

УДК 007:304:070

МАНІПУЛЯТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НОВИННОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: ІДЕОЛОГІЧНИЙ ТА ДЕОНТОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ

Тарас Лильо

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: tlylio@ukr.net*

Розглянуто ідеологічні та деонтологічні аспекти утвердження “об’єктивної журналістики”, природу факту, його амбівалентність, способи маніпуляції фактами у новинній журналістиці. Також проаналізовано призначення коментаря як умови розуміння подій та явищ у сучасному світі.

Ключові слова: факт, новинна журналістика, коментар, маніпуляція, деконтекстуалізація, тематизація, імітація новин, інтенція, персвазія.

Упродовж останніх двадцяти років в українській журналістиці досить нав’язливою є ідеологема про пріоритетність чистої інформації (фактографічної, новинної журналістики) як умови та ознаки демократизації суспільства. Така пріоритетність мала зменшити маніпуляцію громадською думкою й обмежити шанси пропаганди, ефективність якої насамперед виявляє себе, як прийнято вважати, на рівні авторської інтерпретації (коментування) подій, і водночас дати шанс правді. “Що мають робити журналісти – інформувати про факти, а не висловлювати нескінченно свої думки щодо цих фактів. У матеріалах українських журналістів завжди простежується позиція автора” [1]. Цим акцентам сприяє й те, що в журналістикознавстві роками утверджувалося стереотипне розуміння факту (голого, чистого тощо), який нібито з фотографічною точністю відтворює реальність. Однак природа факту не дає підстав для таких категоричних трактувань і свідчить про його амбівалентність.

Мета статті – розкрити способи маніпуляції відтвореними у ЗМІ фактами. Предмет дослідження – природа факту, маніпулятивний потенціал новинної журналістики. Об’єкт дослідження – українські та зарубіжні ЗМІ. Над проблемою стереотипу факту, його маніпулятивних можливостей працювали М. Карват (“Медійна міфологія фактів”, “Мистецтво політичної маніпуляції”), Е. Фром (“Револьюція надії. До олюдненої технології”), Т. Щуркевич (“Системотворчість, фактолатрія і факти”), М. Іловецький (“Криве дзеркало. Про маніпуляції в медіах”), А. Пратканіс та Е. Аронсон (“Вік пропаганди. Використання й зловживання персвазією щодня”) та ін.

Природа факту

Факт (з лат. *factum* - зроблене) – “дійсна, невигадана подія, явище; реальність, дійсність, те, що об’єктивно існує” [2; с. 922]. Під фактом ми маємо на увазі щось очевидне, встановлене, щось, що “говорить саме за себе” [3; с. 45]. Звично вважають, що факт функціонує самодостатньо, а не в певному контексті. Однак факт є частиною певної цілісності, а отже, в контексті цієї цілісності набуває певного значення. Розуміння факту залежить від того контексту, який часто його й породжує. Відсутність цього контексту створює сприятливі умови для маніпуляції. Наприклад, звичайна констатація фактів терору без жодних пояснень у маніпулятивний спосіб може навіть в суспільстві страх ірраціонального походження, внаслідок чого у ЗМІ з’являється ідеологема “глобальний тероризм”, яка передбачає хаотичний характер вчинків терориста, а відтак об’єктом атаки може стати будь-яка країна. Фаховий коментар подій того ж таки 11 вересня 2001 року певним чином раціоналізує дії терористів. Ця раціоналізація є наслідком пояснення мети, мотивів терористичного акту. Без з’ясування їхньої суті ЗМІ втрачають шанс пояснити, що відбувається.

Переказування новини у ЗМІ є результатом селекції подій, їх ієрархізації з огляду на сферу зацікавлень, погляди власника, суспільний попит, ідеологічні, політичні інтереси (про це докладніше далі). Існує відмінність між подією та її образом. З лінгвістики відомо, що словам властивий інтенційний, емоційний, персвазивний характер. Багато слів і виразів мають доконаний характер (*performative function*), а отже, спроможні перетворювати реальність, об’єкт опису. “Коли ми говоримо про статус фактів, про зв’язки між джерелом знання та об’єктом-оригіналом, то напрошується аналогія не до кальки, копії чи, навіть фотографічного кадру (який теж є наслідком селекції й формування образу з певною метою), а радше до портретів чи пейзажів в малярстві, які є не тільки представленням об’єкта, а й втіленням певного погляду” [3; с. 47]. Те, що навіть фотографічний факт є конструкцією інтенційною, а не просто різновидом дзеркала, засвідчує й взятий з власного досвіду аргумент військового фотокореспондента Джеймса Нахтвея: “Будь-яка війна спричиняє руйнування, насилля і смерть, тому будь-яка фотографія, яка розкриває справжнє обличчя війни – антивоєнна” [4].

