріал під назвою «*У Києві кавказці жорстоко побили чоловіка через зауваження не їхати по тротуару*» («24 канал», 15.12.2017); 24 канал – «*На Одещині викрили групу кавказців: їх підозрюють у скоєнні збройного нападу*» («24 канал», 25.03.2021); «Деро.Харків» – «*У Харкові кавказці на Lexus та Bentley напали на працівників СБУ та податківців під час обшуку в маркеті*» («Деро.Харків», 30.10.2020); на сайті Київської міської прокуратури опубліковано матеріал під назвою «*У столиці викрито кавказця, який разом зі спільником обкрадав відвідувачів дорогих ресторанів*» (Київська міська прокуратура, 11.08.2016).

Подібні приклади зафіксовано на медіаресурсі «Деро.Харків», у статті під назвою «*У Харкові кавказці відлупцювали та пограбували таксиста*», у



тексті повідомлення вказано: *«Водія таксі викликали дві жінки. По дорозі одна з пасажирок попросила його заїхати за приятелем. За вказаною нею адресою таксі вже чекали двоє невідомих, за даними поліції – чоловіки кавказької національності»* («Деро.Харків», 10.02.2016). Показовим є розмежування щодо етнічної належності, адже не вказано національність «двох жінок», проте наголошено на «чоловіках кавказької національності». Матеріал «t1.ua» під назвою *«На Житомирищині кавказці побили і пограбували літнє подружжя»* містить ознаки мови ворожнечі, наприклад: *«У Житомирській області поліція затримала грабіжників-гастролерів із Кавказу»*.

*Учора, 19 червня, співробітникам кримінальної поліції Житомирського ВП, що несли службу на одному з ринків Житомира, підозрілою видалася поведінка чоловіка кавказької національності. Останній намагався збути на базарі телевізор. Інформує відділ комунікації поліції регіону. Під час перевірки з'ясувалось, що кавказець разом зі спільниками-земляками уночі вчинили розбійний напад на літнє подружжя на Львівщині, з оселі яких і викрали вказану техніку. В поле зору оперативників фігурант потрапив не тільки через свою зовнішність, характерну для жителів Кавказького регіону, але й через наміри швидко продати побутову техніку...»* («t1.ua», 20.06.2018). Автор статті акцентує увагу на кримінальності представників кавказьких народів, уживаючи прикладки *«грабіжники-гастролери з Кавказу»*, *«кавказець разом зі спільниками-земляками»* або наголошуючи на тому факті, що зовнішність є підставою для підозри *«В поле зору оперативників фігурант потрапив не тільки через свою зовнішність, характерну для жителів Кавказького регіону...»*. Подібні висловлювання формують у свідомості стійкі стереотипи щодо представників окремих етносів, розмежовуючи суспільство на «своїх» і «чужих», здатних вчинити злочин, скоїти щось лихе.

М'яку форму мови ворожнечі зафіксовано щодо представників ромської національності у низці матеріалів інформаційного ресурсу

«Львівський портал». Зокрема, стаття під назвою: *«У Львові «ловці» взяли за небезпечних ромів, які грабують людей у центрі міста»*, цитата: *«У понеділок, 5 лютого, на двох активісток нашого руху напала зграя циган. В цей час дівчата були на прогулянці, але роми їх добре запам'ятали в лице. Їм погрожували ножем – це правда і за цим фактом є заява у поліцію. Днем пізніше, ми з активістами найшли групу циган та намагалися з ними поговорити. Вони звичайно втікали від нас та заховались в одному з магазинів у центрі»* («Львівський портал», 08.02.2018). У заголовку до статті й інтерв'ю подано низку виразів, що формують негативну конотацію: *«небезпечні роми», «цигани», «зграя циган»*. Уживання лексеми «зграя», зазвичай притаманне для означення цілісності представників тваринного походження, принижує статус людського, наголошуючи на непередбачуваності, неконтрольованості, хижості.

Прояви мови ворожнечі зафіксовано й у статті *«У центрі Львова група циганок обкрадає людей»*, далі читаємо: *«Поблизу Львівської опери на зупинці громадського транспорту “табориться” група циганок, яка обкрадає перехожих львів'ян та туристів...»* («Львівський портал», 08.07.2017). Вислів *«на зупинці громадського транспорту “табориться” група циганок»* містить підкреслено іронічне забарвлення, що сприяє формуванню негативного образу, упередженого ставлення до означеного етносу.

Інший матеріал цього ж ресурсу має назву *«На Яворівському полігоні мобілізовані цигани вкрали коштовний радар, щоб здати на металобрухт»*, цитата: *«З території Яворівського полігону двоє циган-військовослужбовців ЗСУ із Закарпатської області вкрали військового обладнання на 215 000 доларів»* («Львівський портал», 05.09.2015) – зміцнює стереотип про кримінальну природу ромів, а це лише підсилює суспільну недовіру, формує уявлення про те, що представники цієї національності не можуть бути чесними та порядними людьми.

У заголовку *«У Франківську цигани-зłodії зімітували приступ епілепсії і вкрали у жінки 36 тис. грн»* розміщеного на інформаційному ресурсі

«Правда» («Правда», 02.05.2018), автор використовує прикладку «цигани-злодії», що так само криміналізує та створює негативний образ етнічної групи. Подібні приклади віднаходимо на сайті «DailyLviv.com» «*Цигани викрали у Львові дитину*» («DailyLviv.com», 22.06.2015).

Варті уваги відеоматеріали, розміщені на фейсбук-сторінці ресурсу «Закарпатське телебачення» під назвою «*В ромський табір Берегова не наважувалося б зайти багато людей. Проте автор ютуб-каналу «канал ГАРМОНІЯ» гуляє по ньому, як у себе вдома*» («Закарпатське телебачення», 02.11.2021). Автор відео відверто пропагує мову ворожнечі, уживаючи вирази: «... *первые аборигены на дороге стоят...*», «...*Шанхай – никто не работает, но всем весело...*», «...*все здоровые, никто ничем не болеет, круглый 175 Теория та історія журналістики год одна форма одежды...*», «...*их собаки нападают на белых людей, а своих узнают, точно так и наши...*», «...*обыкновенный двор обычной семьи, куча мусора...*». У висловах подібного характеру читається: ці люди відмінні від нас; вони мешкають в антисанітарії, але не хворіють; вони не хочуть працювати. Показовою є реакція аудиторії на такі відео, у коментарях фіксуємо такі вислови: «*І в цьому винні вони самі. Ніяка влада не навчить їх працювати*», «*Сама ледача нація в світі. Одна задача вкрасти*», «*Виселити на безлюдний острів*». Наведені приклади лише свідчать про те, що частина глядацької аудиторії підтримує автора, надалі самостійно продукуючі вирази дискримінаційної природи, що свідчить про міцне закріплення у суспільстві стереотипів щодо ромів.

Сюжет «Першого кабельного» «*Безкарність ромів: жителів сіл Холмок та Концово регулярно обкрадають*» із дописом: «*Жителям сіл Холмок та Концово увірвався терпець. Усе через ромські табори, які розташовані неподалік будинків. Місцеві кажуть, роми з їхніх господарств крадуть та залишаються непокараними. Останньою краплею було те, що кількадесят ромів побили місцеву жінку*» («Перший кабельний», 27.10.21) – не лише є джерелом мови ворожнечі, а й яскраво ілюструє її наслідки, які виявляються

у взаємній ворожнечі, міжетнічних конфліктах, нерозумінні та небажанні почути іншу людину» [30, с.173-175].

Автори дослідження наголошують, що «отримані спостереження дозволяють визначити низку закономірностей, пов'язаних із наслідками використання мови ворожнечі щодо представників окреслених етносів. Уживання слова «кавказець» на означення людини, яка народилася в одній із країн регіону, у контексті кримінальних новин, по-перше, формує низку стереотипних уявлень про кримінальність народів Кавказу, по-друге, узагальнює представників етносів цілого регіону, котрі мають різну культуру, світосприйняття, релігію. Така закономірність нівелює національне обличчя, створюючи натомість образ «небезпечних кавказців».

Притаманна сучасним українським медіа форма висвітлення ромської тематики лише поглиблює процес ізоляції названого етносу в українському суспільстві, формуючи недовіру з-поміж ромів та українців і посилює побутові, культурні, економічні суперечності» [30, с.173-175].

Дієвими шляхами, на нашу думку, розв'язання окресленої проблеми є «організація та проведення заходів для представників медіа, пов'язаних із удосконаленням знань у царині прав людини; уведення навчальних дисциплін із окресленої тематики до освітньо-професійних програм підготовки журналістів, поліцейських, державних службовців; створення низки державних програм із підвищення правової грамотності з-поміж населення. З іншого боку, має змінитися підхід до підготовки журналістських матеріалів, які, на нашу думку, мають формувати позитивний імідж окреслених етносів, глибше знайомити з культурою, традиціями, релігією, формувати непохитне переконання про унікальність і цінність кожної людини. Подолання багатолітніх стереотипів може бути результативним у разі усвідомлення проблеми, осудження будь-яких форм вияву дискримінації як на сторінках ЗМІ, так і в суспільстві загалом» [30, с.173-175].

### **2.3. Мовні засоби увиразнення маніпулятивного впливу регіональних інтернет-видань та телеканалів**

На сьогоднішній день, через криваву війну, яку розпочала Росія, частина Херсонського регіону тимчасово окупована і звісно ж буде Українська це лише питання часу. По цій причині українці, які потрапили під контроль окупаційних військ на цій території вимушені стикатись з пропагандою російських ЗМІ. Звісно ж використовуються всі маніпулятивні мовні впливи, на постійній основі транслюються «фейкові» новини [18].

