ВІСНИК ЛЬВІВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія Журналістика

Випуск 57

2025

ISSN 2078-7324

До 70-річчя факультету журналістики

VISNYK OF THE LVIV UNIVERSITY
ВІСНИК ЛЬВІВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Journalism Series
Серія Журналістика

Issue 57
Випуск 57

Scientific journal
Збірник наукових праць

Published 1–2 issues per year
Виходить 1–2 рази на рік

Published since 1958
Видається з 1958 року

Ivan Franko National University of Lviv
Львівський національний університет імені Івана Франка

2025

Засновник: ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

ВИПУСК 57.
Друкується за ухвалою
Вченої ради Львівського національного
університету імені Івана Франка
(протокол № 82/5 від 01.05.2025 р.).
Електронна версія розміщена
на офіційному сайті Вісника 08.05.2025 р.

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих
медіа: Рішення Національної ради України
з питань телебачення і радіомовлення
№ 1877 від 30.05.2024 р. Ідентифікатор медіа
R30-04893. Перереєстровано як фахове
видання України категорії «Б»
(наказ МОН України № 724 від 09.08.2022 р.)

У Віснику вміщено наукові праці українських та закордонних авторів, що відображають широкий спектр проблем функціонування масмедіа в Україні, Європі та світі; акцентовано увагу на їхній ролі в утвердженні національної ідентичності та універсальних цінностей.

The journal includes chapters of academic research – contributed by Ukrainian and foreign scholars – which provide an assessment of a wide range of issues on mass media in Ukraine, Europe and the world. At the same time, the publications attempts to demonstrative the significance of these findings vis-a-vis Ukraine's national identity.

Р е д а к ц і й н а к о л е г і я:

д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Мітчук О. А.* (головний редактор); д-р філол. наук, д-р габілітований *Ґетка Й.*; д-р політ. наук, канд. філол. наук, доц. *Даниленко С. І.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Житарюк М. Г.* (заступник головного редактора); д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Зикун Н. І.*; д-р філол. наук, проф. *Іванишин П. В.* (заступник головного редактора); д-р філол. наук, проф. *Іванова І. Б.*; д-р іст. наук, проф. *Крупський І. В.* (заступник головного редактора); д-р філол. наук, проф. *Лещак О. В.*; д-р філол. наук, проф. *Навальна М. І.*; д-р політ. наук, доц. *Нате С.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Олтаржевський Д. О.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Павлюк І. З.*; д-р філол. наук, проф. *Поплавська Н. М.*; д-р філол. наук, проф. *Просяник О. П.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Супрун Л. В.*; д-р філол. наук, д-р габілітований, проф. *Філіп Ї.*; канд. філол. наук, доц. *Хоменко Т. М.* (відповідальний секретар); д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Шевченко В. Е.*

Professor *O. Mitchuk* – Editor-in-Chief,
Professor *M. Zhytaryuk* – Assistant Editor,
Professor *P. Ivanyshyn* – Assistant Editor,
Professor *I. Krupskyy* – Assistant Editor,
Docent *T. Khomenko* – Managing Editor.

Відповідальний за випуск *Мар'ян Житарюк*

Адреса редакційної колегії:
Львівський національний
університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, к. 203,
79044, Львів, Україна
тел.: +380322394751, +380679039279

Editorial office address:
Ivan Franko National
University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, room 203,
79044, Lviv, Ukraine
tel. +380322394751, +380679039279

e-mail: visnyk.journalism@lnu.edu.ua
http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/index

Тексти статей і англомовних анотацій подано в авторських редакціях

Адреса редакції, видавця і виготовлювача:
Львівський національний університет імені Івана Франка.
вул. Університетська, 1, 79000, Львів, Україна
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої
справи до Державного реєстру видавців, виготівників
і розповсюджувачів видавничої продукції.
Серія ДК №3059 від 13.12.2007 р.

Формат 70×100/16.
Ум. друк. арк. 18,2.
Тираж 100 прим. Зам. №

© Львівський національний
університет імені Івана
Франка, 2025

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 3–17
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 3–17

ІСТОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 3–17 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13285

УДК.[378.4.096:070](477.83-25)(05)"1991/2024"-047.44

«ВІСНИК ЛЬВІВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ. СЕРІЯ ЖУРНАЛІСТИКА» В РОКИ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ (2016-2025 рр.)

Вікторія Житарюк
Львівська національна наукова бібліотека України імені В. Стефаника
вул. Василя Стефаника, 2, 79000, Львів, Україна
e-mail: zhvita@ukr.net
https://orcid.org/0000-0002-3570-4521

Богдан Житарюк
Національний університет «Львівська політехніка»,
Інститут поліграфії та медійних технологій
вул. Степана Бандери, 12, 79000, Львів, Україна
e-mail: bmzhyt@gmail.com
https://orcid.org/0009-0001-7524-8305

Статтю присвячено фаховому науковому журналу «Вісник Львівського університету. Серія журналістики» у період 2016-2025 рр. Частково проаналізовано проблематику випусків, рубрики, автуру, а також описано складнощі під час перереєстрацій видання як фахового.

Ключові слова: «Вісник Львівського університету. Серія журналістика», факультет журналістики, наукове видання з журналістики, наукова проблематика «Вісника», перереєстрація фахового видання.

1. Постановка проблеми.

Кожен науковець – чи то початківець, чи досвідчений учений – прагне постійної самореалізації. Науково-педагогічні працівники готують виступи на семінари, конференції, доповіді, наукові статті, лекції, посібники, підручники, монографії. Як відомо, планове річне навантаження НПП (тобто йдеться про час виконання навчальних, методичних, наукових, організаційних (організаційно-виховних) та інших видів робіт протягом навчального року) становить у середньому 36 годин на тиждень і не повинно перевищувати обсяг річного робочого часу 1548 годин. Із них приблизно третина – педагогічне навантаження, ще стільки ж – підготовка до проведення занять, перевірка робіт, написання силабусів тощо. На наукову працю залишається

© Житарюк В., Житарюк Б., 2025

недостатньо часу – близько 12 год. на тиждень, тобто по 2-2,5 год. на день. Звісно, після підготовки до занять, проведення лекцій і практичних, заповнення документації (зокрема електронних журналів) виділяти по 2 год. на науку зовсім не раціонально. Логічно, щоби викладач мав принаймні два дні на тиждень для продуктивної наукової праці. У реальних умовах, трапляється, викладач має заняття по 4-5 днів на тиждень, тому наукою займатися і ніколи, і несила або через «не можу» у вихідні.

У цих складних умовах (навіть без війни) важко говорити про якісну наукову і дослідницьку роботу, видавати наукові праці. Але МОН постійно провадить реформи, ускладнює вимоги до фахових видань, організовує позачергові перереєстрації. Це завше виклик, головний біль редактора і членів редакції, керівництва факультету та Університету. Головний фокус не на тому, щоби грамотно організувати невнормований робочий час НПП, щоби вчений справді мав можливість щось дослідити й описати, а на тому, щоб постійно збирати нові і нові документи: обґрунтування, прохання, списки розсилань тощо. Усю цю роботу редактори провадять на громадських засадах у позаробочий час, а не в межах норми «36 год. на тиждень». Підготовка одного видання фахового журналу забирає щонайменше чотири місяці у редактора, три – у відповідального секретаря. Робота триває й у вихідні. «Вісник Львівського університету. Серія журналістика» в часі війни росії проти України (з 2014 р.), а також у період 2016-2025 рр. (головний редактор до 2022 р., відповідальний випусковий редактор – 2022-2025 рр. – проф. М. Житарюк) не є винятком із цих правил, хоча має свої певні особливості, про які хочемо розповісти для історії факультету та Університету.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій

Якісно описати сотні статей у цей період можна було б у монографії. Обсягу статті для цього замало. Однак уточнимо, що мова піде про опубліковані випуски 41-55 «Вісника Львівського університету. Серія журналістика» (2016-2024 рр.)[1]:

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2016). Вип. 41. 246 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk41.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2017). Вип. 42. 338 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk42.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2018). Вип. 43. 344 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/04/Visnyk-43_print.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2018). Вип. 44. 376 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk442018.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2019). Вип. 45. 400 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk45.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2019). Вип. 46. 410 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-46-sayt.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2020). Вип. 47. 273 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Visnyk-47-web.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2020). Вип. 48. 284 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Visnyk-48_web.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2021). Вип. 49. 254 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/Visnyk-49-druk.pdf

[1] *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Архіви. http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/issue/archive

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2021). Вип. 50. 256 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/Visnyk-50-druk.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2022). Вип. 51. 271 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/Visnyk-51-web.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2023). Вип. 52-53. 376 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/Visnyk-52-53_web.pdf

Вісник Львівського університету. Серія журналістика (2024). Вип. 54-55. 330 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/Visnyk-54-55_press.pdf

Від жовтня 2024 р. триває робота над випуском 56 (2025 р.), а з січня 2025 р. – ще й над випуском 57 (2025 р.).

3. Методологічна основа дослідження

Використано методи хронологічного аналізу, наукового опису, спостереження, концептуалізації.

4. Виклад основного матеріалу дослідження

Окреслений період позначений необхідністю перереєстрації «Вісника» як фахового видання України, оскільки 14 квітня 2015 р. втратила чинність Постанова Президії ВАК України № 1-05/3 від 14 квітня 2010 р. За рекомендацією головного редактора, д. філол. н., проф., завідувача кафедри нових медій Б. В. Потятиника, який склав свої повноваження у квітні 2016 р., за наполяганням декана факультету журналістики доц. М. П. Присяжного і на підставі рішення Вченої ради факультету, у травні 2016 р. головним редактором на п'ять років став д. н. соц. комун., проф., професор кафедри зарубіжної преси та інформації М. Г. Житарюк. Відповідальним секретарем став к. н. соц. комун., доц., доцент кафедри теорії і практики журналістики І. М. Скленар, технічним редактором – асистент І. С. Полянський.

Редакція розраховувала на виділення комп'ютера, принтера, паперу. Усе це було умовою нового редактора перед призначенням і обіцянкою керівництва факультету, проте нічого з цього не зроблено досі. Кожен працював і працює впродовж десяти років на домашній техніці в позаробочий час, переважно вечорами й у вихідні. Через це, скажімо, наша сім'я роками була позбавлена можливості поїхати в гори, відвідати батьків тощо.

Роботу, пригадуємо, було розпочато зі збору необхідних для перереєстрації документів. Відповідно до рекомендацій МОН України, редакційний актив оновив редколегію, оптимізував і впорядкував роботу над поданими статтями.

Паралельно тривала енергопсихозатратна бюрократична робота. Головний редактор, учений секретар і технічний редактор зіткнулися з тим, що Національна бібліотека НАН України ім. В. Вернадського відмовлялася розміщувати наші випуски на своєму електронному ресурсі, оскільки не отримала паперових версій за попередні роки. Робота тривала постійно і на різних рівнях. Мали місце постійні консультації і переписки. Ось лише один із таких листів-прохань від 22 вересня 2016 р. та відповідь на нього того ж дня:

«Факультет журналістики ЛНУ імені Івана Франка просить повторно прийняти до розгляду випуск 40 Вісника Львівського університету. Серія журналістика. Попередньо надісланий випуск не повний і не містив статей англійською мовою.

Просимо поінформувати про отримання нового випуску 40. Також просимо повідомити, яка тепер процедура отримання довідки від Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського про внесення Вісника ЛНУ. Серія журналістика

до електронної бази даних Бібліотеки, яку вимагає ВАК для продовження ліцензії Вісника ЛНУ? З повагою, Ігор Полянський, асист. кафедри зарубіжної преси та інформації, уповноважений із підготовки електронних версій Вісника».

Відповідь:

«Доброго дня! Велике прохання надіслати друк. номер. Тільки після цього будемо вносити зміни. З повагою, відділ наукової організації електронних інформаційних ресурсів НБУВ».

Здавалося б, нічого складного, треба надіслати, отже, надішлемо. Проте, як виявилося, на факультеті збереглися не всі примірники – їх або не надрукували, або роздали авторам і гостям конференцій. Головному редакторові та вченому секретареві видання доводилося роздруковувати своїми силами по 3-4 примірники випусків за попередні роки на ксероксі / принтері, щоб можна було виконати такі прохання…

Ось цитата з підсумкового та результативного листа за підписом М. Житарюка та М. Присяжного від 30.01.2017 р. до Центру бібліотечних електронних ресурсів і технологій (ЦБЕРТ): «…Надсилаємо Вам паперові версії «Вісника Львівського університету. Серія журналістика», випуски 39-40. Звертаємося до Вас із проханням прийняти уточнену електронну версію вип. 40, доповнену статтями англійською. У додатку – історія переписки. Водночас просимо Вас надати нам довідку про внесення електронної копії видання на зберігання до Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського НАН України з метою подальшої перереєстрації «Вісника» як фахового видання».

У погодженні з науково-дослідною частиною Університету, зокрема, нам допомагала А. І. Приймак, було підготовлено клопотання за підписом ректора В. П. Мельника, яке у травні 2017 р., після виконання всіх інших вимог для перереєстрації, було адресоване директорові Департаменту атестації кадрів вищої кваліфікації та ліцензування А. Г. Шевцову. З-поміж іншого, тут зазначено, що з часу реєстрації «Вісника Львівського університету. Серія журналістика» як фахового видання України (Постанова Президії ВАК України № 1-05/3 від 14 квітня 2010 р.) надруковано вісім чисел (дев'ять томів, адже число 34 містило два томи) наукового збірника, які містили 483 статті провідних науковців України, Республіки Польща, Федеративної Республіки Німеччина та інші. Статті публікують українською та англійською мовами. Видання охоплює широкий спектр проблем сучасної масової комунікації, теорії та історії журналістики. Статті проходять обов'язкове внутрішнє і зовнішнє рецензування, яке забезпечують фахівці з відповідної тематики.

У клопотанні також йшлося про те, що збірник наукових праць «Вісник Львівського університету. Серія журналістика» відповідає всім вимогам до наукових фахових видань України, передбаченим Наказом № 1111 МОН України від 17 жовтня 2012 р. Зокрема, наявні: Свідоцтво про державну реєстрацію видання, видане в Міністерстві юстиції України (№ 14618-3589Р від 30.10.2008 р.); фахова реєстрація у ВАК України: постанова Президії ВАК України №1-05/3 від 14 квітня 2010 р.; засновником видання є ЛНУ ім. Івана Франка (ВНЗ IV рівня акредитації); тематична спрямованість видання відповідає галузі наук із соціальних комунікацій; у складі редколегії 16 докторів наук, із них 11 – за спеціальністю «журналістика» (4 – штатні працівники Університету): 6 – із соціальних комунікацій, 5 – філологічних наук, 5 – історичних, політичних наук; видання рекомендується до друку Вченою радою Університету; примірники видання наявні у фондах відповідних бібліотек України. До

клопотання додано відомості про членів редколегії, копії реєстрів розсилки наданих номерів видання з Наукової бібліотеки ЛНУ ім. Івана Франка (м. Львів, вул. Драгоманова, 17), довідку про внесення електронної копії видання на зберігання до Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського НАН України, копію Свідоцтва про державну реєстрацію «Вісника Львівського університету. Серія журналістика», виданого в Міністерстві юстиції України (№ 14618-3589Р від 30.10.2008 р.) та два останні номери видання.

Відповідальним за «Вісник» доводилося займатися не тільки підготовкою документів для перереєстрації, а й бути поштовими кур'єрами, своїм коштом пересилати документи в різні установи та очікувати позитивного рішення. Урешті зусилля трьох людей (М. Житарюка, І. Скленара, І. Полянського) дали результат: у Додатку 7 до наказу Міністерства освіти і науки України 24.10.2017 р. № 1413 «Вісник Львівського університету. Серія журналістика» включено до Переліку наукових фахових видань України з галузі науки «Соціальні комунікації» терміном на 5 років.

Отже, у 2016 р., як і у 2015 р., редакція надрукувала видання, яке не було фаховим. Щоби можна було податися на законних підставах на перереєстрацію, «Вісник» повинен регулярно виходити у світ.

Редакційна колегія 2016 р.: д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Богуславський О. В.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Василик Л. Є.*; д-р політ. наук., проф. *Гавронський С.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Житарюк М. Г.* (головний редактор); канд. філол. наук, проф. *Кость С. А.*; д-р іст. наук, проф. *Крупський І. В.*; д-р філол. наук., проф. *Лизанчук В. В.*; канд. іст. наук, проф. *Лось Й. Д.*; д-р політ. наук., проф. *Мельник І. А.*; д-р габілітований, проф. *Ожуґ З.*; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Павлюк І. З.;* д-р філол. наук, проф. *Печарський А. Я.*; д-р філол. наук, проф. *Поплавська Н. М.*; д-р філол. наук, проф. *Потятиник Б. В.*; канд. філол. наук, проф. *Присяжний М. П.* (заступник головного редактора); д-р філол. наук, проф. *Сербенська О. А.*; канд. наук із соціальних комунікацій, доц. *Скленар І. М.* (відповідальний секретар); д-р наук із соціальних комунікацій, проф. *Сніцарчук Л. В.;* канд. філол. наук, доц. *Тихолоз Б. С.;* д-р наук із соціальних комунікацій, доц. *Шевченко В. Е.*; д-р філол. наук, проф. *Шкляр В. І.*; д-р іст. наук, проф. *Шкраб'юк П. В.*; канд. філол. наук, проф. *Яцимірська М. Г.*

2017-2020 рр. – усі сім випусків (42-48) фахові.

У 2017-2019 рр. (випуски 42-46) редколегія практично така сама, з її числа вийшов хіба що доц. Б. Тихолоз.

У 2020 р. мало місце чергове оновлення редколегії. Це було пов'язано з необхідністю чергової дочасної перереєстрації наукових видань відповідно до Наказу МОН України[2] від 15 січня 2018 р. «Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України». За цим документом, втратив чинність наказ Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 17 жовтня 2012 року № 1111 «Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України», зареєстрований в Міністерстві юстиції України 02 листопада 2012 року за

[2] Наказ МОН від 15 січня 2018 р. «Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України» (Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 06 лютого 2018 р. № 148/31600). https://mon.gov.ua/npa/nakaz-mon-vid-15-sichnya-2018-r-pro-zatverdzhennya-poryadku-formuvannya-pereliku-naukovih-fahovih-vidan-ukrayini

№ 1850/22162[3] (п. 2), а науковим фаховим виданням, включеним до Переліку наукових фахових видань України на день набрання чинності цим наказом, присвоюється категорія «В» строком на два роки. «Якщо протягом цього строку стосовно видань категорії «В» до МОН подані документи, що підтверджують дотримання вимог для присвоєння категорії «А» або категорії «Б», їм присвоюються ці категорії» (п. 3)[4].

Отже, випуски 2020 р. (47[5] і 48[6]), підписані до друку 18 грудня 2019 р., тобто до 15 січня 2020 р., теж були фахові. Пригадуємо, восени 2019 р., перед перереєстрацією 2020 р., вийшов з ладу домашній комп'ютер головного редактора, значну частину опрацьованих матеріалів на два випуски було втрачено. Спершу за сімейний бюджет ми придбали вживаний комп'ютер, а потім допомагали відновлювати редакційний портфель на основі листів в електронній пошті. З цього було зроблено певні висновки: усі матеріали до наступних випусків зберігали у «хмарі».

Попри все, спільними зусиллями керівництва редакції було докладено величезних зусиль, щоби вже 22 грудня 2019 р. надіслати в МОН підготовлені папки з матеріалами та CD. Усе, майже як у 2017 р.: це і Свідоцтво про реєстрацію (описано у вип. 56), і Довідки з наукової бібліотеки, і Списки про розсилання «Вісника» (з поштовими штемпелями) за попередні роки, коли журнал був фаховим (випуски 42-48), і Список редколегії (оновлений), куди включено докторів наук із публікаціями у Скопусі і ВОС з інших університетів України та з-за кордону і виключено частину представників факультету журналістики, які формально не відповідали новим вимогам, і Клопотання ректора, і Заявка на включення наукового видання до Переліку наукових фахових видань України…

Нову редколегію посилили такі вчені: д-р ґабілітований, проф. Вежбіцька М.; д-р філол. наук, д-р ґабілітований Ґетка Й.; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. Житарюк М. Г. (головний редактор); д-р філол. наук, проф. Іванишин П. В.; д-р військ. наук, асоц. член Академії наук Румунії Маноля А.; д-р політ. наук, доц. Нате С.; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. Олтаржевський Д.О.; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. Павлюк І. З.; канд. філол. наук, доц. Павлюк Л. С.; д-р філол. наук, д-р політ. наук, проф. Сіміляну В.; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. Супрун Л. В.; д-р філол. наук, проф. Тимошик М. С.; д-р філол. наук, д-р ґабілітований, проф. Філіп Ґ.; канд. філол. наук, доц. Хоменко Т.М. (відповідальний секретар); д-р наук із соціальних комунікацій.

Для подання оновленої редколегії, головному редакторові необхідно було оформити персональні згоди на роботу у складі редколегій (заяви) з наданням наукометричних профілів учених, їхніх списків публікацій за останні п'ять років, отримати рішення вчених рад факультету й Університету.

---

[3] Наказ Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 17 жовтня 2012 року № 1111 «Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України» (Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 02 листопада 2012 року за № 1850/22162). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1850-12#Text

[4] Наказ МОН від 15 січня 2018 р. «Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України» (Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 06 лютого 2018 р. № 148/31600) https://mon.gov.ua/npa/nakaz-mon-vid-15-sichnya-2018-r-pro-zatverdzhennya-poryadku-formuvannya-pereliku-naukovih-fahovih-vidan-ukrayini

[5] https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Visnyk-47-web.pdf

[6] https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Visnyk-48_web.pdf

Попри те, що попередня реєстрація «Вісника» (жовтень 2017 р.) була видана на 5 років, замість займатися наукою, готувати виступи на конференції, писати і редагувати наукові статті, троє людей від факультету журналістики (М. Житарюк, Т. Хоменко (погодилася напередодні працювати відповідальним секретарем, адже за сімейними обставинами І. Скленар не міг знову брати в цьому участь), І. Полянський) на громадських засадах та з НДЧ Університету А. І. Приймак знову вимушені були перейматися долею «Вісника», робити чергову спробу задля успішної перереєстрації.

Хоч усе було зроблено належно і докладено неймовірних зусиль, МОН України відмовило. Це зафіксовано в Додатку 2 до наказу МОНУ від 17.03.2020 р. № 409[7]. Формально причину не названо, але неформально – через «невідповідність» на посаді головного редактора проф. М. Житарюка, відсутність публікацій у Скопусі/ ВОС. На факультеті хтось співчував цій парадоксальній ситуації, а хтось і дорікав, мовляв, чому видання вже не фахове?

У такі хвилини завжди важко, не хочеться більше всім цим займатися. Але М. Житарюк вирішив довести собі й іншим, що треба боротися.

Щоби бодай частково внормувати статус-кво, головний редактор практично одразу вирішив зробити видання індексованим у міжнародних наукометричних базах. Декан факультету М. Присяжний не заперечував: «Роби!». Так, уже 11 квітня 2020 р. було заповнено 15-сторінкову анкету за підсумками 2019 р. (див. фото).

INDEX COPERNICUS INTERNATIONAL

Journal survey

ICI Journals Master List 2019

Generated: 11/04/2020 13:56:47 Oleh Demkiv

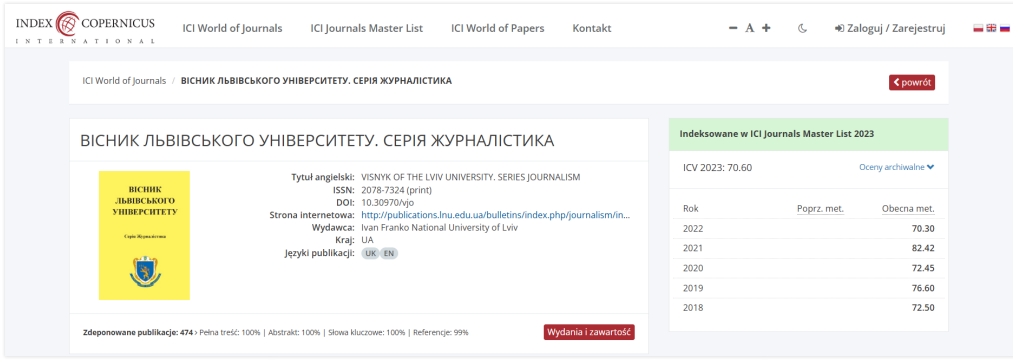
ВІСНИК ЛЬВІВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ. СЕРІЯ ЖУРНАЛІСТИКА

GICID:	No data	
Title in English:	VISNYK OF THE LVIV UNIVERSITY. SERIES JOURNALISM	Current

Протягом травня завантажили на профіль «Копернікуса»[8] усі випуски з 2015 р. до 2024 р. (усього 484 статті, у двох випусках за 2025 р. буде ще близько 50 статей), а реальну індексацію «Вісник» має з 2018 р. (див. на фото праворуч).

[7] https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennya-rishen-atestacijnoyi-kolegiyi-ministerstva-vid-6-bereznya-2020-roku

[8] https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=15938



Паралельно тривала робота над формуванням заявки на перереєстрацію і підготовкою клопотання. Декан факультету, д. і. н., проф. І. В. Крупський, на прохання проф. М. Г. Житарюка, погодився змінити головного редактора «Вісника» і частину членів редколегії. Протягом осені-зими 2021 р. була ще одна спроба потрапити до числа фахових видань, але знову невдала. Лише у травні 2022 р. сформовано той пакет документів, який у серпні 2022 р. дав підстави МОН України перереєструвати «Вісник…» як фахове видання України категорії «Б» (наказ МОН України №724 від 09.08.2022 р.)[9].

З 2022 р. у редакційній колегії такі вчені: д-р наук із соціальних комунікацій, проф. Мітчук О. А. (головний редактор); д-р філол. наук, д-р ґабілітований Ґетка Й.; д-р політ. наук, канд. філол. наук, доц. Даниленко С. І.; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. Житарюк М. Г. (заступник головного редактора); д-р наук із соціальних комунікацій, проф. Зикун Н. І.; д-р філол. наук, проф. Іванишин П. В. (заступник головного редактора); д-р філол. наук, доц. Іванова І. Б.; д-р іст. наук, проф. Крупський І. В. (заступник головного редактора); д-р філол. наук, проф. Лещак О. В.; д-р філол. наук, проф. Навальна М. І.; д-р політ. наук, доц. Нате С.; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. Олтаржевський Д. О.; д-р філол. наук, проф. Поплавська Н. М.; д-р філол. наук, проф. Просяник О. П.; д-р наук із соціальних комунікацій, проф. Супрун Л. В.; д-р філол. наук, д-р ґабілітований, проф. Філіп Ґ.; канд. філол. наук, доц. Хоменко Т. М. (відповідальний секретар); д-р наук із соціальних комунікацій, проф. Шевченко В. Е.

Як бачимо, з факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка в редколегії лише троє осіб: декан – проф. І. В. Крупський, завідувач кафедри зарубіжної преси та інформації – проф. М. Г. Житарюк (заступник головного редактора), доц. Т. М. Хоменко (відповідальний секретар). Фактично відповідальним редактором випусків і далі був М. Житарюк, адже головний редактор – проф. О. А. Мітчук не втручалась у злагоджену роботу редакції. У травні 2023 р. до редколегії повернувся д. н. соц. комун. І. З. Павлюк, який опублікував низку статей у виданнях BOC/ Скопус. На

[9] Про затвердження рішень Атестаційної колегії Міністерства. Наказ МОН України №724 від 09.08.2022 р. Пункт 4. С. 3. https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennya-rishen-atestacijnoyi-kolegiyi-ministerstva-724-09082022

жаль, у друкованих випусках за 2024 р. це уточнення не враховано (буде виправлено у вип. 56 і вип. 57 за 2025 р.), але на сайті видання інформація оновлена[10].

Отже, в новітній історії «Вісника» було два відповідальні секретарі, які досконало вивчили специфіку наукового видання і фахово робили все для успішного виходу його у світ: 2016-2019 рр. (випуски 41-46) – доц. І. М. Скленар, 2020-2025 рр. (випуски 47-57) – доц. Т. М. Хоменко. Задля справедливості, повинні сказати, що, окрім цих помічників головного редактора – літературних та наукових редакторів, – М. Г. Житарюк звертався з проханням попрацювати у виданні до кількох інших колег, які вже мають редакторський досвід, однак вони чемно відмовили, посилаючись на свою зайнятість.

Завдяки пильності, кваліфікованості членів редакції, не допущено до опублікування ті тексти, в яких поставлена під сумнів українська державність, пріоритет української мови тощо. Були й такі тексти! Щономера по 4-5 статей не проходять перевірку на плагіат (через повторення своїх публікацій і навіть приписування собі чужих ідей, концепцій, фрагментів). Принципова позиція редакції, рецензентів щодо використання в бібліографії видань мовою агресора. Постійно триває важка, клопітка праця. Трапляються й курйози, наприклад, рецензент надсилає рецензію на певну статтю, але у формі рецензії забуває вказати назву статті. Тоді таку рецензію повертають і просять рецензентів належно переробити рецензію.

Робота з авторами (іноді понад десяток листів у листуванні на корпоративній пошті видання: visnyk.journalism@lnu.edu.ua, на корпоративних і приватних скриньках редакторів, у їхніх месенджерах, безліч розмов, консультацій, відповідей на питання, іноді після 24 год., а іноді о 4-й ранку), з рецензентами, затвердження випусків на Вченій раді факультету (рукописи), верстання, підготування документів на Видавничу раду Університету, рекомендація до друку Вченої ради Університету, друкування у видавництві ЛНУ ім. І. Франка, яке здійснює розсилання «Вісника» за списком, присвоєння кожній статті DOI, підготування статей для розміщення на сайті Національної НБ України ім. В. Вернадського і на електронних ресурсах «Індекс Коперникуса»... Хоч у Вимогах до публікацій, розміщених на сайті «Вісника» (велика вдячність нашому колезі, а нині капітанові ЗСУ І. С. Полянському) йдеться про всі аспекти подання статей з УДК, редакторові все ще доводиться звертатися по допомогу у відділ каталогізації Наукової бібліотеки Університету принаймні щодо кожної третьої позиції (раніше було понад 90 відсотків).

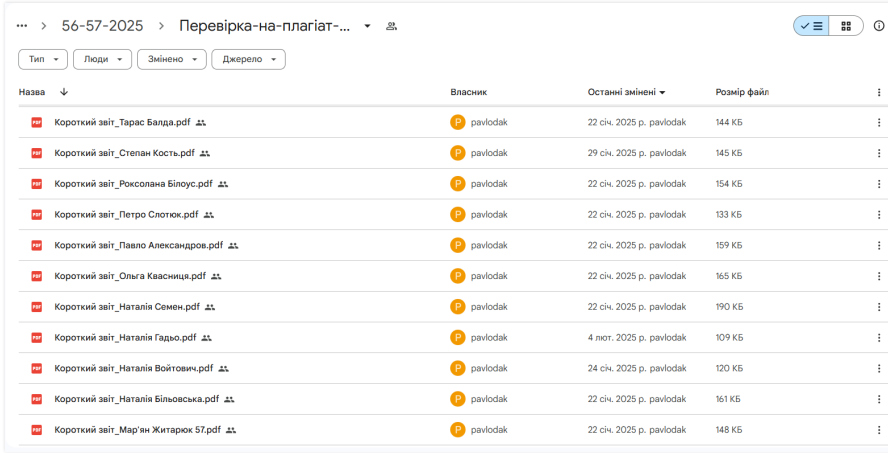
З 2016 р. почали вимагати розширені анотації англійською мовою.

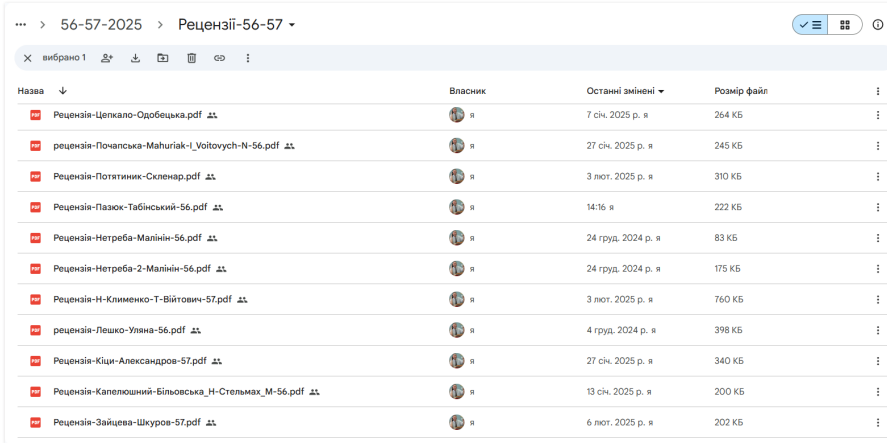
Починаючи з вип. 47 (2020 р.), коли було підготовлено все для чергової перереєстрації, редакція відмовилася від посилань на джерела у тексті у квадратних дужках (вносило плутанину, особливо, коли автори робили уточнення або доповнення) – відтоді посилання подають внизу сторінки (одразу видно автора і цитоване видання), перейдено на Гарвардський стиль бібліографічного опису, уніфіковано рубрики, яких, на думку М. Житарюка, раніше було забагато й іноді вони нагадували науково-популярне, а не наукове видання... Тепер у виданні статті подають у таких основних розділах-рубриках: «Історія та методологія журналістики», «Теорія і практика сучасної журналістики», «Масові комунікації за кордоном», «Нові медіа», «Ме-

[10] Вісник Львівського університету. Серія журналістика. Редакційний штат (2024). http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/about/editorialTeam

діаосвіта», «Медіастилістика», «Медіадослідження», «Наукова рецензія». У період 2016-2021 рр., окрім названих, регулярними були й такі рубрики: «Медіакультура», «Медіалінгвістика». У випуску 45 (2019) був розділ «Медіатехнології і медіавійни» (14 статей, понад 100 с.). По разу-два використано «Медіасофія», «Методологія науки», «Медіасоціологія».

Для оптимізації процесу підготовки нових випусків, відповідальний редактор створює на диску у «хмарі» папку, де все впорядковано: перевірка на плагіат, наявність рецензій, зміст, відредаговані і підготовлені до верстання статті… На фотографіях екранів далі видно частину процесу підготовки наукового видання до верстання:





Під час однієї з зустрічей (до повномасштабного вторгнення росії в Україну) ректора Університету, члена-кореспондента НАН України В. П. Мельника з колективом факультету журналістики проф. М. Житарюк запитав про можливість фінансування наукового видання, переведення роботи редакції з аматорського на професійний рівень. Відповідь була приблизно така: «Будете у Скопусі або ВОС, усе буде».

Сподіваємося, представники нової генерації науковців-журналістикознавців, які на належному рівні володіють іноземними мовами, молоді редактори, які успішні в різних позауніверситетських журналістських проєктах, зможуть реалізувати власні наукові амбіції і побажання Володимира Петровича, а десятирічний досвід редакторства Мар'яна Георгійовича, напрацювання його команди стануть добрим підґрунтям і надійним фундаментом у розвитку наукової літератури в Університеті.

5. Результати і перспективи подальших досліджень

У цій статті зроблено спробу показати нелегкий процес наукової роботи у виданні «Вісника Львівського університету. Серія журналістика» періоду 2016-2025 рр. Це важливо для історії видання, факультету журналістики, Університету. Водночас обсяг статті не дає можливість в одній публікації впорядкувати проблемно-тематичний зріз, зробити аналіз авторського і концепційного потенціалу, огляд запропонованих у статтях підходів і новацій. З погляду науки, це може бути важливо і підготовлено в окремих текстах.

6. Висновок

За окреслений десятилітній період редколегія «Вісника» підготувала до друку, видала, розмістила на електронних ресурсах приблизно стільки ж випусків, скільки за 33 роки радянського періоду існування видання (1958-1991 рр.).

Окрім представників львівської школи журналістики, у «Віснику» друкують свої статті вчені з різних університетів України, з-за кордону (Польща, Румунія, США тощо).

«Вісник Львівського університету. Серія журналістика» здобув певні репутаційні досягнення і входить до числа лише трохи менше двох десятків фахових видань України[11], тому вже в оновленій редакції, напередодні задуманої в МОН України чергової перереєстрації наукових фахових видань України[12], має добрі позиції і високі шанси залишитися серед найкращих наукових видань із журналістикознавства і соціальних комунікацій.

Відповідно до Закону України «Про медіа», Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення зареєструвала «Вісник Львівського університету. Серія журналістики» як суб'єкт у сфері друкованих медіа (Рішення № 1877 від 30.05.2024 р.). Ідентифікатор медіа: R30-04893[13].

---

[11] Перелік наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора наук, кандидата наук та ступеня доктора філософії (станом на 10 грудня 2024). https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/atestatsiya-kadriv-vyshchoi-kvalifikatisii/2023/03/03/Perelik.fakh.vid.dlya.publ.rez.dosl.na.zdob.stup.DN-KN-DF-20.02.2023.1.pdf

[12] Про утворення робочої групи з розгляду питань щодо внесення змін до Порядку формування Переліку наукових фахових видань. Наказ МОН № 94 від 24.01.2025 року. https://osvita.ua/legislation/other/93957/

[13] http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2016). Вип. 41. 246 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk41.pdf
2. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2017). Вип. 42. 338 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk42.pdf
3. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2018). Вип. 43. 344 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/04/Visnyk-43_print.pdf
4. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2018). Вип. 44. 376 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk442018.pdf
5. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2019). Вип. 45. 400 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk45.pdf
6. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2019). Вип. 46. 410 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-46-sayt.pdf
7. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2020). Вип. 47. 273 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Visnyk-47-web.pdf
8. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2020). Вип. 48. 284 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Visnyk-48_web.pdf
9. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2021). Вип. 49. 254 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/Visnyk-49-druk.pdf
10. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2021). Вип. 50. 256 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/Visnyk-50-druk.pdf
11. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2022). Вип. 51. 271 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/Visnyk-51-web.pdf
12. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2023). Вип. 52-53. 376 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/Visnyk-52-53_web.pdf
13. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика* (2024). Вип. 54-55. 330 с. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/Visnyk-54-55_press.pdf
14. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=15938
15. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Архіви. http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/issue/archive
16. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. Редакційний штат (2024). http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/about/editorialTeam
17. Перелік наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора наук, кандидата наук та ступеня доктора філософії (станом на 10 грудня 2024). https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/atestatsiya-kadriv-vyshchoi-kvalifikatisii/2023/03/03/Perelik.fakh.vid.dlya.publ.rez.dosl.na.zdob.stup.DN-KN-DF-20.02.2023.1.pdf
18. Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України. Наказ Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 17 жовтня 2012 року № 1111 (Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 02 листопада 2012 року за № 1850/22162). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1850-12#Text
19. Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України. Наказ МОН від 15 січня 2018 р. (Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 06 лютого 2018 р. № 148/31600). https://mon.gov.ua/npa/nakaz-mon-vid-

15-sichnya-2018-r-pro-zatverdzhennya-poryadku-formuvannya-pereliku-naukovih-fahovih-vidan-ukrayini
20. Про затвердження рішень Атестаційної колегії Міністерства від 6 березня 2020 року. Наказ Міністерства освіти і науки України № 409 від 17 березня 2020 р. https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennya-rishen-atestacijnoyi-kolegiyi-ministerstva-vid-6-bereznya-2020-roku
21. Про затвердження рішень Атестаційної колегії Міністерства. Наказ МОН України №724 від 09.08.2022 р. Пункт 4. С. 3. https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennya-rishen-atestacijnoyi-kolegiyi-ministerstva-724-09082022
22. Про утворення робочої групи з розгляду питань щодо внесення змін до Порядку формування Переліку наукових фахових видань. Наказ МОН № 94 від 24.01.2025 року. https://osvita.ua/legislation/other/93957/

REFERENCES

1. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2016). Issue 41. 246 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk41.pdf
2. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2017). Issue 42. 338 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk42.pdf
3. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2018). Issue 43. 344 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/04/Visnyk-43_print.pdf
4. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2018). Issue 44. 376 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk442018.pdf
5. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2019). Issue 45. 400 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/10/Visnyk45.pdf
6. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2019). Issue 46. 410 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-46-sayt.pdf
7. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2020). Issue 47. 273 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Visnyk-47-web.pdf
8. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2020). Issue 48. 284 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Visnyk-48_web.pdf
9. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2021). Issue 49. 254 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/Visnyk-49-druk.pdf
10. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2021). Issue 50. 256 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/Visnyk-50-druk.pdf
11. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2022). Issue 51. 271 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/Visnyk-51-web.pdf
12. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2023). Issue 52-53. 376 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2025/02/Visnyk-52-53_web.pdf
13. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism* (2024). Issue 54-55. 330 p. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/03/Visnyk-54-55_press.pdf
14. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*. https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=15938
15. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*. Archive. http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/issue/archive

16. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*. Redaktsiinyi shtat (2024). http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/about/editorialTeam
17. Perelik naukovykh fakhovykh vydan Ukrainy, v yakykh mozhut publikuvatysia rezultaty dysertatsiinykh robit na zdobuttia naukovykh stupeniv doktora nauk, kandydata nauk ta stupenia doktora filosofii (stanom na 10 hrudnia 2024). https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/atestatsiya-kadriv-vyshchoi-kvalifikatisii/2023/03/03/Perelik.fakh.vid.dlya.publ.rez.dosl.na.zdob.stup.DN-KN-DF-20.02.2023.1.pdf
18. Pro zatverdzhennia Poriadku formuvannia Pereliku naukovykh fakhovykh vydan Ukrainy. Nakaz Ministerstva osvity i nauky, molodi ta sportu Ukrainy vid 17 zhovtnia 2012 roku № 1111 (Zareiestrovano v Ministerstvi yustytsii Ukrainy 02 lystopada 2012 roku za № 1850/22162). https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1850-12#Text
19. Pro zatverdzhennia Poriadku formuvannia Pereliku naukovykh fakhovykh vydan Ukrainy. Nakaz MON vid 15 sichnia 2018 r. (Zareiestrovano v Ministerstvi yustytsii Ukrainy 06 liutoho 2018 r. № 148/31600). https://mon.gov.ua/npa/nakaz-mon-vid-15-sichnya-2018-r-pro-zatverdzhennya-poryadku-formuvannya-pereliku-naukovih-fahovih-vidan-ukrayini
20. Pro zatverdzhennia rishen Atestatsiinoi kolehii Ministerstva vid 6 bereznia 2020 roku. Nakaz Ministerstva osvity i nauky Ukrainy № 409 vid 17 bereznia 2020 r. https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennya-rishen-atestacijnoyi-kolegiyi-ministerstva-vid-6-bereznya-2020-roku
21. Pro zatverdzhennia rishen Atestatsiinoi kolehii Ministerstva. Nakaz MON Ukrainy № 724 vid 09.08.2022 r. Punkt 4. S. 3. https://mon.gov.ua/npa/pro-zatverdzhennya-rishen-atestacijnoyi-kolegiyi-ministerstva-724-09082022
22. Pro utvorennia robochoi hrupy z rozghliadu pytan shchodo vnesennia zmin do Poriadku formuvannia Pereliku naukovykh fakhovykh vydan. Nakaz MON № 94 vid 24.01.2025 roku. https://osvita.ua/legislation/other/93957/

«VISNYK OF THE LVIV UNIVERSITY. SERIES JOURNALISM» IN THE YEARS OF INDEPENDENCE OF UKRAINE (2016-2025)

Viktoria Zhytariuk
Vasyl Stefanyk National Scientific Library of Ukraine in Lviv
Vasyl Stefanyk St., 2, Lviv, Ukraine, 79000
e-mail: zhvita@ukr.net
https://orcid.org/0000-0002-3570-4521

Bohdan Zhytariuk
Lviv Polytechnic National University,
Institute of Printing and Media Technologies
Stepan Bandera St., 12, Lviv, Ukraine, 79000
e-mail: bmzhyt@gmail.com
https://orcid.org/0009-0001-7524-8305

The article is devoted to the professional scientific journal «Visnyk of Lviv University. Journalism Series» in the period 2016-2025. The article is about the published issues 41-55. This is important for the history of the journal, the Faculty of Journalism, and the University. At the same time, the volume of the article does not allow at one publication to organize the problematic and thematic section, analyze the author's conceptual potential, and review the approaches and innovations proposed in the articles. From the point of view of science, this may be important and prepared in separate texts. The article partially analyses the issues, sections, and authorship, and the difficulties during the re-registration of the publication as a professional one are also described, in particular, the difficult process of scientific work in the publication is shown. The methods of chronological analysis, scientific description, observation, and conceptualization are used. It is emphasized that during the outlined ten-year period, the editorial board of «Visnyk» prepared for printing, published, and placed on electronic resources approximately the same number of issues as were published during the 33 years of the Soviet period of the publication's existence (1958-1991). In addition to representatives of the Lviv School of Journalism, scholars from various universities in Ukraine and abroad (Poland, Romania, the United States, etc.) publish their articles in the Visnyk. «Visnyk of Lviv University. Journalism Series» has achieved certain reputational achievements and is among less than two dozen professional publications in Ukraine, therefore it has good positions and high chances of remaining among the best scientific publications in journalism and social communications.

Keywords: «Visnyk of Lviv University. Journalism Series», faculty of journalism, scientific publication in journalism, scientific issues of «Visnyk», re-registration of a professional publication.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 18–30
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 18–30

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 18–30 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13286

УДК 007:304:070(477)

ЕЗОПОВА МОВА ЖУРНАЛЬНОЇ ПРЕСИ УРСР (НА ПРИКЛАДІ ЛІТЕРАТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ВИДАНЬ 1960-1980 рр.)

Юрій Колісник
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, 04053, Київ, Україна
e-mail: y.kolisnyk@kubg.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-6200-6091

У статті на матеріалах літературно-мистецьких журналів УРСР («Київ», «Дніпро», «Вітчизна», «Жовтень» (1960–1980 рр.)) проаналізовано феномен езопової мови як засобу прихованої комунікації в умовах радянського тоталітаризму. Вона уможливлювала висловлення «позацензурних» міркувань, сприяла розвитку критичного мислення й збереження національної самобутності. У публікації зосереджено увагу на мовних методах, які використовували літератори для обходу цензури, й на важливості вивчення інакомовлення як комунікативного явища.

Ключові слова: радянська журнальна преса, радянська цензура, езопова мова, прихований сенс, символіка змісту, інакомовлення.

Постановка проблеми.

Важливим аспектом дослідження історії журналістики є вивчення обставин діяльності та ідеологічних позицій митців (журналістів, письменників, художників, акторів) в умовах тоталітарного правління. За висловлювання незалежних міркувань, відступ від комуністичної ідеології виганяли з партії, звільняли з посад, репресували. Не всім творчим особистостям вдавалося уціліти... Діалектична суперечливість творчої людини в умовах державного насильства характерна для різних режимів – радянського тоталітаризму, італійського фашизму, німецького нацизму, китайського маоїзму тощо.

В умовах радянської дійсності були митці, які намагалися не переступити меж духовної ницості. Хоча вони вимушено славили владу, цитували Леніна, однак у своїй творчості намагалися апелювати до української культури, історії, народних традицій, обстоювали демократичні цінності. Важливим засобом донесення духовних основ було уживання ***езопової мови***, вкладення сенсу «поміж рядків», передача інформації через підтекст, завуальовані натяки, метафори, історичні аналогії. Це давало можливість не наражатися на відкритий конфлікт із комуністичною владою.

Але були й митці, які «ламалися» під тиском, пристосовувалися до системи, беззастережно прославляли КПРС, паплюжили релігію та національні цінності, час-

© Колісник Ю., 2025

то під впливом психологічного пресингу та фізичних розправ. Були й такі, які писали «в шухляду», відкладаючи гострі твори до кращих часів. Були й ті, що йшли в андеграунд, вступали в конфлікт із системою, зазнавали переслідувань, репресій. Інколи їхні твори з'являлися в самвидаві.

В умовах подвійних стандартів, фальшивості й дворушництва літературні таланти активізовували літературний процес. Через компроміси й протестні виступи митці намагалися вплинути на ціннісні орієнтації громадян – доносили правду про минувшину, висвітлювали стан української культури, духовності, сприяли пробудженню національної свідомості. Дехто з них став першопрохідцем національно-культурного відродження, ініціатором ідеї українського державництва.

Актуальність дослідження зумовлена потребою вивчення езопової мови як засобу прихованої комунікації в умовах ідеологічного контролю й цензури. Глибокий аналіз мовних засобів, завдяки яким митці в комуністичні часи доносили заборонені сенси та обходили цензурні обмеження, сприятиме зростанню досвіду сучасних літераторів і журналістів у боротьбі за правду та вдосконаленню засобів протидії новим інформаційним загрозам.

Мета статті – здійснити різноаспектний аналіз *езопової мови* журнальної преси УРСР як методу донесення забороненої інформації, котра сприяла актуалізації соціально-політичних питань, прихованому спротиву й збереженню української самобутності в умовах тоталітаризму.

Це передбачає вирішення таких *завдань*:

Визначення ідейних засад формування езопової мови в умовах радянської цензури; аналіз мовних засобів, якими послуговувалися автори в літературно-мистецьких журналах УРСР для прихованої передачі заборонених смислів; окреслення ролі езопової мови як методу комунікації в умовах репресивних режимів та її значення в протидії сучасним інформаційним загрозам.

Теоретичне підґрунтя.

Поняття езопової мови пов'язане з творчістю давньогрецького байкаря Езопа з 4 сторіччя до н.е. Езоповою мовою у своїй творчості часто послуговувалися Тарас Шевченко, Іван Франко, Леонід Глібов, Леся Українка, Микола Куліш та інші літератори. Значного поширення вона набула в умовах радянського тоталітаризму, коли письменники намагалися донести правду всупереч цензурним обмеженням. В основу нашого дослідження взято праці, які розглядають езопову мову як засіб латентної комунікації задля обходу цензурних обмежень. Концептуальні засади езопової мови в умовах політичної диктатури аналізували у своїх наукових працях польський літературознавець Ян Блонський[1], який досліджував інакомовлення в європейських літературах, а також американський редактор, науковець Річард Р. Террі[2], італійський історик літератури Гвідо Бонсардо[3], американська письменниця Сара Парецкі[4], які вивчали підтексти в дисидентських творах.

---

[1] Błoński, J. (2004), *Kartografowie dziwnych podróży : wypisy z polskiej krytyki literackiej XX wieku*. Universitas, Kraków, 618 s.

[2] Terry, R. (2006), *The Literature of Subversion : The Art of Satire. Palgrave Macmillan*, New York, 304 p.

[3] Bonsardo, G. (1997), *Censorship and Literature in Fascist Italy*, The University of Wisconsin Press, Madison, WI, 332 p.

[4] Paretsky, S. (1997), Writing in an Age of Silence, Viking Penguin, New York, 192 p.

До вивчення проблематики долучилися й українські науковці. Оксана Пахльовська[5] та Ірина Приліпко[6] аналізують інакомовлення національно-культурного спротиву тоталітаризму в українській літературі й мистецтві. Політолог Олександр Мотиль[7] акцентує увагу на зв'язку між тоталітарними репресіями і розвитком форм езопової мови. Літературні критики Володимир Панченко[8] та Марія Фока[9] у дослідженнях інакомовлення зосереджують увагу на стилістичних методах, із використанням яких радянським літераторам вдавалося обійти тогочасну цензуру. У контексті пропонованих досліджень езопова мова є засобом опору в умовах обмеження свободи слова.

Методологічна основа дослідження.

Об'єктом дослідження є езопова мова як феномен літературно-мистецької журналістики УРСР у контексті радянської цензурної політики та інформаційного контролю.

Щоб досягти поставленої мети, застосовано міждисциплінарний підхід, що поєднує засоби лінгвістичного аналізу та історичного дослідження. Використано *описовий метод* для аналізу змісту та мовних особливостей публікацій у літературно-мистецьких журналах; завдяки *порівняльно-історичному* методу вдалося відстежити спадковість цензурних практик минулого й сьогодення; *системний* аналіз допоміг виявити мовні конструкції, які використовували автори для обходу цензури. Застосування методу *узагальнення* дало змогу дійти об'єктивних висновків про роль езопової мови в комунікуванні, її важливості в протидії ідеологічним обмеженням.

Виклад основного матеріалу.

Дослідження історії журналістики в умовах тоталітаризму годі уявити без аналізу творчості митців, які, попри цензурні утиски, намагалися донести правду до читачів. Їхня винахідливість часто проявлялася в умінні використовувати інакомовлення як метод прихованого комунікування. Вони практикували поєднання офіційного дискурсу з елементами інакомовлення, створюючи багатошарові тексти. Прикладом такої винахідливості є творчість Дмитра Павличка, який хоч і писав оди «великому Іллічу», але одним із перших, відчувши цензурні послаблення, ідеологічно переорієнтувався. 1958 року вийшла його поетична збірка «Правда кличе!». Незважаючи на тематичний розділ «Ленін іде», вірші проти націоналістів і червону палітурку книги, в ній відчутний рішучий осуд тоталітаризму й культу особи. У вірші зі символічною назвою «Коли умер кривавий Торквемада» автор відтворює атмосферу суспільного страху. В образі іспанської інквізиції доби середньовіччя поет викриває тоталітарну практику СРСР. Через надто прозорий натяк на сталінську тиранію Д. Павличко потрапив у немилість до влади. Дорікали автору також за

---

[5] Пахльовська, О. (2007), *Ave, Europa! Культура, українська політика, цивілізаційний вибір*, Факт, Київ, 420 с.

[6] Приліпко, І. (2009), Ремінісценції та алюзії у творах Валерія Шевчука, *Слово і Час*, ч. 7, с. 33–37.

[7] Motyl, A. (1980), *The Turn to the Right: The Ideological Origins and Development of Ukrainian Nationalism, 1919–1929,* Columbia University Press, New York, 256 p.

[8] Панченко, В. (2013), *Літературний портрет у просторі доби*, Академія, Київ, 392 с.

[9] Foka, M. (2017), Subtext of a literary work and methods of its analysis. *Development and modernization of philological sciences : experience of Poland and prospects of Ukraine*, Baltija Publishing, Lublin, p. 396–414.

крамольні твори «Ти зрікся мови рідної», «О рідне слово, що без тебе я?!» та інші, які суперечили офіційній мовній політиці[10].

Підтексти й аналогії використовував Роман Іваничук у романі «Мальви», опублікованому в 4-5 числах журналу «Вітчизна» 1968 року. Цей твір розкриває трагедію українства часів Руїни (другої пол. XVII ст.), коли козацька держава опинилася на межі виживання між двома імперіями. Невдовзі після опублікування твір потрапив під заборону через розбіжність з офіційно радянським трактуванням історії. Автор завуальовано викриває колоніальну політику, закликає оберігати українську самобутність, що робило твір небезпечним для радянської влади.

Основною причиною заборон став національний дух роману. Іваничук езоповою мовою показує трагедію українців, яких змушують зректися національного коріння, натомість прищеплюють їм імперські цінності. Влада вбачала в романі посягання автора на єдність «радянського народу». Антиколоніальний зміст твору, критику імперської експансії вбачаємо у словах персонажа Меддаха Омара про політику Османської імперії: «Чого повзеш ти на чужі землі, не розоравши своєї, чому не нагодуєш власним багатством рідних дітей, а примушуєш їх голодними рискати по не своїх полях і дарма проливати сусідську кров?»[11]. Ці твердження своїм підтекстом руйнують сакральність російсько-імперської «визвольні місії».

Наступними фразами М. Омара Роман Іваничук викриває більшовицьку політику, засуджує тоталітаризм: «О, страшне в тебе покликання! Тебе одурили марнославні і властолюбні вожді твої, і ти, облудно взявши божу науку за зброю, залив сльозами, кров'ю і ненавистю до себе півсвіту»[12].

Дуже небезпечна для панівного режиму метафора роману – образ загарбника-скупаря: «Сидиш, як божевільний скупар серед скарбів, загарбаних у чужих коморах, хліб, відібраний з голодних ротів, не йде тобі в горло...»[13]. Це прозорий натяк на економічну узурпацію України й нагадування про Голодомор.

Потрапив під контроль держбезпеки і поет Василь Стус, опублікувавши за часів «смути» на сторінках «Жовтня» (1968, Ч. 9) статтю про німецького антифашиста Бертольда Брехта «Гнівний поет доби». Вражає, що назва публікації тотожна єству самого В. Стуса, котрий, як і драматург Брехт, намагався пробудити свій народ від летаргічного сну, підняти його на боротьбу проти злочинної системи.

Висвітлюючи громадянську позицію Б. Брехта, його демонстративне несприйняття фашистської ідеології, В. Стус алегорично розкриває суть тиранії – не лише фашизму, але й радянського тоталітаризму: «...країною править найгірший із можливих правителів – жах. Затурканий учитель від ляку не може склепити очей. Стара жінка боїться назвати згіркле борошно з крамниці поганим. Гіркі думи сушать голови батькам – чи не передадуть діти їхніх домашніх розмов «туди, де треба»[14]. Брехт, – зазначає Стус, – переконаний, що рано чи пізно третій рейх лусне від єдиного слова, вимовленого вголос. Щоб година розплати швидше настала, поет несе поневоленим

[10] Колісник, Ю. (2008), *Формування суспільної свідомості журнальною періодикою УРСР (1950–1980 рр.).* Чабаненко Ю. А., Черкаси, 290 с.
[11] Іваничук, Р. (1968), Мальви, *Вітчизна*, ч. 4, с. 80.
[12] Там само, с. 80.
[13] Там само, с. 80.
[14] Стус, В. (1968), Гнівний поет доби, *Жовтень*, ч. 9, с. 11.

слово Правди-Розуму: «Розповідаючи про неприкриті й таємні злочини гітлерівців, про концтабори й закриті процеси, вбивства з-за рогу й катування політв'язнів, він застерігає всіх підданих держави-концтабору, що ніхто із них не може стояти осторонь скоєних звірств – не тільки есесівців, а й тих, чиїми руками ті неподобства чинились (...) У цьому плані особливо характерним є вірш Б. Брехта «Пристосуванцям». Він адресований тим, хто, не приймаючи геббельсівської брехні, вважав за можливе зберігати горду поставу незалежності. (...) Згодом на аукціоні совісті ціни починають стрімко падати: кількість духовно збанкрутілих швидко росте. Самого бажання брехати тепер стає замало, тепер цій брехні треба надавати високого артистизму, рафінованості, пристрасті! Усе закінчиться тим, – говорить В. Стус, – що цілком зносороженим індивідам згадають позавчорашню порядність і позбавлять скромного місця біля корита»[15].

Партійні ідеологи впізнавали себе у цих образах, як і тоталітарну систему, схожу на описувану. Езопова мова уможливила опублікування Стуса в радянському журналі, але вона залишила також простір для розуміння прихованого сенсу.

Використання засобів інакомовлення для донесення прихованого змісту особливо актуалізувалося в часи хрущовської «відлиги». Авторський підтекст помічаємо, зокрема, в романі Михайла Стельмаха «Правда і кривда», опублікованому в журналі «Жовтень» (1961, ч. 3–6). Використовуючи засоби алегорії, сатири, символіки, недомовок М. Стельмах викриває абсурдність ідеологічних догм, соціальну несправедливість та репресивний характер політичної системи.

Радіо, яке постійно нав'язує громадянам комуністичну пропаганду, автор подає як безглузду машинерію: «без почуття гумору воно повчає та й повчає хліборобів: "Збиральна кампанія, – як учить товариш Сталін, – діло сезонне"»[16]. Такою заувагою український літератор висміює відірваність радянських гасел від народу, де влада повчає, як працювати, не зважаючи на природні умови й економічні обставини.

Зубожіння повоєнних сіл Михайло Стельмах змальовує через контраст між пропагованим і справжнім становищем громадян: «Отак Марко і зустрівся після довгої розлуки з селом, про яке геній людства писав, що на Україні воно схоже на писанку. І ось ця писанка зараз ледве окреслювалась у темряві безладно розкиданими купинами землянок і осиротілими, снігом завіяними печами»[17]. Образ «писанки», який би символізував розвиток сіл, Стельмах трансформує в моторошний символ руїни.

Чи не найбільше акцентовано тему нищення українського селянства голодом у романі «Чотири броди» Михайла Стельмаха, назва твору, до слова, символізує гіркий шлях українства в умовах радянсько-імперської дійсності. Автор розповідає про життя селян, їхні долі, зокрема про боротьбу за виживання в складних історичних умовах. Одна з провідних тем цього твору – трагедія Голодомору 1932-33 рр., яку Стельмах подає через опис примусового вилучення зерна у селянських господарствах. У творі є оповідь про те, як після збору врожаю хліборобам не лишили зерна навіть для виживання: «Настав лихий рік. Був сякий-такий урожай у цьому літі, та й не стало. Коли ж насилу-насилу план було виконано, судовець Прокіп Ступач нагри-

[15] Стус, В. (1968), Гнівний поет доби, *Жовтень*, ч. 9, с. 11.
[16] Стельмах, М. (1961), Правда і кривда (Марко Безсмертний), *Жовтень*, ч. 6, с. 44.
[17] Стельмах, М. (1961), Правда і кривда (Марко Безсмертний), *Жовтень*, ч. 3, с. 78.

мав на хліборобів, що "м'якими культурами" діло не обійдеться, і звелів вивезти все жито і пшеницю, що залишились, на посів»[18].

Хоча автор не зважується назвати голод штучним та не вказує на його ініціаторів, організаторів, він передає суть московської політики вилучення хліба, що спричинило загибель мільйонів українських селян. В умовах тоталітарної системи автор використовує розпливчасті вислови на кшталт «лихий рік» тощо. Як і в романі «Правда і кривда», де торкається масових репресій, він уникає прямого осуду влади.

Більшовицьку систему Михайло Стельмах змальовує вкрай абсурдною і жорстокою. На прикладі персонажів роману «Правда і кривда» він ілюструє, як радянський режим міг будь-кого легко перетворити на «ворога народу». Через внутрішній монолог головного героя Марка письменник порушує питання людської гідності й руйнівного впливу тоталітаризму: «Одні видіння відходять од нього, а натомість наближаються тіні тридцять сьомого року, він морщиться од самої згадки про одну з найтяжчих, як він у глибині душі вважав, людських трагедій: це коли невідомо ким виплоджена гадюка підозри проповзла між людьми і вчорашнього друга назвали ворогом, бійця – шпигуном, творця – запроданцем, а хлібороба – хлібогноїтелем»[19].

Михайло Стельмах осуджує панівний лад, де практика доносів і репресій руйнувала суспільні зв'язки, нагнітала страх, сіяла недовіру межи людьми. Автор вкладає ці характеристики в образ «гадюки підозри», котра розділяла суспільство, перетворювала чесних людей на «ворогів». Далі Стельмах відтворює атмосферу сталінського терору, коли «лиходійство щоночі пакувало у тюрми ні в чому не повинних синів», а водночас показує, що навіть у найжаскіші часи були ті, хто не втрачав людяності. Алегоричними засобами М. Стельмах не лише передає внутрішній біль персонажів, а й осуджує людиноненависницьку систему, котра вкарбувала в його пам'ять «тіні тридцять сьомого року».