Окремо слід сказати про імітацію новин, що базується на об’єктивних фактах. Це непомітний, але дуже ефективний прийом маніпуляції. За його допомогою фактажний рівень великої політики підмінюють рівнем політики. Призначення такого маніпулювання – “заповнювати ефіри яким-небудь дебілізуючим розважальним продуктом, а в проміжках постійно подавати скандальні новини-одноденки з життя політиків – і так поступово привчати аудиторію до думки, ніби це і є “політичні новини” [5]. Таким чином факт може імітувати новину.

Деідеологізоване інформування?

На перший погляд, згадана на початку статті ідеологема має закономірний ідеологічний контекст: сильно залежне від інформації суспільство хоче очиститися від спадку тих часів, коли життя кожного його члена було ідеологічним та пропагандистським матеріалом. Отож, такі погляди на нову

якість журналістики, загалом соціальної комунікації, з'явилися у посткомуністичному просторі на хвилі триумфалізму американських стандартів інформування, в яких першочергове значення має відокремлення фактів від коментарю. Наприклад, в редакції газети “The New York Time”, що є одним з лідерів ліберальної (!) преси світу, матеріали поділяють на чотири категорії [6]: чиста інформація, аналіз фактів, думки конкретних коментаторів і насамкінець – редакційний коментар. У такому поділі спостерігаємо пересторогу для читачів: від категорії до категорії ступінь суб'єктивності зростає.

Однак у пріоритетності інформаційної журналістики, яка лише оперативно реєструє факти, простежуємо велику неадекватність щодо потреб і викликів часу. Ця неадекватність зумовлена не лише станом сучасного світу й потребою його пояснити, а й впливає з емпіричних фактів, які вписані в історію світової журналістики. Ще 1923 року у “Проспекті” журналу “Time” його засновники застерігали від об'єктивності як журналістського ідеалу. Замість неї Генрі Люс пропонував інший критерій – справедливість подачі матеріалів й висвітлення подій. Серед новацій журналу був й кінцевий продукт групової журналістики: коментований репортаж (інтерпретаційний репортаж). До цього моменту в американських ЗМІ існував чіткий поділ на репортаж і коментар. Репортер шукав відповіді на питання: *хто? що? де? коли? і як?* Відповідь на питання “чому?” не входило в обов'язки репортера. Генрі Люс і Брітон Хадден вважали це анахронізмом, оскільки навіть професійної каталогізації фактів недостатньо для розуміння події. Коментований репортаж став поєднанням інформації та коментування, розповіддю про подію, в якій органічно вмонтовано оцінки, думки журналіста, експертів, історичний, політичний та інші контексти поданих фактів. Прозрінню фундаторів журналу “Time” передував провал американської журналістики під час першої світової війни. ЗМІ поінформували про замах на ерцгерцога Фердинанда, але американцям це не допомогло зрозуміти генезу ніби то розпочатого пострілом у Сараєво кровопролиття. Уже після війни оглядач “The New York Times” Джеймс Рестон заявив: “Усе майбутнє журналістики залежить від розумного пояснення того, що відбувається у світі”. З кожним роком світ стає заплутанішим. Журналістика, яка пояснює, – це сфера, в котрій ми можемо відзначитися” [7].