Розглянемо приклади подібних маніпуляцій:

- початок агресивної інформаційно-психологічної операції Росії проти жителів окупованих територій Херсонської області. В повідомленні сказано, що інформаційна компанія «спрямована на зниження рівня спротиву місцевого населення російській окупації».

- уточнюється, що для цього декілька телеграм-каналів, що здійснюють медійний супровід російського вторгнення, почали поширювати наратив, що нібито «Херсон – це вже не Україна». Аргументується це зміною державних прапорів України на російські триколори, зазначають у Центрі протидії дезінформації.

- 27 квітня російські ресурси почали поширювати тезу про те, що «на антиросійські мітинги виходить дедалі менше людей», і це пояснюється тим, що нібито «українці змирилися з переходом території під контроль Росії та підлаштовуються під нову реальність». У Центрі протидії дезінформації наголошують, що такі висновки є маніпулятивними, оскільки жителів тимчасово окупованих територій агресивно залякують російські війська, які погрожують фізичними розправами за участь у мітингах, ведуть обстріли мирних демонстрацій в окупованих містах і викрадають учасників проукраїнських мітингів.

- у Міноборони України також повідомляли, що в окупованих населених пунктах на півдні України не припиняють агітацію місцевого населення за так званий «русский мир», підготовку до псевдореферендумів та

розповсюдження інформації, що весь південь України начебто вже охоплений «ейфорією зустрічі визволителів».

Російське мовлення в Херсоні окупанти планують втілити у вигляді телеканалу «Херсон 24». Випуски проекту виходять в ефір кожні дві години, мовлення також планують вести на супутнику. Раніше повідомлялось, що Росія поширила на захоплені населені пункти Херсонської області мовлення своїх телеканалів «Перший кримський» та «Крим 24», через які розповсюджують фейки про війну в Україні.

На Херсонщині станом на сьогодні Росія захопила телевізійне мовлення і частково радіомовлення, а також поширює телеграм канали з пропагандою. Але для місцевих жителів залишаються доступними інтернет-медіа України. Вагому частину інформаційного простору складають інтернет-медіа, соціальні мережі і спілкування через месенджери.

В захопленому інформаційному просторі південного регіону російські ЗМІ просувають наративи про те, що провина за війну лежить нібито на Україні, а Херсонщину називають «звільненим від нацистів» регіоном.

Якщо говорити про телебачення, то транслюється весь набір російських так званих федеральних каналів. Для Херсонщини окремі новини готує «Крим 24» та місцевий канал «ВТВ».

Російська пропаганда має на меті «переконати жителів окупованого півдня в тому, що регіон нібито не повернеться під контроль України і зламати опір, який чинить місцеве населення російським військовим.

Впливу можуть піддаватись люди, які менше користуються інтернетом, менше дивляться навіть Херсонські сайти, такі як «Мост» чи «Кавун сіті», не читають фейсбук, не дивляться ютюб, які не звикли отримувати інформацію з соціальних мереж або інтернету, – вони будуть піддаватися впливу, оскільки люди відчують повну відірваність, вони не мають жодної альтернативної інформації. Це має на меті здолати той героїчний опір, який чинять херсонці окупантам» [29].

Російські військові після взяття Херсона під свій контроль, у першу чергу, захопили ізолятор тимчасового тримання і місцеву телерадіокомпанію.

Усім загальновідомо, що у перші дні війни окупанти були під Херсоном і вже 1 березня взяли Херсон, після чого в перші ж дні захопили 2 стратегічні для них об'єкти – це ізолятор тимчасового тримання (тюрму), куди почали збирати патріотів, і телебачення. Захопили місцеву телерадіокомпанію, колишню обласну, а зараз філіал «Суспільного», телевежу, передавальний центр і наступного дня включили вже частину російських каналів. Але це було не по всій області, це тільки Херсонський передавальний пристрій, який забезпечує сигналом менше від половини області. Інша частина області на північний схід, там був свій передавач у Василівці – це Каховський район, неподалік Каховки, його захопили набагато пізніше – наприкінці березня, з цього моменту вся Херсонська область почала отримувати виключно російський телепродукт Т2.

Російські ЗМІ транслюють на Херсонщині сюжети, які вони знімають, не розуміючи актуальної для регіону тематики.

Окупанти не були готові до того, що людям на тимчасово окупованій Херсонщині вони теж мають щось показувати. Вони показували смішні сюжети про Херсон, які знімалися в місті Єйськ в Росії та сюжети про Херсон, які знімалися у Каховці.

Ситуація поступово змінюється. Окупанти на основі кримських колабораційних телеканалів почали виробляти місцевий контент для Херсонщини.

Окупанти показують сюжети та новини низької якості, що роблять кримські журналісти. Їм важко зрозуміти, що херсонців мало хвилює питання червоного прапора, або «дня перемоги», звісно, що кожен згадує в цей день своїх дідусів і бабусь, але победобесіє херсонці вже не розуміють.

Пропагандисти російських медіа за два місяці тимчасової окупації не змогли дати нічого херсонцям, окрім сюжету про червоний прапор, який там десь підняли, про 9 травня, яке будуть святкувати.

Тобто видно, що вони це знімають, не розуміючи нашого контексту. Вони прийшли в країну, по якій по безвізу люди їздять в Європу, вони приїхали в Херсон, з якого на літаках люди літали на вихідні до Стамбулу попиту каву, а показують натомість червоний прапор, як якийсь величезне досягнення. Тобто це дуже смішно.

Прорахування Росії вражають жителів Херсона. Більшість херсонських медіа зараз намагаються працювати дистанційно. ЗМІ Херсона займаються моніторингом інформаційного простору: місцевих видань та телеканалів.

Зараз ми бачимо, що багато медіа припиняють роботу, багато медіа працюють дистанційно. Більшість херсонських ЗМІ намагаються працювати дистанційно, якщо вони виїхали, і висвітлювати ситуацію в області. По їхніх переглядах і рейтингах бачимо, – зросла увага до Херсона. Звичайно, багатьом цікаво знати, як живуть люди в окупованому місті, що відбувається по області, і в громадах.

Мовлення російських телеканалів на захопленій частині Херсонщини відбувається з боями. Загалом, ефективність російської інформаційної пропаганди на півдні України низька.

Оскільки для того, щоб споживати ворожий ТВ-продукт, херсонці мають насамперед мати телевізійні приймачі, від яких більшість населення нашого міста відмовилась ще кілька років тому, перейшовши на споживання новин виключно з інтернет-ресурсів, тож тут росіяни дещо прорахувалися. Звісно, є й ті, хто продовжує отримувати інформацію з телеэфірів, але цей відсоток на Херсонщині є вкрай низьким.

Куди більшу загрозу інформаційній безпеці України, ніж «Херсон 24» та «Крим 24», на нашій території становлять місцеві, звичні для херсонців, телеканали, що погодились на співпрацю з окупантами. Зараз в інтернеті з'явилась інформація, що, як мінімум, один херсонський канал поступово переходить на ретрансляцію російських наративів.

Частина фейків російських ЗМІ стосується перебігу бойових дій у Маріуполі. Тема південних територій України привертає увагу не лише



українських ЗМІ і міжнародних медіа, а також поширюється російською пропагандою.

Також розповсюджуються фейки про те, що це ЗСУ нібито «творять» різні злочини, а російська армія – «визволитель».

Це фейки про те, що саме ЗСУ нібито мінують будинки у Маріуполі, і те, що ми бачимо, ті руйнування, є наслідками саме української армії. Також фейки про те, що саме ЗСУ не випускають жителів Маріуполя з міста і намагаються таким чином тримати людей і не дають можливість евакуюватися. Окупанти брешуть, що українські військові нібито навмисно не випускають мирних жителів і тримають їх, як у концтаборі, і начебто використовують їх як живий щит. Це також абсолютна неправда, тому що ми бачимо ті процеси, які відбуваються і щодо перемовин, і щодо намагання української армії створити ці гуманітарні коридори.

В Херсоні, Маріуполі і Мелітополі російські ЗМІ намагалися поширювати фейк про те, що саме українські військові нібито обстрілюють об'єкти цивільної інфраструктури. Увага в таких матеріалах прикута, зокрема, до полку «Азов».

Найголовнішими негативними персонажами є бійці «Азов», які представлені в образі нацистів і для російської пропаганди це таке абсолютне зло, з яким Росія нібито бореться. І чимало фейків та дезінформації власне пов'язані саме з бійцями полку «Азов». Тут хочеться згадати, як російські ЗМІ безпідставно звинуватили «Азов» у підриві театру в Маріуполі. Тоді вони говорили про те, що театр був замінований і що це саме була провокація бійців «Азову». Така інформація була опублікована в інтернет виданнях Херсону.

Популярною темою для дезінформаційних сюжетів російських ЗМІ у Херсоні є також ситуація з гуманітарною допомогою.

Історія, коли окупанти вкрали гуманітарну допомогу, яка рухалася від України до мешканців Херсона та Мелітополя, і цю гуманітарну допомогу було заблоковано і вилучено російськими військами, а в цей час відео і

російські ЗМІ активно розповідали про те, що насправді цю гуманітарну допомогу вкрали бійці «Азову» і вона перебуває на території «Азовсталі». Ці відео були абсолютно постановочними й неправдивими. Таку постановку дуже легко спростовувати і виявляти, тому що кожен кадр фактично є підробкою.