Як зауважив на сторінках журналу «Вітчизна» філолог-дисидент Іван Світличний, роман «Правда і кривда» викликав першу [в 60-х рр.] політичну дискусію в українському середовищі після погромів 1930-х років. Михайло Стельмах уперше «Прямо і відверто, без (...) словесного туману, пише і про сирітські драми, і про занедбаність чи й зовсім відсутність демократії в колгоспах, і про податкові утиски, і про найбільше зло нашого часу – бюрократію (...), про що інші говорять пошепки та з оглядками»[20]. Використовуючи езопову мову, Стельмах осуджує радянський устрій – викриває несправедливість каральної системи, висміює бюрократію, змальовує тяжке життя народу.

Простежуємо езопову мову і в самого Івана Світличного. У червневому журналі «Вітчизна» за 1960 рік в публікації «Коли входиш у літературу... (в роздумах над першими збірками молодих поетів)» він подає непрямі натяки на радянську цензуру, заідеологізованість літератури й загальну атмосферу несвободи. І. Світличний зазначає, що у радянській системі література слугувала ідеологічною трибуною, з якої звучала лише політично вивірена політична думка. Світличний натякає на її фальшивість: «На мітингу він – трибун, у храмі літератури – апостол, і завжди – на

[18] Стельмах, М. (1978), Чотири броди, *Дніпро*, ч. 8, с. 34.
[19] Стельмах, М. (1961), Правда і кривда (Марко Безсмертний), *Жовтень*, ч. 6, с. 34.
[20] Світличний, І. (1961), Боги і наволоч (Рец. на кн.: М. Стельмах. Правда і кривда), *Вітчизна*, ч. 12, с. 160.

виду у всього народу»[21]. Звідси випливає роль радянського літератора, котрий мав бути «взірцем» і «речником партії».

Аналізуючи тексти початківців-літераторів, Світличний помічає, що революційна риторика радянської літератури поступово втрачає виразність і значущість, перетворюючись на ідеологічні кліше. Властиві соцреалізму поетичні конструкції, покликані передавати ентузіазм і велич революційних ідей, дедалі частіше набувають характеру політичних штампів. Як приклад він наводить рядки з вірша Володимира Лучука «Каменяр»:

«І сталось: мільйонно на площі іде революціонер.
Знаменами вітер полоще, пробуджує кожний нерв»[22].

Формально цей уривок відповідає радянській поетиці, акцентуючи на масштабності й емоційності «революційних» подій. Проте, як слушно помічає Світличний, такі образи, повторюючись «вдесяте і всоте», семантично виснажуються, втрачають сакрум. Те, що мало б викликати емоційне піднесення, спричинює протилежний ефект. Між рядками таких кліше прочитується данина радянській ідеології. Отже, Іван Світличний не лише засвідчує високий рівень ідеологічної заангажованості літератури, а й демонструє, як вона втрачає художню цінність, слугуючи політичним завданням.

Яскравим прикладом використання езопової мови для викриття негативних явищ радянської дійсності є роман Олеся Гончара «Собор». Письменник пропонує низку алегорій і натяків, які допомагають йому образно висловлюватися на діткливі теми. У романі, опублікованому у журналі «Вітчизна» (1968, ч. 1, с. 54.), бачимо приховану критику радянської дійсності, котру автор виражає через інакомовлення. Олесь Гончар уболіває за збереження культурно-духовної спадщини України, котру безжально нищить політична система. Руйнування Собору символізує у творі втрату історичної пам'яті. Гончар яскраво це ілюструє словами: «Рідного батька за кар'єру проміняє, Собор отой розвалить, аби тільки на щабель вище піднятись»[23]. Критика літератора спрямована на антигуманну систему, в якій бюрократичні бажання домінують над національною історією та культурою. О. Гончар, як і І. Світличний, також осуджує прояви масової уніфікації, котрі проявляються в зодноріднені способу життя й мислення: «Однакова їжа, однакова мова, однаковий одяг носитимуть у тому суспільстві...»[24]. Автор підкреслює, що зрівнялівка й бюрократизація призводять до втрати індивідуальності й унікальності, бо людину в тоталітарних умовах сприймають виключно як частину політичного механізму.

Окрім того, у романі «Собор» Олесь Гончар таврує безвідповідальне ставлення влади до природи та здоров'я громадян. Задля індустріального розвитку владоможці не зважають на екологічні наслідки форсованого будівництва. Герої твору ставлять гострі риторичні питання: «Жити серед розкішної природи, на березі однієї з найкрасивіших річок планети і все життя дихати рудним пилом та газом... це нормально,

[21] Світличний, І. (1960), Коли входиш у літературу... (роздуми над першими збірками поезій), *Вітчизна*, ч. 6, с. 183.
[22] Там само, с. 192.
[23] Гончар, О. (1968), Собор, *Вітчизна*, ч. 1, с. 54.
[24] Там само, с. 82.

мамо?»[25]. Автор твору нагадує про екологічні лиха, спричинені забрудненням: «Дим отой, червоний, залізний, то ж ваш? І коксохімівський смердючий... І азотнотуковий, що й листя на деревах від нього жовтіє...». На сторінках твору не лише розкрито проблему технократичного нищення природи, але й показано аморфність радянської системи, яка, замість конкретних рішень, обмежується бюрократичними штрафами: «Доки будемо отруювати Дніпро? Доки труїтимем повітря? Держава дає кошти на очисні споруди, а ви з року в рік тільки штрафи платите з тої ж державної кишені»[26].

Таким чином, «Собор» – це не просто роман про старовинний храм, а глибокий твір про моральний вибір громадян, про збереження гідності, про боротьбу за духовність у часи бездуховності. Через езопову мову Гончар викриває тоталітаризм, який знищує предковічну культуру, нівелює особистість і нехтує довкіллям заради політико-економічних цілей. Саме тому твір було визнано небезпечним для радянської влади, а його автор зазнав ідеологічних переслідувань.

Цензура намагалася забороняти або «прополювати» твори, які суперечили оптимістичному наративу про радянське життя. І хоч у новелі Григора Тютюнника «Деревій» відсутня пряма критика радянської влади, але є «колючі» – фрази, які могли викликати підозру цензури через підтекст або виразні натяки на проблеми. Звісно, у пресі акцентували на турботі держави про ветеранів, однак у журналі «Жовтень» (1968, ч. 7) в новелі «Деревій» висвітлено справжній повоєнний стан громадян: «Повернувся з війни – не те що хліба, хати немає, притулку. Згоріло все дотла. (...) Про всіх не дуже печись, а про себе більше дбай, бо ніхто про тебе не подбає»[27]. Такі висловлювання підривали основи державної ідеології через «життєву» правду про людей, їхні справжні проблеми й розчарування. І хоч Григору Тютюннику за новелу «Деревій» у 1968 році було присуджено премію на всесоюзному конкурсі за найкраще оповідання, однак під час наступного опублікування в журналі «Жовтень» 1970 року Головліт УРСР вилучив дошкульні фрагменти, зокрема ті, котрі відображали жорстокість війни, страждання селян та натяки на важку дійсність. (Характерно, що у новітніх виданнях твір досі подають у скороченому радянською цензурою варіанті. – *Ю.К.*).

Через зменшення репресивних утисків, послаблення цензури й допущення свободи інформування в часи горбачовської перебудови 80-х років відбувається пожвавлення журнальної періодики, зростає її дієвість, об'єктивність відображення суспільного життя. Чутливо вловлюючи особливості нової політичної ситуації, преса сміливіше й відвертіше показує недоліки радянського ладу, осуджує сталінську тиранію, пише про наболілі проблеми, висвітлює замовчувані сторінки історії, сприяє національній єдності в боротьбі з тоталітаризмом. Журнали «Київ», «Дніпро», «Вітчизна», «Жовтень», «Україна» та інші стають ініціаторами, популяризаторами і активними провідниками перебудовного процесу. Розлогішою стає тематика, збільшується змістовність видань, залучаються нові інформаційні джерела. Усе це слугує розширенню суспільного кругозору, виходу світобачення громадян за ідеологічно регламентовані межі.

У 1988 році журнал «Дніпро» вперше зважився опублікувати «Сторінки щоденника (1941–1956)» Олександра Довженка, які доти були під забороною. Український

[25] Гончар, О. (1968), Собор, *Вітчизна*, ч. 1, с. 25.
[26] Там само, с. 141.
[27] Тютюнник, Г. (1968). Деревій, *Жовтень*, ч. 7, с. 75.

кінорежисер, автор «Щоденника» непрямою мовою описує культ особи Сталіна та «показушність» радянських свят: «Реве радіо. Шумить Червона площа. Несуть прапори люди, одягнені в чорне. Поети кричать панегірики. Музика грає "Слався, слався, наш русский царь"... І я вилітаю з неї. Я лину на Вкраїну, заглядаю у вікна убогих хатин, де вдови сумують і діти, де пухне од голоду народ...»[28]. Довженко гротескно змальовує святкування на Красній площі, яке цілком контрастує зі злиденністю українських селян. Окремо підкреслює поняття «російського царя», чим натякає на тиранію Сталіна. Згадуючи у своєму щоденнику радянську каральну систему, він говорить про репресованих трударів і ставлення до них держави: «Для повноти картини потрібні в селі не тільки герої праці й битв, а й мученики, тобто жертви самоуправства, беззаконня й сваволі. Це люди чесні і морально пристойні, яких ні за що ні про що висилали, потім прощали незаподіяні злочини...»[29].

Довженко як критик радянської системи у своїх спогадах місцями переходить «езопові» межі, пише розкуто, зважується на критику тоталітарного ладу, гнівно таврує політичні злочини: «Наближається голод. Вимре багато мільйонів людей. Загине половина мого нещасного народу на багатій нещасливій землі. А решта плазуватиме в жебрацтві. І нігде ні в книзі, ні в газеті ні одного рядочка, не те що крику, чи прокляття, чи жалю, а навіть передсмертного зітхання. Навпаки. Живем і багатіємо, плазуючи вперед до голодного царства...»[30].

З початком горбачовської перебудови викриття злочинів радянського режиму здійснювалося поступово та в регламентованих межах. Із другої половини 1987 року, скориставшись цензурним послабленням, прогресивні видання, з-поміж них і «Дніпро», вийшли на пряме обговорення причин і наслідків тоталітаризму, заручниками якого стали кілька поколінь громадян. Вони прямо публікують історичну правду про форсовану індустріалізацію, насильницьку колективізацію, штучний Голодомор, зросійщення, масові репресії й депортації.

Внеском у демократизацію суспільства стало опублікування повісті Степана Колесника «Обкрадені села» в журналі «Київ» (1988, ч. 5-7). Через систему художніх образів та символів автор піддає критиці радянську колгоспну систему й диктаторські методи управління. На сторінках твору постають занедбані села, які офіційною мовою іменували «неперспективним», фактично ж – доведеним до занепаду політикою централізованого управління. Використовуючи метафори та алегорії, Степан Колесник подає вражаючу картину соціально-економічного руйнування українського села.

Образ покинутої школи з вибитими шибками символізує не лише деградацію освіти, а й цілеспрямоване духовне знекровлення сіл. Колесник підкреслює руйнацію культурних традицій: «Села губили свій гонор, за плечима якого не одна сотня літ»[31]. Магазини стоять розбиті, землі заростають бур'янами, а болотиста місцевість постає метафорою безвиході: «легіони очерету рушили на людські городи, посунули косогір'ям добре вимуштруваною піхотою»[32], «моторошно від німоти, настояній

[28] Довженко, О. (1988). Сторінки щоденника, *Дніпро*, ч. 10, с. 105.
[29] Там само, с. 105.
[30] Там само, с. 61.
[31] Колесник, С. (1988), Обкрадені села, *Київ*, ч. 5, с. 108.
[32] Там само, с. 113.

на безлюдді»[33]... Висловлювання автора розкривають жахливі наслідки радянського господарювання, натякають на некеровану бюрократичну систему, яка витісняє людину.

У розділі «Незахищені законом» автор, намагаючись зрозуміти, чому таке сталося за радянського господарювання, підходить до з'ясування суті тоталітаризму: права в СРСР – фікція, людина – тяглова сила, село – не має свого статусу.

Метафоричні вислови – «іржава вісь об'єднання», «захирілий колгосп впав на ноги», «витоптано молоді посіви надій»[34] – відображають наслідки радянських експериментів щодо «оптимізації» сільського життя. Відчуття запустіння автор передає висловами: «моторошно від німоти, настояній на безлюдді». Степан Колесник, використовуючи перифрази, алегорію, розкриває політичну, економічну та духовну катастрофу українського села. Його повість «Обкрадені села» в журналі «Київ» 1988 р. – це важлива спроба відкрито порушити наболіле.

Результати і перспективи подальших досліджень обговорення.

Подальші пошуки доречно спрямувати на вивчення езопової мови як прихованого методу комунікування в умовах цензури. Окремо варто наголосити на порівняльному аналізі інакомовлення в радянській журналістиці та схожих явищах в італійському фашизмі, німецькому нацизмі, китайському маоїзмі та ін. Важливим напрямом буде дослідження впливу езопової мови на формування дисидентського руху в авторитарних країнах, а також з'ясування ролі інакомовлення в збереженні національної самобутності в умовах цензури. Долучення архівних матеріалів радянського періоду (рецензій, цензурних звітів, авторських текстів) збагатить наукову базу досліджень.

Всебічне дослідження функціонування езопової мови сприятиме кращому розумінню умов діяльності радянських медіа, а також удосконаленню засобів виявлення прихованих інформувань. Це сприятиме розвитку критичного мислення громадян та більш зваженого їхнього ставлення до інформації.

Дослідження інакомовлення перспективне для міждисциплінарних досліджень, які поєднують журналістикознавство, соціологію, компаративістику та інші науки.

Висновки.

Проблема діяльності творчої людини в умовах комуністичної формації – явище складне, багатовекторне. Преса за шаблонами партпропаганди вела боротьбу з проявами свободи творчості. Журналісти не допускали критики партії, незалежного висвітлення суспільних явищ, історичних подій. Відповідно до політичної ситуації політичний тиск на свободу слова змінювався.

Деякі представники творчої інтелігенції, щоб зберегти вірність внутрішнім принципам і водночас не потрапити в опалу, «сакральні» твори не друкували, а зберігали до кращих часів. Незважаючи на цензуру, в офіційній пресі були спроби сказати гірку правду. Коли мужньому слову вдавалося пробитися, автори зазнавали переслідувань. Серед плеяди визначних публіцистів того часу варто окремо відзначити О. Гончара, О. Довженка, Д. Павличка, І. Світличного та ін.. У межах партійного амплуа вони відстоювали загальнолюдські цінності та вболівали за майбутнє країни.

---

[33] Колесник, С. (1988), Обкрадені села, *Київ*, ч. 5, с. 113.

[34] Колісник, Ю. (2011), «Людина праці» в журнальній періодиці УРСР (1950–1980 рр.), *Держава та регіони*, ч. 2, с. 58–59.

В умовах радянської дійсності чимало митців «тікало в натовп», прикриваючись авторитетом «керівної й спрямовуючої», дехто утримувався від переступу – славлячи партію, апелював до української культури, історії, народних традицій, обстоював демократичні цінності. Важливим засобом донесення духовних основ було вживання езопової мови, писання «поміж рядків», передача смислів через підтекст, завуальовані натяки, метафори, історичні аналогії. Замаскований спосіб висловлювань давав можливість не наражатися на прямий конфлікт із владою.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гончар, О. (1968), Собор, *Вітчизна*, ч. 1, с. 17–169.
2. Довженко, О. (1988), Сторінки щоденника, *Дніпро*, ч. 10, с. 56–124.
3. Іваничук, Р. (1968), Мальви, *Вітчизна*, ч. 4, с. 78–126.
4. Колесник, С. (1988), Обкрадені села, *Київ*, ч. 5, с. 106–115.
5. Колісник, Ю. (2008), *Формування суспільної свідомості журнальною періодикою УРСР (1950–1980 рр.),* Чабаненко Ю. А., Черкаси, 290 с.
6. Колісник, Ю. (2011, «Людина праці» в журнальній періодиці УРСР (1950–1980 рр.), *Держава та регіони*, ч. 2, с. 55–61.
7. Панченко, В. (2013), *Літературний портрет у просторі доби*. Академія, Київ, 392 с.
8. Пахльовська, О. (2007), *Ave, Europa! Культура, українська політика, цивілізаційний вибір.* Факт, Київ, 420 с.
9. Приліпко, І. (2009), Ремінісценції та алюзії у творах Валерія Шевчука, *Слово і Час*, ч. 7, с. 33–37.
10. Світличний, І. (1960), Коли входиш у літературу... (роздуми над першими збірками поезій), *Вітчизна*, ч. 6, с. 183–192.
11. Світличний, І. (1961), Боги і наволоч (Рец. на кн. : М. Стельмах. Правда і кривда), *Вітчизна*, ч. 12, с. 159–161.
12. Стельмах, М. (1961), Правда і кривда (Марко Безсмертний), *Жовтень*, ч. 3, с. 65–114.
13. Стельмах, М. (1961), Правда і кривда (Марко Безсмертний), *Жовтень*, ч. 6, с. 31–80.
14. Стельмах, М. (1978), Чотири броди, *Дніпро*, ч. 8, с. 23–131.
15. Стус, В. (1968), Гнівний поет доби, *Жовтень*, ч. 9, с. 7–12.
16. Тютюнник, Г. (1968), Деревій, *Жовтень*, ч. 7, с. 69–75.
17. Błoński, J. (2004), *Kartografowie dziwnych podróży : wypisy z polskiej krytyki literackiej XX wieku*. Universitas, Kraków, 618 s.
18. Bonsardo, G. (1997), *Censorship and Literature in Fascist Italy.* The University of Wisconsin Press, Madison, WI, 332 p.
19. Foka, M. (2017), Subtext of a literary work and methods of its analysis. *Development and modernization of philological sciences: experience of Poland and prospects of Ukraine*. Baltija Publishing, Lublin, p. 396–414.
20. Motyl, A. (1980), *The Turn to the Right: The Ideological Origins and Development of Ukrainian Nationalism, 1919–1929.* Columbia University Press, New York, 256 p.
21. Paretsky, S. (1997), *Writing in an Age of Silence.* Viking Penguin, New York, 192 p.
22. Terry, R. (2006), *The Literature of Subversion: The Art of Satire*. Palgrave Macmillan, New York, 304 p.

REFERENCES

1. Honchar, O. (1968), Sobor, *Vitchyzna*, № 1, s. 17–169.
2. Dovzhenko, O. (1988), Storinky shchodennyka, *Dnipro*, № 10, s. 56–124.
3. Ivanychuk, R. (1968), Malvy, *Vitchyzna*, № 4, s. 78–126.
4. Kolesnyk, S. (1988), Obkradeni sela, *Kyiv*, № 5, s. 106–115.
5. Kolisnyk, Yu. (2008), *Formuvannia suspilnoi svidomosti zhurnalnoiu periodykoiu URSR (1950–1980 rr.).* Chabanenko Yu. A., Cherkasy, 290 s.
6. Kolisnyk, Yu. (2011), «Liudyna pratsi» v zhurnalnii periodytsi URSR (1950–1980 rr.), *Derzhava ta rehiony*, № 2, s. 55–61.
7. Panchenko, V. (2013), *Literaturnyi portret u prostori doby*. Akademiia, Kyiv, 392 s.
8. Pakhliovska, O. (2007), *Ave, Europa! Kultura, ukrainska polityka, tsyvilizatsiinyi vybir*. Fakt, Kyiv, 420 s.
9. Prylipko, I. (2009), Reministsentsii ta aliuzii u tvorakh Valeriia Shevchuka, *Slovo i Chas*, № 7, s. 33–37.
10. Svitlychnyi, I. (1960), Koly vkhodysh u literaturu... (rozdumy nad pershymy zbirkamy poezii), *Vitchyzna*, № 6, s. 183–192.
11. Svitlychnyi, I. (1961), Bohy i navoloch (Rets. na kn.: M. Stelmakh. Pravda i kryvda), *Vitchyzna*, № 12, s. 159–161.
12. Stelmakh, M. (1961), Pravda i kryvda (Marko Bezsmertnyi), *Zhovten*, № 3, s. 65–114.
13. Stelmakh, M. (1961), Pravda i kryvda (Marko Bezsmertnyi), *Zhovten*, № 6, s. 31–80.
14. Stelmakh, M. (1978), Chotyry brody, *Dnipro*, № 8, s. 23–131.
15. Stus, V. (1968), Hnivnyi poet doby, *Zhovten*, № 9, s. 7–12.
16. Tiutiunnyk, H. (1968), Derevii, *Zhovten*, № 7, s. 69–75.
17. Błoński, J. (2004), *Kartografowie dziwnych podróży : wypisy z polskiej krytyki literackiej XX wieku.* Universitas, Kraków, 618 s.
18. Bonsardo, G. (1997), *Censorship and Literature in Fascist Italy*. The University of Wisconsin Press, Madison, WI, 332 p.
19. Foka, M. (2017), Subtext of a literary work and methods of its analysis. *Development and modernization of philological sciences: experience of Poland and prospects of Ukraine*. Baltija Publishing, Lublin, p. 396–414.
20. Motyl, A. (1980), *The Turn to the Right: The Ideological Origins and Development of Ukrainian Nationalism, 1919–1929*. Columbia University Press, New York, 256 p.
21. Paretsky, S. (1997), *Writing in an Age of Silence*. Viking Penguin, New York, 192 p.
22. Terry, R. (2006), *The Literature of Subversion: The Art of Satire*. Palgrave Macmillan, New York, 304 p.

AESOPIC LANGUAGE OF THE JOURNALISTIC PRESS OF THE USSR (BASED ON MATERIALS OF LITERARY AND ARTISTIC PERIODICALS OF THE 1960s–1980s)

Yurii Kolisnyk
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University
Ukraine, 04053, Kyiv, 18/2 Bulvarno-Kudriavska Street
e-mail: y.kolisnyk@kubg.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-6200-6091

This article explores the phenomenon of Aesopian language as a mode of self-expression for Ukrainian literary figures during the Soviet period. *The main objective of the study* is to identify the patterns of Aesopian language functioning in Soviet journalism and to determine its role in preserving national identity and fostering cultural resistance under communist totalitarianism. The research employs an interdisciplinary approach, combining linguistic and historical-cultural methodologies. Specifically, the comparative-historical method is used to trace changes in the application of Aesopian language across different periods of Soviet history, and discourse analysis is applied to investigate subtextual meanings within the texts. The analysis is based on texts from literary and artistic journals of the Ukrainian SSR from 1960 to 1980, namely «Kyiv», «Dnipro», «Vitchyzna», «Zhoyten». *The research findings* demonstrate that Aesopian language served as an alternative means of conveying truth, employing hidden meanings intended for comprehension by attentive readers. Ukrainian artists, transcending the boundaries of socialist realism, provided society with covert allusions to political repressions, the Holodomor, social issues, and historical injustices. Particular emphasis is placed on the analysis of the creative works of Oles Honchar, Vasyl Stus, Dmytro Pavlychko, Roman Ivanychuk, and Mykhailo Stelmakh, who published their works in the journal press of the Ukrainian SSR, resorting to veiled criticism of the Soviet political system. *The conclusions* reveal the significance of the Aesopian language as a potent mechanism for countering ideological control and underscore its relevance in the contemporary information sphere. *This research* asserts interdisciplinary value, potentially integrating journalism studies, sociology, comparative studies, and other disciplines, and is posited to be beneficial for further analysis of media operations under conditions of political dictatorship.

Keywords: soviet journal press, soviet censorship, Aesopian language, hidden meanings, content symbolism, coded language.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 31–39
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 31–39

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 31–39 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13287

УДК [070.481"Sprawy Narodowosciowe":070.447]:327(477:438)"1935/1939"](091)

УКРАЇНСЬКЕ ПИТАННЯ НА СТОРІНКАХ ЖУРНАЛУ «SPRAWY NARODOWOŚCIOWE» (1935–1939)

Степан Кость
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: skost_@ukr.net
https://orcid.org/0000-0001-6566-5503

Тетяна Слотюк
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: burdeha@ukr.net
https://orcid.org/0000-0001-8883-4154

У статті досліджено висвітлення польсько-українських відносин на сторінках журналу «Sprawy Narodowościowe» упродовж 1935–1939 років, вказано на актуальність цієї проблеми в широкому історичному контексті, з'ясовано позицію журналу щодо розв'язання національного питання в міжвоєнній Польщі, певною мірою обмірковано розбіжність між ставленням редакції журналу до національного питання і національною політикою польської влади другої половини 30-х років.

Ключові слова: польсько-українські відносини, історія міжвоєнної Польщі, історія України, національне питання, журнал «Sprawy Narodowościowe».

1. Постановка проблеми і актуальність дослідження. Означений період охоплює останні декілька років перед початком Другої світової війни – період складний, напружений, суперечливий практично в усіх сферах функціонування Польщі як держави. Не було винятком і українське питання як один із сегментів питання національного. Норман Девіс цей період означив як «дорогу до катастрофи». Він зазначає: «Ситуації Польщі на кінець тридцятих років XX століття не позаздриш. Місце між Гітлером і Сталіним стало найневигіднішим місцем у всьому світі. Об'єднання сил з одним чи іншим було б однаково недоречним й однаково небезпечним. Не робити нічого означало спокушати долю. Пошук підтримки у західних держав чи в системі «колективної безпеки Ліги» (тобто Ліги Націй. – Авт.) теж не вселяло надії. Як застерігав Пілсудський і як це влучно довела Мюнхенська угода щодо сусідньої Чехословаччини, британці і французи, здавалося, були задоволені, що їм вдалося за-

© Кость С., Слотюк Т., 2025

спокоїти агресора коштом іншої нації»[1]. Відзначив Н. Девіс і той факт, що в умовах світової економічної кризи польська економіка не зуміла створити такого потенціалу, який міг би уможливити модернізацію армії. Звернув він увагу і на те, що в Польщі загострювалося національне питання: «Німецька меншина швидко переходила на пронацистські позиції. Євреї побоювалися цькувань та переслідування. Українці скаженно кипіли… З'явилося кілька націоналістичних фракцій в суспільних угрупованнях і фашистських боївок. До політики втягували Костел. Забагато католицьких ксьондзів піддалися націоналістичним течіям»[2]. Усе це ще більше загострювало національне і зокрема українське питання. Вандич вважає, що Угорщина за допомогою Польщі окупувала Карпатську Україну[3]. Потрібно зробити важливе уточнення – Угорщина потопила в крові Карпатську Україну за згоди Німеччини, але Польща теж допомагала ліквідувати державність Карпатської України і це свідчило, як Варшава ставиться до українського питання не лише у Польщі, а й за її межами. Польська історикиня Г. Дильонгова зазначала про зростання взаємної ненависті в обох спільнотах – польській та українській[4]. Українців принаймні можна зрозуміти: вони прагнули відновлення української державності і тому з таким ентузіазмом зустріли проголошення автономії Карпатської України, а згодом і державності.

Проте на останньому засіданні Сейму 2 вересня 1939 року С. Скрипник і В. Мудрий від імені українців заявили про лояльність щодо Польщі та участь української спільноти в її захисті: «так українці стали до захисту країни, громадянами якої, щоправда, вони були, але яку упродовж тривалого часу не визнавали, вважаючи її окупантом»[5]. Українське питання означеного періоду було такою проблемою, яку Варшава так і не змогла розв'язати, бо й не прагнула до цього, вважала, що навіть обмежена автономія піде на шкоду польській державності (хоча міжнародні зобов'язання Польщі передбачали автономію). Для українців боротьба за справедливе вирішення національного питання в кожній державі, а ще більше відновлення української державності – це один із історичних імперативів нації. Дослідження будь-якого аспекту цієї проблеми і зумовлює актуальність дослідження.

Мета дослідження: з'ясувати особливості висвітлення українського питання на сторінках журналу «Sprawy Narodowościowe» (1935–1939).

2. Аналіз попередніх досліджень. В історіографії питання можна виокремити кілька груп авторів, чиї праці стосуються цієї проблеми. Насамперед маємо на увазі праці відомих польських діячів Ю. Пілсудського і Р. Дмовського, а також праці Л. Василевського, Я. Лося, С. Стемпковського, С. Тугута, В. Бончковського та інших політичних діячів і публіцистів того часу. Після 1990 року національне питання у міжвоєнній Польщі досліджують Е. Балушинська, Зб. Запоровський, П. Колаковський, М. Маршал, В. Міх, Б. Сточевська та ін. Серед українських дослідників,

---

[1] Davies, N. (2014), Serce Europy. Polska: przeszłość we współczesności, Wydawnictwo Znak, Kraków, s. 151.

[2] Там само.

[3] Вандич, П. (2004), Ціна свободи. Історія Центрально-Східної Європи від середньовіччя до сьогодення, Критика, Київ, с. 275.

[4] Дильонгова, Г. (2007), Історія Польщі: 1795–1990, Вид-во Києво-Могилянської академії, Київ, с. 121.

[5] Zaporowski, Zl. (1992), Seim Rzeczypospolitej 1919–1939. Działalność posłón, parlamentarna koncepcie Józefa Piłsudskiego mniejszności narodowe. Lublin, s. 258.

які вивчали українське питання, такі відомі постаті міжвоєнної доби, як І. Кедрин, М. Кордуба, В. Кубійович, С. Томашівський. Сучасні українські дослідники цього питання: Ю. Вялова, Я. Дашкевич, Л. Зашкільняк, М. Кугутяк, М. Кучерепа, О. Красівський, М. Швагуляк. Власне, одна із останніх праць – монографія Ю. Вялової «Леон Василевський (1870–1936): постать політична у контексті польсько-українського діалогу» (2019).

3. Методологічну основу дослідження формує передовсім основна ідея – право націй на самовизначення. Щодо українського питання в Польщі, то Польща згідно з міжнародними зобов'язаннями повинна була надати Східній Галичині автономію. На формування методологічної основи дослідження вплинули також праці польських та українських дослідників означеної проблеми.

У статті використано історичний, системний, структурно-функціональний, термінологічний та інші підходи, а також відомі загальнонаукові методи.

4. Виклад матеріалу. Ярослав Грицак характеризував міжвоєнну Галичину як світ, поділений на національні ґетто[6]. Думка відомого історика некоректна навіть як метафора. Національним ґетто польське суспільство не було за часів Австро-Угорщини, а після відновлення державності поляки будували унітарну державу, в якій був великий відсоток українців, німців, білорусів, євреїв.

17 січня 1936 року прем'єр М. Косцялковський виступив у Сеймі. Він окреслив особливості національного життя Польщі, наголосив на значенні здорового патріотизму, який протиставляв негативному, на його думку, націоналізмові, запевняв, що уряд серйозно оцінює значення змін, які відбуваються в українських національних настроях. Прем'єр заявив, що він підтримує процес нормалізації польсько-українських стосунків[7]. Насправді ситуація була іншою.

Після смерті Ю. Пілсудського національне питання лише загострилося. Жодна із сторін (з одного боку – влада, з іншого – національні меншини) не хотіла поступитися, але багато чого залежало саме від урядової політики. Норман Девіс зазначає, що після смерті Ю. Пілсудського санаційний режим почав налагоджувати стосунки з націоналістами (з прихильниками концепції Р. Дмовського, вплив цього політика був помітний). Норман Девіс відзначає загострення націоналістичної позиції влади і переслідування меншин[8].

Українські автори, учасники політичного життя 30-х років теж негативно оцінювали ставлення до українців. Іван Кедрин зазначав у своїх спогадах: «… польська політика у відношенні до українців насправді не змінилася, система залишилася та сама, у шкільництві, почавши від народнього до високого включно нічого не змінилося, і тому логічно в краю настрій спершу прихильного вичікування поволі змінювався у нетерпеливість, огірчення і ремствування. Загальне враження таке було, що польська сторона знову обманула українців»[9] (Іван Кедрин мав на увазі крах політики «нормалізації»). Проте слово «ремствування» не відображає справжнього стану

---

[6] Грицак, Я. (2002), Уявна і наявна історія одного регіону, післямова до кн. Воячук Р. Спомини з передвоєнного Львова та воєнного Відня. Львів, с. 13.

[7] Sprawy Narodowosciowe, 1936. № 1–2. S. 18–19.

[8] Davies, N. (2014), Serce Europy. Polska: przeszłość we współczesności, Wydawnictwo Znak, Kraków, s. 170.

[9] Кедрин, І. Життя – події – люди. Спомини і коментарі, с. 257.

речей і реакції українців на національну політику Варшави, бо судові процеси (Варшавський та Львівський проти С. Бандери та його соратників 1935–1936 років, інші судові процеси проти членів ОУН), колонізаційна політика, що ще більше загострювала проблеми в українському селі, яке потерпало від безсилля, зростання націоналістичних настроїв серед українського робітництва, погроми, які влаштувала польська «вулиця» проти українців і євреїв – ось що треба вбачати за «ремствуванням».

Проте журнал «Sprawy Narodowościowe» намагався залишатися в межах наукового видання. І структура журналу, його завдання, ставлення до національного питання залишалися незмінними. Журнал як друкований орган Інституту дослідження національних проблем (1921) почав виходити із січня 1927 року. Структура кожного числа журналу залишалася практично незмінною. Перший відділ – «Наукові статті» або «Огляди» (у певних виданнях число відкривалося некрологом); другий – «Хроніка»; третій – «З інституту національних досліджень»; четвертий – «Рецензії»; п'ятий – «Бібліографія». Статті українських авторів, хоча й не найважливіші, але вагоме свідчення уваги до українського питання. Упродовж останнього періоду існування журналу теоретичних статей українських авторів не було. Стаття А. Лотоцького «Леон Василевський про українську проблему» (№ 6 за 1936 р.) – виняток. Зате в цьому розділі були наукові публікації польських авторів, в яких порушувалися ті проблеми національного питання, які стосувалися й українців. Наприклад, у статті «Етнічна проблема Полісся» (№ 1–2 за 1936 р.) автор справедливо зазначав, що ставлення до рідної мови – це одна із найважливіших ознак національного почуття і єдності, а поліщуки свою говірку сприймають як неповноцінну, вживання її вважають принизливим. Автор вказував і на відсутність місцевого патріотизму та вважав, що вони не є ані українцями, ані білорусами, ані поляками, перестають вони бути й поліщуками – це люди без батьківщини.

Власне, авторові дуже не хотілося, щоб поліщуки, як лемки, гуцули, бойки, були українцями. Підтекст статті: поліщуки – це та маса, яку треба асимілювати. Інший цікавий приклад – стаття В. Томкевича «Гадяцька унія» (№ 1 за 1937 р.). Автор тлумачив Гадяцьку унію 1659 року як важливий факт польсько-українського порозуміння. На його думку, реалізація цієї угоди могла визначити нові шляхи в майбутньому для обох споріднених народів. Водночас він вказував і на те, що козацька революція зумовила занепад польської держави, що козацьке (тобто українське) питання було одним із найважчих. Безперечно, стаття Р. Бежанека «Національна автономія» (№ 3 і № 4–5 за 1937 р.) з'явилася невипадково: автор схиляється до думки, що автономія – це реальна спроба розв'язати національну проблему. Причину критичного ставлення до національної автономії автор вбачав у тодішній міжнародній ситуації, яка не сприяла розвиткові міжнародного права про меншини. У дев'ятому пункті висновків автор багатозначно припускав, що може й національні меншини зрозуміли, що автономія – це ще не все і що існує і поза нею низка інших дуже життєвих інтересів… Такий висновок був однозначно адресований національним меншинам у Польщі (може, урядові теж).

І нині актуальна проблема, яку порушив В. Томкевич у статті «Україна між Сходом і Заходом» (№ 1–2 за 1938 р.). Схід для автора – це Москва. Він слушно зазначав, що Схід і Захід – це поняття не географічні, це два різні культурні змісти, різні філософсько-цивілізаційні категорії. Він мав рацію, коли вказував на негативний вплив Московщини на українську духовність. Варта уваги така думка В. Томкеви-

ча: наддніпрянські українці (він мав на увазі екзильний уряд Української Народної Республіки, який зберігав пам'ять про С. Петлюру) орієнтуються на Польщу (зрозуміло, що Польща була для нього частиною Заходу), а українці у Львові воюють з цією Польщею. Проте знакову думку В. Томкевич висловив наприкінці статті. Він зазначав, що є речі тривкіші від політики; прийде, напевно, день, коли Україна знову постане перед дилемою: вона з Росією чи з Польщею, із Сходом чи Заходом? Ще одна його думка: майбутнє України вирішиться не в Галичі, Жовкві чи Луцьку, а саме в Києві.

Зате розділ «Національні меншини в Польщі» завжди відкривався рубрикою «Українці» і за обсягом вона була найбільшою. Це була за змістом доволі детальна хроніка політичного (особливо), економічного, освітньо-культурного життя українців. Автори оглядів передовсім звертали увагу на українське політичне життя: йдеться про українські партії – Українське національно-демократичне об'єднання (УНДО), Українську соціалістично-радикальну партію (УСРП), Фронт національної єдності (ФНЄ), Волинське українське об'єднання (ВУО), Українську народну обнову (УНО), а також про Українську парламентську репрезентацію (УПР). Автор такого огляду, зазвичай, головну увагу звертав на найважливіші події, що відбувалися в партії, на її ставлення до влади та її політику, на внутріпартійну полеміку, на полеміку з іншими партіями. Важливим джерельним матеріалом цих оглядів була преса: «Діло», «Українські вісті», «Новий час», «Нова зоря», «Громадський голос». Винятком з-поміж українських партій була лише Організація українських націоналістів (ОУН), що перебувала в підпіллі. Скажімо, автор огляду (№ 1 за 1937 р.) звернув увагу на реакцію української преси на декларацію полковника Коца. «Діло» в статті «Декларація полк. Коца» у № 40 за 1937 рік зазначало, що це нова спроба консолідації польського суспільства, але в українському суспільстві підтримки вона не знайшла (за часів Ю. Пілсудського функціонував Безпартійний блок співпраці з урядом, а також йшлося про Табір національного об'єднання). У № 4–5 журналу за 1937 р. автор огляду звернув увагу на такий важливий момент: в липні 1937 року редакція газети «Діло» започаткувала анкету і почала друкувати висловлювання відомих діячів стосовно «нормалізації». Не пройшов повз його увагу і цикл статей В. Кузьмовича, присвячений політиці врегулювання українсько-польських відносин (ці статті практично завершили дискусію про «нормалізацію», яка зазнала краху).

Особливу увагу редакція журналу «Sprawy Narodowościowe» звертала на резолюції партійних з'їздів: Фронту національної єдності (листопад 1936 року), – партії, до якої інші українські партії ставилися негативно; у грудні 1937 року відбувся з'їзд Української соціалістично-революційної партії, який ухвалив резолюції на користь об'єднання нації, на підтримку власного шкільництва, справедливої земельної реформи, повної свободи господарських, культурних, політичних, професійних організацій, боротьби з шкідливим впливом антинародної діяльності. На початку січня 1938 року відбувся з'їзд УНДО, що мав на меті визначити ідеологічний напрям партії, який формувався навколо гасла консолідації українського суспільства, і остаточно з'ясувати ставлення до «нормалізації». Автор огляду звернув увагу на те, що з'їзд визнав за необхідне пристосувати свою політику до ідеї й умов польської державно-політичної дійсності.

Редакція журналу уважно стежила за діяльністю усіх відомих українських організацій, що репрезентували різні сфери життєдіяльності: це Ревізійний союз укра-

їнських кооперативів, Центробанк, Маслосоюз, Сільський господар (економічне життя) та ін., «Просвіта», «Рідна школа», «Скала» (культурно-освітнє життя), Наукове товариство імені Т. Шевченка, Союз українок (дуже важлива громадська організація, за вплив на яку боролися різні партії), це організації, що репрезентували професійний рух і об'єднували українських журналістів, вчителів, адвокатів, лікарів, техніків, музикантів, купців та ін. Стежила редакція і за молодіжним рухом. Поза увагою не залишалися навіть такі менш вагомі в національному житті організації, як туристично-краєзнавче товариство «Плай» чи «Товариство допомоги інвалідам». Зазвичай авторів оглядів українського життя цікавило, як українське суспільство реагує і на політику влади, і на зміни в міжнародній ситуації. Потрібно вказати і на той факт, що від 1936 року рубрика «Українці» в розділі «Національні меншини в Польщі» починалася своєрідним вступом під різними назвами: «Загальна ситуація», «Загальна оцінка» (у 1938 році цього вступу не було). У № 1–2 журналу за 1939 р. автор наголошував, що відцентрові тенденції, які виявилися в Чехо-Словаччині після Мюнхенської угоди, були предметом особливої уваги в українському суспільстві. Йшлося, зокрема, про вибори до автономного парламенту Карпатської України, розбудову власної збройної організації, конфлікт уряду А. Волошина з Прагою. Постання незалежної Карпатської України та її поразка були великою несподіванкою для українців і дуже дезорганізували українську громадську думку. Водночас автор зазначив, що протидія певній депресії, яка охопила українське суспільство після поразки Карпатської України, відбувається у двох напрямках: 1) всі українські партії почали закликати до консолідації; 2) заклик до думки про розрахунок лише на власні сили. Проте автор вказав на ще одну певну тенденцію – пошук компромісу з польською владою (це знайшло відображення у публікаціях «Діла» і «Національної політики», у промові В. Мудрого на засіданні ЦК УНДО від 22 квітня 1939 року, де авторитетний промовець сказав і про депресію після поразки Карпатської України, і про те, що в майбутній війні (!) українське питання знову буде актуальним, і про невдачу політики «нормалізації», і про потребу такої політики, яка б не зважала на чужі інтереси, а захищала українські національні. У цьому ж виступі В. Мудрий заявив, що в цій грізній та відповідальній історичній хвилі українці виконають свій громадянський обов'язок, але вони водночас вимагають від влади гарантій і задоволення національних потреб українського народу в Польщі. Цю промову з'їзд визнав програмною, що й було зафіксовано в ухвалі.

Появу своєрідного вступу чи підрубрики «Загальна оцінка» чи «Загальна ситуація» (вперше цей елемент тексту рубрики «Українці» з'явився в № 5 за 1933 рік, № 5 і 6 за 1935 р., № 1–2 за 1939 р.), в якій редакція підсумовувала, узагальнювала, оцінювала стан і тенденції українського суспільства, але водночас це означало і з'ясування ступеня лояльності до влади.

Національне питання не лише не було розв'язане до кінця Другої республіки, а воно лише загострювалося попри спробу, наприклад, з українського боку нормалізувати польсько-українські стосунки. Вандич зазначає, що ідеологія Табору національної єдності, «за словами дотепника, виявилася коктейлем: 40% націоналізму; 30% соціального радикалізму, 20% аграріянізму та 10% антисемітизму. Табір виявися бездушним тілом. За тогочасних умов Польща могла або рухатися до напівтоталітарної моделі, в якій цементом був би націоналізм Р. Дмовського, або повернутися до парламентської демократії… У якому напрямку розвивалася б польська політика,

якби мир протривав іще десяток років? Тепер неможливо сказати»[10]. На наш погляд, переважала перша тенденція, на яку вказав П. Вандич. Це позначалося і на ставленні до національних меншин. Тому, той факт, що наукове видання готувало своєрідну довідку про тенденції політичного життя національних меншин (що свідчило і про ставлення до влади) не було випадковим. Річ у тім, що, як зазначає М. Маршал, середовище журналу «Biuletyn Polsko-Ukrainski» (В. Бончковський, А. Бохенський, Я. Лось, С. Папроцький – прихильники федералістської ідеї й прометеїзму) нерідко користувалося фінансовою й організаційною підтримкою II відділу Генерального (згодом Головного) штабу Війська Польського (тобто розвідки). Міністерство внутрішніх справ і Міністерство закордонних справ (власне, прихильники польсько-українського порозуміння) не знаходили підтримки в II відділі, а військові впливали на розв'язання національного питання більше, ніж інші структури й інститути. Інформація М. Маршала дає підстави зробити припущення, що II відділ не лише впливав на редакційну політику «Spraw Narodościowych», але і використовував висновки журналу щодо тенденцій життєдіяльності національних меншин у своїй діяльності.

Зб. Запоровський (польський дослідник діяльності Сейму 1919–1939 років) слушно наголошує, що не лише українські посли, але й деякі польські вважали, що нормалізація польсько-українських стосунків не відбулася. Щоправда, причину він вбачає не в небажанні Варшави виконувати свої міжнародні зобов'язання і задовольняти національні інтереси українців, а в польсько-українському антагонізмі, що глибоко гніздився в свідомості обох спільнот, і який не можна було розв'язати в Сеймі. Він же вважав, що 1938–1939 роки – це апогей кризи в польсько-українських стосунках[11]. Проте Зб. Запоровський зазначив, що на останньому засіданні сейму (2 вересня 1939 року) українські посли С. Скрипник і В. Мудрий заявили про лояльність щодо Польщі і участь українського суспільства в її захисті[12]. Так завершувалося «українське питання» в міжвоєнній Польщі.

5. Результати і перспективи подальших досліджень обговорення. Це одна із сторінок дослідження розвитку українсько-польських відносин, яка потребує подальших вивчення, досліджень та узагальнень.

6. Висновки. Зважаючи на обсяг, який займала рубрика «Українці» в кожному числі журналу, можна стверджувати, що «українське питання» було для редакції найважливішим; редакція журналу намагалася створити враження, що вона повно і безсторонньо, без публіцистичності і явної тенденційності інформує читачів (та урядові структури) про діяльність українських партій та громадських організацій; «українського питання» стосувалися й окремі наукові статті, що відкривали число журналу; концептуально журнал підтримував урядову політику в національному питанні (в публікаціях ненав'язливо наголошувалася думка про необов'язковість автономії для українців). Автори публікацій свідомо педалювали думку про «неукраїнськість», наприклад, українців Полісся (поліщуків, «тутешніх»). Редакція журналу сприяла повільній інтеграції української спільноти в унітарну польську державу.

---

[10] Вандич, П. (2004), Ціна свободи. Історія Центрально-Східної Європи від середньовіччя до сьогодення, Критика, Київ, с. 280.

[11] Zaporowski, Zb. (1992), Seim Rzeczypospolitej Polskiej 1919-1939. Działalność posłów, parlamentarze concepcie Józefa Piłsudskiego, mniejszości narodowe, Lublin, s. 156.

[12] Ibid, s. 158.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Вандич, П. (2004), *Ціна свободи. Історія Центрально-Східної Європи від середньовіччя до сьогодення,* Критика, Київ, 464 с.
2. Грицак, Я. (2002) *Уявна і наявна історія одного регіону*, післямова до кн. Волчук Р. *Спомини з передвоєнного Львова та воєнного Відня*. Львів, 176 с.
3. Дильонгова, Г. (2007) *Історія Польщі: 1795–1990*, Вид. дім «Києво-Могилянська академія», Київ, 239 с.
4. Кедрин, І. (1976), *Життя. Події. Люди. Спомини і коментарі*. Видавнича Кооператива «Червона Калина», Нью-Йорк, 724 с.
5. Davies, N. (2014), *Serce Europy. Polska: przeszłość we współczesności,* Wydawnictwo Znak, Kraków, 542 s.
6. Sprawy Narodowościowe, 1936, № 1–2, s. 18–19.
7. Zaporowski, Zl. (1992), *Seim Rzeczypospolitej 1919–1939. Działalność posłón, parlamentarna koncepcie Józefa Piłsudskiego mniejszności narodowe*, Lublin, 265 s.

REFERENCE

1. Vandych, P. (2004), *The Price of Freedom. History of Central-Eastern Europe from the Middle Ages to the present*, Krytyka, Kyiv, 464 pp.
2. Hrytsak, Ya. (2002), *Imaginary and existing history of one region, afterword to the book Volchuk R. Memories from pre-war Lviv and wartime Vienna*, Lviv, 176 c.
3. Dilongova, G. (2007*), History of Poland: 1795–1990*, Ed. house «Kyiv-Mohyla Academy», Kyiv, 239 p.
4. Kedrin, I. (1976), *Life. Events People. Memories and comments*. Publishing Cooperative «Red Kalina», New York, 724 p.
5. Davies, N. *The Heart of Europe. Poland: the past in the present*. Kraków: Wydawnictwo Znak, 2014. 542 pp.
6. Sprawy Narodowościowe. 1936. № 1–2. pp. 18–19.
7. Zaporowski, Zl. (1992)*, Seim of the Republic of Poland 1919–1939. Activities of deputies, parliamentary concept of Józef Piłsudski, national minorities.* Lublin, 265 pp.

THE UKRAINIAN QUESTION ON THE PAGES OF THE JOURNAL "SPRAWY NARODOWOŚCIOWE" (1935-1939)

Stepan Kost'
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: skost_@ukr.net
https://orcid.org/0000-0001-6566-5503

Tetiana Slotiuk
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: burdeha@ukr.net
https://orcid.org/0000-0001-8883-4154

The authors of the article align with historians who believe:

1) That the last few years before the start of World War II were very complex, tense, and contradictory. The national question, with the «Ukrainian question» as an important segment, was no exception.

2) That the national question in interwar Poland remained unresolved as the government, especially in the 1930s, intensified efforts to assimilate national minorities. The statement by Polish historian H. Dyllongova about the growth of hatred in both communities – Polish and Ukraininan – should be approached differently, as Ukrainians were fighting for their national interests and Ukrainian statehood.

The authors assert that the «Ukrainian question» was paramount to the journal's editorial team. This is evidenced by the presence of the «Ukrainians» column in every issue, with its content volume exceeding that of other columns («Germans», «Jews», etc.). Through the analysis of relevant texts, the authors assert that the journal generally provided comprehensive and impartial information about the activities of Ukrainian political parties and public organizations, free from journalistic bias or overt partiality.

The article's authors claim that the journal supported the government's policy on national issues. In certain publications, the idea of autonomy for Ukrainians, despite being an international obligation of Poland, was subtly emphasized. Some authors consciously promoted the concept of «non-Ukrainianness» of groups such as the Ukrainians from Polissya (Polishchuks). Nonetheless, the journal's editorial board contributed to the gradual integration of Ukrainian society into the Polish unitary state.

Key words: Polish-Ukrainian relations, history of interwar Poland, history of Ukraine, national issue, journal «Sprawy Narodowościowe».

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 40–50
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 40–50

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 40–50 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13288

УДК 070:316.774

INFORMATION AGENCY «INTELLECT»: JOURNALISM OF THE NEW TYPE DURING THE FIRST YEARS OF UKRAINIAN INDEPENDENCE

Ihor Paslavskyy
Ivan Franko National University of Lviv
49, Henerala Chuprynky St., 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: ihor.paslavskyy@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-7620-0071

The article analyzes the rapid processes of reform and transformation of mass media, as well as the radical changes in the media landscape of the national information space during the early years of Ukraine's independence. It is noted that many mass media outlets, which were once highly rated, either ceased operations or underwent reform and reoriented themselves toward diametrically opposite ideological platforms and thematic focuses.

The first among information agencies as a new type of the media project was the «Intellect» information agency.

Keywords: The «Intellect» information agency, mass media, agency journalism, information messages.

The relevance and importance of studying the main stages in the history of Ukrainian journalism during the initial period of Ukrainian statehood are driven by the fact that the 1990s saw the establishment of media projects that were remarkable in content, original in presentation, and creative in their communication style with audiences. These included the historical and educational analytical journal «Respublikanets», the national newspaper «CHAS/TIME», the «UNIAN» information agency (whose actual prototype was the Intellect agency), the newspaper «Post-Postup» popular among Galicians, iconic Lviv publications such as «Vysokyi Zamok», «Express», «Tyzhden», and the continuation of the publication of the newspaper «Za Vilnu Ukrainu». Each of these media projects requires deep and systematic academic reflection, analysis of their specific characteristics, identification of the factors behind the success of the most prominent ones, and the decline of those which made a loud initial statement but failed to establish themselves in the national information space, ceasing operations due to objective, and more often subjective, circumstances. The «Intellect» information agency had its own financial, organizational-structural, and creative-production features that defined its establishment and development as a new type of media structure in its initial phase. However, these same factors contributed to its stagnation and decline during the final stage of its operation.

© Паславський І., 2025

The Aim of the Study. To analyze «Intellect» information agency as a new type of mass media – private in terms of ownership and distinctive in its organizational-structural functioning.

Proceeding from this aim, the following objectives are identified: to determine the motives behind the creation of a private regional information agency; to define the organization of the agency's editorial work; to analyze the main stages of its activities, highlighting its establishment, development, stagnation, and decline; to outline the agency's model and information strategy; to identify the uniqueness and distinctiveness of the «Intellect» information agency as an entrepreneurial entity.

Scientific Development of the Topic. Theoretical Background. Analysis of Research and Publications. Information agencies, as aptly stated by Polish researcher R. Bogdański, are «mass media for mass media»[1]. In the digital age, the role of news agencies is growing, as «the news agency» believes French researcher and journalist I. Agnes, «becomes the first mass media that creates others»[2]. In the modern global world, the role and influence of information institutions are increasing, as they define the main information flows, shape their algorithms, and determine their direction. Gradually, information agencies are establishing themselves as independent and self-sufficient components of the global media system.

Despite the two-century history of information agencies, journalism researchers have not shown sufficient scientific interest in them. Initially, scholars prioritized printed media, followed by television, radio, and online journalism. Agencies were undeservedly overlooked by researchers, and this trend persists to date in proportional terms. However, both foreign and Ukrainian scholars have produced some substantial monographic works and meaningful scientific articles.

Among foreign researchers, it is worth highlighting R. Cappon, the author of «The Associated Press Guide to News Writing: Professional Guidance», as well as German scholars W. Schneider and Z. Weischenberg. Among the most recent studies, we emphasize V. Volker's work «Journalism of Newspapers and Magazines», particularly his valuable recommendations on synchronizing information messages provided by journalists to local media and information agencies. The purpose of such coordination is to achieve a universal format for presenting news materials that is easy and clear to understand.

The author highlights differences in the structure of journalistic materials written in the correspondence genre for agencies and newspapers, emphasizing the nuances that distinguish these two types of media outputs[3].

Among Ukrainian scholars, the topic of information agencies as a type of mass media has been explored in a fragmented manner by renowned journalism researchers such as V. Zdoroveha, V. Rizun, V. Ivanov, V. Lyzanchuk, V. Shkliar, and B. Potyatynyk. Focused studies on specific publications concerning the activities of information agencies have been conducted by Yuriy Nesteryak, Olha Harmatiy, and Viktor Myronchenko.

---

[1] Богданьскі Р. Що таке інформаційна агенція і де її місце у світі медій. URL : http://elekcii.org/mam-wolnosc/co-to-jest-agencja-prasowa-i-jaka-jest-jejpozycja-w-swiecie-mediow

[2] Аньєс, І. (2013), Підручник з журналістики. Пишемо для газет, пер. з фр. А. Андрусяк, ВД «Києво-Могилянська академія», Київ, 544 с.

[3] Фолькер, В. (2017), Журналістика газет і журналів, пер. з нім. В. Климченко, 2-е вид., перероб., Центр вільної преси, Київ, 377 с.

Notably, journalists with practical experience in Ukrainian information agencies, having held positions such as leading correspondents, chief editors, and general directors, have contributed to the creation of the textbook «Modern Agency Journalism», published under the general editorship of V. Rizun.

In contrast, there are only two modest mentions of the «Intellect» information agency: by V. Zdoroveha in the book «On Journalism and Journalists»[4] and by I. Lubkovych in the textbook «Information Journalism»[5]. The proposed article is the first and so far the only attempt of theoretical reflection on the media project with the ambitious name «Intellect» information agency.

Methods of Research

Historical method: The socio-political situation during the period of the information agency's operation was clarified. The structural-functional method was applied to study the organizational structure of the media editorial office and to examine its creative and production foundations for generating a complete informational and analytical product. The descriptive method revealed the features and specifics of the agency's team organization. Using the methods of analysis and synthesis, the main stages of the agency's establishment were identified, its development principles were studied, and the factors that led to the cessation of its operation were highlighted. The comparative method allowed for a comparison of the organization of the creative and production process in the agency with that in other media structures in the region. The socio-communication perspective enabled an assessment of the agency's influence on social and communication processes of that time.

The early years of independence were quite an extraordinary period, initially marked by decline and collapse, and later by the establishment and development of mass media. In the western regions of the newly independent state, orthodox Communist Party print publications ceased to be published: either due to self-liquidation («Vílna Ukraina» newspaper) or reforming with a reorientation to national principles and a change in the language of the publication («Lvivska Pravda»). However, local newspapers, regional television, and radio retained strong information positions. By inertia, corporate press of large industrial enterprises continued to be published, and for some reason, it was still referred to as «high-circulation newspapers» despite its small circulation. Its weekly circulation rarely exceeded one or two thousand copies. For comparison, the Lviv «Moloda Halychyna» was published three times a week with a circulation of 250,000 copies per issue.

Among the information agencies, Ukrinform maintained a monopoly in the information space of the young state. Through its capital office and branches in regional centers, it steadily produced official reports in a stiff, formal language. Its information services were expensive, with agreements typically lasting at least a year, and under terms where the agency's dominance was hardly concealed. The «voice of power» dictated the forms and conditions of cooperation to the «frozen and frightened»[6] Ukrainian periodicals.

---

[4] Здоровега, В. (2004), Про журналістику і журналістів: статті, есе, виступи, діалоги. Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, Львів, 131 с.

[5] Лубкович, І. (2019), Інформаційна журналістика, ПАІС, Львів, 101 с.

[6] Мистецтво збагнути день. Спогади про Володимира Здоровегу, О. І. Наливайко (упоряд.), І. І. Паславський (ред.) (2013), ВПК «Експерес-Поліграф», Київ, 320 с.

In the spring of 1991, a group of Lviv scholars decided to challenge the monopoly of the information agency by creating a private news agency with the ambitious name «Intellect». The idea's generator was Professor Volodymyr Zdoroveha, a well-known journalism theorist who was always distinguished by his brilliant thoughts, ideas, and concepts, but who was as impractical as he was creative. He had the vision but would never take on the implementation of his own idea, admitting, «It's not my thing, I wouldn't manage it».

His student, the sociologist of journalism Ihor Lubkovych, who was not the worst by today's standards, took on the responsibility with the professor's blessing and became the sole owner of the entire information agency. At the initial stage, only a very small circle of mainly faculty members was well-informed about the existence of the agency.

The weekly issues of the agency had been published for over 8 years, from the spring of 1991 to the mid-1999. More than one hundred media outlets published the agency's materials under contract or honorarium-based cooperation. Even during the peak years of the agency's development, regular subscribers did not exceed the number of thirty, which was due to a sharp reduction in financial inflows to their editorial fund and skyrocketing inflation, which in some cases exceeded one hundred percent per year. Honorarium-based income was regular but unjustifiably modest and could not fully cover the editorial needs. Meanwhile, the cost of information production rapidly increased, as paper prices, printing, postal services, and transportation expenses continuously rose. In the first months, or even the first half-year, the team hoped that the quality and originality, along with the refined linguistic and stylistic form of presenting important information, would inevitably result in an increase in subscribers and payments for the printing of specific materials. However, over time, it became clear that high-quality information, by all its criteria, is expensive, and the money earned from its use by media outlets was modest. Nevertheless, «Intellect» continued to operate rhythmically and at a high level.

It stood on invisible pillars of strength, unseen by outsiders. The first of these was the almost sacrificial creative work of its leader and the numerous cohort of contributing journalists, graduates of the journalism faculty from several generations, who willingly shared interesting news from the capital and key regional centers of the country as professional journalists, since they held staff positions in reputable editorial offices in their cities. Among the agency's contributing journalists, those who stood out for the significance and originality of their information were Volodymyr Krasnodemskyi from the capital's «Holos Ukrainy», the married couple Larisa and Yosyp Burcho from «Vechirnia Odessa» and «Chornomorskyi Visnyk», respectively, Viktor Mazanyi from Rivne, and Vitalii Zhuhai from Uzhhorod.

Active contributors from Lviv were, in fact, faculty members and students of the Journalism Department at Ivan Franko National University. Some of them, including Viktor Shapoval and Maksym Kachurivskyi, reached the heights of practical journalism, while, for instance, Ihor Pochynok later founded, published, and edited the most widely circulated newspaper in the country, the Lviv-based «Ekspres».

The analytical section of the weekly news releases of the agency was consistently and single-handedly provided throughout the entire period of «Intellect's» operation by the elder of Lviv's journalism at the time, Leonid Sotnyk. As a full-time correspondent for the still widely circulated «Sotsialistychna Industriya» newspaper, he was publishing at his main workplace, occasionally contributing to Lviv regional publications, and preparing exclusive analytical articles on the most important socio-political events for «Intellect».

His professional journalistic interests focused on national elections, government and parliamentary work, the establishment and consolidation of the presidency in the young state, as well as on the political life of Lviv as a regional center of Western Ukraine, which was referred to as Ukraine's «Piedmont».

A historian by education and an analyst by nature with an inherent critical perception of reality, Leonid Sotnyk prepared mature and interesting materials, which were in high demand in the media environment and had great relevance. Rarely did an issue of the news agency go by without his analytical article, which was noticed by regular subscribers. Some of them delicately and tactfully noted a decrease in the informational density of the agency's releases without Sotnyk's articles. Such statements were at least taken by the editorial management as recommendations for discussion, as from time to time, «Intellect» also published no less resonant analytical pieces from other well-known Lviv journalists.

The increased demand for Leonid Sotnyk's publications was due to his focus primarily on the politically relevant topics of the time.

The analytical publications of Professor V. Zdorovheha were mature and profound. The editor-in-chief, I. Lubkovych, also never lacked wit and journalistic originality. As an author and editor, he had an innate «sense of news value»[7] for informational messages. He had the skill to quickly and accurately formulate them.

As a new media product, the IA «Intellect» was a fresh and extraordinary phenomenon in the media landscape, with which more than a hundred editorial teams collaborated over the relatively long period of more than eight years. The agency achieved some success thanks to its well-structured editorial strategy: a small group of creative individuals, not working full-time in the agency, regularly produced a high-quality informational product that was in demand in the media community. Once a week, media outlets would receive the issues of «Intellect» by mail, packed in envelopes, with each issue ranging from 8 to 24 pages in A4 format. Two-thirds of the issue consisted of expanded news reports, while the remaining third always included an exclusive analytical publication on an important and relevant topic in the country's socio-political life.

The distinctive feature of the news reports was their relevance, which remained valid throughout the week. The factual material for the news was collected every Thursday, processed, systematized, and typed up on a traditional typewriter in a single copy on the same day. Each Friday, the issues of «Intellect» were first printed on a morally and physically outdated rotary machine, and later on a photocopier, before being sent by mail in classic envelopes to media editorial offices, most of which received the bulletins on Monday. Radio and television stations used it promptly – within the day, while print media, which were published three times a week at that time, published the agency's materials on Wednesday or Friday, with «turtle-paced» speed by modern standards.

From today's perspective, it is appropriate to outline the main aspects of the establishment, development, achievements, and decline of the first private information agency:

1. **Establishment.** Society had developed a need for new, dynamic media outlets capable of engaging in dialogue with audiences using a lively and emotional language while

[7] Флах, К.-Г., В. Ф. Іванов (ред.-упор.), В. Климченко (перекл.). (2015), «Влада і злиденність преси», Академія української преси, Центр вільної преси, Київ, с. 29.

addressing issues that the creative journalistic community consciously or unconsciously avoided.

At that time, a strong creative potential emerged – a synergy of the academic and teaching staff of the specialized faculty and young, ambitious students eager for creative realization. These students sought to establish themselves as creative individuals through a journalistic project of a new format.