У час інтегральних катастроф, тероризму, глобальних екологічних викликів згадана неадекватність загострилася, стала ще очевиднішою. У парадоксальний спосіб це загострення збіглося в часі з появою розмов про переваги чистої інформації й про те, що споживач має право на власну інтерпретацію новини. Однією з перших цю неадекватність помітила Світлана Алексієвич одразу після Чорнобильської катастрофи. У приуроченому до ХХ річниці інтерв'ю із собою письменниця називає вибух на ЧАЕС “подією-чудовиськом”: “У всіх з'явилося вимовлене чи невимовлене відчуття, що ми торкнулися до невідомого. Чорнобиль – це тайна. Яку ми повинні ще розгадати. Непрочитаний знак. Можливо, загадка ХХІ століття. Виклик йому. Стало ясно: окрім комуністичних, національних і релігійних викликів, серед яких ми живемо, попереду нас чекають інші виклики, жорстокіші й тотальні, але поки що приховані від очей...За одну ніч ми перемістилися в інше місце історії. Стрибнули в нову реальність, і вона, ця реальність, виявилася вищою не тільки

за наше знання, але й за нашу уяву” [8]. Ступінь згаданої розгадки події непрямо залежить від кількості інформації про подію. У випадку Чорнобиля брак інформації стосувався лише певного періоду після катастрофи, тобто мав ситуативний характер. Інформація не є тим самим, що знання, інформація не є знанням в евристичному значенні цього слова. Інформація сама по собі не означає, що розуміємо. Можна бути поінформованим про тисячу справ, але надалі їх не розуміти. А потреба цього розуміння існує завжди, особливо в епоху інтегральних катастроф. Сучасна людина вимагає миттєвої відповіді, а це означає, що першими, хто їх має дати, є журналісти, журналісти-експерти. Суть цієї експертизи – у здатності коректно трансформувати інформацію у знання, факт – у явище, тенденцію, зуміти аргументовано узагальнити до універсальних категорій партикулярні ситуації. Об’єктивне, чисто фотографічне відтворення події – це рівень констатації, якого не достатньо для пояснення стану світу. Тайлер Брюле (Tyler Brulé), голова медійного концерну “Winkop”, засновник і видавець місячника “Monocle”, трактує поширення блогерів як компенсацію чистого інформування. Згадану потребу він окреслив так: “Якщо прискіпливо глянути на американські друковані ЗМІ, зауважимо, що в них тільки об’єктивні факти, жодних думок. Журналістам не можна їх подавати у статтях. Але ж я саме прагну цих думок, купуючи “The Guardian”, бо хочу купити його погляд. Зовсім по-іншому є в “The Los Angeles Times” чи “The Wall Street Journal”, у яких завдання журналістів – тільки інформувати. Ніхто не пише там про свої погляди чи думки. Водночас з появою блогів у США люди нарешті знайшли платформу, завдяки якій можуть не тільки самі передавати інформацію, а й висловлювати свою думку” [9]. Тайлер Брюле є прихильником високого рівня політичної журналістики і вважає, що через 10-20 років ми будемо свідками появи зосереджених на аналізі газет. Саме вони залишаться джерелом широкого, аналітичного погляду й усвідомлять, що існує попит на інновації та креативність...

Деконтекстуалізоване інформування

Умовою адекватного розуміння певної події є наявність її контексту. Як писав у своєму “Листі до приятеля журналіста” [10] Олега́ріо Гонсалес де Кардедал, повідомлення має подаватися в найширшому горизонті історичної дійсності, з огляду хоча б на те, що криза перестає бути критичною, коли пояснено джерела кризи. “Водночас газета має інформувати і формувати, допомагати існувати в часі й бути людьми правди” [10]. Схожу думку висловлює й колумбійський есеїст Вільям Оспіна: „ЗМІ мають не тільки інформувати, а передовсім окультурнювати, оскільки сучасність виявляється не лише в техніці, але й в ідеях. Хтось може розпоряджатися найновішою технікою, але ментально, культурно перебувати у кам’яному віці” [11; с. 108].

Після великих трагедій багато людей, як правило, задають собі фундаментальні для нашого буття питання – про сенс життя і смерті. Інакше кажучи, втомлена чи замислена людина доживає до моменту, коли хоче почути відповідь на ті самі питання, що й Кант: що можу пізнати? що маю робити? на що маю сподіватися? ким я є?