Загалом інформаційно-психологічні операції Російської Федерації на півдні України і на сході повторюють те, що було відпрацьовано раніше в окремих районах Донецької та Луганської областей. Тобто ворог захоплює теле- та радіоефіри і активізує діяльність місцевих проросійських акаунтів у соцмережах, розповсюджуючи російську пропаганду та дезінформацію. Крім цього, навіть фіксуються випадки, коли у полонених активістів відбирають їх профілі у соцмережах і використовують в цих самих цілях.

Основна задача інформаційно-психологічних спеціальних операцій – «відрізати місцеве населення від інших джерел інформації та загнати його в інформаційну бульбашку вигідних Росії наративів.

Спротив, який показують жителі півдня, свідчить про те, що російська пропаганда не діє на погляди населення цього регіону.

Використовується абсолютно весь арсенал інформаційно-психологічних спеціальних операцій. Це і Бердянськ, і Маріуполь, і частково Херсон, Запоріжжя. Тобто всюди, де вони зараз закріпилися, вони намагаються. Але вони не розуміють, що, відрізняючись від громадян Росії, громадяни України не такі довірливі в питаннях пропаганди і не такі обдурені цією пропагандою. Бо те, що ми бачимо, як люди виходять в Херсоні на мітинги, постійно говорить про те, що картинка про нібито «щасливе життя», яка йде сьогодні з телевеж, не має жодного впливу на людей, які стовідсотково відчують себе жертвами окупації [11].

На молодь окупаційні сили намагаються впливати через соцмережі. Навіть використовуючи величезну кількість ботів, сьогодні українська молодь навчена у більшості випадків медійній гігієні, інформаційній гігієні. І

те, що ми бачимо на вулицях, абсолютно не збігається з тим, що ворог хотів би бачити на шпальтах своїх ЗМІ.

#### **2.4. Медіатема мобінгу в системі координат суспільного інтересу**

Насильство та жорстокість є одними з поширеніших форм порушення прав людини. Поширення проявів насильства та жорстокості не лише руйнує гармонію і злагодю соціальної взаємодії, приносить шкоду людині, родині, спільноті, трудовому колективу, громаді, а виступає однією з передумов злочинності в суспільстві загалом.

Мобінг. «Більшості українців таке слово досі не відоме – хоча з проявами мобінгу, на жаль, тисячі людей зустрічаються ледь не щодня. В західних країнах під цим поняттям розуміють психологічний терор на роботі (від англійського to mob – цькувати, влаштовувати самосуд)» [35]. Існує і трохи інша інтерпретація мобінгу від англ. mobbing – «оточувати», «товпитися» над людиною.

Медіатема мобінгу для українського суспільства є новою. За своєю смисловою структурою ця медіатема одночасно перебуває у [2] сфері протидії насильству, [3] сфері захисту прав людини, протидії дискримінації та сфері людської праці або корпоративної культури, взаємодії та розвитку на роботі [9].

Власне це і формує складний характер мобінгу як явища чи ситуації. В європейському інформаційному просторі медіатема мобінгу не є новою, на що потрібно звернути увагу дослідникам. Сьогодні в Європі існує низка Європейських та національних законів, що вирішують зростаючу проблему знущань та стресу на робочому місці.

У всьому світі мобінг визнається важливою проблемою, яка відома під багатьма іменами в юридичному плані, а саме:

КРАЇНА	БАЗОВИЙ ТЕРМІН
Бельгія	Моральні знущання (moral harassment)
Данія	Мобінг (mobbing)
Німеччина	Мобінг/Психотерор (mobbing/psychoterror)
Норвегія	Мобінг (mobbing)
Франція	Моральні знущання (moral harassment)
Італія	Мобінг (mobbing)
Іспанія	Моральні знущання (moral harassment)
Великобританія	Булінг на робочому місці (workplace bullying)
Швеція	Знущання/Мобінг (victimization/mobbing)
Австралія	Булінг на робочому місці (workplace bullying)
Сполучені Штати	Булінг на робочому місці (workplace bullying)
Канада	Моральні знущання (moral harassment)

На загальноєвропейському рівні законодавча база, що стосується мобінгу впливає переважно з наступного:

1. Стаття 19 «Хартії ЄС про соціальні фундаментальні права працівників» (EU Charter on Social Fundamental Rights of Workers), яка передбачає: «Будь-який працівник на своєму робочому місці має забезпечуватися задовільними умовами для того, щоб захистити своє здоров'я і безпеку»;

2. Стаття 31 «Хартії ЄС про основні права» (EU Charter on Fundamental Rights), яка передбачає: «Кожен працівник має право бути забезпеченим достатніми умовами праці, що відповідали б вимогам пов'язаним з його здоров'ям, безпекою та гідністю»;

3. Директиви ЄС 2000/43 та 2000/78 про рівність у ставленні (Directives 2000/43 and 2000/78 on Equality of Treatment) (в цілому антидискримінаційні положення), які ставляться до переслідування як до форми дискримінації, коли відбувається небажана поведінка з «метою або яка може мати наслідком порушення гідності людини, створення середовища залякування, ворожості, приниження, образ». Варто відзначити, що в цьому захищеними характеристиками є вік, інвалідність, стать, зміна статі, шлюб в тому числі цивільний, вагітність і материнство; раса; релігія чи віра, сексуальна орієнтація.

Отже, мобінг – це психологічний та/або економічний тиск, цькування, створення нестерпних умов з метою доведення працівника до звільнення чи настання інших несприятливих для працівника наслідків.

Значущими є предмет діяльності та норми Міжнародної організації праці (МОП) та її ролі щодо протидії мобінгу, в цілому, та, зокрема, насильству, сексуальним домаганням, на робочому місці. Цінними для професійного розвитку є такі рішення: у червні 2019 року на Столітній конференції МОП було прийнято Конвенцію МОП № 190 про викорінення насильства та домагань у сфері праці та супровідну Рекомендацію МОП № 206, за якими міжнародне співтовариство чітко вказало на те, що насильство та домагання у сфері праці є неприпустимими та повинні припинитися [13].

Міжнародні норми (МОП) окремо акцентують увагу на (1) подолання сексуальних домагань у сфері праці; (2) подолання впливу домашнього насильства на сферу праці; (3) попередження та протидія насильству, домаганням стосовно осіб з інвалідністю у сфері праці; (4) попередження та протидія насильству, домаганням у сфері праці, пов'язані з ВІЛ-статусом; (5) подолання стигми та дискримінації у зв'язку з КОВІД-19. Таким чином міжнародна спільнота переймається не комплексним поняттям мобінгу, а інструментами протидії причинам, видам, наслідкам (як для працівника, так і для роботодавця), актуалізують освітні та профілактичні напрямки. Прийняті у 2019 році міжнародні інструменти захищають всіх працівників, незалежно від статусу і форми зайнятості, учнів і здобувачів роботи, звільнених працівників, волонтерів. Конвенція охоплює всі сектори праці (приватний і державний, сільських і міських трудівників, працівників формальної та неформальної економіки).

Як бачимо, у багатьох країнах є прогресивна система протидії мобінгу, яка містить юридичну відповідальність (трудова, правова, кримінальна та адміністративна), активну взаємодію соціальних партнерів у питаннях протидії насильству на роботі та державні програми профілактики мобінгу.

Новіков Денис, науковець (кандидат юридичних наук з трудового права) та педагог в статті «Мобінг поза законом: як протидіяти насильству на роботі» зазначає наступне: «Розповсюдження мобінгу у сфері праці показує беззахисність найбільш вразливих категорій населення перед посиленням трудової експлуатації, падінням соціального статусу та браком товариської підтримки. Хижацькі закони ринкової системи диктують хижацьку поведінку учасникам ринку праці, які перебувають у страху втрати джерел до існування. Мобінг стає наочним результатом матеріального розшарування, прекарізації та маргіналізації значної частини населення України» [22]. Науковець критично зауважує, що українські роботодавці люблять скаржитись на низьку ефективність праці своїх співробітників, але вони не зважають на те, що самі не тільки не спроможні адекватно організувати

трудоий процес, а й дуже часто власноруч формують неробочу атмосферу, повну інтриг, цькувань і насильства. «І потім не варто дивуватись, що продуктивність праці низька, у колективі панує ненависть один до одного, а найперспективніші працівники не витримують тиску та звільняються». «У бюджетних організаціях та підприємствах через так звану трудову етику 90-х років, сповнену міжособистісного зневажання, найбільше страждають найменш захищені категорії працівників: жінки через сексуальні домагання, особи з інвалідністю через неприйняття їх як членів колективу та фахівців, представники ЛГБТ-спільноти та прибічники фемінізму через невідповідність традиційним соціальним ролям». «...Сучасні методики управління персоналом не тільки не покращили ставлення співробітників один до одного, але й посилили психологічний тиск. Адже основною ціллю технократичних методик HR є якнайбільше вичавлювання з працівника додаткої вартості. У компаніях, де трудова діяльність відбувається на засадах «ефективного управління персоналом», повною мірою розквітають такі форми ментального насильства, як ейджизм (вікова дискримінація), від якого страждають як літні, так і молоді працівники». «Не є винятком на підприємствах ... мізогінія (жінконенависництво) та харасмент (домагання), фізичне насильство проти жінок. Умова про заборону вагітності стала практично обов'язковою під час прийняття на роботу молодих жінок. Молоді матері дуже часто стикаються з проблемами цькувань через виконання репродуктивної праці. Що стосується чоловічих колективів, то в них, на жаль, у більшості випадків питання про отримання відпустки по догляду за дитиною табуоване, та переважно засуджується й висміюється патріархальним трудовим товариством. Сексуальні домагання на робочому місці у формі непристойних жартів, торкань, непрямих та прямих приставань поступово починають відторгатись суспільством через активну роботу громадських активістів, однак і досі залишаються доволі масовим явищем» [22].