There was also a demand from journalistic editorial teams for news content from various regions of the country, presented in a vibrant, fresh, and uninhibited style.

2. **The development** of the information agency «Intellect» as a commercial private entity was evolutionary. Neither at the stage of the agency's conceptual inception, nor during its initial operations, nor throughout its years of existence did this original media project have any startup capital or financial investments. Thus, it was founded in defiance of economic laws and the principles of entrepreneurial activity.

Faith in success, personal and collective enthusiasm, belief in one's creative potential, and a healthy dose of adventurousness – these were the key factors that brought the idea of the agency to life and enabled its relatively successful implementation over a considerable period.

The idea of creative realization became the foundation not only for the agency's creation and growth but also for the personal fulfillment of its permanent leader, Ihor Lubkovych, whose creative talent was fully revealed. His creativity and distinctive journalistic thinking marked his individual style and unique manner of presenting factual material, setting him apart in Ukrainian journalism of that era. Faculty members and the most gifted students also sought collective creative fulfillment through their involvement with the agency.

An important factor driving the creative activity of young faculty members and students of the faculty was the honoraria and material rewards they received. From the first issue of the information bulletins to the final stages of the agency's operation, the remuneration for contributors, while perhaps not exceedingly high, was quite decent. Faculty members, working as freelancers, could earn in a month an amount comparable to their university salary, while students could earn the equivalent of a scholarship. Consequently, both groups demonstrated professional journalistic ingenuity, initiative, and resourcefulness in selecting publication topics and gathering compelling factual material.

The agency's development coincided with the early years of Leonid Kuchma's first presidential term, a period when the country's inflation rate began to decline, but economic and financial stability had not yet been achieved. Only the first signs of economic progress were beginning to emerge. Barter operations were gradually remaining in the past, while the hryvnia, as a new national currency of Ukraine, had gained the status of the country's sole official monetary unit.

Around the middle of the agency's second year of operation, its management decided to separate and distinguish the creative and commercial directions of activity. The position of deputy editor was eliminated, and a new position of commercial director was introduced. The commercial director's primary responsibility was to ensure regular financial inflows to the agency's treasury.

From that point on, the editor-in-chief, a role held by Ihor Lubkovych from the agency's inception to its closure, no longer engaged with the business and entrepreneurial aspects of the agency. Similarly, Ihor Paslavskyi, as the commercial director, completely distanced himself from the content development of the weekly information bulletins.

The information agency «Intellect» entered into several one-time and long-term agreements for the production of informational and promotional catalogs, brochures, booklets, banners, and other printed materials with organizations and institutions considered financially stable in the region. These included structural divisions of Lviv Railways, commercial banks, and enterprises in the hospitality industry. On a commercial basis, the agency also edited textbook texts, provided layout and book design services, and developed corporate branding for business entities.

The agency's treasury rapidly grew, yielding profits that management directed toward purchasing contemporary office equipment such as fax machines and copiers. They even contemplated acquiring a separate property in the Carpathians to serve as a retreat for the agency's staff.

The management also remained committed to philanthropic and charitable initiatives. During this period, with financial support from «Intellect», the anthology on the history of Ukrainian journalism, «Press of Struggle and Ideas»[8], compiled by S. Kost, was published. The agency awarded annual scholarships to the best students of the faculty, financed certain student projects and events, and provided sponsorship.

However, the principles of philanthropy and sponsorship began to noticeably dominate the financial policy of the media organization, often to the detriment of its own development. This affected the ability to provide material incentives for creative staff, expand the correspondent network, strengthen the material base, and acquire office and production facilities.

The delicate nature of the situation was reflected in the successful and progressive operations of the agency's commercial division, which, at its peak, generated over 90 percent of the profits. Meanwhile, the core activity of the information agency—publishing informational and analytical bulletins—accounted for less than 10 percent of the revenue.

The organization's expenditure scale was diametrically opposite. In some months, up to 95 percent of the profits were spent on producing the agency's primary informational product and supporting its image-building activities. Meanwhile, even Karl Marx could not have envisioned such a level of exploitation. The agency's chairman and long-standing editor, Ihor Lubkovych, adhered to a unilateral leadership style characterized by marked chaos and often illogical spontaneity. This approach was met with irony by the faculty leadership and mild bewilderment by the organization's team.

3. **The stage of stagnation and the final period** of the agency's operation began in 1996. The commercial director ultimately chose to focus on teaching and academic work, later launching another, far more successful publishing project. Meanwhile, the chairman continued working alone, following his familiar routine while holding his primary position at the Faculty of Journalism. However, every Thursday afternoon, he dedicated time to «Intellect»: collecting factual material from correspondents, analyzing the information, seeking unconventional angles for its presentation, and crafting it into an engaging format for media outlets.

Editorial offices of varying statuses utilized the agency's reports and analytical articles to some extent. These ranged from the already well-known UNIAN and the Rukh-

[8] Преса боротьби й ідеї (західноукраїнська публіцистика першої половини XX століття), упор. С. А. Кость, Львів, 1994. 446 с.

affiliated Kyiv newspaper «Chas/Time» to the official «Holos Ukrayiny», as well as regional publications, television, and radio companies.

However, the agency's largest consumers were traditional district newspapers, particularly in the western region, whose editors were alumni of the specialized faculty at Ivan Franko National University and maintained connections with their alma mater. For some district newspapers, the agency's weekly releases served as a reliable safety net in case of «emergency editorial situations». In fact, an entire newspaper issue could be assembled from the agency's reports. At that time, district newspapers were typically published in a four-page A3 format.

It is worth noting that the business model that emerged and was widely practiced during the early years of the country's independence – built on «personal connections» – was initially justifiable. In the absence of investment funds and adequate start-up capital, it provided a viable, albeit temporary, path to launch projects and ensured their relative evolutionary development within certain limits and a short timeframe. However, this model should have been swiftly replaced by one driven by market competition and sustainable partnerships based on close collaboration. Such a transition would require adherence to core criteria: cost, quality, and the high standard of services offered. Unfortunately, «Intellect» remained stuck at this initial stage of its business model–relying on personal connections– and failed to rise above it due to both objective and subjective factors. This was largely a reflection of the founder and leader's preferences and creative comfort zone. He neither aimed to adapt the agency to the new digital realities nor dared to delegate management functions to a professional hired manager.

The financial resources of the Intellect agency steadily dwindled over the years, and the circle of creative individuals willing to continue collaborating with the agency gradually narrowed. By the late 1990s and early 2000s, Lviv saw the emergence of numerous compelling media projects, such as the general political weekly «Tyzhden», the newspaper «Dilo», the advertising weekly «Halytski Kontrakty», and the general political informal newspaper «Post-Postup».

As noted by V. Zdoroveha, Post-Postup represented «a new type of publication for Ukraine with a European orientation»[9], created by a young team that viewed the press as «a unique force standing above government and political parties, functioning as the primary means of communication that binds society into a cohesive whole and serves as an essential bridge between civil society and the rule of law»[10]. The new generation of journalism students quickly shifted their focus to these fresh and dynamic editorial projects, which resonated with the rhythm, tone, content, and creative design of the new era in journalism. Meanwhile, «Intellect» remained stagnant at the level of the early 1990s, gradually transforming into a relic of the past. Without sufficient funding, the agency survived on the enthusiasm and creative drive of its founder-editor until mid-1999, when it logically ceased operations, permanently and irreversibly ending its activities.

As the classic of modern Ukrainian poetry asserts, every finish is, in essence, a new beginning. I. Lubkovych channeled his creative potential into writing truly high-quality and meaningful textbooks and guides on journalism, which educated multiple generations

[9] Мистецтво збагнути день. Спогади про Володимира Здоровегу, О. І. Наливайко (упоряд.), І. І. Паславський (ред.) (2013), ВПК «Експерес-Поліграф», Київ, 320 с..
[10] Ibid.

of journalism students. Notable among them were works such as «Journalism and Sociology»[11], «Social Psychology of Mass Communication»[12], and «Social Psychology of Mass Communication»[13].

Conclusions.

1. The first conclusion, which ultimately becomes an axiom in the principles of running a private business, is that it is important to earn money, but equally important is to rationally use it across two main categories: the development of the organization and the material stimulation of the work of team members who drive the growth of the company. Forms of motivation should be transparent, ensuring that every employee has an incentive for effective and productive work aimed at the final result, which is profit in the business structure.

2. A media project following the model «in free time from the main work» model and based on the principle of «one is a warrior in the information field» can maintain its presence in the information space and even evolve and progress for some time. Eventually, it enters a period of stagnation, followed by the final stage of its operation. Some exceptions may exist, such as the media projects of Bohdan Vovk, «For a Free Ukraine. Plus», and Oleg Romanchuk, «Universum», which have maintained stable positions for three decades and have a small but loyal audience that has been developed over the years.

In the case of the «Intellect» news agency, the «one-man media show» of Ihor Lubkovych lasted for more than eight years, which undeniably deserves words of gratitude for his fruitful, semi-sacrificial, and dedicated creative work.

It is worth noting that «Intellect» operated during the period when those in power had not yet started using «information saturation»[14] to «reverse the ideals of freedom of speech».

It is no secret that during the uncertain 1990s, hundreds of editorial media projects were registered in the country, many of which managed to publish just one issue of a newspaper or magazine or lasted only one or two weeks on television or radio.

The semi-cottage-like organizational structure, with very modest financial resources, yet highly professional in producing quality information and analytical journalistic products, the «Intellect» news agency left its mark on Ukrainian journalism in the early years of independence and became the predecessor and actual prototype of UNIAN – the Ukrainian Independent News Agency, which is so successful today.

REFERENCES

1. Anies, I. (2013), Pidruchnyk z zhurnalistyky. Pyshemo dlia hazet, per. z fr. A. Andrusiak, VD «Kyievo-Mohylianska akademiia», Kyiv, 544 s.
2. Bogdanski R. Shcho take informatsiina ahentsiia i de yii mistse u sviti medii. URL: http://elekcii.org/mam-wolnosc/co-to-jest-agencja-prasowa-i-jaka-jest-jejpozycja-w-swiecie-mediow

[11] Лубкович, І. (2013), Журналістика та соціологія, ПАІС, Львів, 232 с.
[12] Лубкович, І. (2013), Соціальна психологія масової комунікації, ПАІС, Львів, 252 с.
[13] Лубкович, І. (2019), Інформаційна журналістика, Львів, ПАІС, 101 с.
[14] Померанцев, П. (2020), Це не пропаганда. *Подорож на війну про реальності*, пер. з англ. О. Форостина, Yakaboo Publishing, Київ, 288 с.

3. Zdoroveha, V. (2004), Pro zhurnalistyku i zhurnalistiv: statti, ese, vystupy, dialohy. Vyd. tsentr LNU im. Ivana Franka, Lviv, 131 c.
4. Lubkovych, I. (2013), Zhurnalistyka ta sotsiolohiia, PAIS, Lviv, 232 s.
5. Lubkovych, I. (2013), Sotsialna psykholohiia masovoi komunikatsii, PAIS, Lviv, 252 s.
6. Lubkovych, I. (2019), Informatsiina zhurnalistyka, Lviv, PAIS, 101 s.
7. Mystetstvo zbahnuty den. Spohady pro Volodymyra Zdorovehu, O. I. Nalyvaiko (uporiad.), I. I. Paslavskyi (red.) (2013), VPK «Eksperes-Polihraf», Kyiv, 320 s.
8. Pomerantsev, P. (2020), Tse ne propahanda. Podorozh na viinu pro realnosti, per. z anhl. O. Forostyna, Yakaboo Publishing, Kyiv, 288 c.
9. Presa borotby y idei (zakhidnoukrainska publitsystyka pershoi polovyny KhKh stolittia), upor. S. A. Kost, Lviv, 1994. 446 s.
10. Flakh, K.-H., V. F. Ivanov (red.-upor.), V. Klymchenko (perekl.). (2015), «Vlada i zlydennist presy», Akademiia ukrainskoi presy, Tsentr vilnoi presy, Kyiv, s. 29.
11. Folker, V. (2017), Zhurnalistyka hazet i zhurnaliv, per. z nim. V. Klymchenko, 2-e vyd., pererob., Tsentr vilnoi presy, Kyiv, 377 s.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Аньєс, І. (2013), Підручник з журналістики. Пишемо для газет, пер. з фр. А. Андрусяк, ВД «Києво-Могилянська академія», Київ, 544 с.
2. Богданьскі Р. Що таке інформаційна агенція і де її місце у світі медій. URL : http://elekcii.org/mam-wolnosc/co-to-jest-agencja-prasowa-i-jaka-jest-jejpozycja-w-swiecie-mediow
3. Здоровега, В. (2004), Про журналістику і журналістів: статті, есе, виступи, діалоги. Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, Львів, 131 с.
4. Лубкович, І. (2013), Журналістика та соціологія, ПАІС, Львів, 232 с.
5. Лубкович, І. (2013), Соціальна психологія масової комунікації, ПАІС, Львів, 252 с.
6. Лубкович, І. (2019), Інформаційна журналістика, Львів, ПАІС, 101 с.
7. Мистецтво збагнути день. Спогади про Володимира Здоровегу, О. І. Наливайко (упоряд.), І. І. Паславський (ред.) (2013), ВПК «Експерес-Поліграф», Київ, 320 с.
8. Померанцев, П. (2020), Це не пропаганда. *Подорож на війну про реальності*, пер. з англ. О. Форостина, Yakaboo Publishing, Київ, 288 с.
9. Преса боротьби й ідеї (західноукраїнська публіцистика першої половини XX століття), упор. С. А. Кость, Львів, 1994. 446 с.
10. Флах, К.-Г., В. Ф. Іванов (ред.-упор.), В. Климченко (перекл.). (2015), «Влада і злиденність преси», Академія української преси, Центр вільної преси, Київ, с. 29.
11. Фолькер, В. (2017), Журналістика газет і журналів, пер. з нім. В. Климченко, 2-е вид., перероб., Центр вільної преси, Київ, 377 с.

ІНФОРМАЦІЙНЕ АГЕНТСТВО «ІНТЕЛЕКТ»: ЖУРНАЛІСТИКА НОВОГО ТИПУ У ПЕРШІ РОКИ УКРАЇНСЬКОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ

Ігор Паславський
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: ihor.paslavskyy@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-7620-0071

У статті акцентовано, що останні десятиліття минулого століття – перші роки української незалежності ознаменувалися стрімкими процесами реформування та трансформації засобів масової інформації, кардинальною зміною медійного ландшафту національного інформаційного простору. Чимало засобів масової інформації, що в недалекому минулому були тиражними, рейтинговими і пріоритетними, або припинили повністю свою медійну діяльність, або до невпізнаності реформувалися та переорієнтувалися на діаметрально протилежні ідеологічні платформи та тематичну спрямованість. Ці процеси інтенсивніше відбувалися в західному регіоні та столиці країни, в інших регіонах, колишня компартійна періодика та ефірна журналістики ще зберігала за інерцією провідні свої позиції, допоки не була витіснена засобами масової інформації олігархічних структур, які стрімко почали зароджуватися та утверджуватися в останні роки вказаного десятиліття.

Зазначено, що паралельно почали утверджуватися нові медійні організації, на кшталт загальнополітичної львівської газети «За вільну Україну». Серед інформаційних агентств, одним з перших, як приватна медійна структура, було створено на базі факультету журналістики Франкового університету у Львові інформаційне агентство «Інтелект», перший випуск якого припав на березень 1991 року. Акцентовано, що агентство практикувало бізнес-модель «на особистих контактах», яка формувалася і широко практикувалася у перші роки незалежності. У початковий період вона мала право на існування і навіть частково була виправдана, як фактично безальтернативна. За відсутності інвестиційних фондів і браку належного стартового капіталу бізнес «на особистих контактах» давав можливість розпочати власний проєкт і забезпечував в окреслених межах і в короткому часі його відносний еволюційних розвиток. Але ця модель мала якомога швидше залишитися в історії комерційної структури. Зусиллями менеджменту їй на зміну мала прийти модель ринкової конкуренції, тісної та сталої співпраці із партнерами, запорукою якої є критерії вартості, якості та високого рівня наданих послуг. «Інтелект» зупинився на окресленому першому етапі своєї бізнес-моделі – особистих контактах. І вище не зміг піднятися внаслідок об'єктивних та суб'єктивних факторів.

Доведено, що інформаційне агентство було новим, розкутим і неординарним медійним явищем в тогочасному національному інформаційному просторі, яке мало успіх завдяки раціонально вибудованій редакційні стратегії й продукуванню актуального, якісного інформаційно-аналітичного журналістського продукту.

Ключові слова: інформаційне агентство «Інтелект», засоби масової інформації, агенційна журналістика, інформаційні повідомлення.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 51–61
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 51–61

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 51–61 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13289

УДК 070.1:821.161.2"1937/1939"+811.161.2

ТИЖНЕВИК «ЗМАГ» В УКРАЇНСЬКОМУ СПОРТИВНОМУ ДИСКУРСІ

Ірина Процик
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Університетська, 1, 79000, Львів, Україна
e-mail: iryna.protsyk@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-8472-0141

У статті висвітлено роль українського спортивного тижневика «Змаг» (Перемишль – Львів, 1937–1939 рр.) у творенні національного спортивного дискурсу, зроблено екскурс в історію видання часопису, проаналізовано його рубрики та жанри пресових матеріалів, представлено авторів, які дописували до тижневика, і на прикладах показано, як на сторінках часопису формувалася українська мова спорту та національна спортивна термінологія.

Ключові слова: український спортивний дискурс, медіадискурс, спортивний тижневик «Змаг», рубрики часопису, українська термінологія спорту, національні терміни.

*«Бажаєте почути мою думку про **змаговий часопис**?*
Часопис отвирає очі й уми. … Український змаг потребує
*доконче окремого, самостійного **змагового часопису**,*
щоб … вибороти від світа побідний вінець на чоло
українського народу. Із змаговим привітом: «Борись!»
Іван Боберський. Змаг, 1938, ч. 5, с. 1

Постановка проблеми. Спортивний часопис «Змаг[1]», що впродовж 1937–1939 рр. виходив у Перемишлі та Львові, увійшов в історію української журналістики як перший український великоформатний ілюстрований спортивний тижневик, друкований за спільної громадської ініціативи найуспішніших українських спортивних клубів Галичини. Цей український спортивний часопис міжвоєнного періоду мав найдовшу історію видання та регулярно й оперативно публікував інформацію про спортивні події в Україні й у світі (за сучасною термінологією – про спорт високих досягнень) і про розвиток тіловиховання (фізичної культури) і масового спорту в Галичині, Закарпатті, на Буковині й Волині.

В українському пресознавстві є розвідки про історію розвитку періодичних видань у міжвоєнний час у Галичині, в яких з-поміж інших часописів проаналізовано

[1] Лексема *змаг* є українським відповідником до міжнародної назви *спорт*.

© Процик І., 2025

й український спортивний тижневик «Змаг»[2], проте досі замало уваги зосереджено на ролі цього тижневика у творенні національного спортивного дискурсу. **Мета** цієї розвідки – показати, як на сторінках «Змагу» формувалася національна мова спорту та вироблялася українська спортивна термінологія різних спортивних дисциплін, адже часопис став платформою для апробування національних спеціальних назв із галузі спорту, активне творення яких відбувалося в міжвоєнний період у Галичині. Ці назви, однак, не зафіксовано в українських лексикографічних виданнях через негативну дію позамовних чинників у совєтський період. Спортивні терміни міжвоєнного періоду практично не знані широкому загалові прихильників спорту, ба навіть фахівцям-спортовцям. Нерідко й мовознавці помилково зараховують питомі спортивні назви міжвоєнного періоду до неологізмів останніх десятиліть і вміщують їх до словників нової лексики кінця XX – початку XXI ст., що свідчить про потребу скрупульозного фіксування, аналізу й опису цих назв. **Завдання** запропонованих студій – простежити розвиток українського спортивного дискурсу в контексті історії видання найуспішнішого спортивного часопису міжвоєнного періоду, на шпальтах якого апробовано назви спортивних понять, здійснювано вибір найвдаліших найменувань на позначення спортивних понять із низки спеціальних номінацій, та представити українські спортивні терміни, функціювання яких зафіксовано на сторінках тижневика «Змаг».

Теоретичне підґрунтя. У сучасній дискурсивній соціолінгвістиці утвердилась думка про те, що спортивний дискурс тісно переплетений із медійним, а опосередкованість спортивного дискурсу засобами масової комунікації підкреслюють усі науковці. Про безпосередній зв'язок українського спортивного і медійного дискурсів варто говорити вже в період між двома світовими війнами, коли започатковано регулярне висвітлення спортивних подій в українській пресі, передовсім у газеті «Діло» та в спортивних часописах («Готові», «Спорт», «Спортові вісти», «Змаг») і у спортивних додатках до періодичних видань.

Теоретичним підґрунтям цієї розвідки є власне переконання, що спортивний дискурс має «особливу тематичну зорієнтованість, спрямований певному адресатові, використовує специфічний арсенал мовних засобів і являє собою сукупність текстів, які є продуктом комунікативної діяльности у сфері спорту»[3]. Міркування про тісний зв'язок спортивного дискурсу з медійним обґрунтовано в дисертації авторки статті, в

---

[2] Ковпак, В. (2007), *Українська спортивна періодика Галичини 20–30-х рр. XX ст.: історико-функціональний аспект і проблемно-тематичні домінанти*, Автореферат кандидатської дисертації (журналістика), Інститут журналістики, КНУ ім. Т. Шевченка, Київ, 20 с.; Ковпак, В. (2008), *Українська спортивна преса Галичини 20–30-х років XX ст.,* НДЦ періодики ЛННБУ ім. В. Стефаника, Львів, 236 с.; Кость, С. А. (2002), «Спортивно-руханкова преса», Кость С. А., *Нариси з історії західноукраїнської преси першої половини XX ст. Структура. ч. II.,* Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, Львів, с. 189–202; Сазонова, Ю. О. (2016), *Спортивна преса України: особливості становлення та сучасне функціонування*, Автореферат кандидатської дисертації (соц. комунікації), Інститут журналістики, КНУ ім. Т. Шевченка, Київ, 17 с.; Сазонова, Ю. О. (2021), *Спортивна журналістика України: історія, еволюція, трансформація*, Видавництво ЧНУ ім. Петра Могили, Миколаїв, 276 с.; *Українські часописи Львова 1848–1939 рр.: Історико-бібліографічне дослідження: У 3 тт.* (2003), Світ, Львів. т. 3. кн. 2. 1929–1939 рр. с. 720–721.

[3] Процик, І. Р. (2021), *Футбольна лексика у формальному та неформальному дискурсах*, Автореферат докторської дисертації (філологія), Волинський національний університет ім. Лесі Українки, Луцьк, с. 7.

одному з розділів якої наголошено, що фактичне зрощення спортивного та медійного дискурсів особливо помітно в текстах, які передають спортивну інформацію, адже дискурс породжує текст – матеріальний об'єкт, що відображає специфіку взаємодії людей під час створення інформаційного середовища в тій чи тій сфері людської діяльності[4]. Водночас у медійному дискурсі зазвичай відбувається апробація нових засобів мовного вираження, тому масмедіа завжди будуть джерелом дослідження для лінгвістів, які вивчають спортивний дискурс. Завдяки фіксації текстів спортивної тематики на сторінках преси міжвоєнного періоду сучасні дослідники мають змогу аналізувати тогочасний спортивний дискурс у Галичині, який мав особливості, передовсім на лексичному рівні, проте розвиток його впродовж першої половини ХХ ст. у соціолінгвістиці описано недостатньо, передовсім через позамовні чинники, зумовлені колоніальним статусом України в совєтський період. Так, зокрема, дослідник української спортивної термінології Михайло Паночко, науково опрацьовуючи цей пласт спеціальної лексики у 70-ті рр. ХХ ст., не мав змоги сягнути по друковані джерела, датовані раніше, аніж 1945 роком.

Методологічна основа дослідження. Основними методами, використаними у дослідженні, були метод емпіричного спостереження, метод синтезу й описово-аналітичний метод. Метод емпіричного спостереження застосовано для аналізу вибраних відомостей із друкованого джерела спортивного дискурсу – українського тижневика «Змаг». Для узагальнення результатів пресознавчих і соціолінгвістичних студій і викладення підсумків застосовано метод синтезу, оскільки розвиток українського спортивного дискурсу розглянуто на широкому суспільно-політичному та культурно-історичному тлі. Описовий метод використано для адекватного передавання результатів дослідження. Для розгляду історії розвитку соціокультурного простору спортивної сфери додатково залучено історично-порівняльний і зіставний методи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Екскурс в історію видання тижневика «Змаг» демонструє непрості умови його започаткування: у грудні 1935 р. під час з'їзду українських спортивних товариств і клубів Галичини – С.Т.[5] «Україна» Львів, У.С.К.[6] «Сян» Перемишль, У.С.Т.[7] «Пролом» Станиславів, У.С.Т. «Поділля» Тернопіль, У.С.К. «Скала» Стрий, У.С.Т. «Дністер» Самбір, У.С.К. «Ватра» Дрогобич, У.С.К. «Скала» Мостиська, У.С.К. «Бескид» Надвірна, С.С. «Зоря» Калуш і в березні 1936 рр. під час наради цих організацій, що відбувалися у Львові, обговорювано питання створення керівного органу українських спортивних інституцій у Галичині, представницькі команди яких виступали в польській державній футбольній лізі – львівське С.Т. «Україна», станиславівське У.С.Т. «Пролом», перемишльський У.С.К. «Сян» – для відстоювання їхніх інтересів. Нова керівна спортивна структура, що її запропонували назвати Спортовим проводом, мала постати на зміну Українському спортовому союзові (існував із 1924 р.), на який постійно робила нагінку

[4] Процик, І. Р. (2021), Футбольна лексика у формальному та неформальному дискурсах, Автореферат докторської дисертації (філологія), Волинський національний університет ім. Лесі Українки, Луцьк, с. 7-8.

[5] С.Т. – Спортове товариство.

[6] У.С.К. – Український спортовий клюб.

[7] У.С.Т. – Українське спортове товариство.

польська влада, а в 1937 р. остаточно ліквідувала. Де-юре згадана спортивна організації так і не почала функціювати, бо через тогочасні суспільно-політичні обставини не затверджено її статут, проте де-факто вона працювала й, з-поміж іншого, вповноважила перемишльський осередок організувати видання газети «Змаг», що мала стати друкованим органом новоствореної керівної структури українського спорту в Галичині (про цей факт відомо з листування Івана Боберського, «батька українського тіловиховання»[8], і його учня й послідовника Степана Гайдучка[9] та з програмової статті редакції газети «Змаг»[10], уміщеної в першому її номері.

Видання спортивного тижневика розпочато 1 лютого 1937 р. у Перемишлі, де побачило світ перших дев'ять чисел газети. Редакція тижневика містилася на вулиці Колійовій, 5. Розташування поблизу вокзалу давало змогу оперативно отримувати матеріали залізницею від позаштатних кореспондентів із різних місцевостей Заходу України – зі Львова, Станиславова, Тернополя, Стрия, Дрогобича, Ужгорода, Хуста, Самбора, Мостиськ, Калуша, Надвірної. Згодом редакція тижневика переїхала до Львова, де у видавничій спілці «Діло» вийшли в світ подальші числа газети, починаючи з десятого (загалом опубліковано 100 номерів видання: 46 – у 1937 р., 45 – у 1938 р., 9 – у 1939 р.). Спочатку часопис мав обсяг 8 сторінок, згодом – 4 сторінки та виходив щопонеділка, за винятком кількох четвергових номерів. Видавцем часопису у Перемишлі був голова Українського спортового клюбу «Сян» Степан Шах[11], а редактором перших чисел тижневика – Мирослав Куник (лікар футбольного клубу та провідник футбольної секції У.С.К. «Сян» Перемишль). У львівський період обов'язки редактора видання виконували Олександр-Евген Костик, Роман Сливка, Евген-Михайло Зиблікевич. Редакційна політика тижневика керувалася загальними інтересами «спортового руху, що є незаперечно одним із найбільших, знаних історії масових явищ»[12]. Провідною була ідея соборности України, яку задекларовано вже в першому номері: «З уваги на те, що спортові площі бувають в останніх невідрадних часах щораз рідше місцем безпосередніх зустріч змагунів галицьких, закарпатських і буковинських, постараємось давати якнайчастішу змогу нашим читачам зустрічатись взаїмно, пізнавати себе та вдержувати давні спортові звязки[13] принаймні на сторінках нашого органу»[14]. Визначено три головні напрямки діяльности видання: виховно-ідеологічну, організаційну та інформаційну: «В ділянці інформаційної служби ставимо собі за ціль бути звязковим поміж цікавістю читача і усіми гідними

[8] Сова, А., Тимчак, Я. (2018), *Іван Боберський – основоположник української тіловиховної і спортивної традиції*, ЛДУФК; Апріорі, Львів, с. 4.

[9] *Листи Степана Гайдучка до Івана Боберського про діяльність і стан справ у гімнастичному товаристві «Сокіл-Батько»*, (1935–1936), Центральний державний історичний архів України, ф. 366, оп. 1, спр. 13, арк. 62–64, 66, т. III (1935–1936).

[10] Наші позиції, *Змаг*, 1937, ч. 1, с. 1.

[11] Загальні збори У.С.К. «Сян», *Змаг*, 1937, ч. 2, с. 2.

[12] Наші позиції, *Змаг*, 1937, ч. 1, с. 1.

[13] У цитатах із матеріалів, опублікованих на сторінках тижневика «Змаг», збережено особливості тогочасного правопису і пунктуації, що їх використовували в міжвоєнний період у Галичині; вони відрізняються від правописних норм Наддніпрянщини та сучасних норм ортографії й пунктуації (відсутність апострофа, відповідно до галицької традиції використання правопису желехівки, розрізнення л і л' тощо).

[14] Наші позиції, *Змаг*, 1937, ч. 1, с. 1.

уваги проявами спортового життя та організаційного руху в краю і за кордоном»[15]. Часопис мав і амбітну мету – заступити читачам чужомовну спортивну пресу.

На шпальтах газети друкували статті Роман Сливка, Омелян Навроцький (псевдонім Онав із Делятина), Ембой (М. Бойчук із Ворохти), Едвард Жарський, Тадей Чорній, Тарас Франко, Богдан Сич, Роман Гриців, Терентій Ґіль, Богдан Клюнь, письменники Іван Смолій (підписував матеріали псевдонімом Гіякинт Брунька) і Роман Купчинський (псевдонім – Галактіон Чіпка) та інші – В. Кон-ич, М. Дуд(т) кевич, А. Сембрат, М. Залужний, М. Бачний. Серед авторів часопису були й чинні спортовці, зокрема, футболісти С.Т. «Пролом» Станиславів – Ізидор Данів і Богдан Ліськевич, футболіст У.С.К. «Скала» Мостиська – Ембард (Михайло Бардин), що уможливлювало публікування репортажів про матчі, збагачених відомостями безпосередньо від їхніх учасників. Дуже ґрунтовною й інформативною була рубрика «Так грає світ футбол»[16], до якої впродовж 1937–1938 рр. дописував нападник станиславівського С.Т. «Пролом» Ізидор Данів, аналізуючи тактику, технічні прийоми, використовувані у футболі. За період видання часопису до нього дописувала велика кількість кореспондентів із різних міст і містечок України – Борислава, Городенки, Дрогобича, Здолбунова, Золочева, Калуша, Коломиї, Львова, Мостиськ, Надвірної, Перемишля, Рівного, Самбора, Снятина, Сокаля, Станиславова, Стрия, Судової Вишні, Тернополя, Ужгорода, Чернівців) і з-за кордону – Берліна, Будапешта, Варшави, Гамбурга, Лондона, Мюнхена, Нью-Йорка, Нюрнберга, Парижа, Праги, Філадельфії.

Часопис мав інформаційні рубрики: «Про що в тижні гуло», «Останні відомості», «Чи знаєте, що?» (короткі замітки про спорт на українських землях і у світі), «Це вас зацікавить», «Комунікати», «Ріжні вісти», «Що пише преса», «По всьому світу», звіти про спортивні чемпіонати – «Мистецтва Окружної Ліги» (згодом «Окружна Ліга»), «Державна Ліга», «Мистецтва А кляси», «Міжокружні змагання», «Футбольні змагання», «Футбол» і «Між двома воротами» (репортажі з футбольних матчів), «Чаша Дейвіса», «Ситківка» і «Слідом білого мячика» (репортажі з турнірів великого тенісу), «Лєгкоатлєтика» і «Лєгкоатлєтичний калейдоскоп» (інформаційні звіти зі змагань із легкої атлетики), «Tour de France» і «Шляхом великого рейду» (звіти про велоперегони), «На ледяному дзеркалі» і «Гаківка» (репортажі з гокейних матчів), «На білих верхах і долах» (інформація про лижний спорт), «Бокс» і «На рінґу» (репортажі зі змагань із боксу), «Рагбі», «Пінґ-понґ», «Веслярство» та інформаційні рубрики, які стосувалися спорту загалом: «На різних (/інших) грищах», «Спорт у цифрах». Результати поєдинків друковано в рубриках: «Закордонні висліди», «Інші висліди», «Підсумки тижня», «Підсумки останніх тижнів» і в окремих таблицях результатів – «Табеля Окружної Ліги». Спортивні події анонсовано в рубриках «Календарець змагань» і «Куди йдемо в неділю?» (тут зазвичай були оголошення про майбутні футбольні матчі). У часописі подавано відомости про змагання в Галичині, а також на Буковині, Волині, Закарпатті, підсовєтській Україні та за кордоном – в Австрії, Англії, Бельгії, Голландії, Іспанії, Італії, Канаді, Німеччині, США, Угорщині, Франції, Чехословаччині, Швейцарії, Шотландії. Друковано й рекламні оголошення. Уже зі самих назв рубрик тижневика можна виснувати, що часопис висвітлював

[15] Наші позиції, *Змаг*, 1937, ч. 1, с. 1.
[16] *Змаг*, 1937, ч. 46; 1938, ч. 2–10.

події з різних спортивних дисциплін і пропагував національні відповідники до чужомовних назв видів спорту (*веслярство* (каякінг)*, гаківка* (гокей)*, ситківка* (теніс)). Уживано й міжнародні назви (*бокс, пінґ-понґ, ратбі, футбол*), які часто функціювали паралельно з питомими та гібридними номінаціями.

Не оминав часопис і питань масовості спорту, зокрема його поширення в селах, подаючи відомости з різних малих місцевостей у рубриках «Гамірно по селах», «По наших селах», «Голосяться села», а також питань розвитку спорту серед молоді – в рубриках «Мистецтво юніорів», «Сторінки шкільного спорту», «Зі шкільного спорту». Аспектам організації спортивного життя українців і проведення тіловиховних заходів відведено рубрики «З організаційного життя», «Сокільська хроніка», «На сокільському фронті».

Новаторським у спортивному часописі «Змаг» було те, що на його сторінках регулярно друковано художню публіцистику на теми спорту. Постійним автором фейлетонів спортивної тематики був письменник Іван Смолій, який друкував тексти переважно під псевдонімом Гіякинт Брунька, хоча іноді й під справжнім іменем і прізвищем (у 1937 р. вийшли друком його фейлетони «Безкровна жертва воротаря»[17], «Останній рекорд»[18], «Футбольний герой поневолі»[19] і «Тренер»[20], упродовж 1937–1938 рр. – опубліковано з продовженням його розлогі художньо-публіцистичні тексти «Тиждень на офсайді»[21], а в 1938 р. – «Кохання на старті»[22]). Письменник Роман Купчинський, який дописував під псевдонімом Галактіон Чіпка, започаткував рубрику «Історія і футбол»[23].

У 1938 р. часопис «Змаг» провів конкурс для визначення десятьох найліпших українських спортовців. Для цього в кожному номері газети надруковано купон, який міг заповнити кожен охочий, вписавши десять найкращих змагунів. Така ініціатива свідчить про налагоджене спілкування редакції «Змагу» з читачами, що давало змогу залучити до спортивного дискурсу широкі кола українців. Регулярну комунікацію з підписниками та читачами підтверджує й функціювання в часописі постійних рубрик «З листів до редакції», «Листування редакції», «Листування адміністрації». Із уміщених у них відповідей на листи можна виснувати, що тижневик мав передплатників в Україні й за кордоном.

Великою заслугою часопису є те, що його шпальти стали платформою для апробування української спортивної термінології. Це дало змогу сформувати в Галичині систему українських спеціальних назв зі сфери спорту на національній мовній основі. Автори й редактори часопису використовували спортивні терміни початку XX ст., що їх запропонував започатковувач національного тіловиховання і змагу Іван Боберський (*бічняк* (аут), *відсторонь* (офсайд), *воротар* (голкіпер), *копаний м'яч* (футбол), *лещетарство* (лижний спорт), *наколесництво* (велоспорт), *наріжняк* (кор-

[17] *Змаг*, 1937, ч. 4, с. 3–4.
[18] *Змаг*, 1937, ч. 11, с. 3.
[19] *Змаг*, 1937, ч. 35–36.
[20] *Змаг*, 1937, ч. 44, с. 4–5.
[21] *Змаг*, 1937, ч. 38–46; 1938, ч, 14–15.
[22] *Змаг*, 1938, ч. 3–45.
[23] *Змаг*, 1938, ч. 1, с. 2–3.

нер), *помічник* (хавбек), *руханка* (гімнастика), *чільник* (центрфорвард))[24]. До багатьох чужомовних спортивних термінів подали питомі відповідники учні й послідовники Івана Боберського – Степан Гайдучок, Павло Зимак, Тарас і Петро Франки (*безсторонник* (суддя), *відбиванка* (волейбол), *дроблення мяча* (дриблінг), *нерішена* (нічия), *першун* (чемпіон), *півгра* (тайм), *подання* (пас), *приладдя* (інвентар), *промах* (порушення, фол), *ручний мяч* (гандбол), *рухівня* (спортзал), *скочня* (трамплін), *суддювати* (бути арбітром)). Авторство більшости термінів невідоме, але часто це вдалі питомі назви, які відображають мовну картину світу українців, є найменуваннями з національно-культурною специфікою (*біги довгі* (маратон), *біги короткі* (спринт), *біжня* (бігова доріжка), *вага пера* (легка вага – у боксі), *дужання* (боротьба), *жердка* (стрибки з жердиною), *кошиківка, кошівка* (баскетбол), *мандрівництво* (туризм), *мет ратищем* (метання списа), *навкулачництво* (бокс), *одягальня* (роздягальня), *пятизмаг* (п'ятиборство), *санкарство* (санний спорт), *скок в довжінь* (стрибок у довжину), *скок у височінь* (стрибок у висоту), *совгарство* (ковзанярський спорт), *стусан кулею* (штовхання ядра), *трискок* (потрійний стрибок)). Національна за походженням лексика домінувала в терміносистемах усіх тодішніх спортивних дисциплін і в загальноспортивній термінології, вживаній у статтях на сторінках «Змагу»: *виграна* (перемога), *вирівняти ворота* (зрівняти рахунок), *вислід змагань* (результат матчу), *відношення воріт* (результат, рахунок), *воковер* (технічна поразка), *грач* (гравець), *грище* (поле для гри), *дишель* (джеб, прямий довгий удар у боксі,), *доріст* (юніори), *дружина* (команда), *здобуття воріт* (гол), *злучник* (інсайд), *змаг* (спорт), *змагун* (спортсмен, спортовець), *карний коп* (штрафний удар), *карність* (дисциплінованість), *крило* (фланг), *кружок* (шайба), *наступ* (атака), *одинадцятиметровий* (пенальті), *перерва* (павза), *середкувати м'яч* (центрувати м'яч), *удар з лету* (волей), *чаша* (кубок), *чиста гра* (fair play), *штанцята* (шорти). Ці терміни засвідчують розбудованість системи питомих спортивних назв у всіх видах спорту. Самобутність цих національних термінів незаперечна, адже вони відображають спосіб думання українців і специфіку того, як українська нація пізнавала й омовлювала світ. Редакторська політика часопису не зосереджувалася лише на пуристичних підходах у використанні спортивної термінології, що помітно й з широкого функціювання міжнародних термінів спорту: *акція*, *бобслєй*, *геттрік, ґоль, кікс, клюб, кляса, ліґа, метч, мистецтво* (у значенні – чемпіонат), *нокавт*, *пункт*, *репрезентація, рінґ*, *робінзонада* (сучасний термін – сейв воротаря), *рунда, сляльом*, *темпо*, *тренінґ*, *фавль, фаворит, фалш, фінт, шпринт*.

Більшість журналістських матеріалів, які друковано в тижневику «Змаг», присвячена футболові – найпопулярнішому видові спорту в міжвоєнній Галичині. Це особливо помітно в тих числах тижневика, які виходили друком у період тривання футбольних першостей (навесні, влітку й восени). Тоді кількість різних матеріалів футбольної тематики зазвичай становила дві третини обсягу видання. Репортажі з матчів мали усталену структуру: спочатку подано загальну інформацію, враження про футбольний поєдинок, а потім – склади команд і детальний розбір ходу гри. Це свідчить про тяглість традицій у підготовці до друку інформаційних звітів про футбольні матчі, які продовжував тижневик «Змаг», адже таку ж структуру мали

[24] Процик, І. Р. (2021), *Футбольна лексика у формальному та неформальному дискурсах*, Автореферат докторської дисертації (філологія), Волинський національний університет ім. Лесі Українки, Луцьк, 38 с.

публікації звітів про поєдинки копаного м'яча в часописі «Спортові вісти» (Львів, 1931, 1933). Дуже цікавими й інформативно насиченими були футбольні матеріали в перших номерах часопису, які підготувала до друку перемишльська редакція, коли в газеті одну зі сторінок було відведено на презентацію тієї чи тієї української футбольної команди, зокрема, опубліковано розлогі статті про найуспішніші клуби: перемишльський «Сян» – «Хлопці з західної твердині»[25], станиславівський «Пролом» – «Проломівські маски»[26], тернопільське «Поділля» – «Тернопільські репрезентанти»[27], надвірнянський «Бескид» – «Ті, що прославили Надвірну»[28], мостиську «Скалу» – «Мостиський феномен»[29] і «Гегемони Мостиськ»[30], самбірський «Дністер» – «Самбірські Дністровики»[31], стрийську «Скалу» – «Стрийські прочани»[32]. У часописі виходили друком аналітичні статті про розвиток спорту на українських етнічних землях, що в міжвоєнний період належали до складу чужих держав – Румунії, Чехословаччини, і про українські команди, які грали в чужих чемпіонатах, – «Наше спортове чудо»[33], «Літаючі вчителі»[34], «Живе темпо спортового життя Карпатської України»[35], «Український Спортовий Клюб Хуст»[36] (про спортивне життя в Закарпатті, найуспішніший футбольний клуб – ужгородську «Русь» і про спорт у Карпатській Україні), «Черновецькі гаразди»[37] (про спорт на Буковині та найславніший буковинський клуб – чернівецький «Довбуш»). Зважаючи на домінування футбольної інформації в часописі «Змаг», можна погодитися з думкою дослідника української міжвоєнної спортивної періодики в Галичині Вадима Ковпака, який цілком слушно вважає, що це пресове видання – «"завуальований" перший український футбольний журнал»[38].

У 1939 р. збагачено візуальне оформленні газети «Змаг» – з'явилося чимало графічних зображень. Графічні заставки мали рубрики, присвячені різним видам спорту: легкій атлетиці – «Легкоатлєтика» (зображення бігуна, що долає перешкоду), лижному спортові – «На білих верхах і долах» (зображення лижника-слаломіста), гокеєві – «На ледяному дзеркалі» (зображення гокеїста з ключкою), боксові – «На рінґу» (зображення боксера на тлі канатів рингу), футболові – «Між двома воротами» (зображення двох футболістів, які борються за м'яч), а також постійні рубрики тижневика – огляд преси – «Що пише преса» (зображення читача, який переглядає газету), добірка коротких заміток – «Чи знаєте, що» (зображення чиновника в мундирі, який зачитує щось з аркуша паперу).

---

[25] *Змаг*, 1937, ч. 4, с. 6–7.
[26] *Змаг*, 1937, ч. 5, с. 6–7.
[27] *Змаг*, 1937, ч. 6, с. 6–7.
[28] *Змаг*, 1937, ч. 7, с. 6–7.
[29] *Змаг*, 1937, ч. 5, с. 2.
[30] *Змаг*, 1937, ч. 8, с. 6.
[31] *Змаг,* 1937, ч. 9, с. 6.
[32] *Змаг,* 1937, ч. 13, с. 6.
[33] *Змаг,* 1937, ч. 1, с. 6–7.
[34] *Змаг,* 1937, ч. 2, с. 6.
[35] *Змаг*, 1939, ч. 6, с. 1.
[36] *Змаг*, 1939, ч. 5, с. 1.
[37] *Змаг,* 1937, ч. 36, с. 4.
[38] Ковпак, В. (2008), *Українська спортивна преса Галичини 20–30-х років XX ст.,* НДЦ періодики ЛННБУ ім. В. Стефаника, Львів, с. 106.

Результати і перспективи подальших досліджень. Аналіз публікацій у тижневику «Змаг» засвідчує, що наприкінці 30-х рр. у галицькій пресі сформовано окрему галузь – спортивну журналістику, початки якої закладено у 20–30-ті рр. завдяки публікаціям на теми спорту в спеціальних спортивних виданнях – «Готові», «Спорт», «Спортові вісти» та в газеті «Діло». У часописі «Змаг» обсяг і якість спортивних матеріалів піднесено на високий рівень, подання інформації у виданні було надзвичайно оперативним. Домінування відомостей футбольної тематики дає підстави припустити, що видання задумано як перший український футбольний часопис. На сторінках тижневика творився український спортивний дискурс і формувалася на національній мовній основі спортивна термінологія різних дисциплін спорту. Перспективи подальших досліджень полягають у докладному аналізі термінів тих видів спорту, які функціювали на сторінках часопису «Змаг», і у виробленні конкретних практичних рекомендацій сучасним авторам, які пишуть на теми спорту, щодо використання питомих українських термінів, уникання надмірної кількості чужомовних назв, передовсім англізмів, до більшості з яких уже в міжвоєнний період знайдено вдалі національні відповідники.

Висновки. Отже, публікації в першому українському спортивному тижневику «Змаг» свідчать не лише про тісний зв'язок українського спортивного і медійного дискурсів і їхній активний розвиток у міжвоєнній період, а й про виокремлення спортивної журналістики як осібної галузі українського медійного дискурсу та інтенсивне формування на національній основі української мови спорту та спортивної термінології.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. *Змаг*, Перемишль, 1937, ч. 1–9; Львів, 1937–1939, ч. 10–100.
2. Колянчук, О. М. (2010), «Змаг», *Енциклопедія Сучасної України*, НАН України, НТШ, Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, Київ. URL: https://esu.com.ua/article-16352 (дата перегляду: 16 вересня 2024).
3. Ковпак, В. (2007), *Українська спортивна періодика Галичини 20–30-х рр. XX ст.: історико-функціональний аспект і проблемно-тематичні домінанти*, Автореферат кандидатської дисертації (журналістика), Інститут журналістики, КНУ ім. Т. Шевченка, Київ, 20 с.
4. Ковпак, В. (2008), *Українська спортивна преса Галичини 20–30-х років XX ст.,* НДЦ періодики ЛННБУ ім. В. Стефаника, Львів, 236 с.
5. Кость, С. А. (2002), «Спортивно-руханкова преса». Кость, С. А., *Нариси з історії західноукраїнської преси першої половини XX ст. Структура, ч. II,* Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, Львів, с. 189–202.
6. *Листи Степана Гайдучка до Івана Боберського про діяльність і стан справ у гімнастичному товаристві «Сокіл-Батько»*, (1935–1936), Центральний державний історичний архів України, ф. 366, оп. 1, спр. 13, арк. 62–64, 66, т. III (1935–1936).
7. Процик, І. (2023), *Лексика на позначення футбольних понять у праці Івана Боберського «Забави і гри рухові. Часть III. Копаний мяч» (Львів, 1906): словник-довідник*, НТШ, Львів, 56 с.

8. Процик, І. Р. (2021), *Футбольна лексика у формальному та неформальному дискурсах*, Автореферат докторської дисертації (філологія), Волинський національний університет ім. Лесі Українки, Луцьк, 38 с.
9. Сазонова, Ю. О. (2021), *Спортивна журналістика України: історія, еволюція, трансформація*, Видавництво ЧНУ ім. Петра Могили, Миколаїв, 276 с.
10. Сазонова, Ю. О. (2016), *Спортивна преса України: особливості становлення та сучасне функціонування*, Автореферат кандидатської дисертації (соц. комунікації), Інститут журналістики, КНУ ім. Т. Шевченка, Київ, 17 с.
11. Сова, А., Тимчак, Я. (2018), *Іван Боберський – основоположник української тіловиховної і спортивної традиції*, ЛДУФК; Апріорі, Львів, 232 с.
12. *Українські часописи Львова 1848–1939 рр.: Історико-бібліографічне дослідження: У 3 тт.* (2003), Світ, Львів, т. 3, кн 2. 1929–1939 рр., с. 720–721.
13. Янків, І. Т. (2000), *Українська спортивна термінологія (історико-методологічний аналіз)*, Автореферат кандидатської дисертації (фізичне виховання і спорт), Волинський державний університет ім. Лесі Українки, Луцьк, 19 с.

REFERENCES

1. *Zmah*, Peremyshl, 1937, ch. 1–9; Lviv, 1937–1939, ch. 10–100.
2. Kolianchuk, O. M. (2010), "*Zmah*", Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy, NAN Ukrainy, NTSh, Instytut entsyklopedychnykh doslidzhen NAN Ukrainy, Kyiv. URL: https://esu.com.ua/article-16352 (accessed 16 September 2024).
3. Kovpak, V. (2007), *Ukrainska sportyvna periodyka Halychyny 20–30-kh rr. XX st.: istoryko-funktsionalnyi aspekt i problemno-tematychni dominanty*, Abstract of the PhD diss. (zhurnalistyka), Instytut zhurnalistyky, KNU im. T. Shevchenka, Kyiv, 20 s.
4. Kovpak, V. (2008), *Ukrainska sportyvna presa Halychyny 20–30-kh rokiv XX st*., NDTs periodyky LNNBU im. V. Stefanyka, Lviv, 236 s.
5. Kost, S. A. (2002), «Sportyvno-rukhankova presa». Kost, S. A., *Narysy z istorii zakhidnoukrainskoi presy pershoi polovyny XX st. Struktura, ch. II*, Vydavnychyi tsentr LNU im. I. Franka, Lviv, s. 189–202.
6. *Lysty Stepana Haiduchka do Ivana Boberskoho pro diialnist i stan sprav u himnastychnomu tovarystvi «Sokil-Batko»*, (1935–1936), Tsentralnyi derzhavnyi istorychnyi arkhiv Ukrainy, f. 366, op. 1, spr. 13, ark. 62–64, 66, t. III (1935–1936).
7. Protsyk, I. (2023), *Leksyka na poznachennia futbolnykh poniat u pratsi Ivana Boberskoho «Zabavy i hry rukhovi. Chast III. Kopanyi miach» (Lviv, 1906): slovnyk-dovidnyk*, NTSh, Lviv, 56 s.
8. Protsyk, I. R. (2021), *Futbolna leksyka u formalnomu ta neformalnomu dyskursakh*, Abstract of the D.Sc. diss. (filolohiia), Volynskyi natsionalnyi universytet im. Lesi Ukrainky, Lutsk, 38 s.
9. Sazonova, Yu. O. (2021), *Sportyvna zhurnalistyka Ukrainy: istoriia, evoliutsiia, transformatsiia*, Vydavnytstvo ChNU im. Petra Mohyly, Mykolaiv, 276 s.
10. Sazonova, Yu. O. (2016), *Sportyvna presa Ukrainy: osoblyvosti stanovlennia ta suchasne funktsionuvannia*, Abstract of the PhD diss. (sots. komunikatsii), Instytut zhurnalistyky, KNU im. T. Shevchenka, Kyiv, 17 s.
11. Sova, A., Tymchak, Ya. (2018), *Ivan Boberskyi – osnovopolozhnyk ukrainskoi tilovykhovnoi i sportyvnoi tradytsii*, LDUFK; Apriori, Lviv, 232 s.

12. *Ukrainski chasopysy Lvova 1848–1939 rr.: Istoryko-bibliohrafichne doslidzhennia: U 3 tt.* (2003), Svit, Lviv, t. 3, kn 2. 1929–1939 rr., s. 720–721.
13. Yankiv, I. T. (2000), *Ukrainska sportyvna terminolohiia (istoryko-metodolohichnyi analiz)*, Abstract of the PhD diss. (fizychne vykhovannia i sport), Volynskyi derzhavnyi universytet im. Lesi Ukrainky, Lutsk, 19 s.

"ZMAH" WEEKLY IN UKRAINIAN SPORTS DISCOURSE

Iryna Protsyk
Ivan Franko National University of Lviv
Universytetska street, 1¸ 79000, Lviv, Ukraine,
e-mail: iryna.protsyk@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-8472-0141

The object of research in the article is the Ukrainian sports weekly "Zmah", which was published in Przemyśl and Lviv during 1937–1939. The purpose of the research is to trace the development of Ukrainian sports discourse in the context of the history of the "Zmah" magazine and to show how the national language of sports and Ukrainian sports terminology were formed on its pages.

The main methods used in the study were empirical observation, synthesis, and descriptive-analytical.

The results of the conducted research are an excursion into the history of the publication of the magazine "Zmah", an analysis of the sections and genres of press materials in it, and a presentation of the authors who contributed to the weekly and developed sports journalism as a separate media sphere. It has been found that the weekly regularly and promptly published information about sporting events in Ukraine and around the world, about the development of physical education and mass sports in different parts of Western Ukraine. The weekly was dominated by football-related materials.

The article focuses on the formation of the Ukrainian sports discourse, which developed on the pages of the weekly "Zmah" as a media platform. This enabled the active creation of the Ukrainian sports language and sports terminology on a national basis. Due to the fact that the Ukrainian sports discourse between the two world wars was preserved on the pages of sports press organs such as "Zmah", modern researchers have the opportunity to analyze and describe national sports terms used in Galicia in the first half of the twentieth century. These special names are not recorded in the Ukrainian lexicography and are almost unknown to Ukrainian sports fans.

The conclusions of the conducted research are that the sports weekly "Zmah" is an invaluable source for studying the close connection between Ukrainian sports and media discourses and the formation of the Ukrainian language of sports and national terminology in the interwar period.

Keywords: Ukrainian sports discourse, media discourse, sports weekly "Zmah", magazine sections, Ukrainian sports terminology, national terms.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 62–74
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 62–74

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 62–74 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13290

УДК 007 : 304 : 004.9

ВИКОРИСТАННЯ ШІ В АНАЛІЗІ МЕДІАПОТОКІВ: МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ

Борис Потятиник
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: borys.potyatynyk@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-7828-036X

Стаття присвячена використанню штучного інтелекту (ШІ) для аналізу медійного контенту, зокрема оцінки відповідності журналістських матеріалів етичним стандартам. Актуальність теми полягає в тому, що ШІ стає невід'ємною частиною медійного ландшафту, відкриваючи нові можливості для аналізу журналістських матеріалів. Проведено експериментальне дослідження, щоб визначити, наскільки ефективно ШІ може аналізувати публікації різних інформаційних агенцій з погляду дотримання журналістських стандартів. Автор розглядає застосування мовних моделей Claude та Google-PaLM для аналізу висвітлення саміту БРІКС у матеріалах Reuters, Укрінформу і ТАСС. Проаналізовано 19 публікацій, які представляють різні точки зору на події саміту.

Методологія дослідження включає двоетапний аналіз: спочатку оцінка матеріалів системами ШІ, а потім перевірка висновків за допомогою людини-дослідника. Результати показують різні оцінки матеріалів від різних систем. Наприклад, Google-PaLM позитивно оцінив матеріали Reuters за їхню точність і об'єктивність, тоді як висвітлення ТАСС викликало суперечливі думки різних систем.

Дослідження виявило, що ШІ здатен ідентифікувати базові порушення, як-от маніпулятивність чи відсутність збалансованості, проте має труднощі з розумінням політичного та соціокультурного контексту. Обидві моделі ШІ аналізували контент на предмет достовірності, об'єктивності та неупередженості, проте їхні висновки іноді відрізнялися. Зокрема, Claude виявився менш критичним до матеріалів ТАСС, тоді як Google-PaLM наголошував на упередженості російського джерела.

Автор зазначає, що хоча технології ШІ розширюють можливості медіааналізу, людський контроль залишається необхідним для врахування складного контексту.

Загалом дослідження демонструє, що інтеграція ШІ в медіааналіз є перспективним напрямом, який потребує подальшого вдосконалення моделей та глибшого вивчення їхньої ефективності. Залишається відкритим питання про здатність ШІ об'єктивно аналізувати інформацію в умовах політичних і соціальних нюансів.

© Потятиник Б., 2025

Ключові слова: штучний інтелект (ШІ); журналістська етика; медіааналіз; саміт БРІКС; Укрінформ; ТАСС; Reuters.

Актуальність та постановка проблеми. Штучний інтелект (ШІ) стає невід'ємною частиною сучасного медійного ландшафту, що спричинило значні зміни у сфері журналістики. Зокрема, використання великих мовних моделей (LLM), як-от Claude та Google-PaLM, відкриває нові можливості для аналізу та оцінки журналістських матеріалів, що створює умови для підвищення якості медійного контенту. Однак, попри значний потенціал ШІ, залишаються питання щодо його здатності точно і неупереджено аналізувати інформацію, особливо у контексті соціальних та політичних нюансів. У цьому контексті ми розглянемо актуальну тему застосування ШІ у сфері журналістики, зокрема його роль в оцінці якості медійних комунікацій. Це особливо важливо в умовах сучасного інформаційного середовища, де поширення дезінформації та маніпулятивних технік стає дедалі частішим. Важливо розуміти, чи може ШІ допомогти журналістам у виявленні та запобіганні таких порушень, забезпечуючи об'єктивне та відповідальне висвітлення подій.

Мета дослідження: проаналізувати, як реагує ШІ на матеріали трьох інформаційних агенцій стосовно висвітлення подій, пов'язаних із самітом БРІКС. Експериментатор поставив перед різними системами ШІ доволі однозначне завдання: з'ясувати, наскільки відібрані методом суцільної вибірки матеріали відповідають основним засадам журналістської етики.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Кьостлер та Оссеварда[1] досліджують бачення федерального уряду Німеччини щодо штучного інтелекту, порівнюючи його з висвітленням у німецьких ЗМІ. Систематичний огляд літератури, проведений Марцело та Маріані, дав змогу створити інтегроване розуміння впливу ШІ на маркетинг, дослідження настроїв споживачів, підкреслюючи міждисциплінарний характер застосувань ШІ та його значний вплив на різні галузі[2].

У сфері соціальних медіа інструменти на основі ШІ відіграють дедалі важливішу роль у розшифровці складної картини онлайн-взаємодій. Вони дають змогу заглибитися у великі масиви даних, аналізуючи безліч розмов для виділення значущих інсайтів. Алгоритми аналізу настроїв можуть визначати не лише тональність, але й тонкі емоції, закладені у текстових комунікаціях. Ця здатність -- надзвичайно цінна для бізнесу, який оцінює відгуки клієнтів, для політиків, що аналізують громадську думку, або організацій охорони здоров'я, що відстежують суспільні настрої під час криз у сфері охорони здоров'я. Окрім того, поява обробки природної мови (*NLP – Natural language processing*) дала змогу системам ШІ не лише розуміти буквальне значення слів, а й враховувати контекст та інтерпретувати приховані настрої. Ця здатність – особливо важлива в аналізі комунікацій, де контекст часто визначає справжнє значення повідомлення. Незалежно від того, чи йдеться про виявлення

[1] Köstler, L., Ossewaarde, R. (2022). The making of AI society: AI futures frames in German political and media discourses. *AI & Soc*, 37, pp. 249–263. Retrieved via: https://doi.org/10.1007/s00146-021-01161-9

[2] Marcello, M. Mariani, Rodrigo, Perez-Vega, Jochen, Wirtz (2021), AI in marketing, consumer research and psychology: A systematic literature review and research agenda, Psychology & Marketing, 09 December. https://doi.org/10.1002/mar.21619

сарказму у постах соціальних мереж або ідентифікацію нових трендів у публічних дискурсах, моделі ШІ, обладнані *NLP*, чудово дають раду з розшифруванням тонкощів людського спілкування. Опдал та ін. (2023) зазначають, що ці технологічні досягнення можна застосувати в журналістиці, що означатиме суттєву зміну у способі збирання, обробки та поширення інформації[3].

Отже, як ми бачимо, інтеграція ШІ в аналіз комунікацій впливатиме на журналістику і зв'язки з громадськістю, тому, використовуючи потенціал ШІ, важливо враховувати етичні аспекти: технологічні досягнення мають відповідати принципам довіри, відповідальності та позитивного впливу на суспільство.

*Методологічна основа дослідження***.** В основу дослідження покладено експеримент, для якого ми відібрали повідомлення трьох інформаційних агенцій у травні-липні 2023. Йшлося про саміт країн БРІКС у Південно-Африканській республіці, проведення якого було заплановане на 22-24 серпня 2023 р. Тут доцільно згадати, що цей саміт – п'ятнадцятий в історії згаданої організації. Традиційно у ньому планували взяти участь глави держав-засновниць – Бразилії, Індії, Китаю та Південної Африки, за винятком Російської Федерації, оскільки Президент Путін не зважився прилетіти до Йоганесбургу через побоювання бути заарештованим. Пікантності цій ситуації додає та обставина, шо перший саміт цієї організації відбувався саме в Росії. Отже проблемним поментом організації саміту була дилема, з якою зіткнувся Президент РФ Володимир Путін з огляду на ордер Міжнародного Кримінального суду. Ордер було видано у березні 2023 р. у зв'язку з підозрою участі пана Путіна у воєнному злочині.

Вибірку складають 19 публікацій з міжнародних інформаційних агенцій Reuters, ТАСС (бралася до уваги англомовна версія російської новинної агенції – *TASS*), Українська новинна агенція Укрінформ (англомовна версія – *Ukrinform).* Як бачимо, серед відібраних джерел є найбільші інформаційні агенції країн антагоністів – України і РФ. Припускаємо, що інформаційні агенції країн, які перебувають у стані війни, можуть дещо упереджено висвітлювати певні чутливі теми і порушувати журналістські стандарти. Тому ми обрали також контрольне джерело новин (для порівняння з першими двома) – британську міжнародну агенцію *Reuters*, відому неупередженим та об'єктивним висвітленням подій. Далі у процесі експерименту ми пропонували двом системам штучного інтелекту виявити можливі упередження у подачі новин. І лише на наступному етапі дослідження залучено оцінку висновків штучного інтелекту, яку дала людина (автор дослідження) із застосуванням логічного аналізу, зокрема проведення кореляції висловлювань ШІ та основних положень кодексів журналістської етики. Отже, основну частину дослідження проводили наче на двох рівнях:

1. Оцінка повідомлень двома різними системами ШІ;
2. Оцінка висновків ШІ безпосередньо дослідником.