Інформування як спрощення

Усе це відбувається в умовах інформаційної революції, яка призвела до зростання публічного доступу до інформації. Як стверджує Томас Гілланд Еріксен у своїй книжці “Тиранія моменту: швидкий і повільний час в інформаційну добу” [12], публічність ставить перед інформуванням свої вимоги. Вона вимагає тотального спрощення від інформації. Як наслідок, інформаційні фрагменти заповнюють прогалини, вдираються в логічно узгоджені корпуси знань і розщеплюють їх. Ритм, динамічність і новизна стають чи не найголовнішою цінністю й для журналістики. Сучасне інформування побудоване на ілюзії власної самодостатності, поза жодним історичним контекстом чи нашими сподіваннями на майбутнє. Значення має не правда як процес пізнання (інколи дуже затяжний), а моментний імідж правдоподібності. Саме тому зростання доступу до інформації веде до меншого розуміння. Нерозуміння теж повинно мати виправдання – відтак людина тікає у спрощенні формули світосприйняття.

На думку Т.Г. Еріксена, тиранія моменту впливає і на якість новин: редактори більше не переймаються правдивістю певної історії, її суспільним значенням, а радше оцінюють її з огляду на те, чи вона достатньо цікава і свіжа. Домінантними критеріями стають негайний відгук і швидка публікація. Висновок: у такій гарячій журналістиці немає місця для складності.

Крім того, в умовах інформаційного надлишку з’являється гостра потреба у сортувальному механізмі, що мав би виробити критерії для розуміння різниці між добром і злом. Така потреба особливо актуальна для українського суспільства, де “постмодерн по-плебейськи дуже вдало ліг на пострадянську матрицю – з відповідними наслідками у вигляді нездатності оцінювати події в категоріях добра і зла та неспроможності вибудувати ієрархію цінностей” [13]. У таких умовах твердження про пріоритети інформаційної журналістики, “об’єктивного інформування” суперечать орієнтаційній функції (йдеться, насамперед, про ціннісні орієнтації). Волтер Кронкайт якось сказав, що об’єктивне висвітлення війни – це абсурд, бо сама війна є абсурдом. На думку американського телекоментатора, тут потрібен найвідважніший і найбезкомпромісний суб’єктивізм.

Тематизація новин

Як зауважує Умберто Еко, багато хто з нас вважав, що за винятком повідомлень про атмосферні опади – не існує об’єктивних новин. Однак навіть при старанному відокремленні коментарю від інформації сам вибір інформації і місця для неї в газеті є елементом імпліцитної (контекстуальної, невисловленої, домисленої) оцінки. Останніми роками утверджувався стиль, який називають “тематизацією”: на одній шпальті розміщують певним чином споріднені матеріали. Умберто Еко наводить приклад такої тематизації з газети „La Repubblica” (стор. 17, 22 січня 1997 р.). На сторінці розміщено чотири статті:

- ▶ *Брешія, народжує й умертвляє дочку;*
- ▶ *Рим, чотирирічний хлопчик, сам в будинку, бавиться на підвіконнику;*
- ▶ *Рим, в лікарні може народжувати навіть жінка, яка не прагне мати дитину;*

► *Тревизо, розлучена жінка зрікається своїх материнських обов'язків.*

Як бачимо об'єктом тематизації є проблема покинутих дітей. “Однак, чи це найважливіша й типова проблема певного періоду? Чи це всі повідомлення про такі випадки? Якщо їх тільки чотири, то проблема ця статистично не істотна; внаслідок тематизації новина отримує ранг того, що в класичній судовій та суспільній риторичі називалося *exemplum* – одиничним випадком, з якого виводять правила (або підступно нав'язують їх виведення). Не хочу цим сказати, що техніка тематизації є хибною чи небезпечною; вона лише показує, як можна висловлювати думки, розміщуючи новини цілком об'єктивні [14; с. 46-47]. Це вкотре підтверджує констатацію того, що ефективна пропаганда може бути там, де маємо тенденційний добір об'єктивних фактів.

Саме на рівні арбітральної селекції фактів відбувається фальшування дійсності. За даними досліджень [15; с. 44], це викривлення виявляє себе в таких формах через:

- перебільшене значення неважливих подій;
- поєднання ізольованих фактів й подання їх як таких, що відображають цілісний образ ситуації;
- нав'язування читачам перебігу подій та їх наслідків з погляду вигоди й інтересів певного агентства чи транснаціональної корпорації;
- викривлення за допомогою інформування тільки про факти, які можуть мати безпосередній вплив на поведінку й свідомість певних груп людей, діяльність підприємств чи урядів;
- замовчування подій, які не відповідають інтересам країни, з якої походить інформагентство.