«Офісні війни» [24] в умовах постійного вертикального тиску є спробами залякати, подавити більш успішного або активного колегу чи колежанку в гонитві за вищим щаблем у корпоративній ієрархії. «При чому як і прибічники «трудової етики 90-х років», так і представники сучасного HR, вважають практики взаємного пригноблення в цілому нормальними, а іноді й корисними. Саме так вони можуть побачити, хто більш лояльний до компанії, хто готовий заради вищої посади чи премії знищити свого товариша по роботі...» [22].

Незважаючи на очевидну гостроту проблеми в Україні мобінгу, ми не маємо вітчизняних досліджень, статистики чи оціночних даних, крім того питання мобінгу досі залишається неврегульованим на законодавчому рівні.

Верховна Рада України тричі мала можливість визначити норму протидії мобінгу, але не зробила цього.



Перша спроба: 4 березня 2019 року до Верховної Ради було подано законопроект № 10118 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії мобінгу» [28]. Цей законопроект, скоріш за все, з'явився на тлі інтересу суспільства до іншої проблеми, пов'язаної із насильством, – булінгу в освітньому процесі. Головним недоліком цього законопроекту потрібно назвати відсутність норм трудового права, що закріплювали б обов'язок роботодавця забезпечувати комфортну психологічну атмосферу в трудовому колективі, не допускати випадків мобінгу. Також законопроект не відносить стресогенні фактори пов'язані з мобінгом до питань охорони праці, не надає право працівнику вимагати переведення на інше робоче місце в разі психологічного чи іншого насильства. Невиправданим у законопроекті є покладення на поліцію повноважень фіксації та притягнення до адміністративної відповідальності за мобінг і це при тому, що основним державним органом, який здійснює контроль за додержанням законодавства про працю, є Державна служба з питань праці України (<https://dsp.gov.ua/>), а суд притягує до відповідальності за переважну більшість правопорушень у сфері трудових відносин. І це є логічним з огляду на те, що сам факт насильства на роботі завжди є складним явищем, в якому перетинаються інтереси працівників, що мають різну мотивацію брати участь у мобінгу або ж протидіяти йому.

Друга спроба: законопроект щодо протидії мобінгу № 10118-1 від 18.03.2019 [28], в якому значна увага приділена внесенню змін саме в трудове законодавство, передбачені суттєві штрафи за мобінг, право їх накладати надано суду, а фіксувати випадки насильства на роботі може інспектор праці профспілки. Цей законопроект робить акцент виключно на каральному впливі, хоча й визнає можливість закріплення у колективному договорі заходів, спрямованих на протидію мобінгу. В законопроекті *знову не пропонується* таке:

- проводити профілактичні, освітні та інші заходи спрямовані на протидію мобінгу;

- визначити повноваження, пов'язані зі здійсненням моніторингу мобінгу, проведення занять із роботодавцями, працівниками та безробітними щодо способів недопущення насильства на роботі;

- передбачити в програмах професійного навчання закладів середньої та вищої освіти курси з попередження конфліктних ситуацій на роботі, підвищення чутливості до психологічної атмосфери трудового процесу;

- закріплення умов участі в антимобінгових заходах суб'єктів громадянського суспільства, а також проблеми захисту їх членів від самого мобінгу за участь у громадській діяльності в цілому, чи в профспілковому русі, зокрема.

Третя спроба: проект Закону «Про внесення змін до Кодексу України про адміністративні правопорушення щодо протидії мобінгу» [28]. Було передано народним депутатам та 07.09.2021 знято з розгляду. Законопроект надавав визначення понять «утиск (мобінг) працівників», «мобінг (цькування)», «мобінг», «упереджене ставлення у сфері праці (мобінг)». Так законопроектом пропонувалось нормативно визначити «Мобінг (цькування)» та встановити відповідальність за «діяння учасників трудових відносин, які полягають у психологічному, економічному насильстві, у тому числі із застосуванням засобів електронних комунікацій, що вчиняються стосовно працівника підприємства, установи, організації незалежно від форми власності, виду діяльності і галузевої належності, а також стосовно осіб, які працюють за трудовим договором з фізичними особами або особами, які працюють за трудовим договором з фізичними особами стосовно інших учасників трудових відносин з метою приниження їх людської гідності за певними ознаками, створення стосовно них напруженої, ворожої, образливої атмосфери та/або примушування учасника трудових відносин до зміни місця роботи». Причиною відхилення законопроекту став запропонований механізм покарання, який було зведено до тягаря доказування епізодів мобінгу саме постраждалими, які будуть змушені протягом певного часу терпіти нападки з метою збирання фактичних даних, що можуть бути використані як докази у справі.

Таким чином, відсутність цільової законодавчої норми не зменшує, а навпаки, збільшує потребу в медійній адвокації та висвітлені ситуацій, причин та наслідків мобінгу в процесах сучасної праці. Діють інші нормативні акти, які формують підґрунтя для визначення поняття, механізмів протидії. Крім того, потрібно активно вивчати та популяризувати підходи країн ЄС до цієї проблеми.

Поки що в Україні чинним є таке:

1) якщо мав місце, скажімо, економічний мобінг, то такі дії можна кваліфікувати за ст. 189 Кримінального кодексу України (вимагання);

2) якщо йдеться про насильство за ознакою статі, тобто, умисне вчинення будь-яких діянь (дій або бездіяльності), зокрема, психологічного чи економічного характеру (погрози, образи чи переслідування тощо), внаслідок чого могла бути чи була завдана шкода психічному здоров'ю потерпілого (в тому числі, якщо потерпілий перебуває у трудових відносинах із тим, хто заподіяв шкоду), то такі діяння охоплюються ст. 173-2 Кодексу України про адміністративні правопорушення («Вчинення домашнього насильства, насильства за ознакою статі, невиконання термінового заборонного припису або неповідомлення про місце свого тимчасового перебування»);

3) доведення особи до самогубства або до замаху на самогубство, що є наслідком жорстокого з нею поводження, шантажу, систематичного приниження її людської гідності або систематичного протиправного примусу до дій, що суперечать її волі, схиляння до самогубства, а також інших дій, що сприяють вчиненню самогубства, підпадають під ознаки злочину, передбаченого ст. 120 Кримінального кодексу України;

4) враховуючи положення ст. 2-1 та абз. 7 ч. 1 ст. 5-1 Кодексу законів про працю України, якими встановлюється заборона будь-якої дискримінації у сфері праці (зокрема, порушення принципу рівності прав і можливостей, прямого або непрямого обмеження прав працівників залежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, гендерної ідентичності, сексуальної орієнтації, етнічного, соціального та іноземного походження, віку, стану здоров'я, інвалідності, підозри чи наявності захворювання на ВІЛ/СНІД, сімейного та майнового стану, сімейних обов'язків, місця проживання, членства у професійній спілці чи іншому об'єднанні громадян, участі у страйку, звернення або наміру звернення до суду чи інших органів за захистом своїх прав або надання підтримки іншим працівникам у захисті їх прав, за мовними або іншими ознаками, не пов'язаними з характером роботи або умовами її виконання та гарантування державою правового захисту від необґрунтованої відмови у прийнятті на роботу і незаконного звільнення, а також сприяння у збереженні роботи), відповідальність за мобінг може наставати також за ч. 1 ст. 41 «Порушення вимог законодавства про працю та охорону праці» Кодексу України про адміністративні правопорушення.

Звертаємо увагу, що за даними Всесвітньої організації охорони здоров'я 70% знущань відбувається словесно: принизливі обзивання, глузування, жорстока критика, висміювання та ін. На жаль, кривдник часто залишається непоміченим, однак образи безслідно не зникають для «об'єкта» приниження [9]. Найскладніше ззовні помітити соціальне знущання (систематичне приниження почуття гідності потерпілого через ігнорування, ізоляцію, уникання, виключення), яке, до того ж, знаходиться поза межами регулювання Кодексу України про адміністративні правопорушення або Кримінального кодексу України. Вирішення цих проблем належить до сфери кадрової роботи, чи управління персоналом, і має бути направлене на попередження таких діянь. Також потрібно враховувати поділ явища мобінгу на горизонтальний та вертикальний (стаффінг), адже вертикальна модель

мобінгу передбачає будь-які відносини підпорядкованості у колективі, не лише відносини між працівником та безпосередньо власником (уповноваженим ним органом, особою, підприємства, установи, організації), які мають різні цілі, наслідки та, відповідно, вплив на особистість того, кого цькують [31].

Звертаючись до досвіду західних країн, зауважимо, що Швеція стала першою країною, де у 1993 році було прийнято законодавство проти переслідувань та цькування. При перших ознаках психологічного насильства керівництво компанії має почати власне розслідування, надати підтримку працівнику, у країні створені організації для надання допомоги жертвам мобінгу. У Бельгії діє закон «Про захист від насилля, мобінгу та сексуальних домагань на робочому місці». Роботодавець має здійснювати заходи профілактики, проводити навчання, розслідувати самостійно випадки та підтримувати жертв. В Ірландії діє Кодекс добросовісної практики для протидії мобінгу на робочому місці. Існує декілька процедур – формальна та неформальна. Формальна застосовується виключно у випадку нульової ефективності неформальної. В межах неформального порядку відбуваються процедури примирення, формального – розгляд письмової скарги. Розслідування ведеться інсайдерськими засобами. У Великій Британії мобінг є елементом порушення трудового законодавства [16].