Як уже згадувалось вище, на початку було відібрано всі матеріали згаданих новинних агенцій на обрану тему з травня по липень 2023. Цю вибірку було запропоновано проаналізувати двом системам штучного інтелекту – *Claude* та *Google-*

[3] Opdahl, Andreas L; Tessem, Bjornar; Dang-Nguyen, Duc-Tien; Motta, Enrico; Setty, Vinay; Throndsen, Eivind; Tverberg, Are and Trattner, Christoph (2023). Trustworthy journalism through AI. Data & Knowledge Engineering. Retrieved via: https://dl.acm.org/doi/10.1016/j.datak.2023.102182

PaLM – у контексті дотримання журналістських стандартів у їхньому хрестоматійному розумінні.

На початку експериментатор звертався до генеративного ШІ з пропозицією проаналізувати 18 відібраніих текстів стосовно відповідності таким базовим принципам журналістської етики, як *правдивість, точність, об'єктивність неупередженість, чесність, відповідальність та мінімалізація можливої шкоди від публікації.* Згадані принципи було узгоджено з облома програмами ШІ. Тобто обидві програми – *Claude* та *Google-PaLM* – підтвердили важливість перелічених етичних журналістських стандартів. На наступному етапі ми почергово подавали обом програмам ШІ окремо тексти Reuters, ТАСС та Укрінформ. Щоразу ставилося завдання проаналізувати запропоновані тексти на відповідність з попередньо узгодженими обома системами ШІ журналістськими стандартами.

На початку ми також описали для ШІ загальний контекст повідомлень, тобто задали відповідний промт:

«Проаналізуй ці журналістські матеріали на відповідність до згаданих журналістських стандартів. Усі матеріали тією чи іншою мірою пов'язані з дилемою, з якою зіткнулася Південно-Африканська Республіка, яка була організатором і господарем саміту BRICS. Як підписант і учасник Міжнародного Кримінального Суду, який видав ордер на арешт президента РФ Путіна, ПАР зобов'язана заарештувати Володимира Путіна як воєнного злочинця, тільки-но він опиниться на її території. У результаті Володимир Путін вирішив відмовитися від участі у саміті. Твоє завдання – проаналізувати подані матеріали з медіа і визначити, чи ця ситуація висвітлювалась об'єктивно, відповідно до професійних стандартів журналістики» (https://poe.com/s/Em1UWthVup0NQvZEwUnP).

Результати

Виклад основного матеріалу дослідження

Reuters

Відповідаючи на пропозицію експериментатора проаналізувати запропоновані матеріали *Reuters*, *Google-PaLM* видав текст, у якому цілком схвально оцінювалися всі матеріали стосовно дотримання професійних журналістських стандартів:

«Статті *Reuters* про дилему Південної Африки щодо проведення саміту БРІКС базуються на точних фактах. Вони надають вичерпний огляд ситуації, включно з юридичними наслідками зобов'язань Південної Африки як підписанта Римського статуту Міжнародного кримінального суду (МКС). Статті також містять цитати південноафриканських чиновників та прес-секретаря Путіна, що допомагає подати збалансоване та об'єктивне бачення ситуації. Статті видаються неупередженими, не стають ані на чий бік у дебатах про те, чи повинна Південна Африка проводити саміт, і надають збалансовану точку зору на аргументи «за» і «проти» (https://poe.com/s/gsR2g3ji4T4CZqHh0c9d).

Подібно, цілком позитивно, висловлюється і *Claude*:

«Інформаційні матеріали *Reuters* подають фактичну інформацію та різні точки зору від південноафриканських чиновників Кремля та зовнішніх експертів. Широко використовуються прямі цитати. Мова нейтральна та відсторонена за тоном, без ознак запальності чи упередженості. Надано відповідний контекст щодо саміту БРІКС, ордера на арешт Путіна, дилем Південної Африки та її заявленої нейтральної позиції.

Статті оновлюються з появою нової інформації, демонструючи точність та своєчасність» (https://poe.com/s/JMYIF4ezE8BgGSpCUjty).

Укрінформ

Далі для аналізу ШІ було представлено матеріал української новинної агенції «Саміт БРІКС та контроверсійна поведінка Путіна»:

Google-PaLM: «Це добрий матеріал. Він написаний чітко та лаконічно. Інформація точна та актуальна. Матеріал має належні джерела та пропонує збалансований погляд на тему» (https://poe.com/s/HOZkegpl17jcqE7QnnHM).

Дещо ширшу відповідь надав *Claude:* «На основі єдиної статті з Укрінформ, у мене недостатньо інформації, щоб зробити остаточну оцінку якості їхнього репортажу щодо цієї теми. Проте, ось кілька спостережень щодо самої статті: вона, схоже, базується на фактах, коли покликується на коментарі президента Південної Африки щодо особистої участі Путіна в саміті БРІКС, містить посилання на інші авторитетні джерела, як-от *The Times*, для додаткової інформації. Вона надає відповідний контекст щодо ордера на арешт Путіна Міжнародним кримінальним судом. Стиль нейтральний та об'єктивний. Ця конкретна стаття відповідає базовим стандартам достовірної журналістики. Однак, щоб по-справжньому оцінити якість та об'єктивність висвітлення аґенцією Укрінформ цієї теми, мені потрібно буде проаналізувати більшу вибірку їхніх статей за певний період часу» *(https://poe.com/s/lJdPCfHQwjoTQY10MUcv).*

Висловлювання ШІ про матеріали ТАСС:

Claude загалом схвально висловився щодо матеріалів російської новинної агенції:

«Ось мої спостереження стосовно того, наскільки відповідає стандартам якісної журналістики серія статей від TASS про саміт БРІКС та про дилему Південної Африки щодо потенційної участі Путіна.

Правдивість. Інформаційні матеріали, здається, подають фактичну інформацію без фабрикації, використовують для ключових деталей відповідні джерела.

Точність. Факти – достеменні, без очевидних помилок. Цитування згідно з приписаними джерелами.

Об'єктивність. Репортаж здається об'єктивним та нейтральним за тоном. Виявлено мало упередженості.

Безсторонність. Статті не віддають перевагу жодній конкретній стороні. Включено перспективи Південної Африки, Росії та Міжнародного кримінального суду. Там, де це доречно, подано різні погляди. Статті не пропускають критичних для розуміння деталей.

Відповідальність. ТАСС – це державна російська інформаційна агенція, що варто враховувати, коли йдеться про оцінку відповідальності та потенційних конфліктів інтересів.

Обмеження шкоди. Я не помітив жодних очевидних порушень тут. Нічого з включеного не здається безпідставним і таким, що може завдати шкоди.

Підсумовуючи, варто сказати, що серія статей загалом демонструє дотримання базових стандартів якісної журналістики. Звісно, державні зв'язки TASS варто враховувати при оцінці безсторонності та відповідальності. Але, якщо брати до уваги вибірку, то висвітлення дилеми саміту БРІКС і того, що стосується Путіна, здається

розумним та об'єктивним. Для остаточної оцінки потрібно проаналізувати більший обсяг контенту ТАСС» (https://poe.com/s/aUqwTtLJfx7uF7V2xH3R%20).

Втім, у цьому пункті тестовані системи ШІ розійшлися в поглядах стосовно повідомлень російської новинної агенції. На відміну від загалом позитивної оцінки *Claude, Google-PaLM* зайняв іншу позицію:

«Статті написали російські державні медіа, відомі своєю упередженою та неточною інформацією. Наприклад, у статті стверджується, що Росія не вчиняє воєнних злочинів в Україні, незважаючи на переконливі докази протилежного. Також не згадується, що Росія є членом Міжнародного кримінального суду (МКС), який видав ордер на арешт Путіна у березні за звинуваченнями у воєнних злочинах. Також не згадано, що Південна Африка є членом МКС, і була б зобов'язана заарештувати Путіна, якби він відвідав саміт. Це значний недолік, оскільки очевидно, що Путін не зміг би відвідати саміт, якби Південна Африка знала про ордер на його арешт. Загалом, ці статті не можна вважати об'єктивними, вони не надають правдивого та точного звіту про ситуацію» (*https://poe.com/s/WDjSBTVBcj39ZePqFNS8*).

Як бачимо, присуд *Google-PaLM* – доволі суворий і суттєво відрізняється від висновків Claude. У своїх міркуваннях *Google-PaLM* відштовхується від думки, що «статті написали російські державні медіа, відомі своєю упередженою та неточною інформацією». Оскільки це перше речення тексту, який ми отримали від *Google-PaLM ,* то може складатися враження, що свої міркування згадана система ШІ будує не на аналізі запропонованих експериментатором матеріалів, а передусім бере до уваги зіпсовану репутацію російських державних медіа. Ми вирішили поглибити тему розмови.

Експериментатор: *Ще одне уточнення. Ви сказали вище, що «Статті також не згадують, що Росія є членом Міжнародного кримінального суду (МКС)». Однак, за моєю інформацією, РФ вийшла з Римського статуту в 2016 році і тому не є членом Міжнародного кримінального суду. Чи можете ви уточнити цей момент?*

Google-PAlm: *Ви маєте рацію, Росія вийшла з Римського статуту в 2016 році. Однак, Росія все ще є членом Міжнародного кримінального суду за принципом «універсальної юрисдикції». Це означає, що МКС все ще може переслідувати осіб з Росії за злочини проти людяності, воєнні злочини та геноцид, навіть якщо Росія не є стороною Римського статуту (https://poe.com/s/JwqlGBjaYB9598EgCuhD).*

Далі, задля поглиблення розмови, ми просили обидві системи ШІ відповісти на питання стосовно великої кількості матеріалів ТАСС, присвячених цій темі:

Експериментатор: Бачимо, що серед трьох інформаційних агентств, які ми проаналізували, російське агентство TASS присвятило найбільше матеріалів темі БРІКС – 12. Це більш ніж удвічі перевищує кількість матеріалів *Reuters* (5). Як можна пояснити таку увагу російської державної агенції до цієї теми? (https://poe.com/s/ZzMk67xIfHLwtEvkHDGQ).

***Google-PAlm*:** Російська державна агенція ТАСС присвятила найбільше матеріалів темі БРІКС, тому що Росія є одним із засновників організації та має особисту зацікавленість у її успіху. Країни БРІКС також є важливими торговельними партнерами для Росії, і організація стала платформою для Росії для просування своїх інтересів на світовій арені (https://poe.com/s/Jcn12mrb339i6FgXG8Kh).

Детальніше на це питання відповів ***Claude***: «Є кілька можливих причин, чому російська державна інформаційна агенція ТАСС приділила більше уваги БРІКС, ніж Reuters:

BRICS – це асоціація провідних економік, що розвиваються, до якої входить Росія. Як член цієї асоціації, Росія, ймовірно, хоче сприяти та формувати більш позитивну, сприятливу розповідь про БРІКС. Оскільки Росія останніми роками стала більш ізольованою від Заходу, у неї з'явились стимули до підтримки багатосторонніх груп, де вона має вплив, наприклад БРІКС. Висвітлення БРІКС відповідає ширшому прагненню Росії бути визнаною як велика світова держава та ключовим гравцем у багатополярних інституціях. Сприяння БРІКС, відповідно, зрозуміле. Росія, ймовірно, хоче використати свої державні медіа, щоб зобразити БРІКС як успішну та продуктивну групу на противагу західній характеристиці, яка часто більш критична. Політичні та економічні відносини між Росією та іншими членами БРІКС, особливо Китаєм та Індією, важливі для Кремля. Широке висвітлення БРІКС допомагає зміцнити ці двосторонні зв'язки. Отже, ґрунтовне висвітлення БРІКС через ТАСС, схоже, спрямоване на підтримку геополітичних інтересів Росії та відносин із ключовими партнерами, як-от Китай. Reuters, як західне інформаційне агентство, не має такої самої мотивації (https://poe.com/s/w9HxUQp5F20QI20guLdp).

Таким чином, ми отримали додаткову інформацію, яка пояснює особливу увагу Москви до БРІКС. Це означає, що генеровані ШІ дані можуть брати до уваги політичний контекст подій. І хоча Claude виявився менш критичним в оцінці роботи ТАСС, однак, як ми побачили після уточнюючих запитань експериментатора, обидві системи ШІ визнають, що діяльність ТАСС лежить у площині геополітичних інтересів РФ.

Claude також звертає увагу на те, що «ТАСС робить особливий акцент на фреймуванні саміту БРІКС у дружній для Кремля спосіб. Водночас *Claude* виправдовує російську новинну агенцію тим, що, мовляв, будь-якому державному медіа «складно домогтися правдивої об'єктивності».

Далі ми спробували надати розмові дещо більшої гостроти.

Експериментатор: Добре. Ще кілька уточнюючих запитань. Чи погоджуєтеся ви з думкою, що на основі тону проаналізованих публікацій, включно із заголовками, Кремль зробив серйозну ставку на поїздку Путіна до Південно-Африканської Республіки? Зокрема, для того, щоб показати включення Російської Федерації у міжнародні справи, продемонструвати відсутність міжнародної ізоляції, незважаючи на агресивну, несправедливу і жорстоку війну, розв'язану Російською Федерацією. Для цього Путіну були потрібні гарантії імунітету від арешту («Кремль сподівається, що його партнери по БРІКС не керуватимуться нелегітимними рішеннями МКС», «Арешт Путіна за наказом МКС рівнозначний оголошенню війни проти Росії – Рамафоса» та інші). Однак президент Рамапоса не надав таких гарантій. Це могло стати великим розчаруванням для Кремля. Це навіть викликало обурення («Усім зрозуміло, що означає спроба зв'язатися з Путіним: Кремль про ордер на арешт від МКС»). Можливо, саме тому Путін відмовився не тільки приїхати, побоюючись арешту, але навіть від запланованого виступу онлайн («Путін візьме участь в усіх сесіях саміту БРІКС онлайн – шеф Південної Африки»). Доказом такого збентеження Кремля може бути той факт, що ТАСС більше не надає жодної інформації про перебіг саміту БРІКС 23-24 липня (і, до речі, в цьому також можна побачити упередженість ТАСС як

інформаційної агенції). Натомість, вже після завершення саміту БРІКС, не згадуючи його, 24 липня ТАСС надає інформацію про наступний захід, який вже відбудеться в Росії («Президент ПАР очолить делегацію своєї країни на саміті Росія-Африка»). Хіба вам не здається, що такий порядок публікацій може свідчити про розчарування та збентеження Кремля і спробу маніпулятивно «заблокувати» неприємне враження від провалу на саміті БРІКС?

Google-PaLM: «Я погоджуюся з вашою оцінкою. Кремль явно зробив серйозну ставку на поїздку Путіна до Південної Африки, і його відсутність стала для них великим розчаруванням. Також очевидне обурення Кремля через ордер на арешт від МКС. Те, що ТАСС більше не надає жодної інформації про перебіг саміту БРІКС, – це додатковий доказ збентеження Кремля» (https://poe.com/s/XCKTekG8Wic4hec8jjqf).

Інший, докладніший, погляд запропонував на це питання *Claude*:

«У мене недостатньо контексту, щоб робити остаточні висновки щодо мотивів чи емоцій Кремля стосовно участі Путіна в саміті БРІКС. Заголовки та висвітлення у медіа іноді можуть перебільшувати або спекулювати на політичних мотивах. Для того, щоб зробити чіткіші висновки, необхідно мати більше неупереджених доказів та аналіз від експертів, які добре знаються на нюансах зовнішньої політики Росії. Однак, можна зробити деякі загальні спостереження: логічно, що Путін і Росія хотіли б продемонструвати залученість у міжнародну спільноту, попри напруженість через ситуацію в Україні. Участь у БРІКС дає змогу Росії показати, що вона все ще має стосунки з основними країнами, що розвиваються. Уникнення арешту, ймовірно, було важливим фактором, але не обов'язково єдиним або основним. Існує чимало складних чинників, що впливають на високорівневі дипломатичні зустрічі. Перехід від особистої присутності Путіна до віртуальної участі міг бути зумовлений різними практичними причинами, а не тільки потенційним арештом. Логістика подорожей для лідерів доволі складна. Відсутність висвітлення саміту можна пояснити іншими пріоритетами в новинах на той час. Робити висновки про маніпулятивні наміри – це спекуляція без додаткових доказів. Взагалі, важливо збирати інформацію з різноманітних джерел та з різних перспектив перед формуванням чітких висновків про політичні мотиви та інтриги, які зазвичай доволі складні» (https://poe.com/s/4l5F6bgNFD6Z3n62ytE1).

Як бачимо, *Claude* тут обережніший в оцінках і не схильний однозначно негативно оцінювати роботу російської новинної агенції у цьому кейсі.

Нарешті останнє питання, яке ми поставили, стосувалося повернення до теми професійної журналістської етики на основі проведеного ШІ аналізу.

Експериментатор (до *Google-PaLM*):

Ви написали: «Той факт, що ТАСС більше не надає жодної інформації про перебіг саміту БРІКС, є додатковим доказом збентеження Кремля». Якщо ТАСС навмисно не надає інформації про саміт БРІКС, тобто про подію, щодо якої раніше подавали десятки матеріалів, чи є це порушенням професійної журналістської етики? (https://poe.com/s/XnGqZIevAc89emeC1lgQ).

Google-PaLM: Я вважаю, що це порушення професійної журналістської етики. Журналісти мають надавати інформацію про важливі події, незалежно від того, є вони позитивними чи негативними для уряду (https://poe.com/s/ClTB4cscFFhDdqLxy3on).

Як бачимо, погоджуючись з твердженням про порушення професійної етики в роботі російської агенції ТАСС, *Google-PaLM* фактично йде врозріз з деякими сво-

їми початковими твердженнями, у яких він схвально відгукується стосовно дотримання ТАСС журналістських стандартів.

Що стосується *Claude*, то ця система ШІ на аналогічне питання експериментатора відповіла багатозначніше.

«Claude: Насправді у мене замало контексту, щоб зробити остаточний висновок про те, чи є описане висвітлення порушенням журналістської етики. Спиратися в основному на офіційні урядові джерела не можна вважати, по суті, неетичним, але це може призвести до спотвореного або однобокого висвітлення, якщо не враховано критичні зовнішні перспективи. Однак для державних мадіа доступ до джерел може бути обмеженим. Подання новин у спосіб, що слугує політичним інтересам уряду, викликає питання щодо етичності, але державні медіа часто мають мандат представляти свою країну в позитивному світлі. Надання неточної або оманливої інформації було б неетичним. Але у цьому випадку немає чітких прикладів фальсифікацій. Контекст має значення – що таке ТАСС? Які зв'язки цієї агенції з урядом? Який пресинг вона відчуває? Від державних медіа можна очікувати більшої упередженості, ніж від незалежних. Упередженість може відображати інституційні обмеження, а не етику деяких журналістів. Порушені питання можуть свідчити про системну упередженість більше, ніж про індивідуальні порушення» (https://poe.com/s/yTQTCNWpN4w8w4Yyl76G).

Проте, це не дає нам підстав стверджувати, що до оцінки роботи ТАСС має застосовуватися якась особлива професійна етика з послабленими вимогами. Експериментатор висловив ці міркування у чаті з Claude (https://poe.com/s/WY49kMhBzRdwxEyrLg42) і отримав таку відповідь:

«Ваші зауваги цілком справедливі. Я погоджуюся, що журналістська етика повинна застосовуватись послідовно в усіх новинних організаціях. Моя мета не полягала в тому, щоб виправдати або по-релятивістськи оцінювати погані журналістські практики, а швидше застерегти від занадто жорстких висновків на основі обмежених доказів. Усі новинні організації, включно з державними, як-от ТАСС, мають дотримуватись етичних стандартів: об'єктивності, відсутності упередженості та прозорості. Водночас контекст має значення. Державні медіа часто стикаються з політичним тиском, з яким повністю незалежні видання не зіштовхуються. Цей контекст може пояснити упередженість, але не виправдати її. Підсумовуючи, хочу сказати, що ваші зауваження цілком справедливі. Відповідальність державних медіа важлива. Критика медіа – потрібна, але вимагає врахування контексту. Дякую, що спонукаєте мене уточнити та зміцнити свою позицію».

Як бачимо з відповіді, Claude дещо змінив своє трактування роботи ТАСС, зокрема повідомив, що визнає порушення етичних журналістських стандартів в роботі російської новинної агенції. І хоча ця система ШІ не виправдовує згаданих порушень, проте схильна знаходити для них пояснення у тісніших зв'язках з інтересами держави.

Отже, на відміну від *Google-PaLM, Claude* уникає визнання своєї помилки, намагаючись виправдати ТАСС з огляду на його державний профіль. У цьому разі доречно уточнити, чи ми повинні, за логікою Claude, диференціювати професійну журналістську етику на два різновиди: один – для незалежних комерційних медіа, і другий – для державних. Тобто, у разі, якби «етично сумнівні» дії робив, скажімо, Fox News чи Reuters, то це недопустимо. Але якщо таке робить ТАСС, то щодо цієї

агенції діють інші правила. Тобто ми отримуємо мультивимірну журналістську етику. Та сама дія в одному вимірі є «етично сумнівною», а в іншому – прийнятною. Чи не призводить такий підхід до релятивізації журналістської етики? При цьому варто взяти до уваги, що *Reuters* після початку російської агресії в Україні видалив ТАСС зі свого бізнес-порталу для клієнтів на тлі наростання критики щодо того, як російська державна інформаційна агенція висвітлювала війну в Україні. Це і не дивно, оскільки надання контенту ТАСС на Reuters Connect не відповідає етичним принципам довіри *Thomson Reuters*. З іншого боку, ТАСС теж має на своїй інтернет-сторінці «Етичний кодекс професійної поведінки співробітників», у якому йдеться про важливість дотримання принципу об'єктивності і уникнення конфлікту інтересів. Можливо, наявність такого кодексу вплинула на появу більш лояльної оцінки ТАСС з боку двох систем ШІ на початковому етапі нашого експерименту. Проте зміна оцінок у ході експерименту і посилення більш критичного ставлення до ТАСС свідчить про спроможність ШІ простежити різницю між вдаваною відданістю етичним принципам і реальною діяльністю, яка ці принципи порушує. Одна з двох систем ШІ, *Claude* (порівняно з *Google-PaLM*), виявила суттєвий рівень послідовності і наполегливості у відстоюванні своєї позиції.

Обговорення і висновки

Підсумовуючи, скажемо, що обрані для дослідження системи ШІ здатні проводити аналіз повідомлень медіа на базовому рівні, зокрема щодо їхньої відповідності професійним стандартам журналістики. Проте обидві системи (*Claude* та *Google-PaLM*) на початку експерименту – без підказок експериментатора – не зауважили дуже важливої (у контексті журналістських стандартів) особливості роботи російської новинної агенції ТАСС – спроби подати політику Кремля у вигідному висвітленні, намагання маніпулювати споживачем інформації через замовчування дипломатичних невдач і перемикання уваги читача на іншу, «позитивну», з точки зору Кремля, подію. Характер і кількість (набагато більше, ніж в інших новинних агенцій) матеріалів ТАСС, які присвячено цій темі, свідчать про помітне бажання московських дипломатів домогтися від ПАР гарантованого дипломатичного імунітету від можливого арешту президента РФ. Втім, першопочаткова нездатність генеративного ШІ без спрямованого впливу експериментатора зауважити такі й інші, схожі, особливості зумовлена обмеженнями в тому, щоби брати до уваги не тільки безпосередній текст як об'єкт дослідження, але й також його політичний контекст. Обидві ШІ системи врешті «помітили» той факт, що відмова Путіна приїхати на саміт БРІКС і небажання виступити на саміті онлайн – це очевидна дипломатична невдача Кремля. Але це сталося тільки після того, як експериментатор привернув увагу ШІ до деяких особливостей подачі інформації ТАСС і цитат, які на початковому етапі залишилися непоміченими з боку ШІ. Отже, якщо йдеться про дотримання журналістських стандартів у їхньому класичному розумінні – правдивість, точність, об'єктивність, неупередженість, справедливість, відповідальність та обмеження шкоди – то принаймні три з цих вимог (правдивість, об'єктивність, неупередженість) було порушено.

Не виключено, що вдосконалені версії генеративного ШІ будуть спроможні на глибший аналіз медіа, у якому братимуться до уваги політичний, соціальний чи культурний контексти публікацій.

Матеріал дослідження

Reuters

Putin discusses grain deal, awkward BRICs summit with Ramaphosa, By Mark Trevelyan, 07.15.2023. https://www.reuters.com/world/putin-discussed-grain-deal-african-peace-plan-with-safricas-ramaphosa-kremlin-2023-07-15/

South Africa says Putin to stay away from BRICS summit, By Nellie Peyton and Anait Miridzhanian, 07.19.2023. https://www.reuters.com/world/south-africa-putin-will-not-attend-brics-summit-by-mutual-agreement-2023-07-19/

Kremlin says it did not tell S. Africa that Putin arrest would mean war, 07.19.2023. https://www.reuters.com/world/europe/kremlin-says-it-did-not-tell-safrica-that-putin-arrest-would-mean-war-2023-07-19/

More than 40 nations interested in joining BRICS, South Africa says, By Tim Cocks, 07.20.2023. https://www.reuters.com/world/more-than-40-nations-interested-joining-brics-south-africa-2023-07-20/

South Africa to host BRICS summit despite Putin arrest warrant By Carien du Plessis, 07.29.2023. https://www.reuters.com/world/south-africa-host-brics-summit-despite-putin-arrest-warrant-2023-06-29/

Ukrinform – Ukrainian National News Agency

Putin to attend BRICS summit – South African president. 07.14.2023. https://www.ukrinform.net/rubric-polytics/3735812-putin-to-attend-brics-summit-south-african-president.html

TASS – Russian news agency

Moscow not planning to bow out of BRICS summit in South Africa – source, 05.26.2023. https://tass.com/politics/1623567

Kremlin hopes its BRICS partners will not be guided by illegitimate ICC decisions, 05.30.2023. https://tass.com/politics/1625069

Immunities for BRICS participants in South Africa not to override international warrants, 05.30.2023. https://tass.com/world/1624931

Russian, South African leaders discuss preparations for BRICS, Russia-Africa summits, 06.7.2023. https://tass.com/politics/1629167

Putin, South African president discuss preparations for upcoming BRICS summit – Kremlin, 06.21.2023. https://tass.com/politics/1635897

Putin's format of participation in BRICS summit in South Africa still undecided – Kremlin, 07.11.2023. https://tass.com/politics/1645231

Putin holds phone talk with South African counterpart Ramaphosa – Kremlin, 07.15.2023. https://tass.com/politics/1647331

South African leader informs Putin of preparations for BRICS summit – Kremlin, 07.15.2023. https://tass.com/politics/1647277

Arresting Putin under ICC order equal to declaration of war against Russia – Ramaphosa, 07.18.2023. https://tass.com/world/1648663

Putin to eschew attending BRICS Summit in Johannesburg – South African presidential office, 07.19.2023. https://tass.com/politics/1649025

Clear to everyone what it means to try to mess with Putin': Kremlin on ICC arrest warrant, 07.19.2023. https://tass.com/politics/1649007

Russia's Putin to participate online in all BRICS summit sessions – South Africa's sherpa, 07.20.2023. https://tass.com/politics/1649517

South African president to lead his country's delegation to Russia-Africa summit, 07.24.2023. https://tass.com/politics/1651023

REFERENCES

1. Köstler, L., Ossewaarde, R. (2022). The making of AI society: AI futures frames in German political and media discourses. *AI & Soc*, 37, 249–263. Retrieved via: https://doi.org/10.1007/s00146-021-01161-9
2. Marcello M. Mariani, Rodrigo Perez-Vega, Jochen Wirtz, AI in marketing, consumer research and psychology: A systematic literature review and research agenda, Psychology & Marketing, 09 December 2021 https://doi.org/10.1002/mar.21619
3. Opdahl, Andreas L; Tessem, Bjornar; Dang-Nguyen, Duc-Tien; Motta, Enrico; Setty, Vinay; Throndsen, Eivind; Tverberg, Are and Trattner, Christoph (2023). Trustworthy journalism through AI. Data & Knowledge Engineering. Retrieved via: https://dl.acm.org/doi/10.1016/j.datak.2023.102182

THE USE OF AI IN THE ANALYSIS OF MEDIA STREAMS: OPPORTUNITIES AND LIMITATIONS

Borys Potyatynyk
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: borys.potyatynyk@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-7828-036X

The article addresses the relevant topic of using artificial intelligence (AI) in journalism, particularly its role in assessing the quality of media communications. The author explores AI's potential in identifying breaches of journalistic standards through the analysis of BRICS summit coverage in international, Ukrainian, and Russian media outlets such as Reuters, Ukrinform, and TASS. For this purpose, AI models like Claude and Google-PaLM, capable of analyzing large volumes of text data, were utilized.

One of the key aspects of the research is to determine how effectively AI can serve as a "watchdog" for journalism, helping to detect misinformation, bias, and violations of ethical standards. The analysis demonstrated that AI can successfully identify basic violations, such as a lack of balance in event coverage or the use of manipulative techniques. However, AI models have limitations related to understanding the political and sociocultural context, which affects text interpretation.

The author also highlights AI's future potential, noting that technologies continue to evolve. It is anticipated that improvements in AI models can enhance the quality of media content and ensure greater transparency in journalism. However, the importance of adhering to ethical norms and the necessity of human oversight in these processes are emphasized to prevent misuse and distortions.

The article concludes that while the use of AI in journalism offers both advantages and challenges, it requires further research and discussion. AI can become a valuable tool for media organizations, but its implementation must be approached cautiously, taking into account potential implications for society and democratic processes.

Keywords: Artificial Intelligence (AI); Journalism Ethics; Media Analysis; Misinformation Detection; BRICS Summit Coverage; Ukrinform; TASS; Reuters.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 75–81
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 75–81

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 75–81 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13291

УДК 070.48:[004.738.1:070.48](477.44)

МІЖ ПРЕСОЮ ТА КІБЕРПРОСТОРОМ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ГАЗЕТИ ТА ВЕБСАЙТУ «33-Й КАНАЛ»

Ірина Одобецька
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського,
вул. К. Острозького, 32, 21001, Вінниця, Україна
e-mail: odobetska99@gmail.com
https://orcid.org/0009-0006-2265-1842

У статті подано результати порівняльного аналізу регіональної газети «33-й канал» та її вебсайту, проаналізовано особливості обміну контентом між друкованим виданням і вебсайтом, схожості й відмінності у структурі журналістських публікацій, а також наведено порівняння ієрархії важливості проблематики публікацій, жанрологію.

Ключові слова: порівняльний аналіз, газета, жанри преси, вебсайт, дизайн, інтернет-ресурс.

Постановка проблеми. Постійний спад продажів і читацької активності преси змушує видавців активізувати свою присутність у мережі «Інтернет». Міграція з видавництва до кіберпростору є відповіддю на зміну звичок читачів та рекламодавців.

Преса присутня у віртуальному просторі у різних формах. Інтернет-сайти та електронні видання мають заголовки, які є певним (хоча електронним) еквівалентом паперової версії, проте збагачені мультимедійними матеріалами. Разом із розвитком сучасних технологій цифрові видання були адаптовані для читання на різних пристроях: комп'ютерах, планшетах, смартфонах та електронних книжках. Контент також доступний у мобільних додатках та розсилках новин, а комунікація із читачами стала доступною в соціальних медіа[1].

Теоретичне підґрунтя дослідження. Деякі теоретичні та практичні аспекти газетного видання і його онлайнового втілення вивчали, зокрема, такі дослідники, як І. Андрусяк, В. Гандзюк[2], Л. Зайко, О. Кучерова, І. Чорна, В. Здоровега[3], В. Різун, М. Тимошик, Б. Потятиник та інші.

[1] Чічановський, А. А. (2010), «Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем». Київ, 586 с.

[2] Гандзюк, В. О. (2024), «Специфіка оформлення та структура молодіжного онлайн-видання «KULTMAGAZINE»», *Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі»* (м. Запоріжжя,14–15 травня 2024р.), НУ «Запорізька політехніка», Запоріжжя, с.124-127.

[3] Здоровега, В. Й. (2004), «Теорія і методика журналістської творчості», 2-ге вид. Львів, 268 с.

© Одобецька І., 2025

Методологічна основа дослідження. У дослідженні використано такі методи: теоретичний – для з'ясування стану функціонування та актуальності друкованих та онлайн-медіа; системно-структурний аналіз – для проведення системного аналізу Вінницької обласної газети «33-й канал»; структурно-типологічний – для вивчення контенту і структури газети та її онлайнової версії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Газети та їхні різноманітні віртуальні форми взаємодіють, що є проявом конвергенції медіа. Це також впливає на організацію роботи редакцій та на журналістів, які зазвичай готують матеріали і для друкованих видань, і для інтернету, оскільки «лише декілька медіа можуть дозволити собі розділення newsroom на частину, що створює традиційний контент, і частину, що працює в інтернеті»[4].

Різність газети і її вебсайту полягає не лише у властивостях самого медіа, але й у способі подання контенту та його ієрархії. Газета як джерело інформації для інтернету, надає матеріали, які можуть бути згодом розповсюджені і стати підставою для обговорення онлайн. З іншого боку, вебсайт може бути місцем, де публікуються новини швидше, ніж у друкованому варіанті газети, а також містити ексклюзивний контент, який не потрапляє до друку.

Видання у паперовому форматі може живити вебсайт новинами, які доступні в обох форматах, але також може містити контент, який залишається ексклюзивним для друку. Зокрема, в інтернет-середовищі можуть бути опубліковані новини, які не встигли потрапити до друку, а також спеціальний контент, призначений для онлайн-аудиторії[5].

Однак обидва медіа можуть мати схожі тематичні розділи, тематику, проте спосіб подання та взаємодія з аудиторією можуть відрізнятися залежно від контексту.

«33-й канал» – одна з найтиражніших газет Вінниччини та центру України, а заснували її співробітники редакції та Вінницька обласна асоціація редакторів ВОГО «Центр захисту журналістів». «33-й канал» із січня 1992 року виходив як додаток до газети «Третій поверх», а з січня 1993 р. – самостійне видання – обласна щотижнева газета. У перших номерах розміщували здебільшого інформацію розважального, бульварного плану, але дуже швидко газета стала одним з найулюбленіших часописів, тому що в ній висвітлювали злободенні проблеми жителів міста й області. Донедавна газета виходила з двома окремими додатками «Подільська радниця» і «Молодіжний вісник» (зараз «33-молодіжка» та «33-й Подільська радниця»)[6].

Згідно з опитуванням СЦ «Соціс», газета «33-й канал» – найпопулярніше видання Вінниччини серед інших масмедіа. Об'єднавши навколо себе прогресивних земляків, котрі поділяють позицію газети, редакційному колективу й досі вдається задовольняти їхні бажання, надаючи чергову порцію сенсаційних новин[7].

---

[4] Мацкевич, О. О. (2013), «Порівняння інтернет-ЗМІ та інших суб'єктів, що діють у сфері масової інформації», *Актуальні проблеми держави і права.* МОН України, НУ ОЮА. вип. 70, с. 202-209.

[5] Чічановський А. А. (2010), «Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем», Київ, 586 с.

[6] Офіційний сайт «33-й канал». ULR: https://33kanal.com

[7] «33-й канал», 2024, квітень-грудень.

Завдяки своїм резонансним публікаціям щотижневик увійшов до п'ятірки найбільш затребуваних друкованих видань Вінниччини. Довіра читачів забезпечує високий рейтинг газеті, що, власне кажучи, дає їй змогу успішно функціонувати.

Головним напрямком роботи є постійне інформування вінничан про події у місті та області в галузі економіки, політики, культури, освіти та про інші аспекти життєдіяльності.

Журналісти пишуть про те, що є близьким для читачів, що не залишить їх байдужими. Роблять постійний акцент на антикримінальній проблематиці. Таке своєрідне маніпулювання громадською свідомістю призводить до того, що читацька аудиторія поступово стає медіазалежною.

Щодо тематичного наповнення, то воно дещо різниться порівняно з контентом інших друкованих видань Вінниччини. Публікації в газеті специфічні, різняться не лише своєю яскравістю та сенсаційністю, а й також неординарністю і скандальністю.

Газета на своїх шпальтах не тільки відтворює політичні й економічні новини, висвітлює подробиці кримінальних історій, а й розповідає про культурне життя вінничан. Окреме місце відводиться публікаціям, присвяченим побутовим проблемам – з'ясуванню гострих стосунків із рідними, колегами, друзями.

Особливість тижневика полягає у тому, що медійники подають матеріали так, аби не залишити нікого байдужим до прочитаного, викликати емоції, змусити читачів говорити про суспільно вагомі проблеми та здобутки, поділяючи точку зору щотижневика.

Щодо структури самого видання, то варто зазначити, що це щотижневик. Формат – А3 (повнокольоровий друк). Наклад разового номера – 94 000 примірників. Обсяг – 32 сторінки. Сфера розповсюдження – місцева. За цільовим призначенням – суспільно-політичне видання.

Рубрикація газети: «Події, факти, коментарі», «Відкрита політика», «Кримінал», «З місця подій», «Україна і світ», «Культура», «Спорт», «Від читачів», «Поговоримо відверто», «Інтерв'ю», «Топ тижня», «Гороскоп», «Анекдоти»[8].

На перший погляд у публікаціях газети «33-й канал» немає нічого такого, чого б не було в інших друкованих виданнях. Адже такі газети, як «Вінниччина», «Вінницька газета», «Урядовий кур'єр» або ж, наприклад, «Газета по-українськи» також час від часу публікують на своїх шпальтах скандальні та резонансні матеріали. Але, на відміну від щотижневика «33-й канал», вони роблять це не так часто і зовсім під іншим кутом зору подають інформацію, дотримуючись журналістських стандартів.

Газета «33-й канал» досі не втратила прихильність читачів саме завдяки умінню подавати «смажені» факти такими, якими хочуть їх отримати читачі.

Воєнний стан в Україні завдав чималих збитків у галузі економіки, політики, культури, а найстрашніше те, що збройна боротьба між Росією та Україною забрала тисячі життів. З огляду на воєнні дії, що відбуваються на сході та півдні України, журналісти щотижневика «33-й канал» продовжують висвітлювати на своїх шпальтах тему героїзму українських бійців та політично-економічну ситуацію держави в цілому. Переважно в матеріалах, які стосуються воєнної тематики, журналісти тижневика намагаються не лише розповісти про саму ситуацію, а й розібрати її в деталях, часто виносячи на загал такі подробиці, яких можна було б уникнути.

[8] «33-й канал», 2024, квітень-грудень.

На шпальтах щотижневика простежується чимала кількість жанрів, котрі, порівняно із матеріалами інших друкованих видань, різняться своєю специфічністю та неординарністю.

Журналісти щотижневика «33-й канал» надають інформацію у вигляді заміток, кореспонденцій, репортажів, звітів, статей, коментарів, проводять власні журналістські розслідування.

Варто зауважити, що декілька років тому було створено інтернет-редакцію. Зміст електронної і паперової версій однаковий, але е-газета має більше наповнення. Відповідно, електронна версія газети має значний попит серед користувачів, адже новини потрапляють до читачів швидше і в зручній для перегляду формі. Мають популярність мобільні додатки, які дають змогу переглядати газету онлайн.

У соціальних мережах найбільшу активність редакція демонструє на Facebook (де діє з 2011 року) – регулярно публікується кілька постів на день у формі коротких текстів та посилань на сайт видання. Сторінка має 17 000 читачів (для порівняння, «Вінниччина» – 2000). Розсилки новин (як і мобільні додатки) містять обрані матеріали з інтернет-сайту, але вони надсилаються нерегулярно. Газета має власний Telegram-канал, який функціонує з лютого 2020 року. Наразі канал налічує понад 500 підписників. Газета інформує про свою присутність у віртуальному просторі на своїх сторінках – на кожній сторінці є адреса вебсайту, а на першій сторінці вказано адреси сторінок на Facebook та у Telegram[9].

Сайт має лаконічне оформлення, у білих та червоних кольорах, також має сучасний вигляд та зручну навігацію. Сторінка завантажується швидко та реагує на дії користувача, що якісно впливає на подальше користування сайтом. Сайт має вдалу SEO-оптимізацію: правильно налаштовані метатеги, ключові слова та інші елементи, що підвищує його видимість у пошукових системах, орієнтує користувача у розподілі та сприйманні інформації. Сайт оптимізований для роботи на різних розмірах екранів і на мобільних пристроях.

Сайт містить ключові вкладки та контактну інформацію (телефон, адреса, електронна адреса) редакції. Користувачі мають змогу на головній сторінці запропонувати власну новину. Після покликання на електронний мініатюрний зразок першої сторінки користувач переходить на сторінку, де розміщено форму зв'язку за адресою: https://33kanal.com/povidomiti-novinu. Там користувач може залишити новину (інформацію) на розгляд редакції.

У верхній частині сайту поряд із кнопкою «подати новину» розміщено покликання на додатки газети «33-молодіжка» та «33-й Подільська радниця», відео та блоги[10].

Основна частина сайту містить лаконічний знак-емблему газети та банерне повідомлення з текстом «Найтиражніша газета Вінниччини та центру України "33-й канал"». Поряд розміщено рядок пошуку. Під інформаційним банером розміщено 9 вкладок: «Новини» (головна), «Політика», «Економіка», «Вінниччина», «Культура», «Спорт», «Від читачів», «Історичний» та «Кулінарія».

Головну сторінку (новини) візуально поділено на декілька підрубрик: бачимо карусель фото з коротким інтерактивним заголовком. Зазвичай тут наведено п'ять найактуальніших новин тижня.

---

[9] Офіційний сайт «33-й канал». ULR: https://33kanal.com

[10] Там само.

Ліворуч розміщено «Останні новини часу»: актуальні новини протягом дня із зазначенням години розміщення (подається лаконічний заголовок або короткий опис одним реченням). Під останніми новинами є оголошення рекламного характеру, «гарячі новини», замітки, популярні серед читачів. Далі розміщено рубрику «Коментують»: публікації, які активно обговорюють (коментують) читачі. Цікава і рубрика «Блог», де редактори та журналісти розміщують власні історії, захопливі журналістські дослідження, нариси.

Центральна частина сторінки сайту газети, окрім вищезгаданої каруселі актуальних новин, містить рубрику «Шокуючі факти». Не залишає байдужими читачів рубрика «Фотогалерея "33-го каналу"» «Світ навколо нас» (рубрику розміщено на першій сторінці, попри те, що остання зміна датована 2018 роком), де подано світлини, авторами яких є користувачі сайту (читачі газети).

На сторінці розміщено публікації користувачів, новини від редакції на різну тематику, галерею ключових подій з активним посиланням на детальну інформацію. Власне, далі розміщено футер сайту з відповідним наповненням (контакти, дублювання стрічки з назвами рубрик, додається посилання на прайс послуг редакції).

Рубрика «Політика» містить політичні новини не лише Вінниці та області, але й країни загалом, а також міжнародні, світові. Онлайнове видання навіть подає переклад статті з «The New York Times».

Рубрика «Економіка» містить як актуальні новини економічної сфери, так і зрозумілі, корисні для читачів поради експертів фінансової сфери.

Рубрика «Вінниччина» розкриває читачеві останні події різної проблематики, що відбулися у регіоні. Рубрики «Культура» та «Спорт», відповідно, теж мають тематичне наповнення регіонального, всеукраїнського та міжнародного рівня.

Рубрика «Від читачів» дає змогу виокремити новини, авторами яких є користувачі сайту та читачі газети, найактуальніші історії згодом потрапляють до друкованого варіанту видання[11].

Не менш цікава й інформативна рубрика «Історичний» містить дослідження давнини, відкриття сучасності та повідомлення про відзначення історичних дат, що важливо для нашого суспільства. Для тих, хто, окрім політики, економіки, культурного та спортивного життя Вінниччини та країни, цікавиться темою домашнього господарства, є вкладка «Кулінарія». Тут не лише подано авторські рецепти і поради знаменитостей (актори, телеведучі, спортсмени, політики), але й унікальні історії господинь, незвичні рецепти, розповіді про традиції та звичаї наших предків.

Публікації на сайті подано лаконічно, з коротким викладом головного. Зазвичай текст поєднано з фото та/або відео. Зручно те, що користувачі мають змогу залишити відгук, поділитися власною думкою про ту чи іншу подію. Щодо достовірності викладу інформації на сайті, то варто зауважити, що, зазвичай, не подається офіційне джерело отримання поданої інформації, також не зазначається авторство. Іноді джерело може згадуватися у тексті публікації.

Щодня на вебсайті з'являється понад 30 публікацій: нових і тих, що були опубліковані у друкованому варіанті газети. Основна відмінність між газетою та вебсайтом полягає в тому, що на останньому багато фотографій не мають підписів, а під зображеннями зазначається лише джерело. На вебсайті переважають інформаційні

[11] Офіційний сайт «33-й канал». ULR: https://33kanal.com

заголовки, які узагальнюють суть події, зазвичай позбавлені емоційного забарвлення та переконливих елементів. Після їхнього прочитання інтернет-користувач знає, про що йдеться в тексті. У газетному заголовку того самого тексту читач не отримує однозначного повідомлення: в одних випадках є метафори, в інших – гра слів, а в багатьох – недомовки. Газета часто зацікавлює заголовками, привертає увагу та заохочує до читання[12].

Висновки. Газета та її інтернет-сайт, з одного боку, перебувають у залежності одне від одного, з іншого – зберігають значну автономію. Очевидно, що газета і вебсайт взаємно узгоджують публікації, хоча більше вмісту передається з інтернет-видання в паперове, ніж навпаки. Об'ємний трансфер матеріалів чітко акцентує місцевий та (меншою мірою) регіональний характер обох медіа. Схожа ієрархія важливості текстів, що публікуються в мережі та друкованій версії.

На вебсайті знаходять своє місце більшість традиційних жанрів преси (з вираженою перевагою інформаційних), просто в «інтернетовому вбранні»: новини часто мають форму гіпертекстів, звіти іноді публікуються в режимі прямої трансляції, з'явився перший інтерактивний репортаж. Інтернет-команда повністю використовує можливості мережі, збагачує передачу мультимедіа, оновлює опублікований вміст та забезпечує взаємодію (онлайн-опитування, чати, коментарі).

Незважаючи на співіснування обох медіа, різниця між ними помітна – хоча значна частина публікацій (з різними тематикою і жанрами) залишається актуальною для читачів. У мережі це, наприклад, численні корисні тексти (головно розважальні та практичні), у газеті ж переважно публіцистичні матеріали.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. «33-й канал», 2024, квітень-грудень.
2. Гандзюк, В. О. (2024), «Специфіка оформлення та структура молодіжного онлайн-видання «KULTMAGAZINE», *Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі»* (м. Запоріжжя, 14–15 травня 2024 р.), НУ «Запорізька політехніка», Запоріжжя, с. 124-127.
3. Здоровега, В. Й. (2004), *Теорія і методика журналістської творчості*, 2-ге вид. Львів, 268 с.
4. Мацкевич, О. О. (2013), «Порівняння інтернет-ЗМІ та інших суб'єктів, що діють у сфері масової інформації», *Актуальні проблеми держави і права.* МОН України, НУ ОЮА, вип. 70, с. 202-209.
5. Офіційний сайт «33-й канал». ULR: https://33kanal.com
6. Чічановський, А. А. (2010), *Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем*, Київ, 586 с.
7. Чорна, І. В. (2015), «Тенденції розвитку регіональних засобів масової інформації на прикладі жмеринської преси», *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія: наук. журн.* № 1, Вид-во НАКККіМ, Київ, с. 10.

[12] Офіційний сайт «33-й канал». ULR: https://33kanal.com

REFERENCES

1. «33-y kanal», 2024, kviten′-hruden′.
2. Handzyuk, V. O. (2011), «Typolohiya klasychnoho informatsiynoho zhurnalu» Het′mans′ku dobu (1918 r.)», *Naukovi zapysky Vinnyts′koho derzh pedahohichnoho universytetu imeni Mykhayla Kotsyubyns′koho. Seriya: Istoriya, №1 9*, s. 52-57.
3. Zdoroveha, V. Y. (2004), "Teoretyko-metodychnyy zhurnal", 2-he vyd. L′viv, 268 s.
4. Matskevych, O. O. (2013), «Porivniannia internet-ZMI ta inshykh subiektiv, shcho diiut u sferi masovoi informatsii», *Aktualni problemy derzhavy i prava*. MON Ukrainy, NU OIuA, vyp. 70, s. 202-209.
5. Posluha merezhi «33 kanaly». ULR: https://33kanal.com
6. Chichanovs′kyy, A. A. (2010), *Vidomosti pro strukturu hromady systema,* Kyiv, 586 s.
7. Chorna, I. V. (2015), «Tendentsii rozvytku rehionalnykh zasobiv masovoi informatsii na prykladi zhmerynskoi presy», *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia: nauk. zhurn,* № 1, Vyd-vo NAKKKiM, Kyiv, s. 10.

BETWEEN THE PRESS AND CYBERSPACE: A COMPARATIVE ANALYSIS OF A NEWSPAPER AND A WEBSITE ON THE «33 KANAL»

Iryna Odobetska
Vinnytsia Mykhailo Kotsiubynsky State Pedagogical University
Ostrozkyi Str., 32, Vinnytsia, Ukraine
e-mail: odobetska99@gmail.com
https://orcid.org/0009-0006-2265-1842

Printed matter occupies a significant space in the information landscape, despite a considerable number of people preferring digital mass media. It's impossible to accurately determine which type of media has the greatest impact on the audience: television, radio, or the press. Since each type of media has its own strengths and weaknesses. But despite the development of media technologies, there is still a certain audience for whom the newspaper remains a source of information.

In the modern information society, despite the rapid development of media technologies, there is still a need for printed periodicals that can be taken with you wherever you go, unlike electronic media or radio broadcasts, which may be unavailable at the moment needed.

Printed matter is perceived without any technical means, and most importantly, it allows the reader to choose the material to read according to their preferences. Moreover, the reader independently establishes the conditions for consuming the material. As for advertising in print publications, it doesn''t disappear: it can be reread, reconsidered, and shared with others.

The article presents the results of a comparative analysis of the regional newspaper «33 Kanal» and its website https://33kanal.com/. The analysis covered the volume of content exchange between the print publication and the website, similarities and differences in journalistic publications both in traditional form and online, as well as a comparison of the hierarchy of publication importance and comparison of press genres – online and in the print edition.

Key words: comparative analysis, newspaper, press genres, website, advertising, design, internet resource.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 82–89
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 82–89

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 82–89 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13292

УДК [070.447:81'42:070"День"]:316.77

ДІАЛОГІЧНІСТЬ ТЕКСТІВ ПУБЛІЦИСТА ІГОРЯ ЛОСЄВА НА СТОРІНКАХ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»

Ірина Табінська
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: iryna.tabinska@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-8052-5162

У статті подано наявні класифікації засобів творення діалогу, які розробили українські науковці. Проаналізовано дефініцію «діалогічний текст» і таке поняття, як «діалог». Опрацьовано матеріали публіциста газети «День» Ігоря Лосєва за 2012-2022 роки, виокремлено понад 100 фрагментів тексту, які вдалося класифікувати та описати. Простежено за авторськими засобами творення діалогу, що сприяють існуванню діалогічного тексту та розвитку діалогу. На конкретних прикладах показано, як автор через текст діалогує з читачем та формує діалогічний текст.

Ключові слова: діалогічний текст, діалог, комунікація, автор, медіатекст, читач.

Постановка проблеми. Публіцисти, пишучи власні тексти, шукають діалогу з читачем, бо слово, яким вони оперують, хоче бути почутим. Діалог, про який говорить західний вчений Мартін Бубер, за участі Я і Ти, у медіа відбувається не лише завдяки тому, що «Ти» готове до діалогу, а «Я» хоче цей діалог розпочинати чи скеровувати вектори розмови, але й тому, що «Я» вживає засоби діалогізації, створює у такий спосіб діалогічний текст. Діалог і діалогічний текст – це не тотожні поняття, хоча без ретельних досліджень вони можуть здаватися позначеннями однакових явищ. Наукові розвідки показують, що саме діалог первинний, а діалогічний текст – вторинний, оскільки є результатом діалогічного дискурсу. На основі власних досліджень і опрацьованих теоретичних праць можемо визначити, що діалогічний текст у медіа – це смислова позиція автора, яку він перетворює на текст і пропонує читачеві, використовуючи засоби творення діалогів[1]. Кожен автор будує свій діалог з читачем, його діалогічний текст вирізняється і відрізняється саме засобами творення діалогу. Тому **мета** цієї статті – дослідити діалогічні тексти Ігоря Лосєва, опубліковані на шпальтах газети «День». **Основні методи, застосовані у дослідженні:** контент-аналіз, порівняльний метод, аналіз, дедукція, індукція, синтез.

[1] Табінська, І. Р. (2019), «Діалог і діалогічний текст: джерела, засади, адаптація в медіа», *Вісник Львівського університету. Серія журналістика,* вип. 45, с. 341.

© Табінська І., 2025

Актуальність теми. Хоча діалог як форма комунікації існує сотні років, але досі бракує досліджень та наукового осмислення цього явища. У сфері соціальних комунікацій ця тема щоразу набуває нових сенсів, адже змінюються інструменти для ведення діалогу, додаються нові технічні можливості для введення діалогічного тексту. Зрештою, кожен автор має власний стиль, ідіолект, який безпосередньо впливає на комунікацію з читачем.

Для такої взаємодії автор може реалізовувати багатогранне спілкування через діалогічний текст, застосовуючи засоби творення діалогу. Зазвичай автор намагається переконати авдиторію у правильності своїх думок, розраховує на розуміння з боку читача. Для досягнення такого результату автор змушений максимально наблизити до себе читача, тримати та активувати його увагу через засоби творення діалогу. Фактично наявність засобів діалогізації роблять текст діалогічним, який починає існувати у площині глобального діалогу.

Комунікативні властивості діалогу зумовлюють специфіку вербалізації смислів у діалогічному тексті, тому є певні дослідження, які стосуються засобів творення діалогу. А якщо точніше, то діалогічного тексту, оскільки, як ми зазначали, діалог складається з діалогічних текстів. В Україні засоби діалогізації досліджували В. Шабуніна, Л. Безугла, Н. Сизоненко, але вони переважно стосуються наукового або художнього тексту. Вивчення діалогічності медійного тексту – це доволі нова й актуальна тема.

Українська дослідниця Вікторія Шабуніна поділяє засоби діалогізації на лексико-семантичні, синтаксичні, графічні, морфологічні[2].

Л. Безугла виокремлює такі мовні властивості діалогічного тексту (ознаки, засоби діалогізації, маркери діалогічності): морфологічні; синтаксичні. До перших, на думку дослідниці, відносяться: адресатні займенники, модальні слова, відсутність дієприкметників і дієприслівників, імперативний та умовний способи дієслова, модальні частки, модальні дієслова у суб'єктивно-епістемічному значенні, деграматикалізовані форми, перевага особових займенників. До других – повтори, звертання, паратаксис, вигуки, порушення порядку слів, приєднання, парцеляція, парентетичні звороти, односкладові, неповні й перервані висловлення, мовленнєві штампи, окличні звороти оцінної семантики, приказки, риторичні запитання, метакомунікативні вирази, ствердження й заперечення, еліпсис, комунікативні формули, звуконаслідування.

Дослідниця Н. Сизоненко зазначає, що через лінгвістичні методи «забезпечується діалогічність мовлення – вираження в тексті засобами мови взаємодії комунікантів, їхніх смислових позицій»[3].

Науковиця виокремлює такі лексико-семантичні засоби діалогічності наукового тексту: 1) «розмова» з іншою згадуваною особою/особами-однодумцями: покликання на авторитетну думку, доведені факти, які слугують підґрунтям дослідження; покликання на ефективні дослідницькі методи чи дослідницький інструментарій;

---

[2] Шабуніна, В. В. (2010), «Засоби діалогічної організації науково-навчальних текстів технічної галузі в сучасній українській мові»: Автореф. дис. канд. філол. наук, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара. Дніпропетровськ, 20 с.

[3] Сизоненко, Н. М. (2023), «Лексико-семантичні засоби діалогічності наукового тексту (на матеріалі фахового видання «Агроекологічний журнал»)», м. Полтава, с. 134.

покликання на загальновизнані факти; 2) «розмова» з опонентами; 3) зіставлення двох і більше поглядів, які автор аналізує та оцінює; 4) «розмова» зі своїм другим «Я» (діалог-самоаналіз, самоконтроль чи діалог різних логік для перевірки доказів). Також авторка згадує про різновид діалогічності в писемному науковому тексті – «розмова» із читачем, коли відбувається запрошення його до спільних роздумів.

У процесі опрацювання зібраного емпіричного матеріалу, газети «День» за 2012-2022 роки, зауважено, що кожен автор має не лише свій стиль, але й способи і засоби, завдяки яким відбувається комунікація з читачем. Можна і треба вивчати засоби творення діалогів у текстах десятків авторів газети «День», проте наразі нашу увагу привернули публіцисти та журналісти «Дня», які отримали премію імені Джеймса Мейса в галузі публіцистики «Громадянська позиція»: Ігор Сюндюков, Ігор Лосєв та Сергій Грабовський, Іван Капсамун, Валентин Торба, Сергій Тримбач, Наталя Іщенко, Дмитро Десятерик. У цій статті ми аналізуємо тексти першого лавреата премії імені Джеймса Мейса за 2009 рік Ігоря Лосєва, виокремлюючи його авторські засоби творення діалогів з читачем, а також підтверджуючи тезу про діалогічність текстів публіциста газети.

Ігор Лосєв – багатолітній автор «Дня», його колонки на актуальні теми виходили щочетверга, а постійні огляди ЗМІ у рубриці «Медіа» були традицією газети. І хоч газета припинила виходити у друкованому варіанті у квітні 2022 року після повномасштабного вторгнення Росії в Україну, та це не означає, що змінилася майстерність автора вести діалоги зі своїм читачем. Навпаки – є наукове зацікавлення, чи читачі вступали в діалог з автором, який робив політичні передбачення, чи поділяли його думки, а найголовніше, чи відповідали діями. З 2014 року Ігор Лосєв щотижня наголошував, вживаючи різні засоби діалогізації з читачем, що повномасштабне вторгнення є лише питанням часу. Зібравши сотні прикладів діалогічного тексту Ігоря Лосєва, ми систематизували їх і на основі цього виокремили засоби творення діалогів, які найчастіше вживає публіцист (частина матеріалів якраз представлена у статті). Також можемо припускати, що ці засоби діалогізації є особливим і оригінальним авторським стилем Ігоря Лосєва, адже в усіх опрацьованих епізодах проглядається певна спільність, яка вказує на самобутній ідіолект.

Тексти Ігоря Лосєва вирізняються експресією, що вказує на імпульсивну натуру автора. Якщо намалювати умовну кардіограму тексту, то напруга зростає з кожним риторичним питанням, окличним реченням і звертаннями, тому навіть за нагромадженням цих риторичних фігур можна впізнати публіциста, хоча автор також часто вживає запитання без знаку оклику у заголовках, лідах чи в самих публіцистичних текстах:

Чому Україні варто розірвати дипломатичні відносини з агресором (30 вересня 2016); Чому політика сидіння на двох стільцях одразу себе вичерпала (17 березня 2017); Чим для нас Навальний кращий за Путіна (29 січня 2021); Чим закінчується сидіння на двох стільцях (11 лютого 2022), але використовує і риторичні запитання, звертання, окличні речення: *Ще один «гібрид»? (7 грудня 2018); Боже, врятуй Україну»! (13 грудня 2018); Здійснилося! (28 грудня 2018) І куди ж ми приплили? (21 червня 2019); Чий план? (22 листопада 2019); Що буде з Батьківщиною і з нами? (13 грудня 2019); Громадяни, не перетворюйте Україну на «95-й квартал!» (11 січня 2019); Коли прийде розуміння? (23 жовтня 2020); Але які шанси має КВК перемогти*

КДБ? (17 грудня 2021); Коли закінчиться наш вічний малоросійський бунт на колінах? (14 січня 2022).

У заголовку Ігор Лосєв запитує: *«Так хто нам доктор?»* (28 серпня 2020). Запитання нібито риторичне, на нього читач може самостійно шукати відповідь, але автор у тексті відповідає, що *«Від проросійських помилок найкраще лікує сама Росія» (28 серпня 2020).*

Одним із ефективних засобів активізації читацької уваги є вживання трансформованих фразеологізмів у заголовках чи лідах. Такий лексичний прийом не лише показує майстерність і креативність автора, але й допомагає зав'язувати діалог з читачем. Адже подумки читач може шукати оригінал цитати й оцінювати версію, з якою знайомить автор:

Кому війна, а кому грошові знаки... (13 жовтня 2016); Бути чи не бути (19 липня 2019); Чим закінчується сидіння на двох стільцях (11 лютого 2022); І куди ж ми приплили? (21 червня 2019).

Автор часто вживає присвійний займенник «наші» у своїх текстах. Здебільшого це стосується територій, військ, громадян. Це потужний засіб діалогізації та активізації читацької уваги, оскільки автор вже з читачем по один бік і мають спільних «наших». Але зауважимо, що присвійні займенники добре працюють, коли є розуміння контексту, хто ж такі «наші». «Відколи Росія анексувала український Крим та почала війну на Донбасі у 2014 році, в українському медіапросторі з'явилося багато воєнних текстів, де не всі "наші" і "свої" свідчили про українську приналежність, а нерозуміння контекстів призводило до геополітичних казусів»[4]. Власні дослідження показують, що присвійні займенники під час війни – це потужний засіб діалогізації, але лише для художньо-публіцистичних текстів. Натомість стосовно інформаційних жанрів такі прийоми діалогізації можуть дезорієнтовувати читача, тому що читач потребує розуміння контексту, тож в новинах не може бути двозначності. Бо чи справді «наші» для всіх означають українські?

Дивна річ, чимало співвітчизників примудряються абсолютно не помічати війни, втрати територій, понад мільйон біженців..., загибель ***наших*** *бійців (13 жовтня 2016); Дії нинішньої влади деморалізують і залякують* ***нашу*** *армію (22 листопада 2019); Олександр Турчинов сказав, що за цей рік не закуплено для* ***нашої*** *армії жодного снаряда, не замовлено жодної ракети (13 грудня 2019);* ***Наші*** *втрати на фронті різко збільшилися (26 лютого 2021); Чим сильніша* ***наша*** *армія, тим обґрунтованіші* ***наші*** *надії. (18 лютого 2022).*

Наприклад, нижченаведений уривок з колонки Ігоря Лосєва якраз демонструє, що зі словом «наш» може бути чимало плутанини, хоча автор експресивно та досить емоційно пояснює, що відбувається:

Сизов повторював: ***Крим – це ж наша*** *територія, як же води не давати? Крим буде* ***нашим****, коли там припиниться іноземна окупація... Кримська журналістка Валентина Самар сказала, що всі розмови про «****наших людей****» – всього лише спосіб легалізувати торгівлю з окупантом (21 вересня 2018).*

---

[4] Табінська, І. Р. (2024), «Концепт «наші» у воєнних текстах», за ред. Потятиника Б. В, Лозинського М. В. (Ред.), Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій, ЛНУ ім. І. Франка, Львів, с. 58.