Сьогодні інформація стає функцією транснаціональних монополій, узалежнюється від бізнес-інтересів, які не завжди узгоджуються з національними інтересами. Цьому сприяє концентрація медій, наслідком якої є спроби підпорядковувати ЗМІ інтересам медійних концернів й таким чином підвищити поріг автоцензури. Наведемо два приклади замовчування інформації, які увійшли в історію новітньої світової журналістики [16]. У програмі „Today” великої телестанції NBC на тему несправних клапанів на американських атомних електростанціях журналісти, автори програми, жодним словом не згадали, що ці браковані, небезпечні клапани, використовував на своїх електростанціях концерн *General Electric*. Саме цей концерн вже кілька років є власником NBC. 1998 року керівники іншої американської мережі – ABC – не допустили в ефір програми відомого репортера Браяна Росса. Програма висвітлювала порушення прав працівників і численні випадки педофілії в парках розваг - Діснейлендах. Власником цих парків є концерн *Walt Disney Company*. Він же - власник ABC...

Основою для недобросовісної селекції інформації сьогодні є не лише бізнес-інтереси медіавласників, але й інтереси ідеологічного характеру. Роджер Ейліс (Roger Ailes), ветеран кампанії Ніксона та Рональда Рейгана, впливовий республіканський діяч, фундатор “Фокс Ньюс” (Foxs News) зауважив: “Fox News Channel” не є станцією консервативною. Абсолютно й безоглядно заперечую це... Більшість американських ЗМІ має ліве спрямування. Місія каналу “Fox” полягає у поверненні рівноваги в медіах й надаванні інформації,

якої основні ЗМІ не подають” [17]. Як бачимо, проблему порушення рівноваги важко вирішити на фактажному рівні. Рівновага прямо залежить від альтернативних поглядів медій на ту чи ту подію. Потреба згаданої рівноваги й визначила призначення створеного в післявоєнних окупаційних умовах одного з найпрестижніших тижневиків Німеччини “Die Zeit”: “Від самого початку ми дали собі слово, що працюємо для країни, для Німеччини, що хочемо дати людям можливість виробити собі розсудливу думку про те, що відбувається у суспільстві. Не йшлося про індоктринацію, лише про представлення читачам альтернативних поглядів й про можливість вибору. Завдяки цьому ми стали надзвичайно вірогідними, як і тому, що спочатку ми зайняли дуже критичну позицію як стосовно нацистів, так і стосовно союзників” [18]. Поданий у вищенаведених словах редактора тижневика Маріон Дьонгофф причиново-наслідковий зв’язок показує, що гарантом правдивості “Die Zeit” стали саме політичні погляди журналістів, їхні світоглядні, ідеологічні орієнтації, здатність відстояти свою, третю правду у світі, що конструювався за принципом бінарних протистоянь. Сама ж графиня Марфіон Дьонгофф була людиною з принципами. У своїх тезах проти вседозволеності вона писала: “Необмежена лібералізація, свобода без самообмеження веде до хаосу й насамкінець до їх антитезису: авторитарному насиллю... Чи не дійшли ми до абсурду з лібералізацією? Відповідь: нестримна лібералізація привела до недопустимої безпринципності...” [19; с. 225-230].

В одній зі своїх критичних статей про наслідування американських стандартів українськими ЗМІ Ігор Лосєв згадав про явище “запізнілого розвитку”: це “коли на Заході вже відмовилися від якоїсь ідеї, практично переконавшись у її неспроможності, а в нас до неї все ще ставляться з молитовним трепетом” [1].

Світ є певною структурою, яку людина хоче зрозуміти, відчути в категоріях сенсу. Саме тому пріоритетне значення має і матиме світоглядна журналістика як вербально-візуальна сфера окреслення та пояснення фактів, явищ, тенденцій, яка моделює історичний, сучасний і прогностичний образ світу, відтворює подієву динаміку суспільства в субстанційних категоріях.