«У США існує окремий науковий інститут, що досліджує цькування на роботі – Workplace Bullying Institute (WBI). За його даними, найпоширенішими наслідками для жертви мобінгу є стрес (76%), параноя (60%), головний біль (55%), почуття відстороненості (41%), почуття вини чи сорому (38%). А один із головних дослідників явища мобінгу, шведський академік Гайнц Лейманн, довів: під час постійних принижень на роботі психіка відчувається так само, як після пережитого досвіду війни або в'язниці. Цей же дослідник підрахував, що 15% самогубств у Швеції ... безпосередньо пов'язані з мобінгом на роботі» [35].

Мобінг – це насильство, а насильство завжди здійснюється за попереднього наміру, тобто умисно. Це означає, що особи, які вчиняють мобінг-насильство, усвідомлюють або повинні усвідомлювати характер вчинюваних дій або бездіяльності, передбачають або можуть передбачити можливість настання таких шкідливих наслідків конкретному працівнику/людині.

Мобінг – це насильство, що унеможливорює ефективний самозахист. Найчастіше люди, які вчиняють мобінг, мають певні переваги – це група людей/працівників.

Мобінг – це насильницькі дії, які порушують права і свободи особи. Кривдники завжди намагається контролювати свою жертву, тим самим обмежуючи права та свободи.

Мобінг – це насильницькі дії, які спричиняють шкоду конкретній особі та трудовому колективу чи бізнесу в цілому. Наслідком від мобінгу завжди є шкода, втрати, трагедії.

Наслідки, що відображаються на людині та роботі колективу в цілому:

- зниження ефективності і продуктивності праці;
- не поважаються правила, встановлені на підприємстві, та зростає критика щодо роботодавця та керівників;
- відбувається поступовий, але неухильний спад довіри між колегами та до керівництва, знижується почуття безпеки;
- збільшується кількість випадків відсутності працівників на роботі через хвороби та відпустки за свій рахунок;
- часті звільнення призводять до відтоку професіоналів, зростає загроза плинності кадрів;
- спадає імунітет до стресу та погіршуються симптоми незадоволення;
- встановлюється чітка тенденція бачити великі проблеми там, де їх немає, тобто «робити з мухи слона»;
- колектив постійно шукає «жертву» – винуватця в ситуації, що склалась;

– часто мобінг стає причиною втрати концентрації уваги та розумової працездатності (нерідкі випадки інфарктів).

– результатом роботи в трудовому середовищі, сповненому психологічного, фізичного, сексуального та інших форм насильства, є психологічні та фізичні захворювання, розчарування в собі як у фахівці та особистості. А це порушення ментального здоров'я людини;

– нерідкими є випадки самогубств працівників після цькування співробітниками чи сексуального домагання;

– траплялися випадки фізичної помсти постраждалих від мобінгу, ейджизму або харасменту працівників із використанням зброї та масовими жертвами;

– неадекватна робоча атмосфера призводить до низького рівня продуктивності праці, стає більше прогулів і збільшуються медичні й адміністративні витрати.

«І не тільки через неефективну працю на українських робочих місцях. Річ ще й у тому, що висококваліфіковані фахівці хочуть працювати в комфортних психологічних умовах, яких українські роботодавці надати не можуть. Тому ці фахівці шукають кращої долі за кордоном, чим послаблюють місцевий кадровий потенціал» [22].

Не дивно, що в книзі «Насильство на роботі», виданій в 1998 р. Міжнародним бюро праці, мобінг згадується в одному ряду із звалтуванням, пограбуванням і вбивством.

Мобінг – це насильство: систематичне цькування, психологічний терор, форми зниження авторитету, психологічного тиску у вигляді цькування людини у колективі, зазвичай, з метою його витіснення. Якщо всі дорослі проти одного дорослого – це мобінг.

Різниця між булінгом і мобінгом (в українському контексті) полягає в наступному: мобінг – це коли натовп працівників нападає на одну людину з числа працівників, а булінг – це коли одна людина (буллер/насильник) або декілька людей, що відносяться до одного освітнього процесу погрожують і



залякують іншого учасника освітнього процесу. Якщо цькують дитину в школі – це булінг.

Харасмент – це переслідування, домагання у формі дискримінації, яка проявляється в настирливій фізичній, чи словесній поведінці і призводить до приниження людини та порушення її приватних кордонів. За визначенням ООН харасментом вважаються докучання, сексуальні натяки, та будь-які інші дії, що зневажають моральні принципи іншої людини. Часто під поняттям «харасмент» розуміють лише домагання сексуального характеру. Але до цього списку відносяться недоречні неприємні зауваження, жести, міміка і жарти пов'язані з різними ознаками: раса; національність; вік; стать; сексуальна орієнтація; гендерна ідентичність; релігія; сімейний стан. Небажані дотики є найпоширенішим варіантом харасменту. Найчастіше вони відбуваються в громадському транспорті, на вулиці, на робочому місці. Взагалі харасмент може трапитися будь-де і будь з ким (дитина, дорослий). Згідно з опитуванням 21 % респондентів стикалися з подібними проявами дискримінації [36]. Чим відрізняється харасмент від флірту? Взаємністю, адже фліртування приємне для обох. Харасмент – зневаження чужих особистих меж без згоди людини.

Мобінг – це складне насильство, що являє собою тривалий процес цькування (свідоме систематичне здійснення насильства). Особливою ознакою мобінгу є довготривале «відторгнення» працівника трудовим колективом або керівництвом. Розрізняють емоційний, фізичний, економічний, сексуальний, кібермобінг, який передбачає цькування через соціальні мережі, та інші види мобінгу, що мають різні ступені суспільної шкідливості та наслідки для жертви.

Упродовж кількох десятиліть явище мобінгу досліджувалось такими західними фахівцями, як А. Ваніорек, Л. Ваніорек, С. Бродський, Р. Здибела, К. Кмечек-Баран, Х. Лейман, Р. Поздзіка, А. Шалковська та ін. У сучасний період його вивченням займалися Т.Ф. Алексеєнко, О.О. Корабльова, І.В. Лагутіна, А.І. Маренич, Н.Г. Мехеда, О.І. Сердюк та ін. В окремих дослідницьких працях [36] ми знаходимо ширші ніж вищенаведені типові визначення понять, причин та ознак мобінгу. Наведемо окремі.

Дослідники переважно вказують на те, що мобінг є однією з головних причин дестабілізації робочого колективу, несприятливого соціально-психологічного клімату і, як наслідок, зниження показників і здобутків у цілому. До незалежності України вивченню поняття «мобінг» не приділялося уваги, і останні кілька років мобінг, як деструктивний елемент у діяльності колективу, з'явився в лексиконі працівників/керівників виробничих процесів. Дослідники визначають, що мобінг процвітає тому, що його ігнорують. До того ж, жертви/постраждалі від мобінгу (психологічного третирування), часто не в змозі захистити себе. Говорити ж в нашій країні про судові процеси, пов'язані з мобінгом, на жаль, недоречно.

Термін «мобінг» є загальним терміном, що описує декілька варіантів насильства (або психологічної агресії) на робочому місці. Науковці розрізняють:

- вертикальний мобінг – вид насильства, що здійснюється у площині «керівник – трудовий колектив»;
- горизонтальний мобінг – це вид насильства, що полягає у колективному тискові на одного з колег, ігнорування та цькування його;
- босинг (від англійського boss) – вид насильства у формі психологічної агресії, що полягає у зловживанні керівника владою, постійній, часто несправедливій критиці співробітників зі вказівкою на їх службову невідповідність;

– «сендвіч-мобінг» – вид насильства у формі психологічної агресії, що полягає у тискові на одного з працівників як із боку колег, так із боку керівника.

Дослідники також визначають, що мобінг може бути свідомий і неусвідомлений:

– свідомий – цілеспрямовані дії, що мають конкретну, чітко сформульовану мету створити людині такі умови, щоб вона звільнилась з займаної посади, тобто йдеться про корисливі мотиви – зайняти чиюсь посаду, провести на неї когось зі «своїх», вислужитися перед начальством;

– неусвідомлений – нецілеспрямовані дії, за яких людина не усвідомлює того, що займається цькуванням і які є наслідком не толерантного ставлення, постійного роздратування, що накопичується по відношенню до когось із колег чи колективу взагалі.

Крім іншого, дослідники вказують на те, що мобінг може бути латентним і відкритим; індивідуальним і груповим, а також хронічним. Виживши одного колегу, мобер/мобери приймається за нову жертву, трапляються також мобери-вампири, яких цікавить переважно процес цькування, а зовсім не результат у вигляді звільнення колеги або підлеглого [36].