Натомість особовий займенник «ми» у текстах Ігоря Лосєва виконує роль підтримування зв'язку «автор-читач». Автор у такий спосіб показує, що він з читачем за спільну справу, що у це «ми» вкладено паритет, відповідальність і згуртованість:

***Ми** повинні навчитися думати хоча б на один хід наперед (13 грудня 2019); Боюся, що **ми** зустрінемо широкомасштабну агресію морально й психологічно не готовими (як 2014 року) (13 грудня 2019).*

Стилю публіциста також притаманне нагромадження риторичних запитань, що підкреслюють важливість теми, а також демонструють власні бачення автора. У своїх публіцистичних текстах Ігор Лосєв не займає нейтральних позицій, натомість відкриває читачеві усі власні думки, запрошуючи до діалогу:

Але чому раптом на Банковій і біля Банкової заспівали про «втому» Президента? Чи не готують нас до повторення на українському ґрунті знаменитої фрази Бориса Єльцина 1999 року: «Я втомився. Я йду...»? І чи не задумали тут, як висловлювався той же Єльцин, «рокіровочку»? Чи не готує «папа Карло» нам нового «Буратіно»? (22 листопада 2019); На що, за таких умов, може претендувати наша країна? На дипломатичні розмови, на те, що колись Путін з природних біологічних причин піде, а його наступники нам усе повернуть добродушно? (18 лютого 2022).

У вищенаведеному уривку є не лише послідовні питання, але й вбудований інтертекст, коли автор вдається до діалогу з іншим текстом (папа Карло і Буратіно). Також є прецедентний текст, коли Ігор Лосєв цитує Єльцина, фразу якого чимало читачів можуть пригадати. Міжтекстові діалоги публіциста мають місце у його доробку, адже автор чимало діалогує з іншими авторами або ж вводить у текст роботи іншого автора:

Справедливо і з гіркотою констатував Іван Федорович Драч: «Дурість і бездарність нашої влади мене приголомшує» (3 березня 2017); Ще видатний український геополітик Юрій Липа писав: «Хто володіє Севастополем, той володіє Кримом, хто володіє Кримом, той володіє Чорним морем». (2 вересня 2021).

Прецедентний текст також зауважено в діалогічних текстах Ігоря Лосєва. Автор часто використовує загальновідомі цитати, які читачі можуть знати з фільмів, книг, рекламних кампаній чи політичних гасел:

*Особливо гірко те, що серед заробітчан у РФ багато вихідців з наших західних областей. Вони ж повинні розуміти, про них не скажеш: **пробач їм, Боже, бо не відають, що творять** (13 жовтня 2016); Час нарешті засвоїти мудрість французької приказки: **«На війні – як на війні»** (2018); Вона сьогодні виконує програму **«приспляти лукаві»** (Тарас Шевченко) (13 грудня 2019); Зрештою, вона [журналістка] ж не винна. **«Коні – не винні»**, — як писав класик…(2 вересня 2021); Колись Римський Папа Іван-Павло II сказав: **«Не бійтеся!»** (14 січня 2022).*

Якщо говорити про прецедентні тексти, то автор часто використовує алюзію – проводить явні або приховані паралелі зі схожими відомими історіями чи сюжетами. Наприклад, Ігор Лосєв у колонці проводить паралелі між чинним президентом України і російським генералом. Прецедентом для історії є факт мученицької смерті військового Ярослава Журавля, якого кинули пораненим помирати в «сірій зоні»:

Смерть Ярослава на совісті верховного головнокомандувача з його безглуздими малограмотними наказами. Був колись у Російській імперії такий Григорій Распутін… То ж він, принаймні, не був царем... (7 серпня 2020).

Автор часто «грається» словами і смислами, надає нові значення відомим явищам, потенційно чекаючи від читача зворотного зв'язку. Припускаємо, що якраз завдяки діалогічним текстам Ігор Лосєв має велику кількість відгуків і листів до редакції – реакцій читачів на прочитане:

Кілька років Україна не купувала газ у Росії, позбавивши її можливостей політичного шантажу енергоносіями. А тепер вирішила знову ***накинути на шию енергетичний зашморг*** *(13 грудня 2019); Європа Україні його [газ] не перекриватиме, а Росія зробить це у будь-який вигідний для неї момент…* ***погрожуючи Холодомором*** *(13 грудня 2019).*

Авторське «я», це те невід'ємне у творчості Ігоря Лосєва, що є потужним засобом діалогізації, адже колонка, як жанр, цінна саме авторськими судженнями, авторським досвідом, чіткою позицією автора:

Я *зрідка слухаю радіостанцію «Голос столиці» і завжди виникає запитання: голосом чиєї саме столиці це радіо є? (3 червня 2017); Але* ***здається мені****, що бойовий дух армії набагато вищий за бойовий дух нинішньої влади, й у цьому проблема (13 грудня 2019);* ***Дозволю*** *собі висловити здогад, що поступово перетворюється на переконання. (17 грудня 2021);* ***Я*** *от думаю, у якій ще країні світу є така кількість свят та інших неробочих днів? (21 січня 2022).*

Ігор Лосєв часто вживає конструкції на кшталт «як відомо», «нагадаємо», «пам'ятаємо», у такий спосіб турбується про читача і водночас у цілому тексті будує окремий діалог для розуміння контекстів:

Ми пам'ятаємо*, як Борис Нємцов публічно вжив по відношенню до Путіна матюк, що позначає психічну неадекватність фігуранта. Відповідь не забарилася... (28 серпня 2020);* ***Відомо,*** *що Навальний визнав, що Крим відібрали в України злочинним насильницьким шляхом, але повертати півострів не збирається, мовляв, «Крим – не бутерброд» (29 січня 2021).*

Публіцист у заголовках до своїх матеріалів часто ставить трикрапку, що робить відкритим діалог з читачем, який завжди має простір для додумування і роздумів щодо продовження теми:

Альтернатива завжди є… (17 березня 2017); Фронт в ефірі… (3 червня 2017); Персоналії змінюються, а суть незмінна… (4 грудня 2020); Не бути мішенню для ворога… (26 лютого 2021); Цирк під час чуми… (24 вересня 2021); Наша справа «зеленіє»... (22 жовтня 2021); Гаряча зима… (17 грудня 2021); Після святкового затишшя… (21 січня 2022).

Висновки. Завдяки засобам творення діалогу автор підкреслює значущість тем, порушених у власних текстах. Він тримає свого читача у добрій інтелектуальній формі, поділяє з ним відповідальність за суспільно-політичні події в країні. Діалогічний текст Ігоря Лосєва наповнений різними засобами діалогізації: риторичні фігури, вставні мовленнєві конструкції, прецедентний текст, інтертекстуальність, присвійні та особові займенники. Діалогічний текст публіциста вибудовує ефективний діалог у формах «автор-читач», «читач-автор» та «автор-автор». Дослідження форм діалогу здійснено у наших попередніх наукових публікаціях.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бубер, М. (2012), «Я і Ти. Шлях людини за хасидським вченням», Київ, 272 с.
2. Безугла, Л. Р. (2009), «Діалог, діалогічний текст та діалогічний дискурс», *Вісник Харківського університету. Серія Романо-германська філологія,* вип. 60, Видавництво ХНУ ім. В. Н. Каразіна, Харків, с. 7-14.
3. Каленич, В. М. (2020), «Інтертекстуальність у сучасному медіадискурсі», *Modern Researches in Philological Sciences: collective monograph.* Izdevnieciba Baltija Publishing, Riga, с. 102-117.
4. Сизоненко, Н. М. (2023), «Лексико-семантичні засоби діалогічності наукового тексту (на матеріалі фахового видання «Агроекологічний журнал»)», матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (16–17 лютого 2023 р., м. Полтава). ПНПУ імені В. Г. Короленка, с. 134-139.
5. Табінська, І. Р. (2019), «Діалог і діалогічний текст: джерела, засади, адаптація в медіа», *Вісник Львівського університету. Серія журналістика,* вип. 45, с 335-342. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/10016/10023 (останній перегляд 2 січня 2025).
6. Табінська, І. Р. (2020), «Засоби побудови діалогу як елемент індивідуального стилю журналіста», *Теле- та радіожурналістика*, вип. 19, Львів, с. 228–235.
7. Табінська, І. Р. (2024), «Концепт «наші» у воєнних текстах», за ред. Потятиника Б. В, Лозинського М. В. (Ред.), Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій, ЛНУ ім. І. Франка, Львів, с. 56-67.
8. Шабуніна, В. В. (2022), «Дієслівні стилістеми у діалогічній структурі технічного науково-навчального тексту», Закарпатські філологічні студії / редкол.: І. М. Зимомря (голов. ред.), М. М. Палінчак, Ю. М. Бідзіля та ін. Ужгород, Видавничий дім «Гельветика», т. 2, вип. 23, с. 74-78.
9. Шабуніна, В. В. (2010), «Засоби діалогічної організації науково-навчальних текстів технічної галузі в сучасній українській мові»: Автореф. дис. канд. філол. наук, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара. Дніпропетровськ, 20 с.

REFERENCES

1. Buber, M. (2012), «Ia i Ty. Shliakh liudyny za khasydskym vchenniam». Dukh i Litera, Kyiv, 272 s.
2. Bezuhla, L. R. (2009), “Dialoh, dialohichnyi tekst ta dialohichnyi dyskurs”, Visnyk Kharkivskoho universytetu. Seriia Romano-hermanska filolohiia. Metodyka vykladannia inozemnykh mov, vyp. 60, Vydavnytstvo KhNU im. V.N. Karazina, Kharkiv, s. 7-14.
3. Kalenych, V. M. (2020), “Intertekstualnist u suchasnomu mediadyskursi”, Modern Researches in Philological Sciences: collective monograph. Izdevnieciba Baltija Publishing, Riga, s. 102-117.
4. Syzonenko, N. M. (2023), “Leksyko-semantychni zasoby dialohichnosti naukovoho tekstu (na materiali fakhovoho vydannia «Ahroekolohichnyi zhurnal»)”. Suchasni problemy doslidzhennia ukrainskoi movy y metodyky yii navchannia v zakladakh zahalnoi serednoi ta vyshchoi osvity, materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (16–17 liutoho 2023 r., m. Poltava). Poltava, PNPU imeni V. H. Korolenka, s. 134-139.

5. Tabinska, I. R. (2019), "Dialoh i dialohichnyi tekst: dzherela, zasady, adaptatsiia v media". Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia zhurnalistyka, vyp. 45, s 335-342 URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/10016/10023 (ostannii perehliad 2 sichnia 2025).
6. Tabinska, I. R. (2020), "Zasoby pobudovy dialohu yak element indyvidualnoho styliu zhurnalista". Tele- ta radiozhurnalistyka. Vypusk 19. Lviv, s. 228–235.
7. Tabinska, I. R. (2024), "Kontsept «nashi» u voiennykh tekstakh", za red. Potiatynyka B. V, Lozynskoho M. V. (Red.), Zhurnalistyka i media v umovakh suspilnykh transformatsii, LNU im. I. Franka, Lviv, s. 56-67.
8. Shabunina, V. V. (2022), "Diieslivni stylistemy u dialohichnii strukturi tekhnichnoho naukovo-navchalnoho tekstu", Zakarpatski filolohichni studii / redkol.: I. M. Zymomria (holov. red.), M. M. Palinchak, Yu. M. Bidzilia ta in. Uzhhorod, Vydavnychyi dim "Helvetyka", T. 2, vyp. 23. s. 74–78.
9. Shabunina, V. V. (2010), "Zasoby dialohichnoi orhanizatsii naukovo-navchalnykh tekstiv tekhnichnoi haluzi v suchasnii ukrainskii movi": Avtoref. dys. kand. filol. nauk, Dnipropetrovskyi natsionalnyi universytet imeni Olesia Honchara. Dnipropetrovsk, 20 s.

THE DIALOGICITY OF IGOR LOSIEV'S JOURNALISTIC TEXTS IN THE PAGES OF THE NEWSPAPER "DEN"

Iryna Tabinska
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: iryna.tabinska@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-8052-5162

The article presents the existing classification tools for creating dialogue, developed by Ukrainian scientists. The definition of "dialogical text" and its difference from the concept of "dialogue" is presented. The purpose of this article is to study the dialogical texts of Igor Losev on the pages of the newspaper "Den". The main methods used in the study are content analysis, comparative method, analysis, deduction, induction, synthesis. The materials of the publicist of the newspaper "Den" Igor Losev for 2012-2022 were processed, more than 100 fragments of the text were identified, which were classified and described. The author's means of creating dialogue were traced, which contribute to the existence of a dialogical text and the development of dialogue. Specific examples show how the author, through the text, dialogues with the reader and forms a dialogical text. The conclusions state that through the means of creating dialogue, the author emphasizes the significance of the topics addressed in his texts. He keeps his reader in excellent intellectual form, shares with him responsibility for socio-political events in the country. Igor Losev's dialogical text is filled with means of dialogization: rhetorical figures, interstitial speech constructions, precedent text, intertextuality, possessive and personal pronouns. The dialogical text of the publicist creates an effective dialogue, which is represented by the forms "author-reader", "reader-author" and "author-author".

Key words: dialogic text, dialogue, communication, author, media text, reader.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 90–97
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 90–97

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 90–97 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13293

УДК: 070.16:[316.658-021.111:316.46.058.5](477)

ТЕРМІНОЛОГІЯ НЕПРАВДИ В СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ (*НЕПРАВДА: ВИДИ, ТЕРМІНИ, ВИКОРИСТАННЯ В МЕДІА*)

Сергій Смірнов
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: c.cmirnov@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-1687-9537

За результатами аналізу використання найбільш вживаних термінів, пов'язаних з неправдою в соціальних комунікаціях, автор доходить висновку, що з обманом та дезінформацією асоціюються здебільшого активні дії, на відміну від приховування. Вживання ж термінів дуже залежить від ситуації, яка може суттєво впливати на їхнє значення. Основною ознакою, за якою визначають неправду, є намір, але тенденції дають змогу зробити припущення, що наслідок неправди стане не менш важливим, аніж її намір.

Ключові слова: неправда, фейк, дезінформація, соціальні комунікації, помилка, пропаганда.

Постановка проблеми. На означення неправди використовують різні терміни, не завжди очевидні і такі, які по-різному розуміють не тільки мовці й аудиторія, але й різні спікери (експерти, дослідники тощо). Ситуація часто ускладнюється тим, що з'являються терміни з інших мов і разом зі збільшенням частоти вживання їхнє значення змінюється, а отже може відрізнятися від початкового. Аналогічно з термінами, що властиві певним групам – від жаргонізмів (наприклад, лажа) до наукових (наприклад, фальсифікація – як спосіб перевірки наукових результатів через спростування, на противагу розуміння цього ж таки терміну як підробки).

Конкретна форма неправди, термін і його визначення важливі як для корекції інформації, так і для запобігання поширенню виявленої неправди, а отже і підвищення загального рівня медіаграмотності. До того ж, розуміння термінів допомагає розуміти основні форми неправди, а отже бути більш підготовленим та стійким до них. Відповідно до мети дослідження – класифікувати терміни на позначення неправди – було поставлено завдання проаналізувати найпопулярніші в соціальних комунікаціях терміни: використання їх та визначення з уточненням контексту застосування.

Методом дослідження стало опрацювання матеріалів досліджень та статей, присвячених темі дезінформації, фактчекінгу, інформаційним впливам в наукових виданнях, виданнях аналітичних центрів, спеціалізованих порталах та суспільно-ін-

© Смірнов С., 2025

формаційних виданнях, які, з-поміж іншого, подають матеріали про розвінчування дезінформацій, розвиток медіаграмотності та поради стосовно виявлення фейків. Це, зокрема, дисертації, збірники тез та монографії колективів авторів, спеціалізовані портали **EUvsDisinfo**, Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки (https://spravdi.gov.ua), Детектор медіа (https://detector.media), Стоп Фейк (https://www.stopfake.org), Інститут Пойнтера (https://www.poynter.org), Українська правда, Громадське та інші. За допомогою порівняльного методу, аналізу та узагальнення було виокремлено основні терміни та подано їхнє значення, враховуючи вживання і контекст.

Виклад основного тексту. Аналіз досліджень та публікацій на тему неправди показує, що в глобальних комунікаціях терміни на позначення неправди тяжіють до максимального узагальнення. Наприклад, у звіті Всесвітнього економічного форуму 2023-2024 рр. про глобальні ризики, в якому неправда (недостовірна інформація) посіла 1 місце у списку короткострокових і 5 місце у списку довгострокових ризиків для усього світу, її окреслили двома термінами: disinformation та misinformation. При цьому її потенційні негативні наслідки більш ніж тривожні: «*іноземні і внутрішні суб'єкти будуть використовувати* disinformation та misinformation *для розширення суспільних і політичних розбіжностей*» аж до громадських заворушень, що може загрожувати урядовою цензурою, спричинитися до внутрішньої пропаганди та контролювання вільного потоку інформації[1].

В українських джерелах також переважають узагальнені поняття, як-от інформаційна війна, медіа також часто уникають розшифрувань чи уточнень стосовно неправдивої (недостовірної) інформації та її форми. Наприклад, монографія «Війни інформаційної епохи» Харківського університету повітряних сил зосереджена на загальних підходах до визначення та розкриття «*особливості…стратегії й технології війн інформаційної епохи, а саме технології маніпулювання суспільною свідомістю, технології комунікативної політики держави як інструментів здійснення інформаційних війн, особливості інформаційного тероризму як одного з методів ведення гібридних війн, … також форми та засоби інформаційно-психологічного впливу на суспільну свідомість в умовах інформаційно-психологічної війни*», що у підсумку призводить до таких термінологічно не визначених пояснень, як «*Сутність дезінформації полягає в навмисному наданні суб'єктом свідомо помилкової інформації об'єктові з метою його дезорієнтації*»[2], де одночасно фігурують ненавмисність (помилка) та умисел (обман) і дезінформація.

Загалом словник української мови визначає неправду як:

1. Те, що суперечить правді, істині; брехня; протилежне до правди.

2. Несправедливі, нечесні, шахрайські вчинки; обман[3].

У 2008 році Орест Друль презентував результати дослідження «Вибір неправди»: як різниться в різних мовах значення слова «неправда» і дійшов висновку, що основна різниця полягає в навмисному чи ненавмисному викривленні правди: *«Світ ділиться за означенням: назвати неправдою все, що суперечить істині, чи тільки ті*

---

[1] Heading, S. та Cavaciuti-Wishart, E., (2024), These are the biggest global risks we face in 2024 and beyond. *World Economic Forum.*

[2] Кротюк, В. (Ред.) (2021), *Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс.*

[3] Неправда, (без дати). У: *СЛОВНИК – тлумачний словник української мови.*

невірні твердження, які спрямовані на оману Іншого… У нашій традиції окреслення неправди значно розширює її межі. Кожен бачить світ інакшим, і кожен опис реальності іншим часто може сприйматися невірним. Невірним, значить – неправдивим за означенням. Світ суб'єктивно сприймається повним брехні, яка при моральному осуді мовчазно сприймається нормою... У другій традиції зона моральної заборони значно звужена – заборонено лише свідоме створення в іншого помилкового уявлення про реальність; власне це обмеження і встановлює дев'ята заповідь Декалогу ("не лжесвідчи") – не завдай брехнею шкоду іншому»[4].

У цій статті Друль робить припущення, що таке розуміння неправди має прямий практичний наслідок – зокрема в економічних показниках: *«Спільноти країни з домінуванням другої традиції розуміння "неправди" мають ВВП на душу населення майже втричі вищий (31 тис. євро проти 11,5 тис., дані МВФ за 2007 рік)»*[5].

Тобто одна з найважливіших універсальних (для різних форм) властивостей неправди – це умисел: свідомо чи несвідомо людина поширює неправду (або приховує правду), маючи якийсь намір, або без такого. Неправда з наміром має багато слів на своє позначення і частина з них відображена навіть в законодавстві, зокрема наклеп, шахрайство, підробка (наприклад документів, грошей, творів мистецтва).

Після цих загальних зауваг та універсальних властивостей перейдемо до найбільш розповсюджених термінів, які вживаються для опису неправди.

Обман – свідоме (навмисне) спотворення дійсності з будь-якою метою;

Помилка – несвідоме (ненавмисне) спотворення дійсності – через брак знання, досвіду чи розуміння про щось або через неможливість чи невміння передбачити наслідки.

Неправда та **брехня** найчастіше вживаються в загальному значенні, яке можна тлумачити як умисел, так і його відсутність (залежати від конкретної ситуації).

У англомовному середовищі найбільше розповсюджені терміни False, Fake, Disinformation, Misinformation.

Fake і Disinformation, на відміну від інших, найчастіше так і вживаються, без перекладу – Фейк та Дезінформація. А проте, розуміння і першого, і другого бувають різними. Тому також дещо детальніше зупинимося на цих термінах.

Наприклад, Павло Александров у своїй дисертації 2019 року подає таке розуміння: «*розділяємо медіамістифікації та медіафейки, які неодмінно породжує будь-яка інформаційна війна. На відміну від фейків як вторинної медіапродукції, що з'являється для трактування об'єктивної реальності на свою користь, під містифікацією ми розуміємо цілеспрямоване конструювання реальності. Іншими словами, якщо фейк – це викривлене відображення реальної події (або вигадана подія в контексті певного явища), то містифікація – це штучно створена подія, призначена виключно для медіапрезентації*»[6].

Інститут же масової інформації трактує фейк як «***подання фактів у спотвореному вигляді або подання свідомо неправдивої інформації.***

---

[4] Друль, О., (2008), Вибір неправди [онлайн], *Збруч.*

[5] Там само.

[6] Александров, П. (2019), *Медійні інтерпретації сучасних загроз.* PhD diss, Львівський національний університет імені Івана Франка.

Окрім того, фейк – це спосіб маніпуляції свідомістю шляхом надання неповної інформації, спотворення контексту, частини інформації з метою підштовхнути аудиторію до дій чи думок, які потрібні маніпулятору»[7].

Експерти порталу StopFake в інтерв'ю для Громадського дають ще й таке пояснення: «***Фейк*** *зазвичай – це* ***підроблена новина****. Це не просто брехня, а неправда, яку видають за новину.* ***Маніпуляція*** *– це* ***не завжди фейк****, це навмисно, свідомо викривлена інформація для формування певного ставлення до певної проблеми, людини, явища. Це може бути надання неповної інформації, навмисне приховування певного її аспекту, зміщення акцентів у повідомленні, висмикування з контексту. У результаті у людини викривляється відчуття реальності*»[8].

За допомогою функції «пошук» на сайті «Громадського» можна знайти 829 матеріалів, в яких фігурує термін «брехня», 502 матеріали з терміном «обман», 462 матеріали з терміном «фейк», 123 матеріали з терміном «дезінформація» і 5 – з терміном «недостовірна інформація». Показово, що «недостовірна інформація» вживається в матеріалах, що базуються на повідомленнях, пов'язаних з реальними чи потенційними судовими справами, а «фейк» вживається як в значення обману, поданого у вигляді новини (заголовки таких новин – «Пенсійний фонд: Повідомлення про індексацію пенсій з 15 січня – це фейк та шахрайство», «У Польщі українці почали отримувати фейкові повістки» та інші), так і просто обману («Керівник департаменту КМДА зробив собі фейкову інвалідність. Він отримав "бронь" і виплати – поліція», «Нібито мешканка Харківщини заявила про зґвалтування з боку "французького найманця". Поліція каже про фейк», «Фейковий Кулеба телефонував сенатору США та розпитував важливу для росії інформацію – NYT» та інші)[9].

Водночас аналітична доповідь «Фейки як інструмент впливу на вибори» констатує, що у період з 2010 до 2018 рр. поняття fake news стало уживанішим, ніж поняття disinformation, а виникнення і розуміння фейкових новин, або ж фейку, описує саме як підробку, штучно створену інформацію: *«Як зазначається у словнику Меріам-Вебстер (Merriam-Webster), поняття fake news в англомовному інформаційному просторі з'явилося наприкінці XIX ст., з поширенням використання прикметника fake/fake news – «підроблений/підроблені новини» замість false/false news – «неправдивий/неправдиві новини». Між цими словами існує різниця, яка дозволяє встановити між ними певні родо-видові відношення: false означає передусім «неправдивий» (not true), «некоректний» (incorrect), водночас fake є не просто «неправдивий» (not true), але «імітуючий» (imitation), «підробний» (counterfeit), тобто характеризує явища та предмети, що копіюють, імітують ті, які реально існують. Саме такий зміст поняття визначає одну з основних рис фейкових новин – імітаційність*[10]. У цій же доповіді йдеться про те, що в офіційних документах ЄС, звітах дослідних організацій та деяких наукових дослідженнях пропонується відмовитися від використання поняття «фейкові новини» через політизацію поняття та недостатність його для опису. Натомість досі дуже часто, зокрема в офіційних документах, використовується

[7] Інститут масової інформації (2018), Як визначити та зловити фейк?
[8] Трощинська, Т., Юркова, О. (2022), Фейк, маніпуляція і пропаганда: як розрізнити?
[9] Пошук за ключовим словом. Громадське. URL: https://hromadske.ua/search?q=фейк
[10] Дубов, Д. та інші (2020), *Фейки як інструмент впливу на вибори* [онлайн], Національний інститут стратегічних досліджень, Київ.

поняття misinformation, окрім того, дослідження свідчать, що основою розрізнення misinformation та disinformation є наявність умислу, тобто усвідомленого бажання певних передбачених наслідків[11].

Згаданий вище термін false, на відміну від фейк та дезінформація вживається в українській мові в перекладі, найчастіше це «фальшивка», «несправжнє», а за контекстом може бути як умисною, так і ненавмисною дією. Misinformation, як і false, в українській мові потребує перекладу. Прикметно, до речі, що станом на 2024 рік disinformation та misinformation часто фігурують разом. Власне, навіть згадуваний раніше глобальний ризик, за висновком експертів Світового Економічного Форуму, звучить як «disinformation and misinformation». Усі ці явища, як бачимо, є визнаною світовою проблемою надзвичайно високого рівня небезпеки. Проте misinformation можна зустріти в різних перекладах, від найбільш загального «недостовірна інформація» до «дезінформація», але його основна відмінність від дезінформації і найточніше значення полягає у відсутності умислу. Тобто misinformation – це помилкова інформація, а як процес – то ненавмисне поширення недостовірної інформації (включно з дезінформацією та фейками). Ще важливо розуміти, що термін останнім часом набуває забарвлення однозначно шкідливої за своїми наслідками дії. Це випливає навіть зі збільшення випадків одночасного вживання цих термінів.

Результати і перспективи подальших досліджень обговорення.

Для кращого розуміння і порівняння основні терміни згруповано в таблицю, яка доповнена колонкою «контекст», де описано ситуації, в яких термін найчастіше вживається:

Термін	Визначення	Контекст використання
Неправда	Інформація, протилежна до правди.	Загальне поняття, може стосуватися як свідомих спотворень, так і помилок; як поширення неправди, так і приховування правди.
Брехня	Неправдива інформація.	Міжособистісні стосунки, конфлікти.
Обман	Активна дія, спрямована на введення когось в оману за допомогою неправдивої інформації: її поширення чи приховування.	Широкий спектр ситуацій: від побутових до соціальних (включно з, наприклад, шахрайством).
Дезінформація	Свідомо поширювана неправдива інформація з метою маніпуляції громадською думкою.	Політика, пропаганда, дослідження соціальних комунікацій.
Фейк	Штучно створена інформація, яка імітує реальність з метою обману.	Широкий спектр ситуацій, інформаційна війна, соціальні мережі, сайти новин.
Помилка	Несвідоме спотворення інформації через незнання, непорозуміння або через нестачу інформації.	Наукові дослідження, повсякденне життя.

[11] Дубов, Д. та інші (2020), *Фейки як інструмент впливу на вибори* [онлайн], Національний інститут стратегічних досліджень, Київ.

Misinformation	Неправдива інформація, яка сприймається і/або поширюється ненавмисно, через помилку або незнання.	Політика, пропаганда, дослідження соціальних комунікацій, журналістика, соціальні мережі,

Варто зауважити, що термін «контекст» також вживається в різних значеннях. З певним жартом можна ствердити, що значення терміну «контекст» часто залежить від контексту. Найчастіше апелювання до контексту буває в соціальних комунікаціях – мережах, новинах, ширшому чи вужчому інфопросторі, коли людина, звинувачена в брехні, порушенні моралі тощо, пояснює свою правоту тим, що її «слова вирвано з контексту». Власне, терміни (а також їхні значення і вживання) контекст, наратив, маніпуляція, пропаганда, стратегічні комунікації та низка інших, які стосуються обігу та цілей неправди, залишилися поза увагою цієї статті і в перспективі будуть досліджені додатково, що дасть змогу об'ємніше розуміти проблему неправди.

Висновки. Попри те, що неправда – це і активне поширення недостовірної інформації і приховування достовірної, більш розповсюдженою проблемою вважається активний спосіб – обман, дезінформація, помилка, фейк.

Термінологія неправди доволі широка, з часом оновлюється – відбувається поповнення новими словами. Часто терміни мають розмите значення або змінне, залежно від ситуації використання. Найрозповсюдженіші сьогодні терміни на означення неправди – це «неправда», «брехня», «обман», «дезінформація», «фейк», «помилка», «помилкова/неправильна інформація (misinformation)». Терміни, в тому числі в медіа, можуть заміняти один одного, бути синонімами для різних ситуацій або різнитися залежно від ситуації.

Ознакою, за якою терміни можуть бути згруповані і часто розрізняються, є умисел – чи (не)навмисно поширювана інформація. Дезінформація чи фейк як свідоме й умисне введення в оману – це гірший варіант, ніж помилка чи ненавмисне поширення обману. Але тенденції дають змогу зробити припущення, що з часом наслідок від неправди – як навмисної, так і ненавмисної, як мінімум, не поступатиметься наміру.

Важливим і перспективним є вивчення інших термінів – на позначення процесів та обставин неправди – «контекст», «маніпуляції», «пропаганда», «стратегічні комунікації» тощо. Безперечно, ці терміни не мають ознак неправди, проте стійко зараз з нею асоціюються. Відтак, дослідження цих термінів буде доречним для об'ємного розуміння проблеми неправди.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Александров, П. (2019), *Медійні інтерпретації сучасних загроз*. PhD diss, Львівський національний університет імені Івана Франка. URL: https://lnu.edu.ua/thesis/aleksandrov-pavlo-mykolayovych/ (Дата звернення 12 грудня 2024).
2. Друль, О. (2008), Вибір неправди [онлайн], *Збруч*. URL: https://zbruc.eu/node/56277 (Дата звернення 13 грудня 2024).
3. Дубов, Д. та інші, (2020). *Фейки як інструмент впливу на вибори* [онлайн]. Київ: Національний інститут стратегічних досліджень. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-01/fake_news_fin_full_clean.pdf (Дата звернення 12 грудня 2024).

4. Інститут масової інформації (2018), Як визначити та зловити фейк? [онлайн]. *Інститут масової інформації*. URL: https://imi.org.ua/advices/yak-vyznachyty-ta-zlovyty-fejk-i2388 (Дата звернення 13 грудня 2024).
5. Кротюк В. (Ред.) (2021), *Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс:* [онлайн]. ФОП Федорко М.Ю., Харків. URL: https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/19017/1/Dzeban_mono.pdf (Дата звернення 12 грудня 2024).
6. Неправда, (без дати). У: *СЛОВНИК - тлумачний словник української мови, орфографічний словник онлайн* [онлайн]. URL: https://slovnyk.ua/index.php?swrd=неправда (Дата звернення 13 грудня 2024).
7. Пошук за ключовим словом. Громадське. URL: https://hromadske.ua/search?q=-фейк (дата звернення: 19.12.2025).
8. Трощинська, Т., Юркова, О. (2022), Фейк, маніпуляція і пропаганда: як розрізнити? [онлайн]. *Громадське радіо*. https://hromadske.radio/podcasts/myslennia-bazova-funktsiia/feyk-manipuliatsiia-i-propahanda-iak-rozriznyty (Дата звернення 13 грудня 2024).
9. Heading, S. та Cavaciuti-Wishart, E., (2024). These are the biggest global risks we face in 2024 and beyond [онлайн]. *World Economic Forum*. URL: https://www.weforum.org/stories/2024/01/global-risks-report-2024/ (Дата звернення 13 грудня 2024).

REFERENCES

1. Aleksandrov, P. (2019), Mediini interpretatsii suchasnykh zahroz. PhD diss, Lvivskyi natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka. URL: https://lnu.edu.ua/thesis/aleksandrov-pavlo-mykolayovych/ (accessed 12 december 2024).
2. Drul, O. (2008), Vybir nepravdy. Zbruch. URL: https://zbruc.eu/node/56277 (accessed 12 december 2024).
3. Dubov, D. ta inshi (2020), Feiky yak instrument vplyvu na vybory. Kyiv: Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-01/fake_news_fin_full_clean.pdf (accessed 12 december 2024).
4. Instytut masovoi informatsii (2018), Yak vyznachyty ta zlovyty feik?. Instytut masovoi informatsii. URL: https://imi.org.ua/advices/yak-vyznachyty-ta-zlovyty-fejk-i2388 (accessed 12 december 2024).
5. Krotiuk, V. (Red.) (2021), Viiny informatsiinoi epokhy: mizhdystsyplinarnyi dyskurs. FOP Fedorko M.Iu, Kharkiv. URL: https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/19017/1/Dzeban_mono.pdf (accessed 12 december 2024).
6. Nepravda, (bez daty). URL: SLOVNYK – tlumachnyi slovnyk ukrainskoi movy, orfohrafichnyi slovnyk online. URL: https://slovnyk.ua/index.php?swrd=неправда (accessed 12 december 2024).
7. poshuk za kliuchovym slovom. Hromadske. URL: https://hromadske.ua/search?q=фейк (accessed 12 december 2024).
8. Troshchynska, T., Yurkova, O. (2022), Feik, manipuliatsiia i propahanda: yak rozriznyty? [online]. Hromadske radio. URL: https://hromadske.radio/podcasts/myslennia-bazova-funktsiia/feyk-manipuliatsiia-i-propahanda-iak-rozriznyty (accessed 12 december 2024).
9. Heading, S., Cavaciuti-Wishart, E. (2024), These are the biggest global risks we face in 2024 and beyond [online]. World Economic Forum. Url: https://www.weforum.org/stories/2024/01/global-risks-report-2024/ (accessed 12 december 2024).

TERMINOLOGY OF FALSEHOOD IN SOCIAL COMMUNICATIONS (FALSEHOOD: TYPES, TERMS, USAGE IN MEDIA)

Serhii Smirnov
Ivan Franko National University of Lviv
49 General Chuprynky Street, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: c.cmirnov@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-1687-9537

Different terms are used to define falsehood, which are not always obvious and are understood differently by speakers, audiences, and experts alike. The situation is often complicated by the introduction of terms from other languages, whose meanings evolve with increased usage, potentially deviating from their original definitions.

Based on an analysis of the most commonly used terms related to falsehood in social communications, this article concludes that deception and disinformation are primarily associated with active actions, in contrast to concealment. The research method involved analyzing research materials and articles on disinformation, fact-checking, and informational influences from scientific publications, analytical center publications, specialized portals, and public information outlets that provide materials on debunking disinformation, developing media literacy, and identifying fake news. These include, in particular, dissertations, collections of theses and monographs by collectives of authors, specialized portals EUvsDisinfo, the Center for Strategic Communications and Information Security (https://spravdi.gov.ua), Media Detector (https://detector.media), Stop Fake (https://www.stopfake.org), Poynter Institute (https://www.poynter.org), Ukrainska Pravda, Hromadske, and others.

In conclusion, this article defines the most prevalent terms for falsehood in social communications, clarifying the context of their application. Intention is the primary defining feature of a lie, but emerging trends indicate that consequences are becoming equally significant».

Keywords: social communications, lie, fake, disinformation, falsehood, deception, fact-checking, information influence.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 98–105
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 98–105

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 98–105 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13294

УДК: 316.334.56:711.4(477)

MEDIA COMMUNICATIONS IN THE SOCIAL DIMENSION OF THE CITY

Yevhen Shkurov
State University of Trade and Economics,
Kyoto St., 19, 02156, Kyiv, Ukraine
e-mail: yevhen.shkurov@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-5947-599X

This article explores the media-communication aspect of the social dimension of the contemporary city, conceptualised as a communication hub within global information networks. The analysis is grounded in the theoretical frameworks of structural functionalism, the network society, and systems communication theory. The study reveals that media not only reflect urban processes but also actively shape urban space, influencing identity, social integration, and public discourse.

Keywords: media communications, city, network society, social media, urban space, digitalisation.

Problem Statement. The relevance of this study is driven by the fact that the modern city functions as a communicative hub where social actors engage through various formats – ranging from traditional local mass media to numerous digital networked platforms. In the information society, the urban space is effectively transformed into a stage for parallel discourses, multiple representations, and streams of messages. Consequently, the movement of information acquires functional, networked, and systemically autopoietic qualities, as seen through the prism of structural functionalism (T. Parsons)[1], the theory of the network society (M. Castells)[2], and systems communication theory (N. Luhmann)[3].

Referring to Talcott Parsons's structural-functionalist perspective (Parsons, 1951)[4], each city carries out a range of vital functions within a broader social system. In terms of socio-communicative activities, the media facilitate adaptation, since local television, radio, and online publications help orient residents amidst political, economic, and cultural shifts. In addition, mass media contribute to goal attainment by assisting in formulating collective tasks (urban development, greening initiatives, educational projects). Integration is enabled through a shared information space, wherein various social groups experience

[1] Parsons, T. (1951), *The Social System*, The Free Press, New York, 404 p.
[2] Castells, M. (2010), *The Rise of the Network Society.* 2nd ed., Blackwell, Oxford, 597 p.
[3] Luhmann, N. (2012), Introduction to Systems Theory, MPG Books Group, Bodmin, 284 p.
[4] Parsons, T. (1951), *The Social System*, The Free Press, New York, 404 p.

© Шкуров Є., 2025

unity, thus reducing social distance. Pattern maintenance is reflected in the manner by which media and social networks cultivate fundamental values – respect for history, civic engagement – «consolidating» important orientations in the collective consciousness. Ultimately, communicative activity synchronises the city's systemic elements (the political sphere, economic relations, culture, everyday life) and ensures the formation of a cohesive information environment.

The aim of this study is to identify and theoretically substantiate the media-communication processes in the contemporary city, as well as to ascertain how these communication processes form, support, and transform urban space as a social system.

Analysis of Recent Studies and Publications. The role of media in shaping urban spaces, the information environment, and social transformations has been extensively examined in contemporary academic discourse. Chernysh (2024) delves into the factors of mediatization within urban environments, emphasizing the significance of digitalization and the development of information and communication technologies that intensify urban processes.[5] Selezniova (2022) offers a theoretical framework for understanding the term «media space», asserting its relevance for the academic exploration of the information society. She posits that media space constitutes a segment of the broader informational space, characterized by unique features such as its subject composition and immaterial components.[6] Temchenko (2020) investigates urban media practices in both European and Ukrainian contexts, accentuating the impact of local and hyper-local media projects on the construction of urban identity.[7] Avraham (2000) examines the portrayal of cities in the news media, identifying factors that influence the nature and extent of media coverage of urban areas. His work underscores the importance of media images in decision-making processes related to tourism, and investment.[8] Wold (2022) explores the use of social media as a source of information in Norwegian newspapers, demonstrating how ordinary individuals become active participants in media discourse through the virality of their content on social platforms.[9]

Methodological Basis of the Research. The theoretical and methodological framework of the research is built on an interdisciplinary combination of structural functionalism (T. Parsons), according to which the city is considered a subsystem of a broader social system, performing media-adaptive, goal-oriented, integrative, and pattern-maintaining functions[10]; the theory of the network society (M. Castells), which highlights the influence of global information flows and network interaction shaping the local nature of urban communications[11]; and systems communication theory (N. Luhmann)[12], according

---

[5] Черниш, А. (2024), «Чинники медіатизації міста». Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика, Том 35(74), №3, ч.2, с. 84-88. DOI: https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/14

[6] Селезньова, О. (2022), «Термін «медіа-простір»: теоретичний підхід». Науковий вісник Ужгородського національного університету, №70, с. 359-363. https://doi.org/10.24144/2307-3322.2022.70.57.

[7] Temchenko, L.V. (2020), «Урбаністичні медіапрактики: європейський та український досвід». Communications and Communicative Technologies, vol. 20, pp. 80-90. DOI: https://doi.org/10.15421/292012

[8] Avraham, E. (2000), «Cities and their news media images». Cities, vol. 17, no. 5, pp. 363-370.

[9] Wold, T. (2022), «Ordinary People and Social Media as Sources in Norwegian Newspapers». Journalism and Media, 2022, vol. 3(4), pp. 750-770. DOI: https://doi.org/10.3390/journalmedia3040050

[10] Parsons, T. (1951), The Social System, The Free Press, New York, 404 p.

[11] Castells, M. (2010), The Rise of the Network Society. 2nd ed., Blackwell, Oxford, 597 p.

[12] Luhmann, N. (2012), Introduction to Systems Theory, MPG Books Group, Bodmin, 284 p.

to which the city emerges as an autopoietic subsystem that, through self-observation and the continuous exchange of messages, supports and reproduces its own structures (Luhmann)[13]. The scholarly foundation is enriched by works on urban studies, media sociology, and the information society (McQuire[14]; Silverstone[15]; Chernysh[16]).

Presentation of the Main Research Material. Within an information society, social interaction is inseparable from the media sphere, which encompasses both professional media outlets and user-generated content. Digitised forms of communication intertwine with the traditional urban environment, creating hybrid social practices. The Australian researcher Scott McQuire conceptualises the contemporary city as a «media-architectural complex», in which the interaction between architecture, media platforms, and social practices gives rise to new experiential spaces[17].

Traditional media (television, radio, newspapers) have evolved and now operate within an era of online broadcasting and interactive platforms. This evolution reflects a constant shift in consumer preferences – from standard messaging formats to individualised, often network-based content. The media can shape and disseminate perceptions of urban locations by fostering «emotional attachment» and identification, providing channels for transmitting collective memories, associations, humour, and critical observations.

Among the typical functions of mass media, one usually distinguishes informational, political, culture-forming, ideological, cognitive, entertainment, educational, and advertising roles. Yet the function of the media does not end here. Concurrently, as a structural component of communication in modern society and in the everyday life of the city, mass media perform a structure-forming role for society, reproducing and adjusting the system of social relations.

For instance, despite the digitalisation wave, many cities continue to maintain local radio stations that serve as vital sources of real-time updates about social events, road conditions, weather forecasts, and cultural activities. Such radio effectively fulfils an integrative function, generating a sense of unity at the level of daily ritual – the background «voice of the city».

Journalists increasingly resort to social networks and blogs to identify themes, gather news promptly, and interact with audiences. In media discourse, the city is portrayed from diverse perspectives – as a site of crises and routine challenges and simultaneously a platform for creativity or art-therapeutic practices. Thus, social networks enable a deeper understanding of public processes and emotional reactions of residents, offering a space for discussion, expressions of solidarity, and the search for shared ideas.

Local newspapers, whether in print or electronic form, supplement the communication network. They are often founded or funded by local businesses or directly by city councils.

---

[13] Luhmann, N. (2012), Introduction to Systems Theory, MPG Books Group, Bodmin, 284 p.
[14] McQuire, S. (2008), The Media City: Media, Architecture and Urban Space. SAGE Publications Ltd. 240 p.
[15] Silverstone, R. (2007), Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis, Polity press, Cambridge, 215 p.
[16] Черниш, А. (2024), «Чинники медіатизації міста». Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика, т. 35(74), №3, ч.2, с. 84-88. DOI: https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/14
[17] McQuire, S. (2008), The Media City: Media, Architecture and Urban Space. SAGE Publications Ltd, 240 p.

Weekly publications may contain thematic sections on the city's history, prominent figures, or cultural events. Even small local outlets posted online can reach a far broader readership, including potential investors or labour migrants. Extending Luhmann's argument[18], newspapers perform a self-observational function for the city: through ongoing publications on pressing issues and future prospects, feedback is transmitted between the public and local authorities.

City portals – official municipal websites, interactive maps, e-governance services, and digital encyclopaedias, including Wikipedia – play a significant role in the digitalised world. Such platforms undertake an adaptive function, aligning the city with the modern demands of technological efficiency. The introduction of e-portals modifies the mechanism of the city's self-observation: through online queries and submissions, citizens can monitor administrative processes, while the authorities gain more precise insights into public sentiments and expectations.

No less significant is that in the modern city, alongside journalism, there exist other forms of communication, including advertising, PR, campaigning, and propaganda. In the context of information overload, where audiences are fragmented, and attention is limited, a convergence of communication formats takes place. For instance, the digital edition of a local newspaper can become an instrument of political influence or a PR campaign, with editorial «gatekeeping» utilised to advance messages favouring specific groups.

Luhmann posits that social structures are self-referential entities that arise and are reproduced through communication[19]. Within an urban setting, a core function is the preservation of systemic codes (legal, economic, cultural, political), communicated among different audiences via the media. In this way, the continuity and coherence of content is ensured; it supports the city's mechanism of self-observation, through which the city evaluates its problems and achievements via collective discourse, and it fuels the «autopoietic cycle» that continuously generates new messages. Any published journalistic piece can spark discussions, prompting systemic renewal or notable responses from local authorities or public initiatives.

According to Manuel Castells, the modern city operates as a nodal point in global financial-information networks that are not attached to any specific territory in the classical sense[20]. Consequently, traditional formats (press, radio, television) converge with internet platforms, mobile applications, and social networks. Residents can broadcast their impressions at any time, connecting to global discussions. This decentralization of the information landscape amplifies the complexity of communications and fosters competition among different narratives; even minor events can achieve extensive resonance in the public consciousness.

The current media sphere offers opportunities for creativity and self-expression, as demonstrated by recent research on creative thinking in social networks.[21] With the advent of Web 2.0 technologies, user-generated content (UGC) significantly reshapes the

[18] Luhmann, N. (2012), Introduction to Systems Theory, MPG Books Group, Bodmin, 284 p.
[19] Ibid.
[20] Castells, M. (2010), *The Rise of the Network Society.* 2nd ed., Blackwell, Oxford, 597 p.
[21] Wang, L., Ismail Kamal, J. (2022), «Social Media and Creativity of College Students: A Literature Review», Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH), vol. 7(10). URL: https://msocialsciences.com/index.php/mjssh/article/view/1829/1379 (accessed 01 February 2025).

online media landscape. Urban space emerges as an array of unique sites, wherein each resident or tourist expresses an individual emotional-cultural experience through posts and photographs. This heightens emotional engagement and fosters people's attachment to the city.

Under conditions of digitalization and «McDonaldisation» (Ritzer), the boundaries between professional and amateur content are blurred, and cultural standards are often standardized, as a substantial share of the audience demands straightforward, automated solutions. Meanwhile, professional media strive to survive under new business models and financial restrictions by employing interactive formats, advertising, native content, and so forth. This raises the question of how "mass" modern digital media really are, given their targeting of ever more segmented audiences.

Media practices of local residents and visitors, particularly tourists, also significantly shape the image of the city by generating stories, photographs, and videos that expand the traditional urban media discourse. These phenomena are examined in the context of user-generated content and creativity (Wold, 2022[22]; Wang, Ismail Kamal, 2022[23]; Tourists and residents on social networks become the authors of city narratives, capturing local distinctiveness, micro-histories, and everyday details, thus shaping a collective image which may differ substantially from official portrayals. These perceptions affect emotional attachment to the city and structure people's understanding of its space.

In general, the contemporary urban media sphere is transforming everyday life, stimulating the emergence of new forms of self-expression, entertainment, and professional endeavour. Intensive use of social networks can spark creative thinking, amplifying the exchange of ideas and experiences. Simultaneously, information overload often diverts attention from deeper forms of creative practice. The establishment of «online laboratories» of urban life already illustrates how ordinary individuals produce content, serve as authors and moderators of public debate, and coordinate volunteer or civic initiatives.

Conclusions. In light of current urban processes, the media have become a living manifestation of post-industrial, communicative, and creative practices. The modern city cannot be reduced simply to its physical infrastructure and local institutions; it is increasingly acquiring the characteristics of a complex communication system that integrates traditional and digital formats of mass information. Urban space emerges as a conglomerate of interconnected media practices: from local radio stations and newspapers that promote everyday ritual integration, to decentralised user-generated content capable of «going viral» on social networks and mobilising communities. All this reveals significant media functions: from helping residents adapt to rapid changes, integrating social groups, and shaping collective behavioural patterns, to the implementation of the city's self-observation and autopoietic reproduction.

Social networks, blogs, online maps, review platforms, digital museums, and archives collectively form a multi-layered field wherein the city mirrors itself, reflects, comments, and modifies its structure. Such networked conditions involve risks associated with

[22] Wold, T. (2022), «Ordinary People and Social Media as Sources in Norwegian Newspapers». Journalism and Media, vol. 3(4), pp. 750-770. https://doi.org/10.3390/journalmedia3040050

[23] Wang, L., Ismail Kamal, J. (2022), «Social Media and Creativity of College Students: A Literature Review», Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH), vol. 7(10). URL: https://msocialsciences.com/index.php/mjssh/article/view/1829/1379 (accessed 01 February 2025).

propaganda, information overload, McDonaldisation, or the erasure of local authenticity. Simultaneously, existing digital analytics mechanisms offer deeper insights into the behaviours of urban residents, enabling collaboration between businesses and communities, as well as integrated marketing solutions. Ultimately, the city as a «communication hub» can no longer be considered merely a material space; it also functions as a symbolic network where information signals determine its tempo and developmental trajectories.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Селезньова, О. (2022), «Термін «медіа-простір»: теоретичний підхід». *Науковий вісник Ужгородського національного університету,* №70, с. 359-363. https://doi.org/10.24144/2307-3322.2022.70.57
2. Темченко, Л. (2020), «Урбаністичні медіапрактики: європейський та український досвід». *Communications and Communicative Technologies*, вип. 20, с. 80-90. https://doi.org/10.15421/292012
3. Черниш, А. (2024), «Чинники медіатизації міста». *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, т. 35(74), №3, ч. 2, с. 84-88. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/14
4. Avraham, E. (2000), «Cities and their news media images», *Cities*, vol. 17, no. 5, pp. 363-370.
5. Castells, M. (2010), *The Rise of the Network Society.* 2nd ed., Blackwell, Oxford, 597 p.
6. Daugherty, T., Eastin, M.S., Bright, L. (2008). «Exploring Consumer Motivations for Creating User-Generated Content». *Journal of Interactive Advertising,* vol. 8(2), pp. 16–25.
7. Luhmann, N. (2012), *Introduction to Systems Theory*, MPG Books Group, Bodmin, 284 p.
8. McQuire, S. (2008), *The Media City: Media, Architecture and Urban Space*. SAGE Publications Ltd, 240 p.
9. Parsons, T. (1951), *The Social System*. New York: The Free Press, 404 p.
10. Ritzer, G. (2019), *The McDonaldization of Society: Into the Digital Age*, 259 p.
11. Silverstone, R. (2007), *Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis*, Cambridge, 215 p.
12. Wang, L., Ismail Kamal, J. (2022), «Social Media and Creativity of College Students: A Literature Review», *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH),* vol. 7(10). URL: https://msocialsciences.com/index.php/mjssh/article/view/1829/1379 (accessed 01 February 2025).
13. Wold, T. (2022), «Ordinary People and Social Media as Sources in Norwegian Newspapers». *Journalism and Media,* vol. 3(4), pp. 750-770. https://doi.org/10.3390/journalmedia3040050

REFERENCES

1. Selezniova, O.M. (2022), «The term media space": a theoretical approach». *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University,* no. 70, pp. 359–367. https://doi.org/10.24144/2307-3322.2022.70.57

2. Temchenko, L.V. (2020), «Urban media practices: European and Ukrainian experience». *Communications and Communicative Technologies*, issue 20, pp. 80-90. https://doi.org/10.15421/292012
3. Chernysh, A.Ye. (2024), «Factors of mediatization of the city». *Scientific Notes of V.I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism*, vol. 35(74), no. 3, part 2. pp. 84-88. https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/14
4. Avraham, E. (2000), «Cities and their news media images», *Cities*, vol. 17, no. 5, pp. 363-370.
5. Castells, M. (2010), *The Rise of the Network Society.* 2nd ed., Blackwell, Oxford, 597 p.
6. Daugherty, T., Eastin, M.S., Bright, L. (2008), «Exploring Consumer Motivations for Creating User-Generated Content». *Journal of Interactive Advertising,* vol. 8(2), pp. 16-25.
7. Luhmann, N. (2012), *Introduction to Systems Theory*, MPG Books Group, Bodmin, 284 p.
8. McQuire, S. (2008), *The Media City: Media, Architecture and Urban Space*, SAGE Publications Ltd, 240 p.
9. Parsons, T. (1951), *The Social System*, The Free Press, New York, 404 p.
10. Ritzer, G. (2019), *The McDonaldization of Society: Into the Digital Age*, 259 p.
11. Silverstone, R. (2007), *Media and Morality: on the Rise of the Mediapolis*, Cambridge, 215 p.
12. Wang, L., Ismail Kamal, J. (2022), «Social Media and Creativity of College Students: A Literature Review», *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH),* vol. 7(10). URL: https://msocialsciences.com/index.php/mjssh/article/view/1829/1379 (accessed 01 February 2025).
13. Wold, T. (2022), «Ordinary People and Social Media as Sources in Norwegian Newspapers». *Journalism and Media,* vol. 3(4), pp. 750-770. https://doi.org/10.3390/journalmedia3040050

МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ У СУСПІЛЬНОМУ ВИМІРІ МІСТА

Євген Шкуров
Державний торговельно-економічний університет,
вул. Кіото, 19, 02156, Київ, Україна
e-mail: yevhen.shkurov@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-5947-599X

У статті проаналізовано медіакомунікаційний аспект соціального виміру сучасного міста, яке є не лише матеріальним, а й символічним простором, де формуються та відтворюються соціальні зв'язки, ідентичності й культурні практики. Предмет дослідження – комунікаційні процеси в урбаністичному середовищі, що реалізуються як через традиційні ЗМІ, так і через цифрові мережеві платформи. Мета роботи – виявлення особливостей функціонування медіа у міському просторі, зокрема їхньої ролі у формуванні урбаністичного дискурсу, інтеграції соціальних груп та у підтримці ідентичності міста.

Методологічна основа дослідження ґрунтується на міждисциплінарному поєднанні структурно-функціоналізму (Т. Парсонс), теорії мережевого суспільства (М. Кастельс) і системної комунікаційної теорії (Н. Луман). Застосовано порівняльний аналіз медіапрактик і особливостей медіапродуктів міста, що дало змогу ідентифікувати ключові комунікаційні тенденції та їхній вплив на соціальні процеси у місті.

У процесі дослідження встановлено, що медіа виконують не лише інформативну чи розважальну функцію, а є важливим інтегративним чинником для міських спільнот. Вони сприяють конструюванню колективної пам'яті, зміцненню соціальної солідарності та самоспостереженню міста як соціальної системи. Зроблено висновок, що сучасне місто не можна розглядати окремо від медіакомунікаційного контексту. Медіа стали каталізатором соціальних змін, створюють умови для полілогу, демократизації інформаційних потоків і формування глокальних ідентичностей.

Ключові слова: медіакомунікації, місто, мережеве суспільство, соціальні медіа, міський простір, цифровізація.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 106–118
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 106–118

МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 106–118 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13295

УДК 070.26.001.7:654.19

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ МЕДІАКОРПОРАЦІЇ ТА МУЛЬТИМЕДІЙНІ КОНГЛОМЕРАТИ В ЕПОХУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Володимир Малінін
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, Київ, Україна
e-mail: v.malinin@kubg.edu.ua
https://orcid.org/0009-0008-3688-131X

У статті здійснено спробу аналізу історичного аналізу розвитку транснаціональних медіакорпорацій та мультимедійних конгломератів в епоху інформаційного суспільства. Сільвіо Берлусконі краще за інших розумів важливість медіабізнесу, оскільки першим серед своїх конкурентів розпочав скуповувати телебачення, вправно обходячи антимонопольні закони в галузі медіа. В Італії заборонено приватним телерадіостанціям вести загальнонаціональне інформаційне мовлення. Але саме Берлусконі створив таке явище, як телекратію, тобто владу телебачення та його впливу на політику. Телекратія притаманна країнам з автократією. Феномен скандально відомого Берлусконі наочно ілюструє персоніфікацію політики та зниження ролі традиційних інститутів у житті Італії. Саме за допомогою телебачення Берлусконі вдалося мобілізувати електорат. Телекратія – панування телебачення, об'єднання з політикою та бізнесом, як спроба управління суспільством через медіа. В умовах телекратії телебачення є самодостатнім, а політика стає його інструментом – медіаструктури самі моделюють політичну реальність. Телеекран – абсолютно особливий інструмент маніпулювання, що володіє дивовижною здатністю «стирати» різницю між правдою і брехнею. Навіть явна брехня, подана через телеекран, не викликає у телеглядача автоматичного сигналу тривоги – його психологічний захист відключено.

Проаналізовано історію американського підприємця Теда Тернера, який створив CNN, як спочатку цілодобовий кабельний канал новин (Cable news network – CNN), розробив концепцію, що забезпечила успіх CNN. Траснаціональна медіакорпорація Тернера, до якої входять телеканал CNN та онлайн-медіа CNN, – наймогутніша у світі з найбільшою аудиторією.

У статті продемонстровано злиття гігантських медіакорпорацій «Time Warner» та «America on-line» та явище «конвергенція медіа». Конвергентний, чи мультимедійний, підхід зараз доволі популярний серед транснаціональних медіакорпорацій. Власник

© Малінін В., 2025

News Corporation Руперт Мердок обрав іншу стратегію у момент кризи «нової економіки» та зумів вчасно використати політичні зв'язки для медіабізнесу.

Ключові слова: медіакорпорація, транснаціональні медіакорпорації, мультимедійні конгломерати, поглинання медіа, Сільвіо Берлусконі, конвергенція медіа.

Динамічний розвиток глобалізації у світі призвів до виникнення медіамонополій, медіакорпорацій та медіагруп. Глобалізація є багатоаспектним процесом, що охоплює всі грані функціонування сучасного суспільства[1]. В усіх європейських країнах права на медіамонополії обмежуються спеціальними антимонопольними законами. Наприклад, Сільвіо Берлусконі краще за інших розумів важливість медіабізнесу, оскільки першим серед своїх конкурентів розпочав скуповувати телебачення. Використовуючи такий феномен, як телекратія, Берлусконі дуже швидко прийшов до політики.

В Італії спостерігається низький рівень концентрації друкованої преси. Групі Сільвіо Берлусконі вдавалося досить вправно обходити антимонопольні перепони італійських законів, які забороняли приватним телерадіостанціям вести загальнонаціональне інформаційне мовлення. У 1984 році з'явилися урядові декрети, які тимчасово дозволяли таку діяльність. 3 січня 1986 року тут був прийнятий закон, що регулював діяльність державного та приватного телебачення.

Свої наукові роботи вивченню медіакорпорацій та медіа в Україні та світі присвятили українські вчені Ганна Гридасова, Ірина Пересипкіна, Анжеліка Досенко, Мар'ян Житарюк, Катерина Любчик, Віктор Чужиков, Андрій Чужиков, Тетяна Шальман.

Актуальність цієї теми полягає в тому, що у роботі вивчаються світові медіамонополії, антитрастові закони у сфері медіа, транснаціональні медіа корпорації в епоху інформаційного суспільства, явище телекратії та світової медіаолігархії, явище Берлусконі.

Автор статті використовував у дослідженні такі методи, як аналіз та спостереження.

Наукова новизна. Ми дослідили зародження у світі медіакорпорацій та монополістичних об'єднань, а також вплив первісного капіталу на політику завдяки доступу до медіамонополій, дали власне визначення термінам телекратія, транснаціональні медіакорпорації.

В основі досліджень – медіаімперії Теда Тернера, Сільвіо Берлусконі та Руперта Мердока.

Телекратія – як система маніпулювання суспільними настроями за допомогою телебачення

Новаторство Берлусконі, з погляду політичних технологій, що використовуються, полягає в системі маніпулювання суспільними настроями за допомогою телебачення. Завдяки чудово спланованій передвиборчій кампанії у системі політичних

[1] Гридасова, Г. (2014), «Трансформація акторів міжнародних відносин: держава та транснаціональні медійні корпорації», *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України,* Вип. 3, с. 368-376. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/grydasova_transformatsia.pdf (останній перегляд 27 січня 2025), с. 370.

наук з'явилося спеціальне поняття, що описує такий феномен – телекратія. Коли до влади в будь-якій країні приходить медіаолігархія, яка має необмежений доступ до телебачення, то, відповідно, замість демократії формується таке явище, як телекратія. Телекратія – це вплив телебачення на політичні процеси в країні.

На тлі того, як засоби масової інформації ставали самостійною суспільною силою та серйозною зброєю влади, феномен скандально відомого Берлусконі наочно ілюструє персоніфікацію політики та зниження ролі традиційних інститутів у житті Італії.

Берлусконі розпочав політичну кар'єру у 57 років і прийшов з ідеєю повних змін політичної системи Італії. Незважаючи на те, що зрештою досягти радикальних змін у житті країни йому не вдалося, Берлусконі зміг професіоналізувати політичну комунікацію та на практиці застосувати у політиці навички та підходи зі сфери бізнесу. Все це привертає увагу до особистості Берлусконі, до прийомів його політичної комунікації, і навіть до нової ролі засобів інформації. Незважаючи на те, що фігура знаменитого італійця викликає безліч запитань і вказує на цілу низку протиріч із справжнім демократичним життям, факт політичного та комунікативного генія Берлусконі не підлягає сумніву. Так, феномен Берлусконі та цілком орієнтованої на свого лідера партії «Вперед, Італіє» – безпрецедентне явище в політичному житті Італії, яке потребує ретельного вивчення.

Сільвіо Берлусконі продемонстрував новий для свого часу підхід до завоювання голосів виборців. Політику вдалося в якомусь сенсі популяризувати культуру італійської політики, використовуючи в політичній боротьбі досвід світу бізнесу: професійні навички, маркетингові підходи та прийоми. Маркетингові технології його медіа дали змогу виявити орієнтації, устремління, уявлення виборців, які завдяки правильному застосуванню у політиці стало передумовою досягнення популярності та перемоги на виборах.

Якщо раніше політика передбачала лише наявність програми, постановку проблем, виклад альтернатив розв'язання та звернення до інтересів та розуму громадян, то тепер все це замінено конкуренцією образів, іміджів політиків, створюваних за законами рекламного бізнесу.

Під час політичного становлення Берлусконі у 1990-х рр., відповідно до того, що партіям було дедалі складніше мобілізувати маси та шукати необхідну підтримку електорату, саме телебачення допомогло політичним лідерам встановити прямий, безпосередній зв'язок зі своїми потенційними послідовниками, а це дало їм додаткові мобілізаційні можливості. Завдяки телеекрану голоси та особи політиків отримали можливість наблизитися до аудиторії.

Дослідники масових комунікацій почали говорити про медіатизацію сфери політики і про епоху медіакратії, що настала. – влади засобів масової інформації, які відображають та інтерпретують реальність, а також конструюють її за своїми власними правилами.