-
1. Лосєв І. Синдром “Центральної Ради” / Ігор Лосєв // День. – 2011. – 15-16 квітня.
 2. Словник іншомовних слів: 23 000 слів та термінологічних сполучень / Уклад. Л.О. Пустовіт та ін. – К., 2000. – 1018 с.
 3. Karwat M. Medialna mitologia faktów / Mirosław Karwat // Współczesne oblicza mediów / pod red. Joanny Marszałek-Kawy. – Toruń, 2006. – 365 s.
 4. Nachtwey discusses war photography [Електронний ресурс] — Режим доступу до ст.: <http://thedartmouth.com/2012/04/26/news/nachtwey>
 5. Оксана Забужко: Країну врятовують конструктивні громадянські рухи знизу // День. – 2012. – 26-27 жовтня.

6. Kłopotowski K. *New York Times* naprawia świat / Krzysztof Kłopotowski // Rzeczpospolita. – 2002. – 9 listop.
7. Stacks J. Scotty. James B. Reston and the Rise and Fall of American Journalism / John Stacks. – New York, 2002. – 374 p.
8. Автор книги «Чернобыльская молитва» писатель Светлана Алексиевич: Интервью с самой собой в канун 20-летия катастрофы на ЧАЭС // Огонёк. – 2006. – 24—30 апр.
9. Ideał sięga druku // Forum. – 2008. – 17-23 Marca. – S. 20-23.
10. González de Cardedal O. List do przyjaciela dziennikarza / Olegario González de Cardedal // Dziennikarski etos / red. Z. Kobylińska, R. D. Grabowski. – Olsztyn, 1996. – 297-307 s.
11. Kapuściński R. Lapidarium V / Ryszard Kapuściński. – Warszawa, 2002. – 128 s.
12. Еріксен Т. Е. Тиранія моменту: Швидкий і повільний час в інформаційну добу / Томас Гіллард Еріксен. – Львів, 2004. – 196 с.
13. Скуба В. Плебейський постмодерн / Вікторія Скуба // День. – 2012. – 23 серпня.
14. Eco U. Pięć pism moralnych / Umberto Eco. – Kraków, 1999. – 112 s.
15. Olędzki J. Komunikowanie na świecie / Jerzy Olędzki. – Warszawa, 1998. – 291 s.
16. Howiecki M. Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach / Maciej Howiecki. – Lublin, 2003. – 232 s.
17. Milewski P. Murdoch kontra Obama / Piotr Milewski // Wprost. – 2010. - № 51.
18. Kuczyński E. Historia i terażniejszość: życie i twórczość Marion Grafín Donhoff / Ernest Kuczyński. – Wrocław, 2007. – 335 s.
19. Дёнхофф М. Границы свободы / Марион Дёнхофф. – М, 2001. – 232 с.

MANIPULATIVE POTENTIAL OF NEWS JOURNALISM: IDEOLOGICAL AND DEONTOLOGICAL ASPECTS

Taras Lylo

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky str. 49, 79044, Lviv, Ukraine*

Tel. office: (032) 239-41-55

E-mail: tlylio@ukr.net

The author studies some ideological and deontological aspects of “objective journalism”, the nature of fact, in particular, its ambivalence in mass media texts and the ways of manipulation by facts in news journalism. Besides that, the destination of commentary is analyzed as a prerequisite for the understanding of events and trends in modern world.

Key words: fact, news journalism, commentary, manipulation, decontextualization, thematization, imitation of news, intention, persuasion.

МАНИПУЛЯЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НОВОСТНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ: ИДЕОЛОГИЧЕСКИЙ И ДЕОНТОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Тарас Лыльо

*Львовский национальный университет имени Ивана Франко,
ул. Генерала Чупрынки, 49, 79044, Львов, Украина*

Тел. оф.: (032) 239-41-55

E-mail: tlylio@ukr.net

Рассмотрено идеологические и деонтологические аспекты утверждения “объективной журналистики”, природу факта, его амбивалентность, способы манипулирования фактами в новостной журналистике. Также проанализировано предназначение комментария как условия понимания событий и явлений в современном мире.

Ключевые слова: факт, новостная журналистика, комментарий, манипуляция, деконтекстуализация, тематизация, имитация новостей, интенция, персвазия.

Стаття надійшла до редколегії 23.12.12

Прийнята до друку 10.01.13