Досить часто дослідники вказують на те, що зародком мобінгу можуть бути недоліки, пов'язані з організацією трудового процесу чи внутрішньою системою поінформованості колективу, керівництво невдоволене робочим процесом, непомірні навантаження роботою або її недостатність. Можливо, на робоче місце, зайняте «жертвою», претендують інші працівники, або політика міжперсонального спілкування, обрана керівництвом, не відповідає критеріям здорового колективу. Причиною мобінгу може бути і неадекватний тип поведінки керівника щодо найманих працівників. Постійні невіршені організаційні проблеми можуть у свою чергу стати причиною важкого ментального тиску в колективах, де знижений імунітет до стресу. Така ситуація може спровокувати пошуки винуватця – «жертви» – і

ввімкнути поведінку відмови від спілкування і співпраці з деякими колегами. Причини появи мобінгу можна поділити на зовнішні та внутрішні: – зовнішні причини «на рівні соціуму загалом і групи зокрема» – це причини пов'язані з життєвим циклом колективу, законами існування груп, культурою, мораллю, тобто вони не залежать від індивідуальності особистості; – внутрішні причини «на рівні особистості» – це причини, які зумовлені особливостями психіки, життєвого досвіду, світогляду, переконань окремого індивіда. Проте основну роль в появі мобінгу відіграють внутрішні причини в той час як зовнішні лише сприяють процесу.

На основі аналізу різних теорій дослідники виділяються наступні зовнішні причини мобінгу:

- розподіл статусів в колективі;
- примітивні реакції у спілкуванні;
- успадкований стадний інстинкт;
- вікові особливості розвитку;
- низька загальна культура і мораль;
- відсутність реально діючого правового механізму тощо.

Мотив мобінгу дослідники рекомендують шукати в умовах реальної робочої обстановки, особливо у випадку, коли кілька осіб були у довшому періоді часу об'єктами різних типів переслідувань. Природно, що часом причини мобінгу треба шукати у поведінці окремих членів колективу. Але і в цьому випадку майже завжди присутні незадовільні умови праці, через що окремі працівники під тиском страху та невпевненості у завтрашньому дні не знаходять інших рішень їхньому глибокому незадоволенню, як тільки діяти так, щоб провокувати та принижувати своїх колег по роботі. Часті інновації, реструктуризації, інші зміни в колективі призводять до страху втратити робоче місце, тому в декого прокидається інстинкт самозбереження, і людина починає «топити свого ближнього, щоб самій залишитися на плаву».

В працях дослідників ми зустрічаємо чимало уваги спробам класифікувати форми мобінгу, серед іншого визначають таке:

– авторитарний мобінг – здійснюється з боку начальника, який застосовує деструктивний стиль керування;

– зміщений мобінг – агресія спрямовується на третю особу, оскільки прояв її по відношенню до справжнього джерела є занадто небезпечним, а рівень розчарування ситуацією перейшов допустимі межі і рамки боротьби з проблемою, може бути реакцією на авторитарне знуцання;

– мобінг «посвяти» – маємо справу з ним в ситуації, коли в колективі з'являються нові члени, які піддаються спробам «тестуванню» старшими стажерами;

– дискримінаційний мобінг – його жертвою стають особи, які відрізняються від загального колективу з точки зору цінностей важливих для його членів або особи, які не схвалюють встановлених в колективі норм;

– десигналізаційний мобінг – різновид дискримінаційного, застосовуваний по відношенню до особи, яка виявила негативні факти про своїх колег, інформуючи про них всередині організації (тобто керівників) або її оточення, за що у формі знуцань отримує «покарання» від співпрацівників;

– сексуальний мобінг – сексуальне домагання є особливою формою даного явища, а в випадку групи може бути різновидом дискримінаційного мобінгу, де проявлення зацікавленості протилежною статтю або тією самою, залежно від преференції, не зустрічається схваленням ;

– відбірковий мобінг – його метою є позбавлення даної особи з групи, дії стають щораз жорстокішими, поки мета не буде досягнута. Слід звернути увагу, що три вище згадані форми: «посвяти», дискримінаційний і відбірковий пов'язані з етапами переходу працівника через організацію: вхід-трансфер-вихід, а головною метою кожного з них є нав'язування працівнику правил поведінки даної групи і примус виконання існуючих всередині норм.

Більшість людей боїться бути відторгнутими і мало хто може подолати первісний інстинктивний страх відділитись від групи заради ідеї, принципу, несправедливості. Згідно з опитуваннями, які провів Karl E. Dambach, лише половина дорослих людей, 20 % студентів віком від 19 до 25 років відповіли ствердно, лише 5 % осіб віком до 18 років припустили, що вони могли б протистояти групі, яка діяла несправедливо. Однак опитування має похибку, адже люди схильні говорити й думати про себе краще, ніж є насправді.

З якими б мотивами, з яких би причин і в яких би формах не проявлявся мобінг, його наслідки є тяжкими як для самого працівника, так і для колективу і підприємства в цілому.

Українські компанії співпрацюють із зарубіжними компаніями і вітчизняним співробітникам доводиться контактувати з жителями інших держав, менталітет яких дещо відмінний від нашого. Боротьба менталітетів також може перетворюватись у мобінг. Керівникам — «жертвам» у порівнянні з рядовими співробітниками загрожують і додаткові прояви мобінгу. Так, топ-менеджерів може поступати негативна інформація про роботу його відділу, накази керівництва він може отримувати із запізненням, підлеглі можуть ігнорувати його розпорядження і т.п. Неприйняття нового керівника, особливо якщо останній призначений «згори», теж нерідко служить причиною мобінгу. Іноді колектив налагоджений проти нових керівників з їх же вини, можливо, вони занадто завзято взялися за перетворення на новому місці.

Серед безлічі причин, що призводять до мобінгу, немало таких, які можуть бути передбачені керівництвом або відділом кадрів. Так, керівництву варто приділяти більше уваги розвитку співробітників усередині компанії, установи, організації. Важливо підбирати нових працівників, інтереси яких відповідають існуючій корпоративній культурі колективу і які легко в ньому приживаються. Можливо, має сенс провести для керівників підрозділів і їх підлеглих спеціальні тренінги, або зблизити колег, запросивши їх на спільний неформальний захід, тоді шанси появи в компанії мобінгу

зменшуються. Частково ситуацію може покращити роз'яснення співробітникам їх посадових обов'язків. Принаймні, у «жертви» з'являється можливість захиститися від несправедливих звинувачень у некомпетентності і недисциплінованості.

Так як мобінг супроводжується неперевіреною інформацією і плітками, для припинення їх поширення, слід звернути увагу на рівень інформованості працівників про життя організації. Бізнес-консультанти мають шукати причини мобінгу в організаційній структурі і організаційному кліматі: неясні цілі організації і стратегії її розвитку; відсутність навичок управління у вищого керівництва; відсутність зворотного зв'язку; розпливчаті межі відповідальності і службових обов'язків; нечіткий механізм ухвалення рішень та розподіл праці між відділами і підрозділами; погана організація інформаційних потоків; плинність кадрів, часта зміна топ-менеджерів; відсутність системи кадрового просування і можливостей кар'єрного зростання; різна мотивація у співробітників; неправильна організація праці і, як наслідок, велике перевантаження окремих працівників.

Підтримку продуктивних соціальних і трудових стосунків у колективі можна забезпечити за рахунок введення практики коучингу, який сприятиме реалізації розвитку співробітника, підвищенню компетентності і вдосконаленню його професійних навичок, дозволяє розкрити потенціал особи для максимізації власної продуктивності праці. Доцільно проводити тренінги і для керівників по профілактиці мобінг-процесів, наприклад, контролювати їх через проведення регулярних анонімних опитувань. Забезпечення психологічного здоров'я співробітників повинно стати пріоритетним завданням. Тут доречно відмітити, що системи, які мають культуру пригнічення, роблять людей однаково інертними і не здатні виховати геніїв, новаторів.

Медійний порядок денний щодо мобінгу повинен включати провідну ідею, що від мобінгу ніхто не страхований: будь яка людина, управлінська структура чи виробнича організація **МОЖЕ** потерпати від мобінгу. В

українському суспільстві, в якому набирають обертів нові види виробництва, праці, за відсутності нормативних визначень мобінгу, надзвичайно потрібна зацікавлена роль медіа щодо суспільної дискусії про протидію мобінгу та інструменти, процеси, механізми захисту людини-працюючої.

Кеннет Уестус, канадський соціолог, промовисто визнав, що «Мобінг, як торнадо, що відірвався від весняного дощу, - палкий, колективний напад, який виростає зі звичайного конфлікту». Інформація про мобінг та його наслідки – це як протидія «торнадо», тому має бути понятійно грамотною, цільовою, відповідальною перед аудиторією. Про мобінг потрібно говорити як про суспільну проблему в цілому, але аргументи, факти наводити локальні.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ

1. Zdubel R. (2007) Mobbing w stosunkach pracy (sluzby) – proba definicji. Wybrane zagadnienia prawne. Przegląd Policyjny, no. 85, pp. 79–93.
2. Абашкина О. Моббинг по-немецки / О. Абашкина // Справочник по управлению персоналом. 2007. №9. С.120–124.
3. Ваниорек Л. Моббинг: корда работа становится адом / Линда Ваниорек ; [Пер. с нем. И. С. Борисова]. М. : Интерэксперт, 1996. 168 с.
4. Винославська О.В., Бреусенко-Кузнецов О. А., Зливков В. Л., Апішева А. Ш., Васильєва О. С. Психологія: навчальний посібник. Київ: ИНКОС, 2005.  
URL:  
[https://www.ebk.net.ua/Book/psychology/vinoslavska\\_psihologiya/part4/4101.htm](https://www.ebk.net.ua/Book/psychology/vinoslavska_psihologiya/part4/4101.htm)
5. Гуменюк О.Є Психологія впливу: [монографія] / О.Є Гуменюк. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 304 с.
6. Енциклопедії сучасної України. URL:  
[https://esu.com.ua/search\\_articles.php?id=59900](https://esu.com.ua/search_articles.php?id=59900)
9. Загальна декларація прав людини. URL:  
[https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_015#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015#Text)
1. 8.Закон України «Про інформацію». URL:  
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
10. Запобігання та протидія насильству. Методичні рекомендації. Міністерство освіти і науки України, Міністерство молоді та спорту України. Додаток до листа Міністерства освіти і науки України від 18.05.2018 № 1/11-5480 [Електронний ресурс] / URL:  
<https://don.kyivcity.gov.ua/files/2018/5/22/mon.pdf>
11. Ісакова Т.О. Мова ворожнечі як проблема українського медійного простору. URL: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/isakova.pdf>
12. Кальниш В.В., Кальниш Ю.Г. Формування громадсько-політичної поведінки великих груп населення. К.: Наукове видання, 2009. 438 с. URL:  
<http://sd.net.ua/2012/03/06/sxilnosti-lyudini-do-manipulyuvannya.html>