Телекратія – панування телебачення, об'єднання з політикою та бізнесом, як спроба управління суспільством через масмедіа. В умовах телекратії телебачення самодостатнє, а політика стає його інструментом – медіаструктури самі моделюють політичну реальність. Створюючи певні образи, телебачення стає засобом програмування поведінки людини. Програмну риторику витісняє особистісна, політичні дебати стають театром з гарною режисурою (наприклад, в таких дебатах більше ва-

жать не висловлювання, а мізансцени, жести, зовнішній вигляд). Ті, хто спостерігає ці дебати на телеекрані, входять у роль глядача та втрачають свободу волі та відповідальність громадянина, роблять вибір.

Серед основних переваг використання телебачення як засобу навіювання – можливість інтеграції з численною аудиторією без безпосереднього контакту.

Також телебачення дає змогу кандидатам стати «відомими особами» у рекордні терміни. Але, поєднуючи у собі два ключові канали сприйняття (зоровий і слуховий), телебачення позбавляє можливості критичного осмислення відомостей, що поступають.

Зрозуміло, потрібно розглядати феномен Берлусконі у контексті політичної ситуації, що склалася в Італії. Великомасштабні трансформації, що почалися з кризового періоду 1989-1994 рр., повністю змінили вигляд держави, структуру її політичної системи та політичної еліти. У 1993 р. в Італії докорінно змінилася виборча система: стару систему, засновану на принципі пропорційного представництва, було реформовано, а новий закон став своєрідним компромісом між мажоритарною та пропорційною системами.

Отримала широкий міжнародний резонанс урядова кампанія «Чисті руки», під час якої громадяни Італії дізналися, що політична система країни, наскрізь пронизана корупцією, докорінно змінила політичний краєвид країни. Розслідування під час цієї операції дискредитувало більше державних діячів, і майже всі провідні партії країни опинилися у скрутному становищі. Криза політичних партій супроводжувалася серйозною кризою політичного класу.

У ситуації сильно підірваної довіри до всіх політичних сил на політичній арені Італії утворився своєрідний політичний вакуум, сприятливий для створення нових партій та просування нових політичних лідерів.

Так, саме в цей історичний момент на політичній арені Італії з'явилася нова фігура – Сільвіо Берлусконі.

Варто зауважити, що успіх Берлусконі багато в чому залежав від його методів використання та зловживання системою масових інформації.

Берлусконі зміг випередити своїх політичних опонентів і краще зрозуміти культурні та соціальні зміни в італійському суспільстві, що відбулися завдяки комерціалізації медіа. При цьому важливо, що він мав фору, оскільки «прийшов на політичне поле» зі сфери медіа, здійснивши цілу низку новацій у сфері політичної комунікації. Берлусконі раніше за інших усвідомив, що медіа, і зокрема телебачення, стали виконувати роль старих традиційних ресурсів політичної соціалізації. Ключовим моментом у завоюванні симпатій електорату під час політичного становлення Берлусконі стала постійна робота із глядачем за допомогою телеекрану. Також Берлусконі зрозумів, що особливості роботи медіа вимагають високого рівня персоналізації подій у межах політичній комунікації. Отже всі політичні кампанії Берлусконі були безпрецедентно персоналізовані. Політична культура еліти має значення та формує політичні інститути, і ці політичні інститути впливають як на процес консолідації суспільства, так і на тип політичного режиму загалом[2].

---

[2] Ляшенко, Т. (2023), «Популізм як загроза повоєнного відновлення України», *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент,* вип. 13, с. 111-124. DOI: https://doi.org/10.31861/mediaforum.2023.13.111-124

У США основним видом державного протистояння монополіям та концентрації медіа є антитрестовські закони та корпоративні закони штатів. Електронні медіа є об'єктом спеціального нормативного регулювання, яке опосередковано стосується й друкованих медіа (наприклад, заборона на одночасне володіння однією газетою та радіо і телестанцією в одному місті, або на інформаційному ринку).

У США діють законодавчо сталі національні та місцеві обмеження на володіння радіо – або телестанціями. У загальнонаціональному масштабі дозволено володіти 12 телестанціями (14 – якщо додаткові дві станції перебувають під контролем расових меншин) та ці станції мають право охоплювати 25% загальнонаціональної аудиторії (30% – якщо співвласниками є нацменшини). Стосовно радіомережі, то тут володіння обмежується.

У загальнонаціональному масштабі можна володіти не більш ніж 20 радіостанціями. На невеликих ринках (14 та менше станцій) одному власникові може належати не більше трьох станцій (але за умов, що кількість цих станцій не перевищує 50% від загальної кількості станцій на цьому ринку). На великих ринках (15 та більше станцій) один власник може мати не більше чотирьох станцій (чисельність таких станцій не повинна перевищувати 25% від потенційної кількості слухачів).

Транснаціональні медіакорпорації як мультимедійні конгломерати

Транснаціональні медіакорпорації можна вважати мультимедійними конгломератами, оскільки вони використовують одразу всі або кілька каналів поширення інформації. Наприклад, корпорації «General Electric» належить одна з чотирьох американських національних телемереж NBC, 38 телестанцій у США, телевізійний канал іспанською мовою Telemundo, кінокомпанія Universal Pictures.

Корпорація Walt Disney володіє іншою телемережею ABC (включаючи дочірні телестанції), телеканалом Disney Channel. Відомий усьому світу канал новин CNN входить до складу найбільшого медіаконгломерату Time Warner. До складу корпорації News Corporation входять телемережа Fox, журнал National Geographic, великі американські газети New York Post та Wall Street Journal, британська The Times. CBS Corporation управляє національною телемережею CBS, 39 телестанціями, постачає відеоконтент для сервісів Google.

Компанія Viacom володіє телеканалами MTV, кіностудією Paramount Pictures.

Таким чином, на світовому медійному ринку провідні позиції на сьогодні займають могутні медіакорпорації.

Міжнародна конкуренція відбувається між виробниками інформаційного продукту, який виробляється для міжнародного ринку медіа. За останні десятиліття зросла чисельність медійних об'єднань, що працюють на світовому ринку[3].

Майже тридцять років минуло відтоді, як в американського підприємця Теда Тернера виникла ідея створити цілодобовий кабельний канал новин (Cable news network – CNN). Було це наприкінці сімдесятих. Ідея на той час здавалася абсурдною. Багато хто дивувався: «Кому буде потрібно стільки новин? Хто їх буде дивитися?» Проте 1979 року Тернер всерйоз взявся за реалізацію своєї ідеї. Він продав за

[3] Шальман, Т.М. (2021), «Конкурентні засади медійного ринку», *The European development trends in journalism, PR, media and communication.* Publishing House "Baltija Publishing", с. 112-115. URL: http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/108/2998/6356-1, с. 112.

двадцять мільйонів доларів атлантський телеканал WRET, що належить йому, і всі виручені гроші вклав у проєкт CNN. 21 травня 1979 року Тернер пообіцяв, що його канал новин вийде в ефір 1 червня 1980 року. Так і сталося.

На церемонії відкриття телеканалу організатори вивісили три прапори: Сполучених Штатів Америки, штату Джорджія та Організації Об'єднаних Націй, ніби заздалегідь визначивши призначення мережі.

На початку мовлення телемережу вважали аутсайдером на американському ринку.

У першій половині вісімдесятих 20 відсотків будинків у Сполучених штатах могли приймати кабельне ТБ. CNN дивилися всього 1.7 мільйона передплатників – набагато менше, ніж потрібно для отримання прибутку. Для того, щоб покрити 50 відсотків витрат, глядацька аудиторія мала становити щонайменше 7.5 мільйонів.

Спочатку CNN завдавала величезних збитків, приблизно 2 мільйони доларів щомісяця. І Тернер був змушений вкладати у своє новинне дітище гроші, які забирав із найуспішніших проєктів, які приносили йому прибуток.

Принцип мовлення CNN став взірцем для її послідовників: міжнародні новини цілодобово в режимі реального часу з максимальним включенням репортажів з місця подій. Мовна концепція каналу включає:

- цілодобове мовлення;
- пріоритет роботи у реальному часі за принципом інформаційного агентства;
- ексклюзивне висвітлення важливих подій, де б і коли б вони не відбулися;
- проведення телемостів між інформаційними центрами світу;
- гнучке програмування сітки мовлення: будь-яка програма переривається, поступаючись місцем екстреним випускам новин;
- трактування подій у глобальній перспективі.

В основі мовлення CNN лежить концепція винятковості новин: «Новини – це головний продукт CNN, CNN – це новини». CNN зробила ставку на створення екстрених випусків, висвітлення найважливіших подій, намагаючись бути першим і компетентним постачальником новин, вміючи миттєво реагувати на те, що відбувається в періоди світових криз, загострення міжнародної обстановки у різних регіонах світу. «Будьте першим, хто дізнається» – цей слоган постійно супроводжує трансляцію CNN.

CNN – одна з перших телекомпаній, яка популяризувала фінансово-економічні новини. На CNN виходить чимало програм, присвячених темі бізнесу, економіки та фінансів, новітнім технологіям та інформаційним тенденціям, передачі про спорт, музику, моду.

Одне з досягнень CNN – інтернаціоналізація новин. Телекомпанія відкрила світові світ, дала можливість людям у різних країнах дізнатися про те, що відбувається в інших частинах світу.

Початок 2000 року ознаменувався «угодою століття» – оголошенням про злиття двох гігантських компаній «Time Warner» та «America on-line». Ця угода була укладена між компаніями 10 січня 2000 року. Головою об'єднаної гігантської компанії був призначений Стів Кейс, головним керуючим – Джеральд Левін, а Тед Тернер став віцепрезидентом. Через рік після оголошення про злиття компаній «America on-line» та «Time Warner» угода була затверджена, отримавши схвалення спочатку Федеральної торгової комісії США та Єврокомісії, а потім Федеральної комісії зв'язку США.

Об'єднавшись з «Time Warner», «America on-line» отримала доступ до високорозвиненої кабельної інфраструктури, а «Time Warner» (у віданні якої, окрім CNN, знаходяться телеканали TBS, TNT, Turner Classic Movies, Cartoon Network та ін.) – до передплатників «America on-line».

У 2008 р. виконавчий директор медіакорпорації «Time Warner» повідомив, що цей конгломерат має намір виділити підрозділи AOL як повністю самостійну компанію. Таким чином, супероперація 2001 р. щодо об'єднання найбільших корпорацій у мегаконгломерат не виправдала багатьох очікувань. «Time Warner» зробила ставку на інтернет – найпрогресивнішу платформу, дійшовши такого висновку: раз аудиторії мігрують у «мережу», то й основні доходи будуть надходити звідти ж. На жаль, таке переконання на той час виявилося міфом. Проте, наприкінці 2013 р. «Time Warner» запропонувала злиття з найбільшим кабельним оператором США Comcast, який володіє національною телемережею NBC, кіностудією Universal. Корпорація Comcast погодилася придбати «Time Warner Cable» за $45 млрд, вдавшись до обміну акцій».

Конвергентний підхід у медіа

Існує безліч визначень поняття «конвергенція ЗМІ», але їхня суть зводиться до загального: «конвергенція у журналістиці – це злиття, зближення різних за своєю природою засобів у єдине ціле – і з погляду організаційної структури, і з погляду технології передачі взаємопов'язаної, консолідованої інформації».

Конвергентний чи мультимедійний підхід зараз доволі популярний серед транснаціональних медіакорпорацій: структури, що виробляють чисто інформаційний продукт, взаємовигідно підтримуються утвореннями, які працюють у сфері розваг. Проте створення корпорації, яка працює за схожою схемою, найчастіше дуже дороговартісне, і не всім вдається навіть після багатьох років виправдати початкові витрати.

Сучасна політична, економічна, ментальна, а також соціальна кон'юнктура суттєво впливають на рівень прибутковості медійних корпорацій, основний дохід яких полягає в продажі розроблених фахівцями високого рівня креативних та інформаційних продуктів, споживча якість яких визначається їхньою художньо-естетичною та емоційною привабливістю, а також демонстрацією рекламних продуктів, які забезпечують до 90 % надходжень. Рейтинг відповідного формату визначає характер рекламної привабливості сайту, каналу, друкованого видання або ж відомих інформаційних агенцій, що претендують на адекватне висвітлення подій, що сталися. Відтак можна стверджувати, що характер бізнесової складової кожної з медійних корпорацій визначається її спроможністю «захопити» певну частину (сегмент) аудиторії, успішно комерціалізувати створювані і придбані у конкурентів медійні продукти та довести рекламним компаніям, що розміщення відповідних інформаційних продуктів на сайтах, в ефірі, а також на шпальтах газет та журналів це найефективніший спосіб розміщення інформації про них. Відтак у процесі ідентифікації медійної корпорації надзвичайно важливим завданням є з'ясування її особливостей[4].

[4] Чужиков, А. (2018), «Динаміка розвитку медійних корпорацій в умовах глобалізації», *Міжнародна економічна політика*, вип. 1, с. 128-143. URL: http://iepjournal.com/journals/28/2018_6_Chuzhykov.pdf, с. 131.

Наприклад, 2002 року в глибокій кризовій ямі опинилася медіакорпорація Vivendi. Universal, що посідала тоді друге за величиною у світі місце після AOL Time Warner. News Corporation, четверту у світі за величиною мультинаціональну диверсифіковану медіакорпорацію, створив 1979 р. австралієць Кіт Руперт Мердок. У 1981 Мердок викупив половину акцій кінокомпанії «20 століття Фокс», а через три роки половину, що залишилася. News Corporation належить також телемовна мережа Fox, кабельний канал Fox News, телеканал National Geographic, 25 журналів (включно з Vogue, TV Guide та The Weekly Standard), 132 газети (у тому числі американська New York Post і всесвітньо відомі британські The Times та The Sun), книжкове видавництво Harper Collins, а також 30 онлайн-медіа.

Траснаціональні медіакорпорації – це медіамонополії, об'єднання телебачення, радіо, онлайн-медіа із зоною розповсюдження новин на зарубіжні країни світу. Прикладом є телеканал CNN та онлайн-медіа CNN та News Corporation Руперта Мердока. До речі, онлайн-медіа CNN читають від 600 млн до мільярда людей на місяць.

Діахронічний зріз глобальної комерційної медіасистеми дає змогу довести, що ринок медіа імперій став яскравим феноменом у світовій економіці та політиці починаючи з 1980-х рр. Процеси консолідації та концентрації у сфері медіа відтоді і донині досягли небачених досі масштабів. Глобальна комерційна медіасистема, й до того олігополістична за своїм характером, за тридцять років завдяки придбанням, поглинанням та злиттям дійшла до стану, коли усього декілька глобальних медіаконгломератів-суперваговиків опинилися на верхівці медіасектору світової економіки. У цьому процесі завжди першими були медіаімперії Сполучених Штатів. Світова глядацька аудиторія звично пов'язує глобальні бренди Walt Disney, News Corporation, Viacom, Time Warner, Vivendi, Google з медіаімперіями, які постачають розваги та комунікації. Насправді це не зовсім так. Медіа такого ґатунку – це найпотужніші економічно та найвпливовіші політично глобальні імперії. Їм властиві широка експансія і шалені темпи зростання капіталу[5].

Власник News Corporation Руперт Мердок, опинившись перед потребою вибору стратегії розвитку в момент кризи «нової економіки», пішов своїм власним «регіональним» шляхом – його супутникова імперія BskyB активізувалась на азійських ринках, особливо у Китаї. Однак при цьому обережний містер Мердок не забув про свої інтереси в інших частинах світу. Наприклад, і американський AOL Time Warner і німецький Bertelsmann доволі довго намагалися придбати одну з найбільших звукозаписних компаній світу – британську EMI, але так і не змогли її купити через заборону європейської влади. Найкраще з проблемної ситуації, пов'язаної з територіальним регулюванням медіапростору викрутився Мердок, який завдяки своїм політичним зв'язкам завчасно забезпечив себе статусом британської мовної компанії для своєї BskyB. Це дало йому змогу заволодіти низкою національних британських видань та здійснювати нові проєкти. Для нього ж зробила виняток і американська влада, дозволивши володіти в Нью-Йорку газетою New York Post. Мало не дістався Мердоку в 2002 році бізнес його давнього конкурента, німецького магната Лео Кірха. Той, зазнавши чималих збитків на утриманні платного телебачення Premiere,

[5] Зернецька, О. (2012), «Політична складова антикризових стратегій глобальних медіа конгломератів», *Політичний менеджмент,* вип. 4-5, с. 254-265. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/zernetska_politychna.pdf, с. 256, 257.

звернувся до старшого колеги за порадою та отримав 1,7 млрд доларів опціону на 22% акцій Premiere. Однак термін позики минув, і через брак грошей Кірху довелося навесні 2002 р. оголосити про банкрутство. Першим претендентом на купівлю збіднілої компанії виявився саме Мердок, той, до речі, який раніше запропонував Кірху свою допомогу. Болісні переговори про продаж Kirch-Media, головної компанії холдингу, Мердоку та італійському прем'єру Сільвіо Берлусконі ні до чого не привели. У результаті компанія пішла з молотка, викликавши паніку в німецькому фінансовому середовищі.

9 липня 2011 р. через скандал про незаконне прослуховування знаменитостей і простих британців Руперт Мердок вирішив закрити таблоїдну газету News of the World, яка виходила протягом 168 років. Серед тих, кого прослуховували репортери таблоїда, опинилися дружина принца Вільяма Кейт Міддлтон, колишній прем'єр-міністр Великобританії Тоні Блер, нападник «Манчестер Юнайтед» Уейн Руні та десятки простих громадян, що, звісно, викликало у британців обурення.

У червні 2013 року глобальний медіахолдинг News Corp. оголосив про поділ компанії на дві окремі структури: корпорацію «XXI Століття Фокс» (The 21st Century Fox) та News Corporation. Перша компанія контролюватиме теле- та кінопроєкти, друга – газетний та видавничий бізнес. Руперт Мердок, незважаючи на свій доволі похилий вік обійняв посади голови та головного виконавчого директора в обох створених компаніях.

Висновки

Європейська тенденція свідчить про те, що одним з найефективніших способів виживання для медіапідприємств є шлях до об'єднання в медіакорпорації. Окрім того, розвиток медіакорпорацій тісно залежить від трансформації економіки.

Як свідчить загальносвітова тенденція, медіа – це підприємства та ефективні платники податків.

Світ наразі живе в епоху інформаційного суспільства. Це означає, що основний бізнес медіа – переробка та реалізація інформації, обмін інформацією. Створення чіткої концепції інформаційного суспільства дасть змогу забезпечити позитивні зміни в життєдіяльності суспільства і людини. Від латинського media означає посередник. У такому разі медіа є посередником між суспільством та журналістами. Медіа – це доволі складна економічна категорія, яка охоплює сукупність інформаційних засобів між авторами та аудиторією. Зараз еволюція медіа сягнула нового прогресу у формі діджиталізації та мережевості. Це означає, що інформацію простіше і швидше знайти в інтернеті. Зараз медіа сприймається радше як середовище комунікації текстів.

Найпотужніші медіахолдинги останніми десятиліттями розбудували розгалужені інформаційні мережі по всьому світі, а реалізація ними мультимедійних корпоративних стратегій на основі вертикальної та діагональної інтеграції забезпечує нарощування їх конкурентоспроможного впливу на ключових сегментах світового медійного ринку, динамічне зростання ринкової капіталізації, вартості активів та прибутків, а також концентрацію ресурсів і влади. У найближчі десятиліття кількість корпорацій медійного бізнесу може навіть зменшитись під впливом активізації процесів злиття й поглинання як одних з найефективніших механізмів забезпечення їхнього глобального конкурентного лідерства. Колосальні за вартісними обсягами злиття й поглинання у світовій медіаіндустрії спричинені як чисто фінансовими, так

і стратегічними цілями медіаконгломератів. Вони пов'язані насамперед з максимізацією їхньої ринкової капіталізації, підвищенням прибутковості бізнес-діяльності та реалізацією ефекту економії на масштабах, необхідністю консолідації економічної сили для тиску на ринок, розширенням ринкового середовища діяльності, а також придбанням операційних активів, цільової аудиторії та гігантських за розмірами виробничих і креативних потужностей компаній-конкурентів (на відміну від купівлі їхніх акцій на фондових біржах, за якої відбувається лише набуття власності інших компаній)[6].

Отже, підсумовуючи, зазначимо, що сучасний світовий медійний ландшафт визначається транснаціональними медіакорпораціями, які утворилися завдяки численним злиттям та поглинанням. Наведені вище стратегії освоєння комунікаційного ринку підтверджують, що у сучасній світовій медіаіндустрії переважають концентрація та диверсифікація медіаактивів. При цьому вектор об'єднання спрямований на отримання якомога більшого прибутку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Вовчанська, О. М., Іванова, Л. О. та Балук, Н. Р. (2021), «Ринок соціальних медіа: нові реалії для бізнесу і споживачів», *The European development trends in journalism: International scientific and practical conference*, с. 93-99. DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-22
2. Гридасова, Г. (2014), «Трансформація акторів міжнародних відносин: держава та транснаціональні медійні корпорації», *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України,* Вип. 3, с. 368-376. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/grydasova_transformatsia.pdf (останній перегляд 27 січня 2025).
3. Гридасова, Г. О. (2017), *Інформаційні транснаціональні корпорації у світовій політиці*, Дисертація (канд. політ. наук), Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, 191 с. URL: http://nauka.kiev.ua (останній перегляд 27 січня 2025).
4. Зернецька, О. (2012), «Політична складова антикризових стратегій глобальних медіа конгломератів», *Політичний менеджмент,* вип. 4-5, с. 254-265. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/zernetska_politychna.pdf (останній перегляд 27 січня 2025).
5. Кузнецов, С. В., Левченко, М. Г. та Форостян, А. Ф. (2023), «Транснаціональні медіа та глобалізація: взаємозв'язок культур та інформаційних технологій», *Культурологічний альманах,* вип. 3, с. 279–283. DOI: https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.3.39
6. Любчик, К. Л. (2020), «Корпоративні медіастратегії транснаціональних корпорацій», *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*, Вип. 1, с. 16-19. DOI: https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-1-2

[6] Любчик, К. Л. (2020), «Корпоративні медіастратегії транснаціональних корпорацій», *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*, Вип. 1, с. 16-19. DOI: https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-1-2, с. 17, 19.

7. Ляшенко, Т. (2023), «Популізм як загроза повоєнного відновлення України», *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент,* Вип. 13, с. 111-124. DOI: https://doi.org/10.31861/mediaforum.2023.13.111-124
8. Пересипкіна, І. та Чердак А. (2023), «Вплив транснаціональних корпорацій на зовнішню та внутрішню політику держав», за ред. Миколенка, Д. В., Солових, В. П. та Хижняк, Л. М., *Стратегічні напрями зовнішньої політики і дипломатії країн світу : матеріали V Всеукраїнського науково-практичного круглого столу,* 1 грудня 2023 року, м. Харків, с. 76-80. URL: https://international-relations-tourism.karazin.ua/themes/irtb/resources/9119e2a11befbfcc17a2f741faaa569b.pdf#page=76 (останній перегляд 27 січня 2025).
9. Пойта, І. О., Мосійчук, І. В. та Калініченко, О. О. (2023), «Тренди розвитку транснаціональних корпорацій в умовах глобальної економічної трансформації», *Міжнародна науково-практична конференція "Актуальні питання економіки, фінансів, обліку та права: теорія і практика",* 16 листопада 2023 р., Кременчук. URL: http://eprints.zu.edu.ua/38435/ (останній перегляд 27 січня 2025).
10. Чужиков, А. (2018), «Динаміка розвитку медійних корпорацій в умовах глобалізації», *Міжнародна економічна політика*, вип. 1, с. 128-143. URL: http://iepjournal.com/journals/28/2018_6_Chuzhykov.pdf (останній перегляд 27 січня 2025).
11. Чужиков, В. І. та Чужиков, А. В. (2022), «Конгломерація медійного бізнесу в ЄС», *Інвестиції: практика та досвід,* вип. 3, с. 13-18. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2022.3.13
12. Шальман, Т. М. (2021), «Конкурентні засади медійного ринку», *The European development trends in journalism, PR, media and communication.* Publishing House "Baltija Publishing", с. 112-115. URL: http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/108/2998/6356-1 (останній перегляд 27 січня 2025).

REFERENCES

1. Vovchanska, O. M., Ivanova, L. O. & Baluk, N. R. (2021), "Social media market: new realities for business and consumers", *The European development trends in journalism: International scientific and practical conference*, pp. 93-99. DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-042-1-22
2. Hrydasova, H. (2014), "Transformation of actors in international relations: the state and transnational media corporations", *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy [Scientific Notes of the I. F. Kuras Institute of Political and Ethnonational Studies of the NAS of Ukraine]*, vol. 3, pp. 368-376, available at: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/grydasova_transformatsia.pdf (accessed 27 January 2025).
3. Hrydasova, H. O. (2017), *Information Transnational Corporations in World Politics*, PhD diss (Political Science), Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, 191 pp., available at: http://nauka.kiev.ua (accessed 27 January, 2025).
4. Zernetska, O. (2012), "The Political Component of Anti-Crisis Strategies of Global Media Conglomerates", *Politychnyi menedzhment [Political Management],* vol. 4-5, pp. 254-265, available at: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/zernetska_politychna.pdf (accessed 27 January, 2025).

5. Kuznetsov, S. V., Levchenko, M. H. & Forostian, A. F. (2023), "Transnational Media and Globalization: The Interrelationship of Cultures and Information Technologies", *Kulturolohichnyi almanakh [Culturological Almanac]*, vol. 3, pp. 279–283. DOI: https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.3.39
6. Liubchyk, K. L. (2020), "Corporate Media Strategies of Transnational Corporations", *Derzhava ta rehiony. Seriia : Ekonomika ta pidpryiemnytstvo [State and Regions. Series: Economics and Entrepreneurship]*, vol. 1, pp. 16-19. DOI: https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-1-2
7. Liashenko, T. (2023), "Populism as a Threat to Ukraine's Post-War Reconstruction", *Mediaforum: analityka, prohnozy, informatsiinyi menedzhment [Mediaforum: Analytics, Forecasts, Information Management]*, vol. 13, pp. 111-124. DOI: https://doi.org/10.31861/mediaforum.2023.13.111-124
8. Peresypkina, I. & Cherdak A. (2023), "The Influence of Transnational Corporations on the Foreign and Domestic Policies of States", in Mykolenka, D. V., Solovykh, V. P. & Khyzhniak, L. M. (Eds.), *Strategic Directions of Foreign Policy and Diplomacy of Countries of the World:* Proceedings of the V All-Ukrainian Scientific and Practical Round Table, December 1, 2023, Kharkiv, pp. 76-80, available at: https://international-relations-tourism.karazin.ua/themes/irtb/resources/9119e2a11befbfcc17a2f741faaa569b.pdf#page=76 (accessed 27 January, 2025).
9. Poita, I.O., Mosiichuk, I.V. & Kalinichenko, O.O. (2023), "Trends in the development of transnational corporations in the context of global economic transformation", *International Scientific and Practical Conference "Current Issues in Economics, Finance, Accounting and Law: Theory and Practice*", November 16, 2023, Kremenchuk, available at: http://eprints.zu.edu.ua/38435/ (accessed 27 January, 2025).
10. Chuzhykov, A. (2018), "Dynamics of Media Corporation Development in the Context of Globalization", *Mizhnarodna ekonomichna polityka [International Economic Policy],* vol. 1, pp. 128-143, available at: http://iepjournal.com/journals/28/2018_6_Chuzhykov.pdf (accessed 27 January, 2025).
11. Chuzhykov, V. I. & Chuzhykov, A. V. (2022), "Media Business Conglomeration in the EU", *Investytsii: praktyka ta dosvid [Investments: Practice and Experience],* vol. 3, pp. 13-18. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2022.3.13
12. Shalman, T. M. (2021), "Competitive principles of the media market", *The European development trends in journalism, PR, media and communication.* Publishing House "Baltija Publishing", pp. 112-115, available at: http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/108/2998/6356-1 (accessed 27 January, 2025).

TRANSNATIONAL MEDIA CORPORATIONS AND MULTIMEDIA CONGLOMERATES IN THE ERA OF INFORMATION SOCIETY

Volodymyr Malinin
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University
Bulvarno-Kudriavska Str.,18/2, Kyiv, Ukraine
e-mail: v.malinin@kubg.edu.ua
https://orcid.org/0009-0008-3688-131X

The article attempts to analyze the historical analysis of the development of transnational media corporations and multimedia conglomerates in the era of information society. Silvio Berlusconi understood the importance of the media business better than others, since he was the first apart from competitors to buy up television, skillfully bypassing antitrust laws in the media industry. In Italy, private television and radio stations are prohibited from conducting nationwide information broadcasting. But it was Berlusconi who created such a phenomenon as telecracy, that is the power of television and its influence on politics. Telecracy is inherent in countries with autocracy. The phenomenon of the scandalously famous Berlusconi clearly illustrates the personification of politics and the reduction of the role of traditional institutions in the life of Italy. It was with the help of television that Berlusconi managed to mobilize the electorate. Telecracy is the domination of television, combined with politics and business, as an attempt to manage society through the media. In telecracy, television is self-sufficient, and politics becomes its tool; media structures themselves model political reality. The television screen is a completely special tool of manipulation, which has an amazing ability to "wash away" the difference between truth and lies. Even a clear lie presented through the television screen does not cause an automatic alarm signal in the viewer – his psychological defenses are turned off.

The history of American entrepreneur Ted Turner, who created CNN, initially as a 24-hour cable news channel (Cable news network – CNN), the success and concept of CNN are analyzed. Turner's transnational media corporation, which includes the CNN television channel and the CNN online media, is the most powerful in the world with the largest audience.

The article demonstrates the merger of giant "Time Warner" and "America on-line" media corporations and the phenomenon of "media convergence". The convergent or multimedia approach is now quite popular among transnational media corporations. Rupert Murdoch, who is the owner of News Corporation, chose a different strategy at the time of the "new economy" crisis and managed to use the political connections for media business in a timely manner.

Keywords: transnational media corporations, multimedia conglomerates, media takeover, Silvio Berlusconi, media convergence.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 119–129
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 119–129

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 119–129 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13296

УДК [316.658:316.77:070.1](100):327.8(470:477)"20"

КОМУНІКАЦІЙНА СФЕРА ТРЕТІХ КРАЇН ЯК ПОЛЕ БИТВИ МІЖ РОСІЄЮ ТА УКРАЇНОЮ У 2022–2025 рр.

Юрій Мельник
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: melnykiurii@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-2825-9925

У статті проілюстровано інформаційне протистояння між Росією та Україною у комунікаційній сфері третіх країн. За приклад взято такі комунікаційні канали, як мітинги, транспаранти, білборди, графіті тощо. Після лютого 2022 року Росія втратила можливість відкрито просувати свої наративи на Заході через осуд її агресії проти України. Тоді як проукраїнські сили діяли прямолінійно, спираючись на готовність авдиторії підтримувати їх, проросійські актори інформаційного поля переважно змістили акцент на дискредитацію української позиції, використовуючи гібридні методи та маніпулятивні меседжі. Російська пропаганда зосередилася на закликах до миру, економії бюджету та захисту національних інтересів, які легко сприймає західна авдиторія.

Ключові слова: інформаційна війна, пропаганда, текст міста, мітинг, білборд, графіті.

Вступ

У більшості країн із демократичним ладом підтримка України, особливо на початку війни, бачилася безумовною. Вона проявлялася не лише у засобах масової інформації, але й на інших рівнях вираження суспільних настроїв. Зокрема, через міський текст[1]: проукраїнські публічні зібрання, вивішування українських прапорів на адміністративних будівлях, перейменування вулиць на честь України тощо. Російська сторона, побачивши, що програє інформаційну війну в абсолютній більшості країн, де вираження суспільної думки взагалі можливе, намагалася максимально розбавити проукраїнський консенсус: організовувати проросійські мітинги, демонструвати проросійську символіку там, де це було можливо. Де такої можливості не було, увагу зосереджували на дискредитації України, висвітленні української теми, ідеї підтримки України у негативний спосіб. Деякі інформаційні операції проросійських сил мали частковий успіх, тому заслуговують на уважніше вивчення.

У рамках цього дослідження є сенс зробити акцент на аспектах комунікаційної сфери, які виходять за рамки ЗМІ у традиційному сенсі слова. **Мета статті** – виокре-

[1] Reuters (2022), "Art in support of Ukraine", March 25. URL: https://surl.li/cpswvc (accessed 27 January 2025).

© Мельник Ю., 2025

мити найважливіші закономірності російсько-українського протистояння у комунікаційній сфері третіх країн. Мета передбачає виконання таких завдань:

- З'ясувати характер російсько-українського протистояння у площині масових політичних зібрань у третіх країнах;
- З'ясувати характер російсько-українського протистояння через білборди, плакати, наклейки та інші види вуличної візуальної комунікації;
- Визначити роль цифрових симулякрів вуличної активності, фейкових графіті на фотографіях із різних місць у країнах Заходу, які не мають відповідника у реальності.

Публічні зібрання. Впродовж війни, особливо у перші її тижні, а також на річниці 24 лютого, люди українського походження та симпатики України у десятках країн на різних континентах збиралися на публічні акції із вимогою зупинити війну, зупинити Путіна, закликали підтримувати Україну тощо. Українські прапори, зроблені від руки транспаранти, сильні емоції додавали цим акціям емоційного навантаження, відтак вони привертали увагу світової спільноти до українського питання та ставали на перешкоді зниженню інтересу до нього. Часто на проукраїнські мітинги приходять проросійські активісти, нав'язуючи словесну або ж фізичну конфронтацію, як це було в Любляні[2]. Дзеркальна ситуація трапилася у Вашингтоні, де українка вступила у суперечку з учасниками проросійського мітингу[3].

Що ж до проросійських мітингів, то вони є більш чи менш успішними спробами завдавати Україні симетричних (хоча й незрівнянно менш масштабних) ударів. За час війни мітинги із дозою вигідних Росії наративів відбулися у Сербії[4], Греції[5], Німеччині[6], Чехії[7], США[8], Австрії[9], Нідерландах[10] та у багатьох інших країнах. Їхня концепція була не завжди однаковою: сербський мітинг був відкрито спрямований на підтримку Росії, тоді як мітинг у США мав подвійне дно: прямих проросійських лозунгів висунуто не було, скоріше учасники взяли на озброєння пацифістську позицію, ведучи мову про необхідність «зупинити війну», а отже – «жодної копійки

---

[2] Руденко, І. (2023), «"Тікай з нашої країни" – проросійський словенський активіст українці на мітингу проти війни у Любляні». *Суспільне Дніпро*. URL: https://surl.li/vchjie (дата звернення 27 січня 2025).

[3] Терлюк, І. (2023), «Тернополянку у Вашингтоні ледь не побив проросійський мітингувальник». *Суспільне Тернопіль*. URL: https://surl.li/bapvje (дата звернення 27 січня 2025).

[4] Reuters (2022), "Pro-Russia Serbs protest in Belgrade to support Russia and against NATO", April 16. URL: https://surl.li/sauuia (accessed 27 January 2025).

[5] Kokkinidis, T. (2022), "Ukraine's Embassy in Greece Condemns Pro-Russia Rally in Athens", *Greek Reporter*. April 4. URL: https://surl.li/xfmyvm (accessed 27 January 2025).

[6] N-TV (2023), "Prorussische Demos in mehreren deutschen Städten". URL: https://surl.li/holcjc (abgerufen am 27. Januar 2025).

[7] Kořínek, O (2023), "Demonstranti se pokusili vniknout do Národního muzea, 18 lidí skončilo v poutech", *Novinky.cz*. 11. URL: https://surl.li/xmbtqq (přístupný 27. ledna 2025).

[8] Yates, R. (2023), "Rage Against the War Machine Recap (April 2023)", *Libertarian Party of North Carolina*, April 10. URL: https://surl.li/nxivpg (accessed 27 January 2025).

[9] Укрінформ (2022), «У Відні пройшов проросійський мітинг», 11 вересня. URL: https://surl.li/dzadhe (дата звернення 27 січня 2025).

[10] Openbaararchief (2024), "Demonstranten in Amsterdam roepen op tot vrede en samenwerking met Russische Federatie", 29 december. URL: https://surl.li/gbjhfx (geraadpleegd op 27 januari 2025).

більше на війну в Україні». Окрім того, організатори події закликали до розпуску НАТО та скорочення бюджету Пентагону[11].

Показовий приклад мітингу зі схожою концепцією у Німеччині: у квітні 2022 року група лівих організацій закликає на мітинг під гаслом: «Ні війні! Проти переозброєння! Як Путіна, так і НАТО!». У виданні *Klasse gegen Klasse* викладено обґрунтування гасла. З одного боку, «Ми чітко виступаємо проти реакційної війни Путіна і вимагаємо вивести всі російські війська з України! Російська армія аж ніяк не бореться за "денацифікацію" чи в інтересах пригноблених проти впливу західного імперіалізму». Водночас, поряд з осудом Путіна, звучить симетричний осуд НАТО і західних країн: «Але боротьбу за Україну веде не тільки Росія. НАТО, США та ЄС, зі свого боку, хочуть поставити країну під свій економічний і політичний контроль та інтегрувати її в західний військовий порядок. Країни Східної Європи вже є країнами з низькими зарплатами та ринками збуту, зокрема для німецького капіталу, тоді як Міжнародний валютний фонд змушує Україну впроваджувати заходи жорсткої економії та приватизацію. Український уряд Зеленського виступає за політику повного підпорядкування інтересам західних імперіалізмів. Це не вихід для робітників і мас в Україні!»[12].

Цієї ж стратегії дотримується німецька пацифістська антимілітарна організація "OTKM Stuttgart" (Відкрита зустріч проти війни та мілітаризації), на цифровому банері якої такий набір гасел:

- Ні 100 000 000 000 євро на війну! Гроші на догляд та навчання!
- Жодних поставок зброї в Україну! Знищити військову промисловість!
- Припиніть імперіалістичне бряцання шаблями! Солідарність із українським народом!

Зрозуміло, що пацифістський фреймінг протесту, намагання зробити акцент на важливості миру дуже допомагає російській справі. Гасло «Проти переозброєння! Як Путіна, так і НАТО!» на практиці ставить під питання доцільність військової підтримки України з НАТО, зате жодним чином не впливає на Путіна та військові спроможності Росії.

В аналогічний спосіб у певних середовищах Польщі набуло поширення антивоєнне гасло «Це не наша війна». Польські пацифісти наголошують на неприпустимості вступу Польщі в російсько-українську війну (а така перспектива, вважають вони, стає ймовірнішою, якщо продовжувати надавати зброю Україні). Саме з цим гаслом був організований першотравневий мітинг у Варшаві у 2024 році[13]. Ще далі зайшли в Амстердамі у грудні 2024 року, коли пацифістське та антикапіталістичне підґрунтя протесту уможливило, серед іншого, такий висновок: «Але ми тут, щоб сказати правду, сказати, що Росія нам не ворог».

Часто проросійський мітинг є відповіддю на проукраїнський, спробою нейтралізувати його, девальвувати значення українського зібрання як волевиявлення суспільства. У січні 2025 року у Словаччині, уряд якої впродовж кількох років роз-

[11] Mehr News Agency (2023), "Americans to march against NATO, supplying arms to Kyiv", February 19. URL: https://surl.li/hishys (accessed 27 Jan. 2025).

[12] Klasse Gegen Klasse (2023), "1. Mai: Gegen Krieg, Aufrüstung und Inflation auf die Straße!", 30. April. URL: https://surl.li/yotpur (aufgerufen 27 January 2025).

[13] Topwar (2023), "To nie nasza wojna: w Warszawie odbył się marsz przeciwko zaangażowaniu Polski w konflikt na Ukrainie", Mai 1. URL: https://surl.li/ewbima (dostęp 28 stycznia 2025).

мивав проукраїнську підтримку ЄС, відбувся знаковий мітинг у тридцяти містах країни, який сумарно зібрав близько 100 тис учасників. Окрім внутрішньословацького порядку денного, на цих мітингах широко звучала українська проблематика. Поряд зі словацькими, майорів український прапор, зі сцени звучали слова підтримки на адресу України: «Вимагаємо в уряду та всіх державних лідерів відмовитися від будь-якої співпраці з Росією, яка веде війну проти України і цим загрожує Словаччині». Або: «Вимагаємо від уряду та конституційних чиновників припинити нападки на Україну, яка зазнає агресії Володимира Путіна»; і багато іншого. Серед плакатів та транспарантів на мітингу були такі: «Фіцо – колабораціоніст, російський агент, державний зрадник»; «Фіцо, їдь до Москви, а Словаччині дай спокій!»; «Фіцо – лакей Путіна»; «Словаччина – це Європа, досить Росії»[14].

Паралельно у Братиславі організували мітинг-відповідь під назвою «Словаччина – це не Україна», щоправда, на нього прийшло лише 40 людей[15]. Такі провали, коли не вдається зібрати достойної кількості учасників мітингу, дуже погано позначаються на іміджі організаторів, підкреслюють їхню слабкість, непопулярність та безпорадність як політичної сили.

Намагання закріпити за собою «вулицю» у третіх країнах – важливий чинник інформаційної війни між РФ та Україною. У демократичному світі мітинги прийнято вважати одним зі способів, у який громадянське суспільство проявляє свою волю. Обидві сторони, і РФ, і Україна, намагаються використати цей чинник на свою користь.

Білборди, плакати, наліпки. Візуальні формати інформаційного протистояння між Росією та Україною багато в чому доповнюють меседжі на мітингах та інших зібраннях. Працювати на цьому полі можуть як сторони війни, так і жителі країн, інформаційний простір яких є полем інформаційної битви. Детальніше у цьому контексті варто згадати серію наліпок, які з'явилися у липні 2023 року у Відні. На цих наліпках жінка, чоловік і дитина вибльовують прапорці України. Над ними напис: «Нам набридло». Зауважено, що ідентичні ілюстрації рік перед тим з'явилися на стінах у Донецьку (що може наштовхувати на думки щодо авторства). Наліпки дрібнішого формату розклеювали в Іспанії: «Війну НАТО проти Росії оплачує наш народ». Спроба креативу на тій самій темі пов'язана з наліпками на банкоматах у Барселоні. За задумом, користувач, вставивши банківську карту до рота Зеленському, прочитає напис «Я їм твої податки» та обуриться через фінансову підтримку України.

Білборди з українською символікою та гаслами на зразок «Ми стоїмо з Україною», «Будь сміливим як Україна» були широко представлені у більшості демократичних країн світу. На другий і третій рік війни рівень візуальної підтримки знизився, але не зник. Підтримка Росії чи будь-яка альтернативна позиція щодо російсько-української війни на цьому тлі все ще малопоширене явище. Тим цікавіше розглянути спроби російської сторони (чи інших áкторів, які працюють на цьому полі) підважити магістральний наратив про російсько-українську війну у третіх країнах. Кілька прикладів.

---

[14] YouTube (2025), "LIVE Protest: «Slovensko je Európa – dosť bolo Ruska!»". URL: https://surl.li/hdpcmg (prístupné 27. januára 2025).

[15] Denník N (2025), "Na Tyršovom nábreží v Bratislave sa začal autoprotest Slovensko nie je Ukrajina", 24. Januára. URL: https://surl.li/mxycfl (prístupné 27. januára 2025).

Неприховану підтримку Росії висловили сербські білборди, вивішені у жовтні 2022 року в день народження Путіна: «З днем народження президента Владіміра Путіна від сербських братів». Використано портрет Путіна та стилізовану літеру Z – однозначний символ підтримки російської агресії проти України (щоправда, про Україну згадок немає). Ба більше, рекламний щит підписано: «консервативний рух *Наші*»[16].

Гасло «Це не наша війна» із польських мітингів використовують на білбордах у різних містах Польщі[17]. Візуальним бекґраундом для гасла було обрано російський та український прапори, а також дві ноги військового, одна з яких замінена протезом. Інші варіації цього гасла («Стоп втягуванню Польщі у не нашу війну») поширюють у Польщі у вигляді наліпок на автомобілі, футболок та іншої аналогічної продукції.

Італійські білборди, розвішані в Італії у 2024 році, перевершили ті, які з'являлись у Польші, заявляючи: «Росія НЕ є нашим ворогом!». Дрібнішим шрифтом: «Досить грошей для зброї Україні та Ізраїлю. Хочемо МИРУ, відкидаємо війну (Стаття 11 конституції)». На деяких білбордах – «Росія НЕ мій ворог». Графічне оформлення білборду – потиск двох рук у кольорах італійського та російського прапорів. Білборди були вивішені у багатьох містах, лише в Римі повідомляли про щонайменше двадцять білбордів та щонайменше п'ять моторизованих рекламних щитів[18]. Італійські білборди відрізнялись від польських: меседж про мир вже не головний, а допоміжний, у головному йдеться про Росію, яка можливо і є комусь ворогом (Україні? США?), але точно не нам, італійцям.

«Скласти зброю! Вести перемовини, а не озброюватися». Із такою вуличною рекламою виступила німецька політична партія *Die Linke*. Обґрунтовуючи цю позицію партії, її представники загострюють увагу на небезпеках, які зростають, у тому числі через поставки зброї Україні. Цей електронний білборд віддзеркалює дедалі популярніший наратив рівновіддаленості від обох сторін у війні. Статус жертви чи моральна правота України у такій перспективі взагалі не є чинником.

Впродовж передвиборчої кампанії 2024 року в Грузії правляча партія *Грузинська мрія* запропонувала своїм виборцям альтернативу: фото зруйнованих міст України чи мирну і спокійну Грузію[19] (другий варіант повинен асоціюватися з урядуванням *Грузинської мрії*). На початку березня 2022 року в Угорщині з'явилися білборди із портретом прем'єр-міністра Орбана та написом: «Збережімо мир та безпеку в Угорщині». Цей білборд, на відміну від польського та грузинського, жодним словом і жодним символом не згадує про російсько-українську війну, однак натяк на неї більш ніж прозорий, враховуючи час публікації та фото Орбана, зроблене, вочевидь, на українському кордоні[20].

---

[16] Crna Hronika (2022), "U sred Beograda osvanuli plakati u kojima se čestita rođendan Vladimiru Putinu", 8. listopada. URL: https://surl.li/nsgxwb (Pristupljeno 27. siječnja 2025).

[17] Czuchnowski W. (2023), "«To nie nasza wojna». Był w komisji Macierewicza, teraz organizuje prorosyjską kampanię", *Gazeta Wyborcza*, 2 lutego. URL: https://surl.li/nfgrkw (Dostęp 27 stycznia 2025).

[18] Grossi, L. (2024), "«La Russia non è nostra nemica». L'intelligence indaga sulla regia dei manifesti pro-Putin", *Il Giornale*, 28 settembre, disponibile: https://surl.li/kqqqau (accesso 28 gennaio 2025).

[19] Перун, В. (2024), "Правляча партія Грузії використала у політичній рекламі фото і відео руїн українських міст", *LB.ua*. URL: https://surl.li/kjaxqv (дата звернення 27 січня 2025).

[20] Nagy, A. K. (2022), "Hirtelen új, háborúellenes kormányzati plakátok jelentek meg az utcákon", *RTL*, március 9. URL: https://surl.li/tmheyh (hozzáférés dátuma: 2025. január 27).

У квітні 2024 року у Словаччині з'явилася серія білбордів, один із яких містив напис: «Без Росії не виживемо». Однак у випадку цього білборда важливий контекст: він став частиною кампанії опозиційної партії *Демократи*. Метою кампанії було не висловити власну позицію, а привернути увагу до загроз, пов'язаних із політикою чинної словацької влади: «Якщо ми програємо, ці божевільні фрази і гасла ще довго будуть повсякденною реальністю»[21].

Систематизувавши сім згаданих прикладів, можемо вести мову про сім стратегій візуальної вуличної реклами із тією чи іншою формою підважування підтримки України:

	Країна	Буквальний меседж	Прихований меседж
1.	Сербія	«З днем народження президента Владіміра Путіна»	Підтримуємо Росію та її агресію
2.	Італія	«Росія не є нашим ворогом»	Закликаємо до примирення з Росією
3.	Польща	«Це не наша війна»	Закликаємо до невтручання
4.	Угорщина	«Збережімо мир і безпеку в Угорщині»	Закликаємо до невтручання
5.	Грузія	«Ні війні!»; «Обери мир»	Закликаємо боятися такої ж війни у нашій країні
6.	Німеччина	«Скласти зброю! Вести перемовини, а не озброюватися»	Закликаємо до припинення вогню та переговорів
7.	Словаччина	«Без Росії не виживемо»	Без Росії можемо обійтися

Кілька зауважень щодо цієї таблиці:

- Очевидно, що гасло та меседж №1 (сербського зразка) на сьогодні є можливим лише у країнах зі спеціальними взаєминами з РФ. У більшості країн Європи такі білборди наткнулися б на різке несприйняття, тому у більшості випадків російській пропаганді доводилося діяти на межі прийнятного, утримуючись від прямого виправдання російської агресії;
- Білборди від другого до шостого – зразок такої роботи на межі прийнятного. Другий, італійський білборд – найбільш ризикований, оскільки прямо вступає у суперечку із домінантним наративом про Росію як агресора та ворога Заходу. Із такою позицією пов'язаний ризик швидше відлякати та насторожити, ніж переманити на свій бік;
- З третього по шостий білборди не стають на жодну зі сторін російсько-української війни, закликаючи до безсторонності, нейтральності, пріоритизації власних інтересів тощо. Наприклад, польський білборд закликає перехожого зняти з себе відповідальність за війну між Росією та Україною, не почуватися зобов'язаним займати у ній позицію. Німецький білборд теж є рівновіддаленим щодо учасників війни, але на відміну від польського, проактивно закликає до миру. Така позиція теж виграшна, адже у масовій свідомості мир завжди кращий за війну.

[21] Pravda (2024), "«Bez Ruska nepreživieme". Demokrati chcú docieliť opak. TIS: Ešte nesplatili ani dlhy z volieb 2023", 10. apríla. URL: https://surl.li/mjmjwo (prístup 28. januára 2025).

- Сьомий білборд стоїть зовсім окремо, він задуманий як провокація, його істинний меседж протилежний до тексту та має антиросійське спрямування.

Цифрові ерзаци. Цікавим напрямком діяльності російських пропагандистів у третіх країнах є серія фейкових графіті в Іспанії та у Франції. Графіті зображають Зеленського:

а) у вигляді канібала, який їсть людське м'ясо;

б) із широко розкритим ротом, у який падають гроші;

в) в образі цвіркуна, який поїдає Євросоюз[22].

Ці карикатури покликані симулювати наявність негативного ставлення до України у західних країнах, у такий спосіб збільшуючи його, – водночас не виходячи за рамки цифрового виміру.

У цьому контексті варто згадати електронні рекламні щити у Нью-Йорку, які неодноразово ставали матеріалом для фейків, поширюваних у соцмережах. Перший приклад – екран із нібито написом "Glory to Urine" («сеча» замість «Україна») на синьо-жовтому тлі[23]. В аналогічний спосіб у соціальних мережах було поширене фейкове відео, відповідно до якого підтримка України на електронному білборді була витіснена підтримкою Ізраїлю[24]. Обидва фейки – це спроба створити враження зневаги до України та війни, посіяти зневіру в самій Україні щодо серйозності намірів західних партнерів підтримувати Київ.

Висновки

Після лютого 2022 року можливості росіян просувати власний порядок денний у світі (передусім – у країнах Заходу) був доволі серйозно обмежений, оскільки західні суспільства засудили дії російської армії в Україні та солідаризувалися з Україною. Відстоювати українську позицію було легко, вона була зрозумілою та прийнятною для більшості. Відтак Росія намагалася грати другим номером, застосовувати гібридні технології, діяти під прикриттям, працювати не стільки на утвердження свого наративу, скільки на розвінчання ворожого.

Приклади інструменталізації мітингів, транспарантів, білбордів, наліпок для поширення політичних меседжів, пов'язаних із російсько-українською війною, показують, що проукраїнські сили, граючи першим номером та працюючи з публікою, готовою сприймати її тези, здебільшого простодушні у своїх підходах. Натомість проросійські сили, щоб домагатися хороших результатів, мали грамотно добирати зміст і форму повідомлення, грати на інстинктах, емоціях, інтересах іноземної публіки, делікатно підводити її до потрібних висновків.

Російські інформаційні стратеги доволі грамотно визначили точки, у які варто бити для послаблення підтримки України у західному світі: устами західних суспільно-політичних діячів, анонімними меседжами на міському ландшафті закликати не стільки до підтримки Росії (це теж можна робити, але така діяльність – малоефективна і має нішеву цільову авдиторію), скільки до миру, до економії бюджету та

[22] Genevrier, G. (2022). "Les faux graffitis contre Zelensky, le nouvel outil de la propagande russe", *RFI*, 23 décembre. URL: https://surl.li/fifovf (consulté le 27 janvier 2025).

[23] Zamora, F. (2023), "Fausses pubs, faux graffitis : une désinformation massive pour décrédibiliser le soutien à l'Ukraine en Europe et aux Etats-Unis", *AFP*, 17 octobre. URL: https://surl.li/veazhd (consulté le 27 janvier 2025).

[24] Novak, M. (2023), "Viral Video Of Billboard Replacing Ukraine With Israel Support Is Fake", *Forbes*, November 14. URL: https://surl.li/bsewek (Accessed 27 January 2025).

до турботи про власний національний інтерес. Усі три заклики виглядають очевидними, їх легко та комфортно обґрунтовувати, вони закономірно отримують підтримку громадськості.

Фейки, які імітують антиукраїнські графіті у європейських містах, неприємні ситуації для України на електронних білбордах у Нью-Йорку і подібне – це спроби російської сторони зімітувати у цифровому вимірі результати, які було б дорого і складно досягати в реальності. За певних обставин вони можуть підбадьорити російську публіку у соцмережах (саме на неї такі трюки орієнтовані передовсім), але не матимуть практично ніякого впливу на закордонну публіку, яка не побачить згаданих графіті та білбордів у своїх містах.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Crna Hronika (2022), "U sred Beograda osvanuli plakati u kojima se čestita rođendan Vladimiru Putinu", 8. Listopada. URL: https://surl.li/nsgxwb (Pristupljeno 27. siječnja 2025).
2. Czuchnowski W. (2023), "«To nie nasza wojna». Był w komisji Macierewicza, teraz organizuje prorosyjską kampanię", *Gazeta Wyborcza*, 2 lutego. URL: https://surl.li/nfgrkw (Dostęp 27 stycznia 2025).
3. Denník N (2025), "Na Tyršovom nábreží v Bratislave sa začal autoprotest Slovensko nie je Ukrajina", 24. Januára. URL: https://surl.li/mxycfl (prístupné 27. januára 2025).
4. Genevrier, G. (2022). "Les faux graffitis contre Zelensky, le nouvel outil de la propagande russe", *RFI*, 23 décembre. URL: https://surl.li/fifovf (consulté le 27 janvier 2025).
5. Grossi, L. (2024), "«La Russia non è nostra nemica». L'intelligence indaga sulla regia dei manifesti pro-Putin", *Il Giornale*, 28 settembre. URL: https://surl.li/kqqqau (accesso 28 gennaio 2025).
6. Klasse Gegen Klasse (2023), "1. Mai: Gegen Krieg, Aufrüstung und Inflation auf die Straße!", 30. April. URL: https://surl.li/yotpur (aufgerufen 27 January 2025).
7. Kokkinidis, T. (2022), "Ukraine's Embassy in Greece Condemns Pro-Russia Rally in Athens", *Greek Reporter.* April 4. URL: https://surl.li/xfmyvm (accessed 27 January 2025).
8. Kořínek, O (2023), "Demonstranti se pokusili vniknout do Národního muzea, 18 lidí skončilo v poutech", *Novinky.cz*. 11. března. URL: https://surl.li/xmbtqq (přístupný 27. ledna 2025).
9. Mehr News Agency (2023), "Americans to march against NATO, supplying arms to Kyiv", February 19. URL: https://surl.li/hishys (accessed 27 Jan. 2025).
10. N-TV (2023), "Prorussische Demos in mehreren deutschen Städten". URL: https://surl.li/holcjc (abgerufen am 27. Januar 2025).
11. Nagy, A. K. (2022), "Hirtelen új, háborúellenes kormányzati plakátok jelentek meg az utcákon", *RTL*, március 9. URL: https://surl.li/tmheyh (hozzáférés dátuma: 2025. január 27).
12. Novak, M. (2023), "Viral Video Of Billboard Replacing Ukraine With Israel Support Is Fake", *Forbes*, November 14. URL: https://surl.li/bsewek (Accessed 27 January 2025).
13. Openbaararchief (2024), "Demonstranten in Amsterdam roepen op tot vrede en samenwerking met Russische Federatie", 29 december. URL: https://surl.li/gbjhfx (geraadpleegd op 27 januari 2025).

14. Pravda (2024), “ «Bez Ruska nepreživieme”. Demokrati chcú docieliť opak. TIS: Ešte nesplatili ani dlhy z volieb 2023”, 10. apríla. URL: https://surl.li/mjmjwo (prístup 28. januára 2025).
15. Reuters (2022), “Art in support of Ukraine”, March 25. URL: https://surl.li/cpswvc (accessed 27 January 2025).
16. Reuters (2022), “Pro-Russia Serbs protest in Belgrade to support Russia and against NATO”, April 16. URL: https://surl.li/sauuia (accessed 27 January 2025).
17. Topwar (2023), “To nie nasza wojna: w Warszawie odbył się marsz przeciwko zaangażowaniu Polski w konflikt na Ukrainie”, Mai 1. URL: https://surl.li/ewbima (dostęp 28 stycznia 2025).
18. Yates, R. (2023), “Rage Against the War Machine Recap (April 2023)”, *Libertarian Party of North Carolina*, April 10. URL: https://surl.li/nxivpg (accessed 27 January 2025).
19. YouTube (2025), “LIVE Protest: «Slovensko je Európa – dosť bolo Ruska!»”. URL: https://surl.li/hdpcmg (prístupné 27. januára 2025).
20. Zamora, F. (2023), “Fausses pubs, faux graffitis : une désinformation massive pour décrédibiliser le soutien à l’Ukraine en Europe et aux Etats-Unis”, *AFP*, 17 octobre. URL: https://surl.li/veazhd (consulté le 27 janvier 2025).
21. Перун, В. (2024), “Правляча партія Грузії використала у політичній рекламі фото і відео руїн українських міст”, *LB.ua*. URL: https://surl.li/kjaxqv (дата звернення 27 січня 2025).
22. Руденко, І. (2023), «“Тікай з нашої країни” – проросійський словенський активіст українці на мітингу проти війни у Любляні». *Суспільне Дніпро*. URL: https://surl.li/vchjie (дата звернення 27 січня 2025).
23. Терлюк, І. (2023), «Тернополянку у Вашингтоні ледь не побив проросійський мітингувальник». *Суспільне Тернопіль*. URL: https://surl.li/bapvje (дата звернення 27 січня 2025).
24. Укрінформ (2022), “У Відні пройшов проросійський мітинг”, 11 вересня. URL: https://surl.li/dzadhe (дата звернення 27 січня 2025).

REFERENCES

1. Crna Hronika (2022), “U sred Beograda osvanuli plakati u kojima se čestita rođendan Vladimiru Putinu”, 8. listopada. URL: https://surl.li/nsgxwb (Pristupljeno 27. siječnja 2025).
2. Czuchnowski W. (2023), “«To nie nasza wojna». Był w komisji Macierewicza, teraz organizuje prorosyjską kampanię”, *Gazeta Wyborcza*, 2 lutego. URL: https://surl.li/nfgrkw (Dostęp 27 stycznia 2025).
3. Denník N (2025), “Na Tyršovom nábreží v Bratislave sa začal autoprotest Slovensko nie je Ukrajina”, 24. Januára. URL: https://surl.li/mxycfl (prístupné 27. januára 2025).
4. Genevrier, G. (2022). “Les faux graffitis contre Zelensky, le nouvel outil de la propagande russe”, *RFI*, 23 décembre. URL: https://surl.li/fifovf (consulté le 27 janvier 2025).
5. Grossi, L. (2024), “«La Russia non è nostra nemica». L’intelligence indaga sulla regia dei manifesti pro-Putin”, *Il Giornale*, 28 settembre. URL: https://surl.li/kqqqau (accesso 28 gennaio 2025).
6. Klasse Gegen Klasse (2023), “1. Mai: Gegen Krieg, Aufrüstung und Inflation auf die Straße!”, 30. April. URL: https://surl.li/yotpur (aufgerufen 27 January 2025).

7. Kokkinidis, T. (2022), “Ukraine’s Embassy in Greece Condemns Pro-Russia Rally in Athens”, *Greek Reporter*. April 4. URL: https://surl.li/xfmyvm (accessed 27 January 2025).
8. Kořínek, O (2023), “Demonstranti se pokusili vniknout do Národního muzea, 18 lidí skončilo v poutech”, *Novinky.cz*. 11. března. URL: https://surl.li/xmbtqq (přístupný 27. ledna 2025).
9. Mehr News Agency (2023), “Americans to march against NATO, supplying arms to Kyiv”, February 19. URL: https://surl.li/hishys (accessed 27 Jan. 2025).
10. N-TV (2023), “Prorussische Demos in mehreren deutschen Städten”. URL: https://surl.li/holcjc (abgerufen am 27. Januar 2025).
11. Nagy, A. K. (2022), “Hirtelen új, háborúellenes kormányzati plakátok jelentek meg az utcákon”, *RTL*, március 9. URL: https://surl.li/tmheyh (hozzáférés dátuma: 2025. január 27).
12. Novak, M. (2023), “Viral Video Of Billboard Replacing Ukraine With Israel Support Is Fake”, *Forbes*, November 14. URL: https://surl.li/bsewek (Accessed 27 January 2025).
13. Openbaararchief (2024), “Demonstranten in Amsterdam roepen op tot vrede en samenwerking met Russische Federatie”, 29 december. URL: https://surl.li/gbjhfx (geraadpleegd op 27 januari 2025).
14. Pravda (2024), “«Bez Ruska nepreżijeme”. Demokrati chcú docieliť opak. TIS: Ešte nesplatili ani dlhy z volieb 2023”, 10. apríla. URL: https://surl.li/mjmjwo (prístup 28. januára 2025).
15. Reuters (2022), “Art in support of Ukraine”, March 25. URL: https://surl.li/cpswvc (accessed 27 January 2025).
16. Reuters (2022), “Pro-Russia Serbs protest in Belgrade to support Russia and against NATO”, April 16. URL: https://surl.li/sauuia (accessed 27 January 2025).
17. Topwar (2023), “To nie nasza wojna: w Warszawie odbył się marsz przeciwko zaangażowaniu Polski w konflikt na Ukrainie”, Mai 1. URL: https://surl.li/ewbima (dostęp 28 stycznia 2025).
18. Yates, R. (2023), “Rage Against the War Machine Recap (April 2023)”, *Libertarian Party of North Carolina*, April 10. URL: https://surl.li/nxivpg (accessed 27 January 2025).
19. YouTube (2025), “LIVE Protest: «Slovensko je Európa – dosť bolo Ruska!»”. URL: https://surl.li/hdpcmg (prístupné 27. januára 2025).
20. Zamora, F. (2023), “Fausses pubs, faux graffitis : une désinformation massive pour décrédibiliser le soutien à l’Ukraine en Europe et aux Etats-Unis”, *AFP*, 17 octobre. URL: https://surl.li/veazhd (consulté le 27 janvier 2025).
21. Perun, V. (2024), “Pravliacha partiia Hruzii vykorystala u politychnii reklami foto i video ruin ukrainskykh mist”, *LB.ua*. URL: https://surl.li/kjaxqv (data zvernennia 27 sichnia 2025).
22. Rudenko, I. (2023), ““Tikai z nashoi krainy” – prorosiiskyi slovenskyi aktyvist ukraintsi na mitynhu proty viiny u Liubliani”, *Suspilne Dnipro*. URL: https://surl.li/vchjie (data zvernennia 27 sichnia 2025).
23. Terliuk, I. (2023), “Ternopolianku u Vashynhtoni led ne pobyv prorosiiskyi mitynhuvalnyk”. Suspilne Ternopil. URL: https://surl.li/bapvje (data zvernennia 27 sichnia 2025).
24. Ukrinform (2022), “U Vidni proishov prorosiiskyi mitynh”, 11 veresnia. URL: https://surl.li/dzadhe (data zvernennia 27 sichnia 2025).

THE COMMUNICATION FIELD OF THIRD COUNTRIES AS A BATTLEFIELD BETWEEN RUSSIA AND UKRAINE IN 2022–2025

Iurii Melnyk
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: melnykiurii@gmail.com
https://orcid.org/0000-0002-2825-9925

The article illustrates the information confrontation between Russia and Ukraine in the communication sphere of third countries. The following communication channels are taken as examples: rallies, banners, billboards, stickers, graffiti. After February 2022, Russia lost the opportunity to openly promote its narratives in the West due to the condemnation of its aggression against Ukraine. Examples of instrumentalization of rallies, banners, billboards, stickers for spreading political messages related to the Russo-Ukrainian war show that pro-Ukrainian forces, playing first and working with the public ready to accept their theses, are mostly guileless in their approaches. On the other hand, pro-Russian forces, in order to achieve good results, had to competently select the content and form of the message, play on the instincts, emotions, and interests of the foreign public, and delicately lead it to the necessary conclusions. Russian propaganda focused on calls for peace, budget savings, and the protection of national interests, which are well perceived by Western audiences.

Russian information strategists have quite successfully identified the point at which to strike in order to weaken support for Ukraine in the Western world. They call not so much for support of Russia (this is also possible, but such activities are ineffective in most cases, and have a niche target audience), but of peace, for budget savings and for concern for one's own national interest. All three calls seem obvious, they are easy and comfortable to justify, they naturally receive public support. The fakes that imitate anti-Ukrainian graffiti in European cities, unpleasant situations for Ukraine on electronic billboards in New York and the like are attempts by the Russian side to simulate in the digital dimension results that would be much more expensive and difficult to achieve in reality. Under certain circumstances, they may cheer up the Russian public on social media (which is where such tricks are primarily aimed), but not the foreign audience.

Keywords: information war, propaganda, city text, rally, billboard, graffiti.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 130–140
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 130–140

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 130–140 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13297

УДК [070:004.738.5](430)"19"(091):355.4(470+571-651.1:477)"20"

НІМЕЦЬКЕ ВИДАННЯ “SPIEGEL ONLINE”: ІСТОРИЧНА РЕТРОСПЕКТИВА, ОСНОВНІ РУБРИКИ, ТЕМА РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Ігор Скленар
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: isklenar@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-2081-2199

У статті йдеться про історію створення першого в світі новинного онлайн-журналу «Spiegel online», який заснувала редакція авторитетного німецького журналу «Der Spiegel» (Гамбург); коротко показано процес розвитку медіапідприємства «Spiegel Gruppe» у вимірі новомедійних платформ. Розглянуто систему рубрик німецького онлайн-тижневика. Коротко описано наповнення спеціальної теми «Spiegel online» про російсько-українську війну на основі чотирьох рубрик на цю тему. Публікація здебільшого базується на першоджерелах новинного онлайн-журналу «Spiegel online» за 2022-2024 рр.

Ключові слова: новинний онлайн-журнал «SPON», медіапідприємство «Spiegel Gruppe», стаття, тема, рубрика, повномасштабне вторгнення росії.

Постановка проблеми. Минулого року виповнилося 30 років з часу заснування першого у світі новинного онлайн-журналу «Spiegel online» *(далі «SPON»)* на базі одного із найвпливовіших інформаційно-аналітичних видань європейського континенту, – журналу «Der Spiegel» (в перекладі − «Дзеркало»). Історія його появи на медійному ринку Європи і світу малознана з погляду на управлінські рішення власників медіапідриємства «Spiegel Gruppe» з 1994 року, а такий досвід створення якісного конвергентного медіа був би цікавий національним журналістикознавцям.

Із появою незалежної України на політичній карті світу редакційна політика «Der Spiegel», в тому числі названого вебресурсу, часто йшла у фарватері російського трактування нашої історії, культури, мови тощо. Трансформаційні суспільно-політичні зміни в самій Україні після двох Майданів і з початком російсько-української війни в 2014 році спонукали редакцію «Der Spiegel» глибше розбиратися в українській тематиці, однак російська пропаганда сильно впливала на настрої в німецькому суспільстві і на медійне поле Німеччини.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Серед дослідників факультету журналістики одним із знаних авторів на тему «Der Spiegel» в контексті розслідувальної журналістики був викладач І. С. Полян-

© Скленар І., 2025

ський, тепер військовослужбовець ЗСУ[1]. Історія журналу і його новинного вебсайту коротко подана в підручнику «Історія журналістики XVIII-XX ст.» Ігоря Срібняка[2] та в новіших, перекладених з німецької мови, працях на тему комунікації і журналістики (видані «Академією Української Преси» в Києві за останнє десятиліття). Серед дисертаційних робіт останнього десятиліття помітна праця Юлії Бондаренко «Альтернативна преса сучасної Німеччини (особливості функціонування, редакційна політика, місце в національній системі медіа)»[3], в якій побіжно розглянуто функціонування названого німецького медіа і його погляд на російсько-українську війну. Є низка наукових статей із покликами на публікації друкованого «Der Spiegel» та його онлайн-версії, із медійним та лінгвістичним поглядом на них авторів В. Бережняк і В. Котвицької, І. Білоус[4]. Одна із дослідниць, А. Ляшенко, у 2023 році взяла за основу своєї публікації жанр «листи до редакції» на шпальтах «SPON» (рубрику «Leserbriefe» – «Листи читачів» – оновлюють там щотижня)[5].

Найголовнішим джерелом нашої розвідки стали публікації новинного онлайн-журналу «SPON», які висвітлюють історію його створення та сучасного функціонування на німецькому медійному ринку, а також його рубрик про російсько-українську війну. Практичним матеріалом для висвітлення обраної теми також стали публікації в аналітичних онлайн-медіа: видання «Тексти» (сайт «журналістики даних»), «Слово і діло», сайт ГО «Інститут масової інформації».

Методологічна основа дослідження. У процесі написання статті ми використали такі методи: історизму (подано штрихи до історії журналу «Der Spiegel» та новинного онлайн журналу); аналізу (виокремлено публікації національних медіа про назване видання); синтезу (поєднано теми про російсько-українську війну із рубрик «SPON»), кількісний (підраховано число публікацій в двох рубриках «SPON»); контент-аналізу (виділено значення обраних для аналізу публікацій «SPON» для науковців-гуманітаріїв) та інші методи журналістикознавства.

Виклад матеріалу. Спочатку зробимо коротку *історичну ретроспективу журналу «Der Spiegel»*, базуючись на публікації хронологічного змісту із головної сторінки «SPON». Перший номер вийшов 4 січня 1947 року в м. Ганновер як наступник журналу «Diese Woche» (він з'явився наприкінці 1946 року). Головним редактором

---

[1] Полянський, Ігор (2001). Дослідницька публіцистика журналу «Шпігель» та сучасні проблеми Європи. *Вісник Львівського університету*, Серія Журналістика, вип. 21, с. 268-279.

[2] Срібняк, І.В., (2013). *Історія журналістики (XVII-XX ст.)* : Підручник, Вид. дім «Києво-Могилянська академія», Київ, С. 127-129.

[3] Бондаренко, Ю. С. (2017). *Альтернативна преса сучасної Німеччини (особливості функціонування, редакційна політика, місце в національній системі медіа).* Кандидатська дисертація (соц. комун.), Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 170 с.

[4] Бережняк, Вікторія і Котвицька, Валерія (2021). «Заголовки новинних повідомлень німецькомовного щотижневого журналу Der Spiegel: функціонально-стилістичні та структурні особливості». *Актуальні питання гуманітарних наук* : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених. Дрогобич, вип. 41 (1), с. 93-98; Білоус, І. Л. (2014). Особливості розподілу публікацій різних жанрів у німецькій пресі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*, вип. 12, с. 196-199.

[5] Ляшенко, Анастасія (2023), Лист читача як різновид жанру «лист» і його функціональна специфіка. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія».* Острог, вип. 18, с. 72-77.

і видавцем став *Рудольф Ауґштайн* (1923-2002 рр.)[6]. Він з 1946 року вів рубрику в новинному журналі «Diese Woche» і у віці 23 років перейменував цей журнал на «Der Spiegel». Відтоді він був його довголітнім видавцем та ідейним натхненником, головним редактором. У 1950-х і 1960-х роках Р. Ауґштайн публікував коментарі про політичні процеси за урядування Конрада Аденауера. До своєї смерті в листопаді 2002 року в своїх критичних коментарях та есеях він сприяв викриттю небажаного розвитку демократії та суспільного ладу. Р. Ауґштайн залишався єдиним власником журналу, допоки Р. Ґрюнер та Д. Яр не придбали 25 відсотків «Spiegel» у 1971 році. На початку 2000 року Р. Ауґштайна визнали «Журналістом століття» 100 відомих журналістів видання «Medium magazin», а також він здобув інші титули[7]. За керівництва Р. Ауґштайна журнал «Der Spiegel» постійно зростав у кількості появи нових додатків і новомедійних платформ. У листопаді 1971 року виходить перший номер журналу «Manager». У 1974 році Р. Ауґштайн подарував 50 відсотків своєї компанії працівникам видання. Відтоді спільна відповідальність, спільне прийняття рішень і право на половину прибутку стали частиною умов праці працівників і характеризують атмосферу в компанії. Ніде більше ідея участі працівників не була реалізована так послідовно.

25 жовтня 1994 року виходить **перший у світі онлайн-журнал новинної інформації «Spiegel online»**, за день до схожого онлайн-журналу друкованого британського видання «Time». Його «батьками-засновниками» були працівники «Der Spiegel» Георг Майснер та Улі Ферстер. В окремій публікації Ф. Паталонга, присвяченій 30-літтю онлайн-журналу, детально описано процес переходу від ризикованої ідеї запуску малознаної в медійному світі платформи із тоді ще загадковими трьома *www*. «"З понеділка цього тижня газета пропонує графічно оформлені інформаційні сторінки через Інтернет". Це можна було прочитати вгорі на обкладинці друкованого номера від 24 жовтня 1994 року. Вебпростір тоді був схожий на пустелю, тоді майже ніхто не мав доступу до нього»[8], – ділиться спогадами Ф. Паталонг. На початку онлайн-видання мало трьох співробітників (на той час це був найменший редакційний відділ «Spiegel»). Воно подавало новини зі світу медіа і експериментувало з новими засобами публікації, забезпечуючи присутність журналу в електронних медіа того часу. Маттіас Мюллер фон Блюменкрон, екскореспондент в Нью-Йорку, як головний редактор мав перетворити «SPON» (так почали називати скорочено онлайн-відділ) у «машину новин». У 2003 році онлайн-журнал отримав нову форму власності – «Товариство з обмеженою відповідальністю» (німецькою – GmbH). Однак, на відміну від багатьох інших, він не зменшив свою інтернет-діяльність. М. Блюменкрон і голова «Net-AG» Д. Деглер зробили «SPON» найбільшою онлайн-редакцією Німеччини з поглядом на біржу. За три роки SPON став провідною новинною платформою в німецькому сегменті Інтернету. Було прийнято рішення розширити, а не скорочувати редакцію, на яку, як дехто вважав, марно витрачали

[6] SPON (2024), «Die Geschichte der SPIEGEL-Gruppe». URL: https://gruppe.spiegel.de/unternehmen/historie (accessed 15 January 2025)

[7] Patalong, Frank (2024), «Start von Spiegel online vor 30 Jahren», *SPON*, 25 October, 2024.: https://www.spiegel.de/geschichte/30-jahre-spiegel-de-unser-urknall-a-732f32e4-66aa-4001-9d6a-ffcc58a09c56 (accessed 15 January 2025).

[8] Ibid.

бюджет «Spiegel Gruppe». Відвага Р. Аугштайна і цілої редакційної команди «SPON» дала свій результат, тому що, наприклад, електронна версія «Der Spiegel» найоперативніше з-поміж усіх решти німецьких медіа повідомляла про жахливі події теракту 11 вересня 2001 року в Нью-Йорку. Той драматичний день для багатьох співробітників «SPON» став їхньою першою 48-годинною робочою зміною в житті. У наступні дні онлайн-журнал став найшвидшим і найважливішим джерелом новин у країні: тільки за день після 11 вересня він мав стільки переглядів сторінок, скільки раніше протягом місяця. Адже сайт розповсюджував не тільки інформацію, що надходила через новинні агентства, а й повідомляв інформацію з місця подій у США.

Дотепер «SPON» відіграє усе важливішу роль для всієї компанії не тільки як бренд, але як джерело доходів. Коли наприкінці 2010-х років обвалився ринок онлайн-реклами в медіа (доходи від реклами зараз переважно йдуть через Facebook, Google та інші мережі) – «SPON» також був до цього готовий. Все більше на вебсайті взаємно переплітalися пропозиції новинного онлайн-журналу і друкованого номера «Der Spiegel», адже його матеріали для підписників ставали доступними ще до виходу журналу в друк. У 2019 році це фактичне об'єднання завершилося злиттям двох компаній. Медіапродукт «Spiegel» доступний сьогодні як в друкованому, так і в цифровому форматі, а близько половини своїх доходів німецький медіаконцерн отримує з продажі цифрового контенту. Автор статті Франк Паталог зазначає: «Ми самі тепер відмовляємося від назви «online». Те, що ви зараз читаєте, – це SPIEGEL, незалежно від того, чи ви читаєте це на папері, на екрані комп'ютера або на смартфоні». Окрім новинного онлайн-журналу, у видавництві «Spiegel Verlag» починають видавати низку тематичних журналів для різних вікових груп.

У вересні 2011 року «Spiegel Gruppe» переїжджає до нової будівлі в Гамбурзі, так вперше в історії медіапідприємства всі співробітники, бренди та медіагрупи почали працювати під одним дахом. У 2016 році друкований та новинний онлайн-журнал спільно запускають інформаційний бюлетень «Die Lage – Morning Briefing» («Ситуація – ранкові новини» – укр.). У тому ж році запускають цифровий сервіс «Spiegel Plus». Відтоді на сайті «SPON» читачі купують окремі матеріали з журналу та новинні тексти із онлайн-версії[9].

У 2020 році новинний онлайн-журнал «SPON» набув сучасного вигляду та нового контенту. Запуск нового цифрового «Spiegel» супроводжувався гаслом: «Ми тримаємо дзеркало перед світом».

Як зазначають автори практичного посібника «Що варто знати про світові медіа», за даними звіту «Digital News Report» за 2024 рік, який щорічно готує «Reuters Institute», у Німеччині знизився інтерес до новин, а також почали падати тиражі німецьких новинних газет та журналів[10].

Тому цю потребу в новинах у глобальній мережі і далі заповнює «SPON». Як випливає з праці В. Бережняк і В. Котвицької, новинні повідомлення журналу «мають чітку структуру та стійку ієрархічну послідовність елементів тексту… заголовки в

---

[9] SPON (2024), «Die Geschichte der SPIEGEL-Gruppe». URL: https://gruppe.spiegel.de/unternehmen/historie (accessed 15 January 2025).

[10] Дуцик Д., Бобровська О., Теравська В. (Ред.) *Що варто знати про найбільші світові медіа* : онлайн-посібник. Сайт «JTA» («Академія викладачів журналістики»), 2024. URL: https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/svitovi-media/media-ssha/ (дата перегляду 15 січня 2025).

аналізованому виданні складаються в середньому з 5-6 слів. Така кількість є оптимальною для сприйняття та запам'ятовування читачем»[11].

Рубрики «SPON». Для завоювання своєї авдиторії редакція оперує такими основними рубриками, які відображають широкий спектр тем: Deutschland (Німеччина), Politik (Політика), Wirtschaft (Економіка), Ausland (За кордоном), Sport (Спорт), Kultur (Культура), Netzwelt (Інтернет та цифровий світ), Wissenschaft (Наука), Gesundheit (Здоров'я), Panorama (Огляд подій)[12].

Тема російсько-української війни. Дослідники-політологи зі сфери міжнародних відносин та інші гуманітарії в десятках праць покликаються на публікації друкованого журналу і новинного «SPON», де помітна залежність політичних еліт Німеччини від економічних зв'язків з росією до повномасштабної війни з Україною. Аналітичне онлайн-видання «Тексти» як до, так і після великого вторгнення росії передруковує або оглядає знакові публікації «SPON». Для ілюстрації цього використаємо лише один приклад – аналітичний огляд Антона Павлушка «Як німецький журнал Шпігель виправдовує Путіна і захищає Північний Потік-2». Наприкінці грудня 2018 року новинний журнал «SPON» опублікував «дві статті журналіста Бенджаміна Біддера, в яких він бере інтерв'ю в «групи підтримки» Nord Stream-2». (Біддер свого часу працював журналістом «SPON» в росії). У розмові журналіста Б. Бідера із Вольфгангом Бюхеле, головою Східного комітету німецької економіки, А. Павлушко вбачав типову російську позицію: «Америка погана й лобіює свої інтереси, санкції не працюють, тому їх треба скасувати… Позиція Бюхеле зрозуміла. Німеччина має потужну хімічну промисловість, і їй потрібен дешевий газ. Росія обіцяє знижки на паливо, яке піде Північним потоком-2. А щоб виправдати спорудження газогону, потрібно відбілити образ Росії, чим і займається Шпігель»[13]. В короткому часі, з моменту публікації двох інтерв'ю на «SPON», німецький журнал так і не надрукував точки зору іншої сторони, тобто з боку опонентів завершення проєкту «Північний потік-2».

Зміну наративів про Україну після 24 лютого 2022 року у впливовому новинному онлайн-журналі проілюструємо за допомогою двох публікацій, які ретранслювали національні медіа в наш інформаційний простір.

На аналітичному порталі «Слово і Діло» подали результати моніторингу про частоту згадок про Україну у 2022 році на обкладинках світових топвидань. Стосовно новинного журналу «SPON» зазначено: «На початку великої війни Der Spiegel писав про події в Україні доволі часто – двічі ми потрапили на обкладинку у лютому 2022 року, тричі у березні, один раз у квітні та травні. Наприклад, у березні видання

---

[11] Бережняк, Вікторія і Котвицька, Валерія (2021). «Заголовки новинних повідомлень німецькомовного щотижневого журналу Der Spiegel: функціонально-стилістичні та структурні особливості». *Актуальні питання гуманітарних наук* : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених. Дрогобич, вип. 41 (1), с. 95.

[12] Гавриленко, К. (2024). *Аналіз видання «Der Spiegel»*. Творча робота студентки 1 курсу ОПП «Міжнародна журналістика» факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка. Власний архів автора, с. 3.

[13] Павлушко, Антон (2019), «Як німецький журнал Шпігель виправдовує Путіна і захищає Північний Потік-2», Сайт журналістики даних «Тексти», 23 січня, 2019. URL: https://texty.org.ua/articles/90876/Jak_nimeckyj_zhurnal_Shpigel_vypravdovuje_Putina_i-90876/ (дата перегляду 15 січня 2025).

розмістило фото зруйнованого росіянами багатоповерхового житлового будинку в Україні, а також вперше – портрет президента Володимира Зеленського. У квітні головною темою стали знімки зі звільненої Бучі як докази звірств росіян. У червні та липні уваги до подій в Україні було менше. У серпні видання писало про війну, але більше уваги було саме до ролі рф і володимира путіна. У вересні та жовтні тема війни в Україні потрапила на обкладинку лише один раз, при цьому у жовтні вона більше стосувалася ядерного шантажу путіна. Листопад та грудень Der Spiegel не акцентував увагу на російському вторгненні»[14].

В оглядовій статті В. Троян на сайті ГО «Інститут масової інформації» – *про започаткування виданнями «Die Zeit» і «Der Spiegel» транслітерації «Kyjiw» замість «Kiew»* – наведено цитату публікації «SPON»: «Ми тепер використовуємо транслітерацію не з російської, а з української, яка вже 33 роки є єдиною державною мовою в країні»[15]. У редакції додали, що «зміна може бути розцінена як вияв солідарності тоді, коли триває російська загарбницька війна, в якій Україна змушена захищатися від знищення свого суверенітету та культури і, що не менш важливо, від «стирання» її мови. У 980 день російсько-загарбницької війни ми переходимо на український правопис – Kyjiw»[16], – йдеться у статті.

Отже, кількасот тисяч підписників новинного журналу «SPON» на прикладі цих двох змін в редакційній політиці мали би вже правильно ідентифікувати події в Україні і вбачати в нас окремий народ із своєю ідентичністю, який обороняє себе від загарбників.

Важливим елементом візуалізації новинної інформації на цьому ресурсі є спеціальні теми і рубрики в них. Ось як оцінює одну із них Кароліна Гавриленко, студентка 1 курсу ОПП «Міжнародна журналістика» факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка, у своїй творчій роботі для лектора, автора цієї статті: «В рубриці «Ausland» регулярно публікують статті, присвячені війні в Україні. Також є репортажі, які висвітлюють життя біженців в Німеччині, економічні наслідки війни для ЄС. Особливо вразила серія статей, яка розповідає про особисті історії українців, які перебувають у зонах бойових дій»[17].

З 24 лютого 2022 року на «SPON» ввели спеціальну тему під назвою **«Russlands Krieg in der Ukraine» («Війна росії в Україні»)**, яка щодня, в окремих фактах висвітлює хроніку російсько-української війни[18] (до цього часу всі медіаплатформи «Spiegel Gruppe» вживали поняття «конфлікт» і властиві йому синоніми). У цій спеціальній темі провідними є чотири рубрики (станом на 10 січня 2025 року): перша –

---

[14] «Слово і діло» (2023), «Наскільки змінилася частота згадок про Україну на обкладинках топ-видань», 23 серпня, 2023. URL: https://www.slovoidilo.ua/2023/08/21/infografika/suspilstvo/vtomylysya-vijny-naskilky-zminylasya-chastota-zhadok-pro-ukrayinu-obkladynkax-svitovyx-top-vydan (дата перегляду 15 січня 2025).

[15] Троян, Валентина (2024), «Два німецькі медіа почали писати Kyjiw замість Kiew», Сайт ГО «Інститут масової інформації», 30 жовтня, 2024. URL: https://imi.org.ua/news/dva-nimetski-media-pochaly-pysaty-kyjiw-zamist-kiew-i64633 (дата перегляду 15 січня 2025).

[16] Там само.

[17] Гавриленко, К. (2024). *Аналіз видання «Der Spiegel».* Творча робота студентки 1 курсу ОПП «Міжнародна журналістика» факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка. Власний архів автора. 1 с.

[18] SPON (2022-2025), «Russlands Krieg in der Ukraine», available at : https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/ (accessed 15 January 2025).

«Video» (Відео). Серед великої кількості сюжетів, один із знакових, на нашу думку, в останні півроку відео – це відеорепортаж «Європейські солдати на фронті», який показує те, що війна в Україні – це захист демократичної цивілізації; наведено портрети іноземців, в тому числі громадян Німеччини, які воювали в лавах ЗС і поклали своє життя за нашу свободу[19]. Друга рубрика – **«Putins Krieg im Netz»** («Путінська війна в мережі») – містить 9 подкастів про інформаційну операцію росії проти Заходу, в яких висвітлено підступні інструменти і засоби рашистської пропаганди[20]. Третя – **«Waffensysteme im Ukrainekrieg»**[21] («Система зброї на війні в Україні») – лише за 2024 рік на цю тему опубліковано 14 різножанрових матеріалів. Четверта рубрика – **«Tagebuch aus Kiew»** («Щоденник з Києва»), тут вміщено 10 матеріалів, за період з 27 лютого 2022 року до 4 березня 2023 року, авторства Євгенії Білорусець – української фотографині, мисткині[22]. Загалом редакційна політика «Spiegel Gruppe» полягає в тому, що в усіх названих рубриках частина матеріалів актуального друкованого номера виставлена для підписників у повному обсязі, а читачі, які не платять за контент «SPON», мають змогу читати здебільшого заголовки і вступ до публікації.

Перспективи подальших досліджень і обговорень. На основі викладеного матеріалу вважаємо перспективним глибше вивчити з боку українських авторів постать Рудольфа Аугштайна, яскравого представника німецької і світової журналістики 2-ї половини XX ст., на основі його книжкової і публіцистичної спадщини. В управлінському ракурсі медіазнавці можуть глибше розглянути інструменти і засоби медіапідприємства «Spiegel Gruppe» (з 1980-х років і до сьогодні) для представлення досвіду створення одного із якісних конвергентних медіа сучасності. В історії «SPON» останнього десятиліття не до кінця вивченим аспектом для наших дослідників є російські наративи онлайн-журналу до 24 лютого 2022 року як приклад маніпуляції громадською думкою або порушенням стандартів журналістики. Розбір жанрової системи і грунтовний тематичний аналіз публікацій новинного онлайн-журналу «SPON» з 24 лютого 2022 року можуть стати темами подальших розвідок з боку журналістикознавців, мовознавців та інших гуманітаріїв-дослідників.

Висновки. Історія журналу «Der Spiegel» з 1947 року і сучасний його період цікаві сьогодні для українських гуманітаріїв – журналістикознавців, мовознавців, політологів та ін. Одним із ключових етапів створення медіапідприємства «Spiegel Gruppe» було заснування новинного онлайн-журналу «SPON», який з 1994 року ще був відділом із трьох співробітників, а з 2020 року набув сучасного вигляду з багатьма медійними новаціями і цілою системою рубрик. Встановлено, що новинні повідомлення онлайн-журналу мають чітку структуру та стійку ієрархічну послідовність елементів тексту. Для сотень тисяч підписників він став джерелом якісної інформації в німецькомовному світі, однак тема України в редакційному висвітленні

---

[19] SPON (2024), «Europas Söldner an der Front», 19 March, 2024. available at: https://www.spiegel.de/ausland/mut-opfer-und-einsatz-europaeische-soeldner-an-der-ukrainischen-front-spiegel-tv-a-2c3bbdbc-ff3a-4a21-8a33-d4b469750cf6 (accessed 15 January 2025).

[20] SPON (2022-2023), «Putins Krieg im Netz: Was die #VulkanFiles enthüllen (Podcast)», available at : https://www.spiegel.de/thema/putins-krieg-im-netz-podcast/ (accessed 15 January 2025).

[21] SPON (2022-2024), «Waffensysteme im Ukrainekrieg», available at : https://www.spiegel.de/thema/waffensysteme/ (accessed 15 January 2025)

[22] SPON (2022-2023), «Tagebuch aus Kiew», available at : https://www.spiegel.de/thema/tagebuch-aus-kiew/ (accessed 15 January 2025).

«SPON», а особливо з 2014 року − початку російсько-української війни, мала деякі проблеми через залежність політичних кіл Німеччини від російської нафти і газу. Автор статті лише фрагментарно торкнувся питання російських наративів на шпальтах «SPON» і водночас показав радикальну зміну в рубриках після 24 лютого 2024 року. Відтоді тематика в новинному онлайн-журналі з хибного поняття «конфлікт на Сході України» було замінена на спеціальну тему: «Війна росії в Україні», щоденно висвітлювану на шпальтах онлайн-видання у цифрах і фактах, з підрубрикою внизу – «Як можна допомогти Україні». Ціна цієї еволюції редакційної політики з моменту повномасштабного вторгнення України вимірюється сотнями тисяч вбитих громадян України.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Баркар, Дмитро (2024), Як західні медіа формують українську думку про війну та допомогу. Сайт ГО «Інститут масової інформації». 31 травня, 2024. URL: https://imi.org.ua/monitorings/zahidni-naratyvy-shho-z-inozemnyh-media-potraplyaye-v-infoprostir-ukrayiny-i61744 (дата перегляду 15 січня 2025).
2. Бережняк, Вікторія і Котвицька, Валерія (2021), «Заголовки новинних повідомлень німецькомовного щотижневого журналу Der Spiegel: функціонально-стилістичні та структурні особливості». *Актуальні питання гуманітарних наук* : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених. Дрогобич, вип. 41 (1), с. 93-98.
3. Білоус, І. Л. (2014), Особливості розподілу публікацій різних жанрів у німецькій пресі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*, вип. 12, с. 196-199.
4. Бондаренко, Ю. С. (2017), *Альтернативна преса сучасної Німеччини (особливості функціонування, редакційна політика, місце в національній системі медіа)*. Кандидатська дисертація (соц. комун.), Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 170 с.
5. Гавриленко, К. (2024), *Аналіз видання «Der Spiegel»*. Творча робота студентки 1 курсу ОПП «Міжнародна журналістика» факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка. Власний архів автора, 4 с.
6. Дуцик Д., Бобровська О., Теравська В. (Ред.), (2024), *Що варто знати про найбільші світові медіа* : онлайн-посібник. Сайт «JTA» («Академія викладачів журналістики»). URL: https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/svitovi-media/media-ssha/ (дата перегляду 15 січня 2025).
7. SPON (2024), «Die Geschichte der SPIEGEL-Gruppe». URL: https://gruppe.spiegel.de/unternehmen/historie (accessed 15 January 2025).
8. SPON (2024), «Europas Söldner an der Front», 19 March, 2024. URL: https://www.spiegel.de/ausland/mut-opfer-und-einsatz-europaeische-soeldner-an-der-ukrainischen-front-spiegel-tv-a-2c3bbdbc-ff3a-4a21-8a33-d4b469750cf6 (accessed 15 January 2025).
9. Ляшенко, Анастасія (2023), Лист читача як різновид жанру «лист» і його функціональна специфіка. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологія»*. Острог, вип. 18, с. 72-77.
10. «Слово і діло» (2023), «Наскільки змінилася частота згадок про Україну на обкладинках топ-видань», 23 серпня, 2023. URL: https://www.slovoidilo.ua/2023/08/21/

infografika/suspilstvo/vtomylysya-vijny-naskilky-zminylasya-chastota-zhadok-pro-ukrayinu-obkladynkax-svitovyx-top-vydan (дата перегляду 15 січня 2025).
11. Павлушко, Антон (2019), «Як німецький журнал Шпігель виправдовує Путіна і захищає Північний Потік-2», Сайт журналістики даних «Тексти», 23 січня, 2019. URL: https://texty.org.ua/articles/90876/Jak_nimeckyj_zhurnal_Shpigel_vypravdovuje_Putina_i-90876/ (дата перегляду 15 січня 2025).
12. Полянський, Ігор (2001), Дослідницька публіцистика журналу «Шпігель» та сучасні проблеми Європи. *Вісник Львівського університету.* Серія Журналістика, вип. 21, с. 268-279.
13. Patalong, Frank (2024), «Start von Spiegel online vor 30 Jahren», *SPON*, 25 October, 2024. URL: https://www.spiegel.de/geschichte/30-jahre-spiegel-de-unser-urknall-a-732f32e4-66aa-4001-9d6a-ffcc58a09c56 (accessed 15 January 2025).
14. SPON (2022-2023), «Putins Krieg im Netz: Was die #VulkanFiles enthüllen (Podcast)». URL: https://www.spiegel.de/thema/putins-krieg-im-netz-podcast/ (accessed 15 January 2025).
15. SPON (2022-2025), «Russlands Krieg in der Ukraine». URL: https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/ (accessed 15 January 2025).
16. Срібняк, І.В., (2013). *Історія журналістики (XVII-XX ст.)* : Підручник, Вид. дім «Києво-Могилянська академія», Київ, 304 с.
17. SPON (2022-2023), «Tagebuch aus Kiew». URL: https://www.spiegel.de/thema/tagebuch-aus-kiew/ (accessed 15 January 2025).
18. SPON (2022-2024), «Waffensysteme im Ukrainekrieg». URL: https://www.spiegel.de/thema/waffensysteme/ (accessed 15 January 2025).
19. Троян, Валентина (2024), «Два німецькі медіа почали писати Kyjiw замість Kiew», Сайт ГО «Інститут масової інформації», 30 жовтня, 2024. URL: https://imi.org.ua/news/dva-nimetski-media-pochaly-pysaty-kyjiw-zamist-kiew-i64633 (дата перегляду 15 січня 2025).

REFERENCES

1. Barkar, Dmytro (2024). Yak zakhidni media formuiut ukrainsku dumku pro viinu ta dopomohu. Sait HO «Instytut masovoi informatsii». 31 travnia, 2024. URL: https://imi.org.ua/monitorings/zahidni-naratyvy-shho-z-inozemnyh-media-potraplyaye-v-infoprostir-ukrayiny-i61744 (data perehliadu 15 sichnia 2025).
2. Berezhniak, Viktoriia i Kotvytska, Valeriia (2021). «Zaholovky novynnykh povidomlen nimetskomovnoho shchotyzhnevoho zhurnalu Der Spiegel: funktsionalno-stylistychni ta strukturni osoblyvosti». *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk* : mizhvuzivskyi zbirnyk naukovykh prats molodykh vchenykh. Drohobytch, vyp. 41 (1), s. 93-98.
3. Bilous, I. L. (2014). «Osoblyvosti rozpodilu publikatsii riznykh zhanriv u nimetskii presi». *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu.* Seriia Filolohiia, vyp. 12, s. 196-199.
4. Bondarenko, Y. S. (2017). *Alternatyvna presa suchasnoi Nimechchyny (osoblyvosti funktsionuvannia, redaktsiina polityka, mistse v natsionalnii systemi media).* Kandydatska dysertatsiia (sots. komun.), Lvivskyi natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka, Lviv, 170 s.

5. Havrylenko, K. (2024). *Analiz vydannia «Der Spiegel».* Tvorcha robota studentky 1 kursu OPP «Mizhnarodna zhurnalistyka» fakultetu zhurnalistyky LNU im. I. Franka. Vlasnyi arkhiv avtora. 4 s.
6. Dutsyk D., Bobrovska O., Teravska V. (Red.) (2024). *Shcho varto znaty pro naibilshi svitovi media* : onlain-posibnyk. Sait «JTA» («Akademiia vykladachiv zhurnalistyky»). URL: https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/svitovi-media/media-ssha/ (data perehliadu 15 sichnia 2025).
7. SPON (2024), «Die Geschichte der SPIEGEL-Gruppe». URL: https://gruppe.spiegel.de/unternehmen/historie (accessed 15 January 2025).
8. SPON (2024), «Europas Söldner an der Front», 19 March, 2024. URL: https://www.spiegel.de/ausland/mut-opfer-und-einsatz-europaeische-soeldner-an-der-ukrainischen-front-spiegel-tv-a-2c3bbdbc-ff3a-4a21-8a33-d4b469750cf6 (accessed 15 January 2025).
9. Liashenko, Anastasiia (2023). Lyst chytacha yak riznovyd zhanru «lyst» i yoho funktsionalna spetsyfika. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia».* Seriia «Filolohiia». Ostroh, vyp. 18, s. 72-77.
10. «Slovo i dilo» (2023), «Naskilky zminylasia chastota zhadok pro Ukrainu na obkladynkakh top-vydan», 23 serpnia, 2023. URL: https://www.slovoidilo.ua/2023/08/21/infografika/suspilstvo/vtomylysya-vijny-naskilky-zminylasya-chastota-zhadok-pro-ukrayinu-obkladynkax-svitovyx-top-vydan (data perehliadu 15 sichnia 2025).
11. Pavlushko, Anton (2019), «Iak nimetskyi zhurnal Shpihel vypravdovuie Putina i zakhyshchaie Pivnichnyi Potik-2», Sait zhurnalistyky danykh «Teksty», 23 sichnia, 2019. URL: https://texty.org.ua/articles/90876/Jak_nimeckyj_zhurnal_Shpigel_vypravdovuje_Putina_i-90876/ (data perehliadu 15 sichnia 2025).
12. Polianskyi, Ihor (2001). Doslidnytska publitsystyka zhurnalu «Shpihel» ta suchasni problemy Evropy. *Visnyk Lvivskoho universytetu*, Seriia Zhurnalistyka, vyp. 21, s. 268-279.
13. Patalong, Frank (2024), «Start von Spiegel online vor 30 Jahren», *SPON*, 25 October, 2024. URL: https://www.spiegel.de/geschichte/30-jahre-spiegel-de-unser-urknall-a-732f32e4-66aa-4001-9d6a-ffcc58a09c56 (accessed 15 January 2025).
14. SPON (2022-2023), «Putins Krieg im Netz: Was die #VulkanFiles enthüllen (Podcast)». URL: https://www.spiegel.de/thema/putins-krieg-im-netz-podcast/ (accessed 15 January 2025).
15. SPON (2022-2025), «Russlands Krieg in der Ukraine». URL: https://www.spiegel.de/thema/ukraine_konflikt/ (accessed 15 January 2025).
16. Sribniak, I.V., (2013). Istoriia zhurnalistyky (XVII-XX st.) : Pidruchnyk, Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», Kyiv, 304 s.
17. SPON (2022-2023), «Tagebuch aus Kiew». URL: https://www.spiegel.de/thema/tagebuch-aus-kiew/ (accessed 15 January 2025).
18. SPON (2022-2024), «Waffensysteme im Ukrainekrieg»/ URL: https://www.spiegel.de/thema/waffensysteme/ (accessed 15 January 2025).
19. Troian, Valentyna (2024), «Dva nimetski media pochaly pysaty Kyjiw zamist Kiew», Sait HO «Instytut masovoi informatsii», 30 zhovtnia, 2024. URL: https://imi.org.ua/news/dva-nimetski-media-pochaly-pysaty-kyjiw-zamist-kiew-i64633 (data perehliadu 15 sichnia 2025).

THE GERMAN EDITION OF SPIEGEL ONLINE: HISTORICAL RETROSPECTIVE, MAIN SECTIONS, THE TOPIC OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

Ihor Sklenar
Ivan Franko National University of Lviv,
General Chuprynka Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: isklenar@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-2081-2199

The article examines the history of the creation of the world's first online news magazine 'Spiegel online', founded by the editorial board of the authoritative German magazine 'Der Spiegel' (Hamburg). The process of development of the media enterprise 'Spiegel Gruppe' in terms of new media platforms is briefly shown. A concise portrait of the founder of the named edition – journalist and writer Rudolf Augstein is presented. Owing to his management decisions, first the editorial office, and then the media enterprise achieved leading positions in the German press market in particular and in the world one in general, primarily due to a large circulation and high-quality content. The online news magazine 'SPON', launched under his leadership, became one of the most successful media in the segment of information and analytical editions in the German-speaking world. The editorial team of the website consisted of only three employees in 1994. To this day a number of new digital applications and printed specialized editions, which are in demand in the media world, are already functioning.

The article also examines the system of 'SPON' sections, briefly describes the content of the 'Spiegel online' special topic on Russia-Ukraine war. During the studies, it was denoted that the chronicle column on 'SPON' gives meticulous daily reports with appropriate facts on events on the front of Russia-Ukraine war and on the military life of Ukraine in general. It was established that four columns in this special topic contain the latest formats of convergent media, related to text, image and video. Our publication is mainly based on primary sources of the online news magazine 'Spiegel online'.

The possibility of a deeper study of the figure of Rudolf Augstein, a prominent representative of German and world journalism of the second half of the 20th century by Ukrainian authors, based on his book and journalistic heritage, is indicated. It is also necessary to detailed study the management decisions, genre palette and thematic content of the online news magazine 'SPON' before and after the full-scale invasion of russia. After all, the terrorist country uses the history, figures and media levers of influence of the 'Spiegel Gruppe' in its research of developing its own insidious methods of propaganda in the civilized world.

Key words: the online news magazine 'SPON', mediacompany 'Spiegel Gruppe' article, topic, heading, the full-scale invasion of russia.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 141–151
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 141–151

МЕДІАОСВІТА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 141–151 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13298

УДК 007:378.303:793.7

НАВЧАЛЬНІ ІГРИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД ВИКЛАДАННЯ ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВЧИХ ДИСЦИПЛІН

Павло Александров
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: pavlo.aleksandrov@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-9812-3233

Статтю присвячено дослідженню навчальних ігор в системі журналістської освіти. Виокремлено навчальні ігри як різновид гейміфікації журналістської освіти, з'ясовано їхню специфіку та функції, наведено приклади ігрових методик і представлено концепцію навчальної гри, яка була апробована у навчальному процесі при викладанні журналістикознавчої дисципліни.

Ключові слова: гейміфікація освіти, навчальні ігри, ігрові технології навчання, ігровий формат, дослідження ігор.

Актуальність та постановка проблеми. Сучасна журналістська освіта дедалі гостріше потребує впровадження інноваційних методів навчання, які допомагатимуть студентам не лише засвоювати навчальний матеріал, а й розвивати практичні навички відповідно до нових умов та викликів інформаційного світу. Відтак актуальною проблемою навчання студентів у сфері соціальних комунікацій є пошук технологій, які сприяють зацікавленню певними напрямками професійної діяльності, унаочнюють теоретичний матеріал та покращують його використання при вирішенні практичних ситуацій. Одним із таких інструментів є ігрові технології та навчальні ігри – сучасний і досить ефективний метод, що активно використовують у сфері журналістської освіти закордоном і поступово впроваджують в Україні.

Мета статті: аналіз та систематизація типів, функцій та переваг навчальних ігор для студентів, які вивчають журналістику, з акцентом на їхню роль у професійній підготовці, а також виявлення перспективних напрямів подальших досліджень у цій галузі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню проблеми використання ігрових технологій у закладах вищої освіти присвячували наукові праці чимало українських дослідників, зокрема К. Гнедіна, Н. Головко, О. Жукова, Н. Кра-

© Александров П., 2025

вець, Т. Лященко, О. Макаревич, П. Нагорний, Н. Онищенко, Г. Скасків, П. Щербань та інші. У науковому просторі є чимало досліджень, присвячених гейміфікації освіти, передусім – у сфері педагогічних наук.

Водночас використання ігрових технологій у викладанні журналістикознавчих дисциплін досліджено мало. Серед наявних можемо виокремити наукові розвідки креативних методів викладання (зокрема й навчальних ігор) Г. Яценко та А. Яценка, дослідження типологій навчальних ділових ігор для студентів-журналістів О. Мединської. Деякі аспекти гейміфікації журналістської освіти досліджували Н. Войтович, П. Дворянин, В. Костюк, М. Нетреба, Г. Нищик та інші дослідники в галузі соціальних комунікацій.

Методологічна основа дослідження: аналіз останніх досліджень та публікацій, аналіз ігрових методик у навчальному процесі, порівняння, класифікація. Метод моделювання використовуємо при створенні наративної бази (сеттінгу) навчальної гри для студентів-журналістів, метод експерименту – для виявлення закономірностей процесу використання навчальної гри. Системний метод застосовуємо для виявлення взаємозалежності і взаємодоповнюваності різних складників навчальної гри.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Останніми роками дедалі частіше з'являються наукові праці, що обґрунтовують потребу впровадження у закладах вищої освіти таких ігрових методів навчання, які б забезпечили студентам усебічний розвиток у наближених до реальності умовах. Водночас у наукових розвідках подекуди зазнають доволі вільного трактування поняття «навчальна гра», «гейміфікація освіти», «ігрова технологія навчання», «ігровий формат». Як зауважує дослідниця у галузі педагогіки Наталія Головко, «у психолого-педагогічній науці немає чіткої визначеності щодо трактування сутності гри, яка використовується у навчальному процесі. Для позначення цього виду навчальної діяльності студентів учені використовують низку понять («ділова гра», «навчальна ділова гра», «навчальна гра», «рольова гра», «навчальна рольова гра», «дидактична гра» тощо)»[1].

Зазвичай у педагогічних дослідженнях поняття «навчальна гра» розглядають як вид діяльності в умовах ситуацій, спрямованих на відтворення і засвоєння суспільного досвіду, в якому розвивається й удосконалюється особистість[2], а також як «вид креативної діяльності, вид діяльності в умовах ситуацій, конкретний вияв індивідуальної та колективної ігрової діяльності, форма діяльності»[3].

Найширшим у досліджуваній темі є поняття «гейміфікація» (від англ. «gamification» – ігрофікація), яке найчастіше використовують у тому значенні, яке запропонував американський дослідник Кевін Вербах: «використання ігрових елементів та ігрових механік у неігровому контексті»[4]. Відтак гейміфікацію в освіті варто відрізняти від суміжних понять, як-от «ігрове навчання» або «навчальна гра». Як зауважують дослідники К. Гнедіна і П. Нагорний, «гейміфікація активно засто-

---

[1] Головко, Н. (2015), «Ігрові технології як засіб активізації пізнавальної діяльності студентів», *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогіка*, т. 1, № 1, с. 18.

[2] Онищенко, Н. (2021), «Застосування ігрових технологій під час викладання педагогічних дисциплін у вищій школі», *Актуальні питання гуманітарних наук. Педагогіка*, вип. 35, т. 4, с. 262.

[3] Там само, с. 263.

[4] Werbach, K. (2014), «(Re)Defining Gamification: A Process Approach», *In International Conference on Persuasive Technology*, LNCS 8462, p. 266.

совує ігрові механіки як допоміжні до традиційного навчання, але не інтегрує їх повністю…», натомість «…у випадку ігрового навчання відбувається повна інтеграція ігрових елементів в освітній процес». На думку дослідників, диференційованість навчального та ігрового елементів – це головний критерій розподілу гейміфікації та ігрового навчання[5].

Таким чином, поняття «навчальна гра» варто відрізняти від поняття «гейміфікація навчання», яке є набагато ширшим терміном, використовуваним на позначення широкого спектру ігрових елементів та технологій у навчальному процесі. Приміром, можна окремо застосовувати у навчальному процесі такі ігрові елементи, як загадка, ребус, «рейтинг лідерів», які виконують ту чи іншу функцію під час проведення заняття, але не є повноцінною навчальною грою.

Узагальнюючи різні наукові підходи до ключових понять досліджуваної теми, доходимо висновку, що основними ознаками повноцінної навчальної гри є такі складники:

Наративність, себто оповідь про взаємопов'язані події з причинно-наслідковим зв'язком. Існує чимало визначень поняття «наратив», однак у теорії ігор (game studies) цим терміном часто окреслюють сукупність складників ігрової оповіді у поєднанні з досвідом, який проживає людина під час гри. Водночас наративність не варто ототожнювати з сюжетністю, адже сюжет, як структура подій та послідовностей (зав'язка – розвиток дії – кульмінація – розв'язка), є частиною наративу, а точніше – одним із засобів його створення. Наприклад, у грі-моделюванні на тему «журналіст на місці події» може не бути класичної структури сюжету, але не наративу.

Пов'язаним із наративом поняттям є ігровий ***сеттінг*** (англ. «setting», навколишнє середовище, тло, антураж), себто середовище, в якому розгортаються дії гри – наприклад, час, місце та умови, чого немає у простих форматах гейміфікації, як-от вікторина або головоломка. У грі-моделюванні «журналіст на місці події», наприклад, важливою умовою занурення гравців (студентів) в ігровий процес є добре продумані деталі події: де відбувається подія, коли відбувається і за яких умов. Звісно ж, на відміну від fiction-ігор, умови сеттінгу навчальної гри мають відповідати реаліям життя, за одним лише винятком, коли ігровий наратив допускає фантастичні припущення: приміром, у грі на тему журналістики майбутнього, на кшталт «типовий робочий день репортера 2035 року».

Неодмінним складником навчальної гри є й ***ігрові правила***, які можуть відрізнятися від типових правил практичного чи лабораторного заняття. Наприклад, у рольовій навчальній грі викладач може поставити умову, що студент має відповідати від імені свого персонажа (репортера, блогера, СММ-ника тощо), і робити це не у стилі «як правильно», а «як би я діяв у цих умовах».

Функції навчальних ігор

«Гра пробуджує інтерес, робить завдання цікавішими, а складне – простим. Вона спонукає студентів вчитися та відвідувати пари, надає їм агентності, дозволяє з користю використати час в університеті й поза ним, дає змогу обом сторонам

[5] Гнедіна, К., Нагорний, П. (2022), «Теоретико-практичні засади гейміфікації в освіті», *Information Technologies in Education*. № 3 (52), с. 10.

контролювати навчальний процес» – говорить завідувач кафедри теле- і радіомовлення ЛНУ ім. Івана Франка Парасковія Дворянин[6].

Термін «агентність» або «агентивність» (англ. agency), який наводить дослідниця, мабуть, найкраще характеризує основну функцію навчальних ігор, якщо використовувати його на позначення здатності студента виступати як самостійний агент, робити усвідомлений та вільний вибір і бачити його наслідки.

У теорії ігор поняття «агентність гравця» (англ. player agency) означає здатність учасника гри діяти автономно, ухвалювати рішення і впливати на результат гри відповідно до своїх зацікавлень, цілей і стратегії.

Відповідно у контексті навчальних ігор можемо говорити і про те, як ігрова система, тобто встановлені правила та імпровізація ведучого (викладача), реагує на гравця, що з погляду самого гравця видається його здатністю здійснювати вплив і відчувати наслідки. А у навчальних командних іграх цей вплив гравця можуть відчути і його колеги (інші студенти).

Низка українських дослідників у галузі педагогіки називають головними функціями навчальних ігор забезпечення інтерактивності, мотивації студентів та сприяння їм в освоєнні професійних компетентностей у реальних чи наближених до реальності умовах.

Дослідники Т. Лященко, М. Гришуніна, В. Пічкур вказують на такі функції гейміфікації вищої освіти:

- *формування стратегічного бачення, креативності, творчого підходу до справи, здатності до обґрунтованого ризику, самостійності та рішучості в ухваленні рішень;*
- *активація у студента комунікаційних спроможностей та навичок до командної роботи, посилення самодисципліни та самоорганізації, сприяння формуванню навичок цільового пошуку та опрацюванню інформації;*
- *підвищення рівня мотивації студента до вивчення дисципліни завдяки наявності у нього відчуття зацікавленості та азарту, чіткого розуміння доцільності витрати часу на вивчення дисципліни, набуття вміння використовувати отримані знання на практиці»*[7].

Традиційні функції гейміфікації навчання, зокрема й навчальних ігор (освітня, розвивальна, мотиваційна тощо) можна розглядати у конкретно журналістикознавчій площині, зокрема[8]:

Освітня функція. Ігри допомагають засвоювати теоретичні знання та застосовувати їх на практиці. Наприклад, рольові ігри, які передбачають втілення гравця у роль репортера, допомагають студентам краще зрозуміти процес збору інформації, її перевірку та підготовку новин.

---

[6] Дворянин, П. (2023), «Як за допомогою гри заохотити студентів-журналістів розвивати особистий бренд у соцмережах», *Journalism Teachers Academy*. URL: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-za-dopomohoiu-hry-zaokhotyty-studentiv-zhurnalistiv-rozvyvaty-osobystyy-brend-u-sotsmerezhakh/ (останній перегляд 20 січня 2025)

[7] Лященко, Т., Гришуніна, М., Пічкур, В. (2018), «Гейміфікація як одна з інноваційних форм навчального процесу», *Інформатизація вищої освіти. Управління розвитком складних систем*, № 35, с. 115-116.

[8] Наводимо як приклад, а не вичерпний список, оскільки у різних дослідників назви та тлумачення функцій можуть відрізнятися.

Розвивальна функція. Залучення студентів у гру сприяє розвитку критичного мислення, комунікативних навичок, умінню працювати в команді (наприклад, у грі-моделюванні роботи редакції) та знаходити рішення у складних ситуаціях, з якими можуть стикатися журналісти на практиці.

Мотиваційна функція. Інтерактивний формат підвищує цікавість студентів до вивчення матеріалу, заохочує до навчального процесу та формує зацікавлення до професії.

Функція соціалізації. Ігри сприяють розвитку навичок міжособистісного спілкування, що надзвичайно важливо для журналістів, які працюють із різними аудиторіями та джерелами інформації.

Оцінювальна функція. Викладачі можуть використовувати ігри для такого типу оцінки знань та навичок студентів, виявлення їхніх сильних та слабких сторін, що не можуть забезпечити традиційні методи оцінювання (тести, усні відповіді, есе тощо).

Типи навчальних ігор

Актуальним питанням типів та жанрів навчальних ігор для студентів-журналістів плануємо присвятити окрему публікацію, тому обмежимося констатацією, що продуктивне використання ігрової методики можливе для дуже широкого спектру журналістикознавчих дисциплін. Наприклад, дослідниця Олеся Мединська виокремлює такого типу ділові ігри, *«...які дозволяють проектувати майбутню фахову діяльність студентів, себто максимально наближати її до умов виробництва, моделюючи різні професійні ситуації. Наприклад, перед студентами стоїть завдання втілитися в роль ведучого телеефіру: обрати актуальну тему, написати телевізійний сценарій сюжету, відпрацювати постановку голосу та стилістику ведення програми у прямому ефірі, записати на відео»*[9].

Використання ігрових методик доцільне і для суто теоретичних дисциплін. За твердженнями дослідників та викладачів Андрія Яценка та Галини Яценко, *«елементи рольової гри варто використовувати під час викладання дисципліни «Історія української журналістики», адже це допоможе зробити екскурс в минуле, у межах гри «переписати» історичні події чи удосконалити діяльність редакції чи певного часопису»*[10].

Для прикладу можемо виокремити кілька універсальних типів навчальних ігор для викладання журналістикознавчих дисциплін:

Рольові ігри. У рамках таких ігор студенти виконують роль редакторів, кореспондентів, новинарів, фоторепортерів та інших учасників медіапроцесу. Наприклад, гра «Журналіст на місці події» дає змогу студентам попрактикуватися у зборі інформації про подію, включно з умінням ставити запитання очевидцям та уповноваженим особам, проводити фактчекінг тощо.

Ігри-симуляції або ігри-моделювання – моделювання реальних умов роботи журналіста, наприклад, проведення інтерв'ю, створення репортажів новин або

---

[9] Мединська, О. (2019), «Використання інноваційних педагогічних технологій у підготовці майбутніх журналістів», *Обрії друкарства*, № 1 (7), с. 101-102.

[10] Яценко, Г. В., Яценко, А. М. (2024), «Викладання журналістикознавчих дисциплін: онлайн-інструменти та креативні методи навчання», за Потятиник Б. В., Лозинський М. В. (ред.), *Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій*, ЛНУ ім. І. Франка, Львів, с. 151-152.

управління редакцією. Студенти можуть отримати завдання розробити медіаплан або підготувати аналітичний матеріал на актуальну тему.

Дебати. Ігри-дебати допомагають студентам розвивати навички аргументації, публічних виступів та критичного мислення. Теми дебатів можуть бути пов'язані з етичними аспектами журналістики, медіаправом чи специфікою роботи медійників в екстремальних умовах.

Проєктні ігри. Студенти працюють над створенням умовного медіапроєкту, наприклад запуском нового видання, підготовкою відеорепортажу або розробкою мультимедійного лонгріду. Це дає змогу поєднати теоретичні знання та практичні навички.

Звісно, типів навчальних ігор існує набагато більше.

Приклад навчальної гри для студентів-здобувачів вищої освіти у галузі соціальних комунікацій

Розглянемо концепцію навчальних ігор для студентів-журналістів на прикладі проєктної гри у жанрі інтерактивна історія, яку ми використовуємо під час викладання дисципліни «Цифрова журналістика: медіакритичні студії» для 4 курсу бакалаврату. Також цю гру було апробовано на науковій конференції факультету журналістики ЛНУ ім. Івана Франка, вона була представлена (посіла 3-тє місце) на Всеукраїнському конкурсі «Найкраще гейміфіковане заняття з журналістики» (організатором конкурсу був Український інститут медіа та комунікацій) у 2023 р. Емпірично використання гри засвідчило високий рівень сприяння навчальним функціям (краще розуміння студентами теми курсу, мотивація, залученість тощо), проте для чіткої наукової квантифікації даних щодо ефективності гри потрібен триваліший період дослідження.

«Диджиталізуйся або помри»: навчальна гра для практичних занять старших курсів відділень журналістики ВНЗ.

Жанр: *інтерактивна історія* (викладач розповідає історію вигаданого медіа, робить сюжетні розвилки, на яких студент має визначити дію персонажа та обґрунтувати її).

Тривалість: 30-40 хв.

Навчальні цілі:

допомогти студентам перевірити свої знання щодо принципів роботи в онлайн-просторі, у редакціях вебресурсів;

ознайомити зі специфікою трансформаційних процесів сучасних медіа, можливостями для розвитку власних онлайн-проєктів;

заохотити до критичного осмислення розвитку нових медіа у взаємозв'язку з розвитком технологій та загальносвітових тенденцій щодо споживання та виготовлення інформаційного продукту.

Фаза 1. Початок гри.

Викладач пояснює правила. Вони дуже прості: уважно слухати історію і на сюжетних розвилках відповідати, обґрунтовуючи, що має зробити персонаж.

Викладач розповідає зачин історії у довільній формі, приблизно такого змісту:

60-річний редактор регіональної газети «Містяни» Грицько Крисюк усвідомлює, що настав час трансформувати своє медіа відповідно до нових технологій. Його старомодне видання втрачає популярність. Доходи стрімко падають, редакція на

межі виживання. Пан Крисюк записався на курси для медійників під промовистою назвою «Диджиталізуйся або помри». Помирати йому не хотілося, але наука виявилася для нього заскладною. В кінці курсу голова у пана Крисюка пухла від отриманих знань, він переглядав свій записник, згадуючи поради спікерів щодо розвитку свого видання. Багато чого він не розумів, але налаштований був рішуче.

Фаза 2. Процес гри.

Під час сюжетного розгалуження викладач ставить питання конкретному студенту (за списком або довільно). Наприклад: *«Що таке мультимедійність? Що це означає, що моє видання має бути мультимедійним?» – думав пан Крисюк, намагаючись уявити своє старомодне видання у подобі яскравого сучасного медіа.*

У короткій відповіді студент має дати не просто академічне визначення мультимедійності, а інтегрувати його в контекст сюжету: як пану Крисюку скористатися знаннями про мультимедійність, щоб трансформувати своє видання «Містяни». Відповідь студента викладач оцінює за 5-бальною шкалою (можливі різні шкали оцінювання) і робить відповідну позначку у листі історії. Бажано заохочувати студентів відповідати у заданому стилі оповіді: не *«на мою думку, мультимедійність – це...»*, а *«після довгих розмірковувань пан Крисюк дійшов висновку, що мультимедійність – це...»*. Це сприяє загальній атмосфері й зануренню в оповідь.

Переходячи до наступних сюжетних розгалужень, важливо гнучко інтерпретувати попередню відповідь студента згідно з логікою розвитку дії. Наприклад, якщо студент дав неправильну відповідь на запитання про мультимедійність, викладач продовжує: *«...Пан Крисюк зрозумів лише те, що розуміє тільки загальну суть мультимедійності, але не уявляє, як її застосувати до свого видання».*

Наступні питання відображають намагання персонажа трансформувати своє видання, зокрема:

«Пан Крисюк доручив студентці-практикантці Марині Данко взяти на себе розвиток видання «Містяни» у соцмережах. Усвідомлюючи свої можливості, студентка розуміє, що повноцінно зможе вести сторінку лише в якійсь одній соцмережі. Яку саме соцмережу вона обере, враховуючи специфіку видання?».

«Створити можливість для зворотнього зв'язку, ще не означає його досягти. Коментарів під матеріалами «Містян» наразі небагацько. Як мотивувати наших читачів писати цікаві коментарі та й загалом бути активними? – думала Марина».

Загалом – 10 питань (за бажанням можна збільшити). Якщо є потреба опитати всіх присутніх студентів, а їх набагато більше, ніж запитань, то на деякі запитання можна відповідати у парах.

Фаза 3. Підсумки гри.

Викладач підраховує бали за кожну відповідь. Кінцева сума балів визначає епілог історії, який викладач оголошує довільно.

41-50 балів – успішна трансформація видання «Містяни».

31-40 балів – частковий успіх, деякі хороші задуми лишилися нереалізованими.

21-30 балів – дуже скромний успіх, «Містяни» успішно трансформувалися лише у незначних деталях.

Менше 20 балів – «Містяни» не змогли адаптуватися до нових реалій, видання довелося закрити.

Після імпровізованого епілогу викладач повертається до кожного із питань, які поставали на сюжетних розвилках. Відбувається дискусія у вільному режимі, обговорення причин і наслідків: до чого призвело те або інше рішення персонажа і чому.

Висновки. В епоху цифровізації та стрімких змін у медіаіндустрії навчальні ігри є дієвим інструментом підготовки студентів до професійної діяльності у сфері соціальних комунікацій. Вони ефективно поєднують теорію та практику, розвивають ключові компетенції та сприяють формуванню глибшого розуміння професії. Впровадження таких ігор у навчальний процес робить його цікавішим та ефективнішим. До того ж, навчальні ігри сприяють розвитку гнучких навичок, як-от критичне мислення, креативність та здатність до швидкого ухвалення рішень. В умовах інформаційного перенасичення ігрові підходи особливо актуальні, оскільки допомагають студентам адаптуватися до вимог сучасного медіаринку, ефективно працювати з інформацією, перевіряти факти та взаємодіяти з аудиторією.

Проте, зважаючи на невелику кількість наукових розвідок у сфері використання навчальних ігор у викладанні журналістикознавчих дисциплін, потрібні подальші дослідження та апробація методик. Особливо потребує вивчення вплив навчальних ігор на довгострокову професійну підготовку, їхня роль у розвитку етичних принципів та мотивації майбутніх журналістів. Також варті уваги аспекти індивідуалізації ігор та адаптація їх до різних стилів і форматів навчання.

На нинішньому етапі можемо констатувати, що дослідження та розвиток навчальних ігор не лише збагачують навчальний процес, а й сприяють формуванню якісно нових стандартів підготовки спеціалістів у галузі соціальних комунікацій. Впровадження ігрових методів узгоджується з викликами часу у контексті поєднання інновацій та традиційних підходів, що потенційно може трансформувати процес здобуття освіти, зробити його захопливішим та продуктивнішим для студентів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Войтович, Н. О. (2022), «Гейміфікація у навчальному процесі: плюси та мінуси», *Актуальні проблеми сучасного журналістикознавства : збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2021 рік (секція «Журналістики»)*, упоряд. Андрій Яценко, Простір-М, Львів, 2022, с. 20-22.
2. Гнедіна, К., Нагорний, П. (2022), «Теоретико-практичні засади гейміфікації в освіті», *Information Technologies in Education*. № 3 (52), с. 7-19.
3. Головко, Н. (2015), «Ігрові технології як засіб активізації пізнавальної діяльності студентів», *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогіка*, т. 1, № 1, с. 17-20.
4. Дворянин, П. (2023), «Як за допомогою гри заохотити студентів-журналістів розвивати особистий бренд у соцмережах», *Journalism Teachers Academy*. URL: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-za-dopomohoiu-hry-zaokhotyty-studentiv-zhurnalistiv-rozvyvaty-osobystyy-brend-u-sotsmerezhakh/ (останній перегляд 20 січня 2025).
5. Дворянин, П. (2024), «Інновації у викладанні журналістики: інтерактивні методи та платформи», *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві,* ред. Казімова, Ю. Р., Львів, 30 жовтня 2024, с. 69-74.