13. Коваль Т. Сучасна концепція прав людини як підґрунтя медіадіяльності в Україні / Права людини та мас-медіа в Україні: Збірник конспектів лекцій [Тексти] / Авт. кол. – За ред. Виртосу І., Шендеровського К. Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. С. 9
14. Конвенція МОП №190 «Про викорінення насильства та домагань в світі праці». URL: <http://employers.org.ua/news/id2190>
15. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
16. Кравченко О. Мобінг у трудовому праві. URL: [https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Visnyk\\_3\\_2018-90-91.pdf](https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Visnyk_3_2018-90-91.pdf)
17. Кравченко О. Мобінг у трудовому праві / URL: [https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Visnyk\\_3\\_2018-90-91.pdf](https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Visnyk_3_2018-90-91.pdf)
18. Лагутіна І. В. Мобінг на робочому місці: правовий аспект / І. В. Лагутіна // Актуальні проблеми держави і права. 2011. № 57. С. 133–138.
19. Лісовський П. М. Маніпуляція свідомістю: сутність, структура, механізм у сучасному трансформаційному суспільстві (соціально-філософський аналіз). К. : [НПУ ім. М.П.Драгоманова], 2006. 199 с.
20. Міжнародна конвенція про ліквідацію всіх форм расової дискримінації. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_105#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_105#Text)
21. Мова ворожнечі: які висловлювання не можна поширювати в ЗМІ? URL: <https://cedem.org.ua/consultations/mova-vorozhnechi-yaki-vyslovlyuvannya-ne-mozhna-poshyryuvaty-v-zmi/>
22. Ноа Девэнпорт. Моббинг: емоціональноє насиліє на робочих місцях в США / Ноа Девэнпорт, Рут Шварц и Гейл Эллиотт. 1997. 218 с.
23. Новіков Д. Мобінг поза законом: як протидіяти насильству на роботі. URL: <https://commons.com.ua/uk/mobing-poza-zakonom-yak-protidiyati-nasilstvu-na-roboti/#footnote-1>
24. Патриція Брандер, Лор де Вітте, Націла Гані, Руї Гомеш, Еллі Кін, Анастасія Нікітіна, Юстина Пінкевічюте. КОМПАС. Посібник з освіти в

- області прав людини за участі молоді. URL:  
<https://www.coe.int/uk/web/compass/what-are-human-rights->
25. Підгора М. Офісна диктатура і її жертви. URL:  
<https://commons.com.ua/uk/ofisnaya-diktatura-i-eyo-zhertvy/>
26. Права людини в Україні: результати соціологічного дослідження. URL:  
<https://zmina.ua/wp-content/uploads/sites/2/2020/12/dani-opytuvannya-dlya-zhurnalistiv-final-konvertyrovan.pdf>
27. Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо попередження та протидії мобінгу. URL:  
[http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=65695](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=65695)
28. Проект Закону про внесення змін до Кодексу України про адміністративні правопорушення щодо протидії мобінгу. URL:  
[http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=70300](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70300)
29. Проект Закону України № 10118 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії мобінгу». URL:  
[http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=65695](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=65695)
30. Різун В. В. Лінгвістика впливу: монографія / В. В. Різун, Н. Ф. Непийвода, В. М. Корнєєв. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. 148 с.
31. Соломахін А.Ф., Загороднюк В.С. Мова ворожнечі в українських ЗМІ: етнотема та специфіка її висвітлення. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. Том 32 (71) №6 Ч.3, 2021. С.173-175
32. Трюхан О.А. Захист працівників від мобінгу на робочому місці: теоретико-правовий аспект [Електронний ресурс] / URL:  
[http://apnl.dnu.in.ua/4\\_2017/12.pdf](http://apnl.dnu.in.ua/4_2017/12.pdf)
33. Філософія: словник термінів та персоналій / В. С. Бліхар, М. А. Козловець, Л. В. Горохова, В. В. Федоренко, В. О. Федоренко. Київ: КВІЦ, 2020. 274 с. С. 147–148

34. Харасмент – що це? Як його розпізнати і вберегтися? URL: <https://shop.talantbooks.com.ua/kharasment-shcho-tse-yak-yogo-rozpiznati-i-vberegтися/>
35. Що таке мова ворожнечі та як з нею боротися? URL: <https://ukraine.un.org/uk/168160-shcho-take-mova-vorozhnechi-ta-yak-z-neyu-borotysya>
36. Юлія Гришина про мобінг – знущання на роботі. URL: <https://sluga-narodu.com/yuliia-hryshyna-pro-mobinh-znushchannia-na-roboti/>
37. Юріна Ю. Шендеровський К. Медіатема мобінгу в системі координат суспільного інтересу // Права людини та мас-медіа в Україні. Частина 3: Конспекти лекцій / За ред. Виртосу І., Шендеровського К. К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2021. 354 с.

### ПЕРЕЛІК НАУКОВИХ ПРАЦЬ З ТЕМИ ВИКОНАВЦІВ НДР

1. Гаврилова Я. Л. Висвітлення реформи національної поліції регіональним виданням «Вгору» / *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Філологія та лінгводидактика в умовах євроінтеграції: реалії і перспективи»* (25-26 жовтня 2018 р.) [Електронний ресурс] / За заг. ред. І.В. Гайдаєнко; упор. Т.Г.Окуневич. 2018. С. 27-30.
2. Гаврилова Я. Л. Образ «нової» поліції на сторінках регіональних інтернет-сайтів (на прикладі м. Херсон) / *Обрії друкарства*. 2018. № 1(6). С. 78 – 87.
3. Гаврилова Я. Л. Особливості висвітлення діяльності «нової» поліції на сторінках інтернет-версії видання «Вгору» / *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»* : Зб. наук. пр. Випуск 30. / Херс. держ. ун-т. Херсон : ХДУ, 2017. С. 157-161.
4. Загороднюк В. С. Дифузія жанру подорожнього нарису в романі «Подорож на пуп землі» Макса Кідрука / *Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. 2021. Том 32 (71). №3. Частина 2. Київ, 2021. С.222-228.
5. Загороднюк В. С. Подорожня есеїстика в романі “Лексикон інтимних міст” Юрія Андруховича: проблема жанру і енциклопедизму / *Вчені записки Таврійського Національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. Том 31 (70) № 2, 2020 р., Частина 4. С.196 -201.
6. Загороднюк В. С. Брати Бурлюки: Херсонщина і Сумщина як поетичні паралелі / *Слобожанщина: альманах літераторів Сумщини: випуск двадцять четвертий* / упорядн. Тамара Герасименко, Олександр Вертіль, Василь Вовчанецький. Суми: видавничо-виробниче підприємство «Мрія-1», 2019. 208 с.
7. Загороднюк В. С. Дискурс педагогічної журналістики у газеті «Джерела» / *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Філологія та*

*лінгводидактика в умовах євроінтеграції: реалії і перспективи»* (25-26 жовтня 2018 р.) [Електронний ресурс] / За заг. ред. І.В. Гайдаєнко; упор. Т.Г.Окуневич. 2018. С. 81-82.

8. Загороднюк В. С. З роси і води! Херсонській обласній організації Національної спілки письменників України – 60! / *Літературно-художній альманах Херсонщини «Степ»*. Херсон: видавництво «Гілея», 2019. 168 с. (С. 150-151).

9. Загороднюк В. С. Національно-державні мотиви щоденникових записів Миколи Василенка / *Вісник Таврійської фундації* (Осередку вивчення української діаспори): Літературно-науковий збірник. Випуск 15. Херсон: Просвіта, 2019. С. 7-13.

10. Загороднюк В. С. Про художню модель степу / *Вісник Таврійської фундації* (Осередку вивчення української діаспори): Загороднюк В. С. Літературно-науковий збірник. Випуск 14. К. Херсон: Просвіта, 2018. С. 282-285.

11. Загороднюк В. С. Публіцистика в інтерпретації української національної ідеї (за матеріалами журналу «Київ», 2016 р.) / *Образ: науковий журнал* / за ред. Н.Сидоренко, О.Ткаченко; Сумський державний університет; Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Суми; Київ, 2017. Вип. 4 (26). С.6-14.

12. Загороднюк В. С. У пошуках образу степу / *Вишиванка*. П'яте число. Київ-Херсон: «Просвіта», 2018. С. 99.

13. Загороднюк В. С. Шукаючи істину шаблею / *Вісник Таврійської фундації* (Осередку вивчення української діаспори): Літературно-науковий збірник. Випуск 14. К. Херсон: Просвіта, 2018. С. 267-273.

14. Збірка програм навчальних дисциплін кафедри соціальних комунікацій спеціальності 061 Журналістика першого бакалаврського рівня вищої освіти / Укладачі: Рембецька О.В., Орлова Н.В., Юріна Ю.М., Соломахін А.Ф., Загороднюк В.С., Жіляєва О.В.; за заг. ред. Рембецької О.В. Херсон, 2019. 98 с.

15. Орлова Н. В. Жанр огляду ЗМІ на шпальтах газети «День» / *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Філологія та лінгводидактика в умовах євроінтеграції: реалії і перспективи»* (25-26 жовтня 2018 р.) [Електронний ресурс] / За заг. ред. І.В. Гайдаєнко; упор. Т.Г.Окуневич. 2018. С. 170-172.
16. Орлова Н.В. Нагромаджувальний період формування наукової мови українського журналістикознавства (IX ст. – 70-ті рр. XIX ст.) / *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»* : 36. наук. пр. Випуск 30. / Херс. держ. ун-т. Херсон : ХДУ, 2017. С. 26 – 30.
17. Орлова Н.В. Умови формування українського журналістикознавства та його наукової мови / *Обрії друкарства*. 2018. № 1(6). С. 141 – 150.
18. Орлова Н.В. Термінологія журналістикознавча чи журналістська: до проблеми розмежування понять / *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. – Дрогобич: вид. дім «Гельветика», 2020. Вип. 29. Том 3. С. 66-71.
19. Попкова О.А. Сучасний газетний дискурс як сфера об'єктивації складних слів / *Науково-теоретичний часопис з мовознавства «Мова»*. № 33. Одеса: АСТРОПРИНТ, 2020. 170 с. (С. 98-103)
20. Попкова О. А. Мовна економія як запорука успішної медіа грамотності / *Збірник статей Сьомої міжнародної науково-методичної конференції: Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку* [Електронний ресурс]. Київ: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2019. 433 с. (С. 74-79).
21. Попкова О. А. Складні слова як вияв тенденції до мовної економії у масмедійному дискурсі початку ХХІ сторіччя / *Записки з українського мовознавства: Вип. 26. У 2-х томах. Т.1.* : 36. наук. праць Opera in linguistic ukrainiana: Fasciculum 26. Vol. 1 / Головний ред. Т.Ю.Ковалевська. Одеса: «ПолиПринт», 2019. 362 с. (С. 330-337).

22. Попкова О. А. Сучасні тенденції творення складних слів у мові ЗМІ / *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Філологія та лінгводидактика в умовах євроінтеграції: реалії і перспективи»* (25-26 жовтня 2018 р.) [Електронний ресурс] / За заг. ред. І.В. Гайдаєнко; упор. Т.Г.Окуневич. 2018. С. 185-188.
23. Попкова О. А. Теоретико-методологічні засади дослідження складних слів в українській лінгвістиці / *Збірник статей «Сучасний науковий потенціал: матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції»* (25 червня 2020 року) : збірник тез. Бердянськ : БДПУ, 2020. 45 с. (С. 42-43).
24. Попкова О. А. Тенденції активізації композитних прикметників-оказіоналізмів у сучасних газетних текстах 20-х років ХХІ сторіччя / *Філологічні трактати*. Том 13. Суми, 2021. (С. 114-120).
25. Попкова О. А. Комунікативно-прагматичний потенціал складних слів періоду пандемії (на матеріалі українських газетних текстів) / *Записки з українського мовознавства*: Вип. 28.: Зб. наук. праць Opera in linguistica ukrainiana: Fascicillum 28. / Головний ред. Ж.В.Краснобаєва-Чорна. Одеса: «ПолиПринт», 2021. 380 с. (С. 168-180).
26. Попкова О. А. Семантика і прагматика okazіональних складних слів у заголовках сучасних українських газетних видань / *Studia Ukrainica Posnaniensia*. Том 10, 2022.
27. Popkova O. EXTRA-LINGUISTIC FACTORS AND TENDENCIES OF ACTIVATION OF MILITARY VOCABULARY IN UKRAINIAN MASS MEDIA / *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. Volume 12, Issue 1, Special Issue XXV, 2022. (P 184-189).
28. Popkova O. Didactically Relevant Mechanisms of Onym Formation in the Ukrainian Language Today: A Neuropsychological Approach / *Revista Românească pentru Educatie Multidimensional*. Volume 14, Issue 3, 2022. (P 51-65).



29. Рембецька О. В. Рекламні повідомлення в херсонській пресі початку ХХ століття: тематика, структура, оформлення / *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Філологія та лінгводидактика в умовах євроінтеграції: реалії і перспективи»* (25–26 жовтня 2018 р.) [Електронний ресурс] / За заг. ред. І. В. Гайдаєнко; упор. Т. Г. Окуневич. 2018. С. 199-202.
30. Рембецька О.В. Медіаграмотність у період пандемії корона вірусу / *Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Філологія та лінгводидактика в умовах євроінтеграції: сьогодення і перспективи»* (19-20 травня 2020 р.) [Електронний ресурс] / За заг. ред. І. В. Гайдаєнко; упор. Т. Г. Окуневич. 2020. С. 192-195.
31. Соломахін А. Ф. Варіантність у складі української астрономічної термінології II половини ХХ – початку ХХІ ст. / *Тези II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Роль мови в інтелектуальному формуванні особистості»* (22 березня 2018 р., м. Херсон) [Електронний ресурс] / за заг. ред. А. Ф. Соломахіна, Т. В. Мунтян. Херсон, 2018. С. 104 –106.
32. Соломахін А. Ф. Специфіка вживання термінів «зірка» та «зоря» в контексті сучасного мас-медійного простору (на прикладі сучасних інтернет-змі) / *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Германістика та міжкультурна комунікація»*. №1 / 2020. 15 с.
33. Соломахін А. Ф. Передумови для створення громадянських ЗМІ в Україні / *Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми медіапростору»*. Режим доступу: <http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/archives/category/090420>
34. Соломахін А. Ф. Права дитини у фокусі освіти і медицини: відкриті та нові теми для медіа / *Права людини та мас-медіа в Україні. Частина 2: Конспекти лекцій* / За ред. Виртосу І., Шендеровського К. К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2020.
35. Соломахін А.Ф. Мова ворожнечі в контексті етнічної тематики українських ЗМІ / *Збірник наукових праць* : за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції «Регіональна журналістика в

- Україні: історія, реалії, виклики, перспективи» / за ред. С. В. Семенко. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2021. № 7. С. 66–68.
36. Соломахін А.Ф., Загороднюк В.С. Динаміка жанру політичного портрету в публіцистиці Дмитра Павличка. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. Том 33 (72) №1 Ч.3, 2022. С.195–202.
37. Соломахін А.Ф., Загороднюк В.С. Мова ворожнечі в українських ЗМІ: етнотема та специфіка її висвітлення. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. Том 32 (71) №6 Ч.3, 2021. С.172–176.
38. Соломахін А.Ф., Мельничук Ю.Г. Обумовленість сучасного висвітлення боротьби за права людини осіб з інвалідністю (регіональний аспект (на прикладі м. Чернівці та м. Херсон)) / *Права людини та масмедіа в Україні*. Частина 3: Збірник конспектів лекцій / за ред. Виртосу І., Шендеровського К. Київ : Інститут журналістики, 2021. С.129-137.
39. Цуркан І. М. Біблійні мотиви та образи у творчості Олександра Олеся / *Таврійські філологічні наукові читання: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ. 26—27 січня 2018 р.* Київ: Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 2018. С.63—65.
40. Цуркан І. М. Жінка як символ краси у творчості Олександра Олеся та європейських символістів (Тези) / *Modern philological research: a combination of innovative and traditional approaches: Conference Proceedings, April 27–28, 2018*. Tbilisi: Baltija Publishing. P.27-30.
41. Цуркан І. М. Мотив сонцепоклонництва у творчості Олександра Олеся та європейських символістів / *Філологічні науки: сучасні тенденції та фактори розвитку: Міжнародна науково-практична конференція. м. Одеса, 26—27 січня 2018 року*. Одеса: Південноукраїнська організація «Центр філологічних досліджень», 2018. С.22—25.

42. Цуркан І. М. Символіка в поемі Олександра Олеся «Щороку» / *Південний архів*. Філологічні науки: Збірник наукових праць. Випуск LXXII. – В 2-х томах. Херсон: ХДУ, 2018. Т. I. С.61–65.
43. Цуркан І. М. Символістські контексти національної ідентичності у творчості Олександра Олеся / *Літературний процес: методологія, імена, тенденції*: зб. наук. Праць (філол. науки)/ Київ. ун-т ім. Б. Грінченка ; редкол.: І.Є.Руснак, О.В.Єременко, С.О.Євтушенко, О.В.Кудряшова та ін. — К.: Київ. ун-т ім.Б. Грінченка, 2018. №11. С.61—66
44. Цуркан І. М. Творчість Олександра Олеся в оцінці сучасників / *Південний архів*. Філологічні науки: Збірник наукових праць. Випуск LXXIII. Херсон: ХДУ, 2018. С.55–59.
45. Юріна Ю. М. Інтернет-ЗМІ як складова частина сучасного медіа ринку / *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Філологія та лінгводидактика в умовах євроінтеграції: реалії і перспективи» (25-26 жовтня 2018 р.)* [Електронний ресурс] / За заг. ред. І.В. Гайдаєнко; упор. Т.Г.Окуневич. 2018. С. 310-314.