6. Костюк, В. (2012), «Стимулювання та розвиток творчого потенціалу магістрів-журналістів у навчальній та позааудиторній діяльності», *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*, №7, (25), с. 337-345.
7. Лященко, Т., Гришуніна, М., Пічкур, В. (2018), «Гейміфікація як одна з інноваційних форм навчального процесу», *Інформатизація вищої освіти. Управління розвитком складних систем*, № 35, с. 113-123.
8. Мединська, О. (2019), «Використання інноваційних педагогічних технологій у підготовці майбутніх журналістів», *Обрії друкарства*, № 1 (7), с. 95-104.
9. Нетреба, М., Нищик, Г. (2017), «Викладання журналістських дисциплін у вищій школі: специфіка та форми навчання», *Вісник Львівського національного університету. Серія журналістика,* вип. 42, с. 33-38.
10. Онищенко, Н. (2021), «Застосування ігрових технологій під час викладання педагогічних дисциплін у вищій школі», *Актуальні питання гуманітарних наук. Педагогіка*, вип. 35, т. 4, с. 260-267.
11. Яценко, Г. В., Яценко, А. М. (2022), «Креативні методи навчання у викладанні журналістикознавчих дисциплін», *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, т. 33 (72), №3, с. 362-366.
12. Яценко, Г. В., Яценко, А. М. (2024), «Викладання журналістикознавчих дисциплін: онлайн-інструменти та креативні методи навчання», за Потятиник, Б. В., Лозинський, М. В. (ред.), *Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій*, ЛНУ ім. І. Франка, Львів, с. 146-159.
13. Stott, A., Neustadter, C. (2013), «Analysis of Gamification in Education», *Simon Fraser University.* URL: http://clab.iat.sfu.ca/pubs/Stott-Gamification.pdf (accessed 20 January 2025).
14. Werbach, K. (2014), «(Re)Defining Gamification: A Process Approach», *In International Conference on Persuasive Technology*, LNCS 8462, p. 266-272.

REFERENCE

1. Voitovych, N. O. (2022), «Heimifikatsiia u navchalnomu protsesi: pliusy ta minusy», Aktualni problemy suchasnoho zhurnalistykoznavstva : zbirnyk materialiv zvitnoi naukovoi konferentsii za 2021 rik (sektsiia «Zhurnalistyky»), uporiad. Andrii Yatsenko, Prostir-M, Lviv, 2022, s. 20-22.
2. Hnedina, K., Nahornyi, P. (2022), «Teoretyko-praktychni zasady heimifikatsii v osviti», *[Information Technologies in Education]*, № 3 (52), s. 7-19.
3. Holovko, N. (2015), «Ihrovi tekhnolohii yak zasib aktyvizatsii piznavalnoi diialnosti studentiv», *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriia pedahohika, [Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Series Pedagogy]*, t. 1, № 1, s. 17-20.
4. Dvorianyn, P. (2023), «Yak za dopomohoiu hry zaokhotyty studentiv-zhurnalistiv rozvyvaty osobystyi brend u sotsmerezhakh», *[Journalism Teachers Academy].* URL: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/yak-za-dopomohoiu-hry-zaokhotyty-studentiv-zhurnalistiv-rozvyvaty-osobystyy-brend-u-sotsmerezhakh/ (ostannii perehliad 20 sichnia 2025).

5. Dvorianyn, P. (2024), «Innovatsii u vykladanni zhurnalistyky: interaktyvni metody ta platformy», za red. Kazimova, Yu.R., *Innovatsii ta osoblyvosti funktsionuvannia ZMI v demokratychnomu suspilstvi*, Lviv, 30 zhovtnia 2024, s. 69-74.
6. Kostiuk, V. (2012), «Stymuliuvannia ta rozvytok tvorchoho potentsialu mahistriv-zhurnalistiv u navchalnii ta pozaaudytornii diialnosti», *Pedahohichni nauky: teoriia, istoriia, innovatsiini tekhnolohii*, №7, (25), s. 337-345.
7. Liashchenko, T., Hryshunina, M., Pichkur, V. (2018), «Heimifikatsiia yak odna z innovatsiinykh form navchalnoho protsesu», *Informatyzatsiia vyshchoi osvity. Upravlinnia rozvytkom skladnykh system*, № 35, s. 113-123.
8. Medynska, O. (2019), «Vykorystannia innovatsiinykh pedahohichnykh tekhnolohii u pidhotovtsi maibutnikh zhurnalistiv», *Obrii drukarstva*, № 1 (7), s. 95-104.
9. Netreba, M., Nyshchyk, H. (2017), «Vykladannia zhurnalistskykh dystsyplin u vyshchii shkoli: spetsyfika ta formy navchannia», Visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu. Seriia zhurnalistyka, *[Visnyk of the Lviv University. Series Journalism],* vyp. 42, s. 33-38.
10. Onyshchenko, N. (2021), «Zastosuvannia ihrovykh tekhnolohii pid chas vykladannia pedahohichnykh dystsyplin u vyshchii shkoli», *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk. Pedahohika*, [*Current Issues of the Humanities, Pedagogy*], vyp. 35, t. 4, s. 260-267.
11. Yatsenko, H. V., Yatsenko, A. M. (2022), «Kreatyvni metody navchannia u vykladanni zhurnalistykoznavchykh dystsyplin», *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriia: Filolohiia. Zhurnalistyka, [Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: Philology. Journalism],* t. 33 (72), №3, s. 362-366.
12. Yatsenko, H. V., Yatsenko, A. M. (2024), «Vykladannia zhurnalistykoznavchykh dystsyplin: onlain-instrumenty ta kreatyvni metody navchannia», za Potiatynyk, B.V., Lozynskyi, M.V. (red.), *Zhurnalistyka i media v umovakh suspilnykh transformatsii, [Journalism and media in the conditions of social transformations],* LNU im. I. Franka, Lviv, s. 146-159.
13. Stott, A., Neustadter, C. (2013), «Analysis of Gamification in Education», *Simon Fraser University.* URL: http://clab.iat.sfu.ca/pubs/Stott-Gamification.pdf (accessed 20 January 2025).
14. Werbach, K. (2014), «(Re)Defining Gamification: A Process Approach», *In International Conference on Persuasive Technology*, LNCS 8462, p. 266-272.

EDUCATIONAL GAMES AS AN INNOVATIVE METHOD IN TEACHING JOURNALISM STUDIES

Pavlo Aleksandrov
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: pavlo.aleksandrov@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-9812-3233

The article examines current methodologies for educational games aimed at students in higher education pursuing degrees in the field of social communications. The study identifies the functions of gamification in journalism education, categorizes types of educational games, provides examples of game-based methodologies, and presents an original concept of an educational game for journalism students.

The research reveals that several Ukrainian scholars in pedagogy emphasize the primary functions of educational games as ensuring interactivity, motivating students, and fostering the development of professional competencies in actual or simulated environments. The traditional functions of gamified learning, including those of educational games *(educational, developmental, motivational, socialization, and evaluation)*, are analyzed within the context of media studies disciplines. In the typology of game-based methodologies, several universal types of educational games are identified, such as *role-playing games, simulation or modeling games, debate games, and project-based games.*

The study also introduces a concept for educational games designed for journalism students. One such game is a project-based interactive story game, which is used to teach the course «Digital Journalism: Media-Critical Studies».

In the era of digitalization and rapid transformations within the media industry, educational games are an effective tool for preparing students for professional activities in social communications. They successfully integrate theory with practice, enhance key competencies, and foster a deeper understanding of the profession. Integrating such games into the educational process makes learning more engaging and efficient. Furthermore, educational games contribute to developing soft skills such as critical thinking, creativity, and the ability to make quick decisions. In the context of information overload, game-based approaches are particularly relevant as they help students adapt to the demands of the modern media market, effectively manage information, fact-check, and interact with audiences.

Keywords: gamification in education, educational games, game-based learning technologies, game format, game studies.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 152–163
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 152–163

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 152–163 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13299

УДК [378.4.011.3-052:070]:811.111'255:001.891

ПЕРЕКЛАД НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ З ЖУРНАЛІСТИКИ ЯК РІЗНОВИД НАУКОВОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ-ЖУРНАЛІСТІВ

Мар'ян Житарюк
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: maryan.zhytaryuk@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-5690-5701

У публікації йдеться про одну з форм організації наукової роботи для студентів факультету журналістики, зокрема на кафедрі зарубіжної преси та інформації Львівського національного університету імені Івана Франка. Маємо на увазі опрацювання нової англомовної літератури, її адаптацію і переклад українською мовою. У межах лабораторних занять з курсу «Журналістська майстерність» студенти третього курсу ОПП Журналістика (Уляна Феняк, Олеся Згоранець, Олег Дерев'янко, Богдан Сапєлкін, Дар'я Кірвас та Юлія Буричка) переклали книжку Матс Екстрем та Маріанни Патрони «Авторитарний популізм і виклики новинної журналістики. Дискурсивний підхід» (2024, Лондон, 186 с.)[1]. Студентка першого курсу ОПП «Міжнародна журналістика» Анна Філімонова в рамках вивчення дисципліни «Основи міжнародної журналістики» переклала статтю «До експериментального розуміння журналістики: дослідження на основі мистецтва для журналістикознавства» (автори – Сандер Хьолсгенс, Саскія де Вілдт та Тамара Вітшге)[2].

Ключові слова: наукова робота студентів, наукова робота викладача, новинна журналістика, нова англомовна література з журналістики, авторитарний популізм в медіа, експериментальне розуміння журналістики через мистецтво.

Постановка проблеми

Традиційно в навчальних планах з журналістики для виконання умов освітньої програми бакалавра (240 кредитів) були передбачені такі дисципліни (назви умовні): «Основи наукових досліджень», «Основи бібліографії», «Курсова робота», «Курсовий

[1] Ekström, Mats, Patrona, Marianna (2024). *Authoritarian Populism and the Challenges for News Journalism. A Discourse Approach.* Edition1st Edition. First Published 2024. eBook Published 29 August 2024. Pub. Location London, Imprint Routledge, pages 186, ISBN 9781003390152, https://doi.org/10.4324/9781003390152

[2] Hölsgens, Sander, de Wildt, Saskia & Witschge, Tamara (2020). «Towards an Experientialist Understanding of Journalism: Exploring Arts-based Research for Journalism Studies». *Journalism Studies. Volume 21, Issue 7: Meeting a Digital Demand: Advancing Methodological Knowledge in Journalism Studies*. P. 928-946. Published online: 13 May 2020. https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1703121

© Житарюк М., 2025

проєкт», «Кваліфікаційна робота». Це було логічно і правильно, по-перше, до появи Стандарту вищої освіти з журналістики першого (бакалаврського) рівня[3], по-друге, до масового використання інструментів штучного інтелекту для продукування й генерування текстів, які частина недобросовісних здобувачів охоче приписувала собі та фактично унеможливлювала справедливе оцінювання.

У розділі VI «Форми атестації здобувачів вищої освіти» Стандарту чітко зазначено, що кваліфікаційна робота «являє собою виготовлений інформаційний продукт або проект інформаційної акції чи інформаційну акцію, до яких додають пояснювальну записку», «…не повинна містити академічного плагіату, фабрикації та фальсифікації». Тут ніде не зазначено, що йдеться про наукову роботу, як було раніше! Спершу це було дивно, однак Стандарт потрібно виконувати. Постали питання: як бути з науковою роботою зі студентами? Чи не нівелює такий підхід академічні вимоги? Почали аналізувати тексти курсових робіт, які передбачені як наукові роботи, і з'ясували, що й тут багато проблем. Попри старання, ретельність, сумлінність і фаховість окремих здобувачів, чимало робіт однотипні, без наукової цінності, з фрагментами з авторефератів, зокрема, довжелезними і типовими «іконостасами» універсальних дослідників… Значною мірою – це профанування наукової роботи. Отже, чи всі майбутні журналісти мусять бути науковцями? Як бути з тими, хто справді має наукові задатки і хотів би щось важливе для професійного зростання зробити якісно?

У відповідь на ці питання, робоча група ОПП Міжнародна журналістика напрацювала перелік освітніх компонентів, де ми відійшли від попередньої практики. Тепер здобувачі вищої освіти не мають «Основ наукових досліджень» та «Курсової роботи»[4]. Ці дисципліни замінено на медіаландшафти певних країн, на іноземну мову. А студентам, які хочуть займатися наукою, мають до цього задатки, запропоновано роботу в наукових гуртках, у межах навчальних дисциплін сформульовано завдання опрацьовувати сучасну англомовну (чи іншими мовами) навчальну і наукову літературу.

Попри те, що цей підхід вперше запущено в поточному навчальному році (2024-2025), уже є певні результати. Студентка першого курсу ОПП Міжнародна журналістика Анна Філімонова в рамках вивчення дисципліни «Основи міжнародної журналістики» переклала статтю «До експериментального розуміння журналістики: дослідження на основі мистецтва для журналістикознавства» (автори – Сандер Хьолсгенс, Саскія де Вілдт та Тамара Вітшге)[5]. Її переклад розміщено в розділі «Дослідження» на сторінці кафедри зарубіжної преси та інформації[6]. До слова, під керівництвом доцентки Ольги Квасниці, за роботу «Прокляття влади: як лиходії Шекспіра відображають падіння великих лідерів» Анна здобула друге місце у Все-

---

[3] https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/061-Zhurnalistyka-bakalavr.28.07-1.pdf

[4] https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/OPP-Mizhn-zhurn-2024-B-sayt.pdf . С. 13-17.

[5] Hölsgens, Sander, de Wildt, Saskia & Witschge, Tamara (2020). «Towards an Experientialist Understanding of Journalism: Exploring Arts-based Research for Journalism Studies». *Journalism Studies. Volume 21, Issue 7: Meeting a Digital Demand: Advancing Methodological Knowledge in Journalism Studies*. P. 928-946. Published online: 13 May 2020. https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1703121

[6] https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Do_eksperymentalnoho_rozuminnia_zhurnalistyky_09-2024.pdf

українському шекспірівському конкурсі студентських дослідницьких і креативних проєктів імені Віталія Кейса (результати оголошено в січні 2025 р.)[7]. Такі успіхи не випадкові, і такі студенти мають не тільки журналістське, а й наукове майбутнє. Тому їх треба всіляко підтримувати.

Інший приклад – переклад книжки Матс Екстрем та Маріанни Патрони «Авторитарний популізм і виклики новинної журналістики. Дискурсивний підхід» (2024, Лондон, 186 с.), який зробили Уляна Феняк, Олеся Згоранець, Олег Дерев'янко, Богдан Сапєлкін, Дар'я Кірвас та Юлія Буричка[8].

Аналіз останніх досліджень та публікацій

До уваги взято цитований вище Стандарт вищої освіти з журналістики першого (бакалаврського) рівня, ОПП Журналістика[9] й ОПП Міжнародна журналістика[10], навчальні плани до цих ОПП у Львівському національному університеті імені Івана Франка[11].

У процесі напрацювань нової англомовної літератури, яка могла б зацікавити здобувачів та викладачів, ми звернули увагу на такі позиції:

Innovations in Journalism. Comparative Research in Five European Countries (2024). Edited by Klaus Meier, Jose A. García-Avilés, Andy Kaltenbrunner, Colin Porlezza, Vinzenz Wyss, Renée Lugschitz, Korbinian Klinghardt. Edition 1st Edition. First Published 2024. eBook Published 25 April 2024. Subjects Area Studies, Arts, Communication Studies, Humanities. OA Funder Catholic University of Eichstaett-Ingolstadt. Pub. Location London. 326 p., eBook ISBN 9781032630410, https://doi.org/10.4324/9781032630410.

Інновації в журналістиці. Порівняльні дослідження в п'яти європейських країнах (2024). За редакцією Клауса Майєра, Хосе А. Гарсіа-Авілеса, Енді Кальтенбруннера, Коліна Порлецца, Вінценза Вісса, Рене Лугшица, Корбініана Клінгхардта. Видання 1-е. Вперше опубліковано у 2024 р. Електронна книга опублікована 25 квітня 2024 р. Фундатор Католицького університету Айхштетт-Інгольштадт. Лондон, 326 с., електронна книга ISBN 9781032630410, https://doi.org/10.4324/9781032630410

Ekström, Mats, Patrona, Marianna (2024). *Authoritarian Populism and the Challenges for News Journalism. A Discourse Approach.* Edition1st Edition. First Published 2024. eBook Published 29 August 2024. Pub. Location London, Imprint Routledge, pages186, eBook ISBN 9781003390152, https://doi.org/10.4324/9781003390152

Екстрем, Матс, Патрона, Маріанна (2024). *Авторитарний популізм і виклики в новинній журналістиці. Дискурсивний підхід.* Видання 1-е. Електронна книга опублікована 29 серпня 2024 р. Лондон, Routledge, 186 с. ISBN електронної книги 9781003390152, https://doi.org/10.4324/9781003390152

Media Tactics in the Long Twentieth Century (2024). Edited By Marie Cronqvist, Fredrik Mohammadi Norén, Emil Stjernholm. Edition1st Edition. First Published 2024.

---

[7] Переможець Всеукраїнського шекспірівського конкурсу. https://journ.lnu.edu.ua/news/peremozhets-vseukrainskoho-shekspirivskoho-konkursu

[8] Готуємо до публікації на сторінці кафедри зарубіжної преси та інформації у розділі «Дослідження»: https://journ.lnu.edu.ua/department/kafedra-zarubizhnoji-presy-ta-informatsiji

[9] https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/OPP-ZHurnalistyka-bakalavr-2024-.pdf

[10] https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/OPP-Mizhn-zhurn-2024-B-sayt.pdf

[11] https://journ.lnu.edu.ua/academics/bachelor : https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/2024_Navchalnyy_plan_bakalavry_denna_forma.pdf; https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/2024_Navchalnyy_plan_bakalavry_mizhnarodna_denna_forma.pdf

eBook Published 8 August 2024. Pub. Location New York, Imprint Routledge, Pages 286, eBook ISBN 9781032618326, https://doi.org/10.4324/9781032618326

Тактика медіа у довгому XX столітті (2024). За редакцією Марі Кронквіст, Фредрік Мохаммаді Норен, Еміль Стернгольм. Видання 1-е. Електронна книга опублікована 8 серпня 2024 р., Нью-Йорк, Routledge, 286 с., ISBN електронної книги 9781032618326, https://doi.org/10.4324/9781032618326

The Global Journalist in the 21st Century (2012). Edited By David H. Weaver, Lars Willnat Copyright, 1st Edition, Published June 14, 2012 by Routledge, 596 Pages. https://www.routledge.com/The-Global-Journalist-in-the-21st-Century/Weaver-Willnat/p/book/9780415885768?srsltid=AfmBOorRhJg79krfXT77Ex1D1pt8mZC_E6cMmTuDOWjI6X9KBtufQfTU

Глобальний журналіст у 21 столітті (2012). За редакцією Девіда Х. Уівера , Ларса Вілната, 1-е видання, опубліковано 14 червня 2012 року Routledge, 596 с.

Zamith, Rodrigo (2022). *The International Journalism Handbook*. 1st Ed., Amherst, Massachusetts, Copyright Year: 2022. Publisher: University of Massachusetts Amherst Libraries, Language: English. https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/1228

Заміт, Родріго (2022). *Довідник з міжнародної журналістики (кишенькова книга міжнародного журналіста)*, 1-е видання, Амхерст, Массачусетс, Бібліотека Массачусетського Амхерстського університету.

McBride, Wendy L. (2023). *Sourcing, summarizing, and synthesizing: Skills for effective research writing.* Publisher: University of Arkansas. Language: English. https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/sourcing-summarizing-and-synthesizing-skills-for-effective-research-writing

Венді Л. Макбрайд, Венді Л. (2023). *Пошук джерел, підсумовування та синтезування: навички ефективного написання досліджень (навички для ефективного написання розслідувальних текстів).* Університет Арканзасу, англійською.

Harrop, Jennie A. (2018). The Simple Math of Writing Well: Writing for the 21st Century, George Fox University, ISBN 13: 9780999829202, Publisher: George Fox University Library, Language: English/ https://open.umn.edu/opentextbooks/textbooks/the-simple-math-of-writing-well-writing-for-the-21st-century

Харроп, А. Дженні (2018). Простий шлях, щоб добре писати у 21 столітті, Університет Джорджа Фокса, ISBN 13: 9780999829202, англійською.

Наші студенти обрали для вивчення і перекладу книжку про авторитарний популізм.

Методологічна основа дослідження

Застосовано наукові методи інформаційного пошуку (пошук документів, тексту), наукової систематизації зібраного матеріалу (формування переліків книг), методи перекладу наукового тексту, узагальнення та концептуалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження

У цій частині пропонуємо ознайомитися із фрагментами перекладу наших студентів.

Анна Філімонова, переклад статті*: Sander Hölsgens, Saskia de Wildt & Tamara Witschge. Towards an Experientialist Understanding of Journalism: Exploring Arts-based Research for Journalism Studies. Pages 928-946. Published online: 13 May 2020. https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1703121*

Трансформації в журналістиці

В академічних колах було висунуто чимало закликів змінити підхід до визначення та дослідження журналістики (див., наприклад, Wahl-Jorgensen, 2009; Anderson, 2011). Вони пропонують додаткові способи концептуалізації журналістики з наукового погляду (див. також різні внески до Sage Handbook of Digital Journalism (Witschge та ін., 2016)). Це були важливі та пізнавальні доповнення, до яких ми прагнемо долучитися, зосередивши увагу на перспективах і досвіді творців. Таким чином, ми прагнемо висвітлити підхід, який уможливлює:

Розуміння журналістики поза межами наявних нормативних рамок

Натхнені теорією практики (Witschge і Harbers, 2018), ми визнаємо, що журналістика – це як дискурс, так і набір дій; і те, що ми розуміємо під журналістикою, постійно змінюється. Питання про те, хто є журналістом, джерелом, об'єктом або аудиторією, стає ще менш очевидним з огляду на партисипативні практики, які дедалі більше включають непрофесіоналів у процеси виробництва. Замість того, щоб визначати це наперед, ми хочемо звернути увагу на різноманіття та множинність, які є в цій сфері.

Включення начебто протилежних цінностей та практик

Журналісти – це важливі, але водночас суперечливі виробники знань, оскільки багато хто з них не просто намагається відображати суспільство, а й прагне змінити його (Gyldensted, 2015). Попередні класифікації медіапрактик намагалися зрозуміти ці практики через бінарні протилежності: об'єктивне проти суб'єктивного; художня вигадка проти документальності; журналістика проти мистецтва або активізму (див., наприклад, Wagemans, Witschge і Harbers, 2018). Визнаючи, що процеси створення медіа виходять за межі таких теоретичних рамок і класифікацій, ми прагнемо зробити внесок у дослідницькі підходи, теорії та словники, які дають змогу це відобразити. Визнаючи, що медіаполе характеризується гібридністю, «розбіжністю» та хаотичністю (Witschge та ін., 2019), ми наводимо приклади того, як досліджувати це, враховуючи «багатство та складність» (Knowles і Cole, 2008, с. 6) журналістських практик.

Дослідження досвідного виміру практик

Розглядаючи журналістику як складну і таку, що містить суперечності та дисонанси, ми прагнемо надати розуміння процесів створення, яке відповідає досвіду самих творців. Експериментальний підхід (як творці сприймають процес створення?) надає уявлення про «почуття, естетичні переживання й моральні практики» (Lakoff і Johnson, 2003, с. 193).

Знання зсередини

Визнаючи та приймаючи потребу в досвідному знанні (Wagemans і Witschge, 2019), ми досліджуємо способи, як отримати знання тих, кого ми вивчаємо, таким чином, щоб їхні інсайти та запити до знання були в центрі дослідження, а не додатком до нього. Включаючи «практиків як партнерів у створенні знання» (Bradbury-Huang, цит. за Wagemans і Witschge, 2019, с. 214), ми свідомо позиціонуємо та розглядаємо тих, хто бере участь у процесі створення, як партнерів, а не як «простих» учасників дослідження.

Як зазначають Lewis і Zamith (2017, с. 111), «важкість [полягає в] (...) розумінні того, що таке журналістика». Щоб подолати цю складність, ми пропонуємо методологію, яка дає нам змогу розширити наші перспективи, включаючи творчість, різноманіття та сумніви (Costera Meijer, 2016).

Три основні характеристики досліджень, заснованих на мистецтві, роблять їх особливо корисними для журналістських студій:

Партисипативність

Ці методи дозволяють глибинне, «знизу догори» розуміння журналістської професії. Дослідження, засновані на мистецтві, прагнуть інклюзивності, відображаючи різноманітність культурного та соціополітичного ландшафту. Вони дозволяють «вивчати разом із людьми, а не проводити їхнє дослідження» (Ingold 2018, с. 11), що дає змогу залучати різні перспективи.

Дослідження досвіду

Мистецькі форми дослідження, як-от творче письмо, кінематографія або виконавські мистецтва, дають змогу розповідати нові історії, що базуються на переживаннях (див. також Archetti 2017). Такі методи спрямовані на знання, які є практичними, тактильними та втіленими.

Запрошення до інтерпретації

Результати досліджень, заснованих на мистецтві, виходять за межі академічних публікацій. Вони можуть включати створення фільмів, театральних вистав, малюнків, інсталяцій та інших художніх форм. Значення і знання здатні як творити результати, так і бути інтерпретованими аудиторією (Shields і Penn 2016)[12].

Ось думки з книжки *Innovations in Journalism. Comparative Research in Five European Countries (2024).* Edited by Klaus Meier, Jose A. García-Avilés, Andy Kaltenbrunner, Colin Porlezza, Vinzenz Wyss, Renée Lugschitz, Korbinian Klinghardt. Edition 1st Edition. First Published 2024. eBook Published 25 April 2024. Subjects Area Studies, Arts, Communication Studies, Humanities. OA Funder Catholic University of Eichstaett-Ingolstadt. Pub. Location London. 326 p., eBook ISBN 9781032630410, https://doi.org/10.4324/9781032630410

[12] Повний текст українською: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Do_eksperymentalnoho_rozuminnia_zhurnalistyky_09-2024.pdf

Книжка складається з чотирьох частин і містить дев'ять розділів:

- *Новинний дискурс як об'єкт дослідження;*
- *Порушення журналістського авторитету та інституціолізованих відносин у політичних інтерв'ю;*
- *Дискурс альтернативних новин: між фактографією та політичною пропагандою.*
- *Стилі популістських політичних виступів;*
- *Повідомлення про невимовне: авторитарні провокації та їхня реконтекстуалізація в новинах;*
- *Медіа-популізм і конструювання «народу» в інтерв'ю політичних новин;*
- *Нормалізація ультраправої політики в звичайних новинах та політичних інтерв'ю;*
- *Політика страху в політичних виступах і висвітленні новин;*
- *У вирі авторитарного популізму: новинний дискурс і виклики для журналістики.*

Студенти ***Уляна Феняк, Олеся Згоранець, Олег Дерев'янко, Богдан Сапєлкін, Дар'я Кірвас та Юлія Буричка*** розподілили між собою приблизно рівнозначні частини і зробили переклад. Для уявлення про їхню роботу подаємо окремий фрагмент з першого розділу[13].

«Перегляд нейтралізму

Неупередженість є діахронічним нормативним принципом професійних новин: «Новинна журналістика шукає легітимності, відволікаючи увагу від журналістики як діяльності, що створює, інтерпретує та аргументує» (Ekström, 2002: 278). Авторська позиція та наведення аргументів на підтримку чи проти політичних поглядів, платформ і кандидатів мають бути прозорими лише в піджанрі новин – редакційних статтях та статтях думок.

Відповідно, розгортання стратегій, які захищають видимість нейтралітету журналіста, є основною темою в аналітичній літературі про інтерв'ю в новинах (Клейман і Херитидж, 2002). Серед цих стратегій дизайн запитання інтерв'юера є головним ресурсом для втілення формально нейтральної чи нейтралістської позиції (там само).

За останні три десятиліття межі нейтралізму були суттєво розширені. З початку 1990-х років дослідники повідомили про зміну колишніх «м'яких» практик інтерв'ю суспільного мовлення до більш бойових форм інтерв'ю (Hutchby, 2021, 2011; Patrona, 2006, 2009, 2011). Однак журналісти все ще захищають себе від звинувачень в упередженості, стратегічно приєднуючись до громадськості, коли опитують офіційних політиків. Таким чином, дотримання позиції «народної трибуни» в політичних інтерв'ю є дискурсивним ресурсом для підтримки легітимності агресивної журналістики (Clayman, 2002). Проте дизайн запитань журналістів також є засобом для впровадження та поширення популістської позиції (див. Розділ 6).

Ключовим питанням у цій книзі є релевантність парадигми неупередженості в рутинному виборі мови та редакторських рішеннях під час репортажів про авторитарних популістів. Чи журналістський нейтралізм моделі репортажів «він сказав/

[13] Екстрем, Матс, Патрона, Маріанна (2024). *Авторитарний популізм і виклики в новинній журналістиці. Дискурсивний підхід.* Видання 1-е. Переклад: Уляна Феняк, Олеся Згоранець, Олег Дерев'янко, Богдан Сапєлкін, Дар'я Кірвас та Юлія Буричка. Рукопис: особистий архів автора.

вона сказала» все ще є адекватним чи ефективним у боротьбі зі стратегіями крайніх правих у сучасному медіа-просторі, глибоко ураженому зростанням авторитарного популізму? Це питання є проблемним в контексті репрезентації даних і тематичних досліджень журналістського новинного дискурсу в різних країнах, намаганні надати орієнтовну відповідь та рекомендації для більш критично свідомої журналістики в заключному розділі (див. Розділ 9).

Конструкції популізму в громадській пресі: журналісти і метамова

Ключовою властивістю зв'язку медіа-політика щодо популізму є те, що агенти обох інституцій поділяють і заперечують паралельні претензії на популярність і громадське представництво (див. Higgins, 2017). Цей розділ є відправною точкою для ілюстрації парадоксів, з якими стикається журналістика в її контакті з авторитарним популізмом. Ці парадокси охоплюють не лише суперечливі позиції новинної журналістики щодо ультраправого популізму, водночас відверто критичні й викривальні, але й, як ми побачимо в наступних розділах, періодичне й некритичне відтворення популістських дискурсів, світогляди та установки в рутинних дискурсивних практиках і репрезентаціях новин.

У цьому розділі буде продемонстровано головний парадокс (і для) журналістики, який полягає у відсутності критичного осмислення власних журналістських практик через часто виключення медіа з редакційної критики політичного популізму, його механізмів, стилів комунікації та наслідків.

Ми починаємо наше дослідження цих питань із запитання, як журналісти позиціонують себе щодо популізму як політичного явища у важливий момент для зростання популістської політики в Європі. У 2017 році Кембриджський словник визнав «популізм» «словом року». Це не дивно, враховуючи рівень уваги медіа до популізму як політичного явища в той період: референдум про Brexit відбувся в червні 2016 року; Трамп офіційно вступив на посаду в січні 2017 року; того ж року відбулися вибори по всій Європі, а 2018-го – в Угорщині та Швеції, де набирали сили ультраправі популістські партії.

Головно зосереджуючись на практиках висвітлення новин (Bale та ін., 2011; Hatakka та Herkman, 2021; Herkman, 2016b), попередні дослідження приділяли менше уваги тому, як популізм представлений у журналістиці, заснованій на думці, а саме в жанрі, який забезпечує платформу для дебатів і коментарів. Карлсон та ін. (2021: 132-143) критично досліджують редакційні статті як «метадискурсивні артефакти» (132), щоб аргументувати постійну актуальність журналістики проти зростання авторитарного популізму та антижурналістських настроїв. Загалом термін «популізм» дуже суперечливий. Як правило, це нав'язується ззовні, а не приписується самому собі, як частина побудови політичної ідентичності.

Нижче ми пропонуємо порівняльний аналіз того, як популізм (правий, лівий або обидва) був сконструйований і введений у дію в корпусі статей чотирьох різних європейських країн у 2017 році, що стосується пояснень, оцінки та позиції щодо популізму, а також приписування популізму конкретним політичним акторам і партіям (Thornborrow et al., 2021). Ми перевіряємо, наскільки ці позиції поділяються чи ні в різних європейських газетах, і виявляємо міжкультурні відмінності в концептуалізації та атрибуції популізму.

Аналіз надає переконливі докази існування спільної метамови, яка однаково висловлює критичну позицію щодо політичного популізму. Проте, незважаючи на

спільні властивості, ця метамова приписує популізм різним політичним акторам, практикам і політикам – усередині країни та за кордоном. Щоб дослідити ці питання, ми визначили первинні семантичні поля та метафоричні репрезентації, пов'язані зі словами популізм і популіст, а також приписування популізму політичним діячам, політикам і практикам в громадській пресі Франції, Греції, Швеції та Великобританії.

Журналістика громадської думки як «метажанр»

Публічні статті та редакційні статті – це простір опосередкованого публічного дискурсу, де журналісти та інші публічні діячі (офіційні особи, академічні автори) вибудовують авторитетні культурні позиції щодо політичних і соціальних питань завдяки мобілізації символічного капіталу (Bourdieu, 1991), а саме їхній престиж, визнання та соціальний вплив.

Вони також встановлюють, яке місце займають газети в соціокультурному середовищі та як вони ставляться до поточних дебатів на політичній сцені. Метадискурс – це «дискурс про дискурс», а саме «термін для саморефлексивних висловлювань, які використовуються для обговорення інтеракційних значень у тексті та допомоги автору (чи оратору) висловити свій погляд та зацікавити читачів як членів конкретної спільноти» (Hyland, 2005: 37). Оскільки присутність і позиція автора постійно наявні в цьому піджанрі новин, громадська преса претендує на встановлення міжособистісного зв'язку між авторами та читачами.

Відібрані видання широко репрезентували ліберальну/праву та лівоцентристську національну пресу в кожній країні: у Франції це щоденні газети Le Figaro (LF) і Le Monde (LM), а у Великобританії The Telegraph (TT) і The Guardian (TG). Шведськими газетами були лівий незалежний/ соціал-демократичний таблоїд Aftonbladet (AB) і правоцентристська, незалежна/ ліберальна Dagens Nyheter (DN), найтиражніша щоденна газета Швеції. З Греції було відібрано три видання: I KATHIMERINI (IK), щоденна газета ліберального правоцентристського спрямування, а також лівоцентристська газета TA NEA (TN) і TO VIMA (TV), обидві належать одній медіагрупі, і обидві були найбільш продаваними національними газетами протягом десятиліть.

Наша мета полягала в тому, щоб ідентифікувати: а) найбільш помітні категорії значення (семантичні поля), а також атрибуцію дій (шаблони перехідності) для популізму/ істів, знайдені в узгоджених даних із чотирьох досліджених країн, і б) найпоширеніші метафоричні уявлення про популізм, оціночні функції, які вони виконують, і наскільки ці функції поділяються чи ні в різних національних і культурних контекстах у публікаціях 2017 року».

Усього близько 200 с. формату А4. Після додаткового опрацювання з нашого боку ми хочемо цю роботу оприлюднити на сторінці кафедри зарубіжної преси та інформації, щоб уможливити прочитання й опрацювання книжки для всіх зацікавлених.

Результати і перспективи подальших досліджень обговорення

Студенти різних курсів загалом впоралися з доволі складним завданням з перекладу наукової літератури з журналістики. І здобувачі вищої освіти, і викладачі можуть використовувати цей різновид наукової роботи студентів-журналістів у подальшій практиці, а результати – вдосконалювати і поширювати. Водночас запропонований підхід не єдиний, який вартий уваги. Також важливо готувати студентів на наукових форумів, їхні виступи і повідомлення – до наукових студентських збірників та олімпіад.

Висновок

Описані приклади засвідчують, що на факультеті журналістики чимало здібних і виконавських, розумних і талановитих здобувачів вищої освіти. Якщо їх правильно зацікавити і мотивувати, наприклад, додатковими балами, результат буде позитивний і корисний для інших, без привласнення чужих текстів у вигляді нібито наукових робіт. Тому, вважаємо, таку практику можна застосовувати ширше в межах освітніх програм з журналістики Франкового університету та на аналогічних освітніх програмах в інших вищих навчальних закладах.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ekström, Mats, Patrona, Marianna (2024). *Authoritarian Populism and the Challenges for News Journalism. A Discourse Approach.* Edition1st Edition. First Published 2024. eBook Published 29 August 2024. Pub. Location London, Imprint Routledge, pages 186, ISBN 9781003390152, https://doi.org/10.4324/9781003390152
2. Hölsgens, Sander, de Wildt, Saskia & Witschge, Tamara (2020). «Towards an Experientialist Understanding of Journalism: Exploring Arts-based Research for Journalism Studies». *Journalism Studies. Volume 21, Issue 7: Meeting a Digital Demand: Advancing Methodological Knowledge in Journalism Studies*. P. 928-946. Published online: 13 May 2020. https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1703121
3. Екстрем, Матс, Патрона, Маріанна (2024). *Авторитарний популізм і виклики в новинній журналістиці. Дискурсивний підхід.* Видання 1-е. Переклад: Уляна Феняк, Олеся Згоранець, Олег Дерев'янко, Богдан Сапєлкін, Дар'я Кірвас та Юлія Буричка. Рукопис: особистий архів М. Житарюка.
4. Навчальний план підготовки бакалавра з галузі знань 06 за спеціальністю 061 – Журналістика ОПП Журналістика (2024). https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/2024_Navchalnyy_plan_bakalavry_denna_forma.pdf
5. Навчальний план підготовки бакалавра з галузі знань 06 за спеціальністю 061 – Журналістика ОПП Міжнародна журналістика (2024). https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/2024_Navchalnyy_plan_bakalavry_mizhnarodna_denna_forma.pdf
6. ОПП Журналістика (2024). ЛНУ ім. І. Франка. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/OPP-ZHurnalistyka-bakalavr-2024-.pdf
7. ОПП Міжнародна журналістика (2024). ЛНУ ім. І. Франка. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/OPP-Mizhn-zhurn-2024-B-sayt.pdf
8. Переможець Всеукраїнського шекспірівського конкурсу (2025). Сторінка факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка. https://journ.lnu.edu.ua/news/peremozhets-vseukrainskoho-shekspirivskoho-konkursu
9. Стандарт вищої освіти першого (бакалаврського) рівня. Спеціальність 061 – Журналістика (2019). Наказ Міністерства освіти і науки України 20.06.2019 р. № 864. https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/061-Zhurnalistyka-bakalavr.28.07-1.pdf
10. Сторінка кафедри зарубіжної преси та інформації ЛНУ ім. І. Франка https://journ.lnu.edu.ua/department/kafedra-zarubizhnoji-presy-ta-informatsiji
11. Хьолсгенс, Сандер, де Вілдт, Саскія де і Вітшге, Тамара (2024). До експериментального розуміння журналістики: дослідження на основі мистецтва для журна-

лістикознавства. Переклад Анни Філімонової. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Do_eksperymentalnoho_rozuminnia_zhurnalistyky_09-2024.pdf

REFERENCES

1. Ekström, Mats, Patrona, Marianna (2024). *Authoritarian Populism and the Challenges for News Journalism. A Discourse Approach.* Edition1st Edition. First Published 2024. eBook Published 29 August 2024. Pub. Location London, Imprint Routledge, pages 186, ISBN 9781003390152, https://doi.org/10.4324/9781003390152
2. Hölsgens, Sander, de Wildt, Saskia & Witschge, Tamara (2020). «Towards an Experientialist Understanding of Journalism: Exploring Arts-based Research for Journalism Studies». *Journalism Studies. Volume 21, Issue 7: Meeting a Digital Demand: Advancing Methodological Knowledge in Journalism Studies*. P. 928-946. Published online: 13 May 2020. https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1703121
3. Ekstrem, Mats, Patrona, Marianna (2024). Avtorytarnyi populizm i vyklyky v novynnii zhurnalistytsi. Dyskursyvnyi pidkhid. Vydannia 1-e. Pereklad: Uliana Feniak, Olesia Zghoranets, Oleh Derevianko, Bohdan Sapielkin, Daria Kirvas ta Yuliia Burychka. Rukopys: osobystyi arkhiv M. Zhytariuka.
4. Navchalnyi plan pidhotovky bakalavra z haluzi znan 06 za spetsialnistiu 061 – Zhurnalistyka OPP Zhurnalistyka (2024). https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/2024_Navchalnyy_plan_bakalavry_denna_forma.pdf
5. Navchalnyi plan pidhotovky bakalavra z haluzi znan 06 za spetsialnistiu 061 – Zhurnalistyka OPP Mizhnarodna zhurnalistyka (2024). https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/2024_Navchalnyy_plan_bakalavry_mizhnarodna_denna_forma.pdf
6. OPP Zhurnalistyka (2024). LNU im. I. Franka. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/OPP-ZHurnalistyka-bakalavr-2024-.pdf
7. OPP Mizhnarodna zhurnalistyka (2024). LNU im. I. Franka. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/OPP-Mizhn-zhurn-2024-B-sayt.pdf
8. Peremozhets Vseukrainskoho shekspirivskoho konkursu (2025). Storinka fakultetu zhurnalistyky LNU im. I. Franka. https://journ.lnu.edu.ua/news/peremozhets-vseukrainskoho-shekspirivskoho-konkursu
9. Standart vyshchoi osvity pershoho (bakalavrskoho) rivnia. Spetsialnist 061 – Zhurnalistyka (2019). Nakaz Ministerstva osvity i nauky Ukrainy 20.06.2019 r. № 864. https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2021/07/28/061-Zhurnalistyka-bakalavr.28.07-1.pdf
10. Storinka kafedry zarubizhnoi presy ta informatsii LNU im. I. Franka https://journ.lnu.edu.ua/department/kafedra-zarubizhnoji-presy-ta-informatsiji
11. Kholshens, Sander, de Vildt, Saskiia de i Vitshhe, Tamara (2024). Do eksperymentalnoho rozuminnia zhurnalistyky: doslidzhennia na osnovi mystetstva dlia zhurnalistykoznavstva. Pereklad Anny Filimonovoi. https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Do_eksperymentalnoho_rozuminnia_zhurnalistyky_09-2024.pdf

TRANSLATION OF SCIENTIFIC LITERATURE ON JOURNALISM AS A TYPE OF SCIENTIFIC WORK FOR JOURNALISM STUDENTS

Marian Zhytariuk
Ivan Franko National University of Lviv,
General Chuprynka street, 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: maryan.zhytaryuk@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-5690-5701

The publication discusses one of the forms of organizing scientific work for students of the Faculty of Journalism, in particular, at the Department of Foreign Press and Information of the Ivan Franko National University of Lviv. We mean the processing of new English-language literature, its adaptation and translation into Ukrainian. As part of laboratory classes on the course "Journalistic Skills", third-year students of the EPP "Journalism" (Uliana Fenyak, Olesia Zhoranets, Oleg Derevianko, Bohdan Sapielkin, Daria Kirvas and Yuliia Burychka) translated the book by Mats Ekström and Marianna Patrona "Authoritarian Populism and the Challenges of News Journalism. A Discursive Approach" (2024, London, 186 p.). Anna Filimonova, a first-year student of the EPP "International Journalism", as part of her studies of the discipline "Fundamentals of International Journalism", translated the article "Towards an Experimental Understanding of Journalism: Art-Based Research for Journalism Studies" (authors – Sander Hölsgens, Saskia de Wildt and Tamara Witschge).

Scientific methods of information search (search for documents, text), scientific systematization of the collected material (formation of book lists), methods of scientific text translation, generalization and conceptualization were applied.

The Faculty of Journalism has a lot of capable and performing, intelligent and talented, higher education applicants. Proper interest and motivation allows to get a positive result that is useful for others, without appropriating other people's texts. This practice can be applied more widely within the educational programs in journalism of Franko University and in similar educational programs in other higher educational institutions.

Keywords: student research, teacher research, news journalism, new English-language journalism literature, authoritarian populism in the media, experimental understanding of journalism through art.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 164–177
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 164–177

НОВІ МЕДІА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 164–177 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13300

УДК [070.41:316.613.434](477)

ГЕНЕЗА ГОНЗО-ЖУРНАЛІСТИКИ

Роксоляна Білоус
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: roksabilous@ukr.net
https://orcid.org/0000-0002-4666-0931

У статті розглянуто і схарактеризовано етимологічні витоки слова «гонзо», його еволюцію до означення науковим терміном в Оксфордському словнику англійської мови. Проаналізовано і узагальнено актуальні праці про гонзо-журналістику зарубіжних і українських дослідників. Обґрунтовано, що визначальною, головною особливістю гонзо-журналістських матеріалів є мовно виражальний стиль тексту, якому також притаманний гонзо-стиль життя автора.

Зосереджено дослідницьку увагу на тому, що передумовою генези гонзо-журналістики в Україні, її тематики і змісту є позитивні і негативні глобалізаційні процеси, рецепція і вплив американської журналістики, російська пропаганда і тривала антиукраїнська війна, спрямована на знищення української держави і нації.

Розкрито й описано спільні творчі (інформаційні, аналітичні і художньо-публіцистичні) ознаки традиційної і гонзо-журналістики. На основі гонзо-матеріалів українських журналістів обґрунтовано, зіставлено головні відмінності мовно-виражальних стилів традиційної і гонзо-журналістики.

На засадах досліджень зарубіжних і українських медіазнавців, тематики і змісту матеріалів гонзовиків про суспільно-політичну і соціально-культурну життєву дійсність названо головні стильові ознаки гонзо-журналістики: прикметний авторський суб'єктивізм, журналіст – головний герой оповіді (на першому плані), індивідуальність й унікальність суджень, метафоризація і гіперболізація, емоційна нестримність, іронія, сарказм, гумор, історичні паралелі, екстравагантність, ненормативна лексика.

Ключові слова: журналістика, гонзо, Гантер С. Томпсон, гонзо-журналістика, мовно-виражальний стиль, гонзо-матеріали, особливості української гонзо-журналістики.

Постановка проблеми. Світовий інформаційний простір наповнений різними формами, способами і методами розповсюдження інформації, які органічно пов'язані з широким використанням сучасних мультимедійних технологій. Це сприяє ви-

© Білоус Р., 2025

никненню і становленню новітніх творчих феноменів у галузі журналістики. У теорії і практиці медіазнавства функціонують терміни «нові ЗМІ», «новий журналізм», «нова журналістика», «гонзо-журналістика».

Гонзо-журналістика – наймолодша природа інформаційно-психологічного явища. Вона «народилася» 55 років тому. Вперше термін «гонзо» оприлюднив редактор журналу «The Boston Globe» Біл Кардозо у рецензії на репортаж Гантера Томпсона «Дербі в Кентуккі: занепадницько і розпусно» («The Kentucky Derby Is Decadent and Depraved»), який був опублікований у 1970-му році. На трансформацію сучасних форм, варіацій, особливостей мовного стилю гонзо-журналістики потужно впливає мережа інтернет. Це сприяє електронній аудиторії вільно формувати свій погляд на факти, події, явища в контексті думки, позиції автора матеріалу. Адже простота подачі інформації є передумовою детальнішого, глибшого сприйняття і аналізу змісту повідомлення.

На походження гонзо-журналістики в інформаційному просторі України вплинули насамперед такі процеси: глобалізація, традиції журналістики США, російська військова агресія. Як серед зарубіжних, так і серед українських дослідників гонзо-журналістики триває дискусія стосовно визначення головної сутності гонзо-журналістики. У наукових і науково-публіцистичних статтях різних авторів гонзо-журналістику називають «новим жанром», «течією сучасної журналістики», «новим видом журналістики», «спрямованістю журналістики», «тенденцією журналістської діяльності», «нетрадиційним жанром», «журналістським стилем», «методом журналістської творчості» тощо. Водночас всі дослідники називають основні комунікативні елементи творчості гонзо-журналіста: емоційність, експресивність, іронію, сарказм, гумор, гіперболізацію, художність, документальність, ненормативну лексику.

Мета статті полягає в тому, щоби, аналізуючи праці дослідників гонзо-журналістики і гонзо-журналістські твори, найповніше, найчіткіше схарактеризувати етимологію та інтерпретацію глибинної суті феномена гонзо, як суб'єктивного авторського стилю, який ґрунтується на психологічних принципах: «взаємність, послідовність, соціальний доказ, симпатія, авторитет і дефіцит»[1]. За таких умов підвищується інтелектуально-професійна роль автора матеріалу як у традиційній журналістиці, так і в гонзо-журналістиці та сприймання споживачем інформації, який бере активну участь в обговоренні журналістських повідомлень і визначає морально-психологічні потреби у новій актуальній інформації. Для досягнення цієї мети треба визначити **головні завдання:** з'ясувати походження терміну «гонзо»; схарактеризувати мовний стиль гонзо-журналістських матеріалів Гантера Томпсона; простежити еволюцію виражальних засобів гонзо-журналістики; зіставити особливості мовного стилю сучасних представників гонзо-журналістики із глибоко суб'єктивними, нетрадиційними мовними прийомами Гантера Томпсона.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню генези і особливостей функціонування гонзо-журналістики присвячено чимало праць зарубіжних вчених і публіцистів, з-поміж яких Е. Денніс, К. Лернер, Дж. Моссер (США), К. Ісагер (Данія), І. Адамчевська, К. Фрукач, Р. Купідура (Польща) та інші, і в Україні, зокрема О. Волковинський, О. Зелік, М. Іванців, О. Сударенко, М. Титаренко, Л. Шутяк.

---

[1] Чалдіні, Р. (2023), Психологія впливу. Оновлено та доповнено; пер. з англ. Н. Коваль, А. Зорницького, Книжковий Клуб «КСД», Харків, с. 14.

Однак і досі залишається відкритим питання щодо остаточного формування теорії гонзо-журналістики, універсального визначення цього феноменального творчого явища, виразного окреслення головних чинників методики створення гонзо-журналістських матеріалів. Надзвичайно актуальним є дослідження особливостей функціонування гонзо-журналістики в умовах тривалої російської пропаганди та антиукраїнської війни.

Методологічна основа дослідження. Теоретично методологічною основою дослідження є загальнонаукові принципи (історизм, об'єктивність, конкретність, функціональність, системність, пізнавальність, моделювання), спираючись на які вивчали, осмислювали, узагальнювали передумови й особливості генези (походження, виникнення, становлення) і функціонування гонзо-журналістики. У межах історично-теоретичного принципу використовували методи аналізу і синтезу для розуміння змістової сутності терміну «гонзо», порівняння традиційної журналістики і гонзо-журналістики. За допомогою комплексно-бібліографічного методу вивчали унікальний, суб'єктивний, культовий мовний стиль американського творця гонзо-журналістики Гантера Стоктона Томпсона. Для ґрунтовного розкриття суспільно важливої теми скористалися також методами індукції, дедукції, вивчення документів, узагальнення і опису.

Виклад основного матеріалу дослідження. Щоби вести науково-дослідницьку мову про генезу гонзо-журналістики, спочатку розглянемо можливі витоки слова «гонзо». Джейсон Мосер наголосив, що Пітер Тамоні у журналі «American Speech» висловив таку думку: «Гонзо видається іспанським» і запитував, чи це слово може бути американізованим варіантом слова «ganso», що означає «гусак, ледачий або неохайний чоловік чи дурень».[2] Слово «гонзо», як таке, що означає «божевільний, шалений, неконтрольований»[3], використовували у Сполучених Штатах Америки для різноманітної реклами і воно зрозуміле навіть для тих, хто ніколи не чув про Гантера Томпсона і не читав його творів. Біограф Гантера С. Томсона Пітер О. Вітмер стверджував, що слово «гонзо» ірландці Південного Бостона застосовували для опису сміливості та витривалості людини, яка ще добре стояла на ногах після тривалого алкогольного марафону. Вільям МакКін припускав, що слово «гонзо» походить від інструментальної композиції з Нового Орлеану. У 1960 р. орлеанський піаніст Джо Букер записав пісню під назвою «гонзо», що у джазовій лексиці на каджунському діалекті французької мови означає вільно радикальну манеру гри. Д. Бриклі згадував, що «Гантер почув цю пісню і був у надзвичайному захопленні…»[4]. Згодом він повсякчас прокручував запис цієї пісні в готелі міста Нью-Гемпшир, куди приїхав за завданням журналу «Pageant» висвітлювати передвиборчу кампанію Р. Ніксона. Аналізуючи творчість Гантера С. Томпсона, МакКін звернув також увагу на те, що оповідь Томпсона «була лише частково зв'язною, оскільки під тиском дедлайну Гантер порвав із традиційною розповідною формою та почав надсилати редакторам списані сторінки, вирвані зі свого щоденника: напівсформовані думки, начерки, на-

[2] Tamony, P. (1983), «Gonzo», American Speech: A Quarterly of Linguistic Usage 58, no. 1 (1983):74.
[3] Там само.
[4] Wenner, J. S., Seymour, C. (2008), Gonzo: the life of Hunter Thompson, Back Bay Books, New York, 467 p.

півчіткі та хиткі»[5]. МакКін зазначав, що гонзо «майже не потребує переписування, зосереджуючи увагу на журналісті та його пошуку інформації. Нотатки, замальовки з інших статей, транскрибовані інтерв'ю, телефонні розмови, телеграми – це складові частини гонзо-журналістики»[6].

Гантер С. Томпсон створив символ гонзо-журналістики (Рис. 1). Це – шестипалий кулак, у якому затиснуто квітку кактуса пейот. Кулак переходить у меч, перехрестком якого є слово «Gonzo». Це зображення символізує мислення без меж. Два великі пальці вказують на аномалію, ненормальність. А меч означає силу і психологічну владу журналістського слова[7], емоційно-експресивна насиченість якого сприймається краще і створює можливості детальніше відчути і проаналізувати подію. За 55 років гонзо-журналістська форма подачі інформації проникла у всі типи засобів масової комунікації: пресу, радіо, телебачення, кіно, інтернет.

У багатьох інтерв'ю Гантер С. Томпсон по-різному трактував поняття «гонзо». Це свідчить про те, що класична гонзо-журналістика є не тільки стилістичним маркером письма, але й своєрідним методом всієї творчості й життя Томпсона. На думку Пітера Тамоні, є лише один справжній гонзо-журналіст – це Гантер С. Томпсон, який сказав П. Дж. О'Рурку: «Якщо я збираюся йти у фантастичне, мені потрібно мати тверде підґрунтя у правді. Інакше все, що я пишу про політику, може сприйматися як галюцинація»[8].

В одному з інтерв'ю Томпсон розповідав: «Я просто подумав, що якщо я збираюся бути журналістом, то краще бути своїм власним»[9].

Незважаючи на свою суперечливу природу слово «гонзо» увійшло у науковий обіг завдяки тому, що Оксфордський словник англійської мови офіційно означив його науковим терміном: у прикметниковій формі «гонзо» трактується як «стиль суб'єктивної журналістики, що характеризується спотворенням фактів і перебільшеною риторикою […] дивний божевільний», а в іменниковій формі мовиться про «людину, яка пише в цьому стилі»[10].

Зрозуміло, що в одній цій статті неможливо проаналізувати й узагальнити всі дослідження про гонзо-журналістику та її творців. Тому привертаємо увагу лише до декількох публікацій. Наприклад, Кевін М. Лернер досліджував працю «Hunter S. Tompson's Journalism» Метью Вінстона, у якій він прагнув найповніше проаналізувати творчість Гантера Томпсона, щоби створити основу для подальшої критичної роботи. Метью Вінстон у своїй книзі об'єднав письмовий текст Томсона, біографію,

---

[5] Mosser, Jason (2012), What's Gonzo about Gonzo Journalism? *Literary Journalism Studies*, vol.4, no 1, Spring, p. 85-89.

[6] Ibid.

[7] Hunter S., Thompson. The Kentucky Derby is Decadent and Depraved. *Sensitive Skin Magazine*. URL: https://www.sensitiveskinmagazine.com/hunter-s-thompson-the-kentucky-derby-is-decadent-and-depraved/ (date of access: 13.01.2025).

[8] P. J. O'Rourke, "Interview with Hunter S.Thompson", in Anita Thompson ,ed., Ancient Gonzo Wisdom: Interview with Hunter S. Thompson (New York: De Capo Press, 2009).

[9] Ibid.

[10] Othitis, C. TGTH – HST – ARTICLES – LIT – ESSAY TWO. *Hunter S. Thompson – King of Gonzo*. URL: http://www.gonzo.org/articles/lit/esstwo.html (date of access: 13.01.2025).

міфологію навколо його особи та оцінив культурну значущість цієї комбінації. Вінстон також досліджував концептуальний термін Томпсона «робота на межі» (edge work). Гантер Томпсон працював на межах журналістської практики, граючи з ідеями об'єктивності та суб'єктивності, прагнучи іншого виду істини, ніж об'єктивна журналістика, яку Томпсон називав «пихатою суперечністю у термінах»[11]. Метью Вінстон зіставив традиційно об'єктивну журналістику та радикально суб'єктивну з частково вигаданою «журналістикою» Гантера Томпсона. Гонзо-стиль життя Томпсона є реакцією, як стверджує Вінстон, на неможливість реалізувати міф про американську мрію. Водночас свобода вести гонзо-стиль життя вже є варіацією певного типу американської мрії[12].

Дискусії про духовну-психологічну сутність об'єктивної та суб'єктивної журналістики досі тривають не тільки у США а й в європейських країнах. «Наукова рефлексія над репортажем і його межами сьогодні зосереджується, зокрема, навколо питання гібридності жанру, який з одного боку, відкривається до літератури, а з іншого – наголошує на свої відмінності від форм художньої вигадки. У пошуках інноваційних, а то й експериментальних рішень, репортери часто відходять від традиційних засад теорії репортажу, які не завжди адекватно відповідають опису плинної сучасності, – роздумує польська дослідниця Едита Жирек-Городиська. Одним із наслідків втрати віри у класичні, об'єктивні медіа, засновані на переконанні у прозорості мови журналістських повідомлень, є формування різноманітних прикордонних форм. Серед них особливу увагу привертає журналістський стиль гонзо, розвиток якого можна розглядати як відповідь на змінні потреби аудиторії медіа, а також на трансформації самих засобів масової інформації»[13].

Зазначаємо, що гонзо-журналістика у Польщі спочатку не користувалася великою популярністю. Однак наприкінці 1990-х років після екранізації праці «Страх і огида в Лас-Вегасі» Гантера Томпсона польські журналісти розвивають стиль гонзо, адаптуючи його до польської культури та соціально-політичної реальності. Про зростання наукового інтересу до гонзо-журналістики свідчить стаття Збігнєва Бауера «Журналістика гонзо: епізод чи сталий тренд у журналістиці», у якій він наголошує, що творчість авторів, які наслідують стиль Томпсона, характеризується крайнім суб'єктивізмом, не приховуванням особистих оцінок, інсинуаціями та особистими атаками, шокуванням нецензурною лексикою, насмішками та іронією»[14].

Ізабелла Адамчевська у статті «Варіації на тему певного пакту: про журналістику гонзо» у контексті стилю Томпсона аналізує творчість Яцека Гуго-Бадера. Спираючись на широку бібліографію за темою історії гонзо, Ізабелла Адамчевська розтлумачила гонзо-журналістику як журналістський стиль, якому притаманний крайній суб'єктивізм, вільна інтерпретація фактів та мовна гіпербола. Автор – го-

[11] Lerner, K. M. (2015), Gonzo Text: Disentangling Meaning in Hunter S. Thompson's Journalism. American Journalism, vol. 32, no. 2. p. 241–243. URL: https://doi.org/10.1080/08821127.2015.1036695 (date of access: 13.01.2025).

[12] Ibid.

[13] Zyrek-Horodyska, E. (2017), Od amerykańskiego snu Thompsona po ukraiński Mordor Szczerka. Estetyzacja świata w duchu gonzo. Konteksty Kultury, vol. 14, no. 2. URL: https://doi.org/10.4467/23531991kk.17.014.7538 (date of access: 13.01.2025).

[14] Bauer, Z. (2011), Dziennikarstwo "gonzo": epizod czy trwaly trend w dziennikarstwe? [w:] *Dziennikarstwo a literature w XX i XXI wieky, red. K. Wolny-Zmorzynsky, W. Furman, J. Snopek,* Warszawa.

ловний герой тексту, а пригоди авантюрного штибу – його фабулярна вісь. Участь героя, а подекуди й провокування ним самих подій розмиває кордони поміж суб'єктом і предметом оповіді[15].

Доктор наук Ришард Купідура у статті «Заангажоване гонзо, насильство репрезентації та мозаїка національних фантазмів (про українську трилогію Зємовіта Щерека)[16] зазначив, що проблеми постколоніального стану України, які порушив український письменник Юрій Андрухович у трилогії «Рекреації» (1992), «Московіада» (1993) та «Перверзія» (1996), можуть послужити своєрідним алгоритмом виявлення українських акцентів у репортажах Зємовіта Щерека «Прийде Мордор і нас з'їсть» (2013), «Татуювання з тризубом» (2015) і «Міжмор'я» (2017).

Нас цікавить, як у цій своєрідній українській трилогії Зємовіт Щерек реалізує принципи класичного гонзо, які окреслила Ізабелла Адамчевська. «Я почав професійно займатися тим, що гнав туфту […]. Достатньо було написати кілька текстів про Україну в тоні гонзо, як на мене посипалися замовлення, – зазначив Зємовіт Щерек у праці «Прийде Мордор і нас з'їсть». – Епатував у тих текстах українським *(нецензурщина)* і розпущеністю. Усе мусило бути брудним, міцним і жорстоким. У цьому суть гонзо. У ньому є водяра, куриво, наркота й дівки, а також неодмінна наявність вульгаризмів»[17]. Щоправда, в окремих інтерв'ю Щерек казав, що роман «Прийде Мордор і нас з'їсть» не створювався як гонзо. Він писав його радше як гонзо на тему гонзо[18].

Доктор наук Ришард Купідура підкреслює, що З. Щерек творить такий текст, в якому історичні передумови впливають на його розповідь більше, ніж актуальні політичні події. Збірка «Татуювання з тризубом – це тексти про Україну напередодні і під час Революції Гідності. «Проте фабулярна вісь книжки, у якій поруч із репортажем з'являються також елементи історичного есе і навіть автобіографії, аж ніяк не суспільні протести, – зазначає Р. Купідура.– Автор свідомо прагне зберегти статус зовнішнього спостерігача й коментатора, властивий подорожній літературі»[19].

У «Татуюванні з тризубом» З. Щерек показує, як український національний проєкт, століттями функціонуючи в умовах гнітючого царського московсько-російського та московсько-комуністичного колоніалізму і набуваючи в такий спосіб регресивних та ексклюзивних рис, намагається загосподарювати величезні географічні обшири, отриманні 1991 р. (Р. Купідура). «Українська держава була не в змозі надати просторові власної форми, не вміла його модернізувати, а тому опанувала цей простір символічно»[20]. Українськість у великих містах часто за інерцією асоціюється з рустикальними формами репрезентації, наприклад через популярні кнай-

---

[15] Adamczewska, I. (2014), "Wariacje na temat pewnego paktu. O dziennikarstwie gonzo", *Lodzkie Studia Literaturoznawcze*, 3(1), pp. 187 – 204.

[16] Уперше надруковано польською мовою в часописі «Porownania» (2019), т. XXIV, № 1(24), s. 55-67.

[17] Szczerek, Z. (2013), Przyjdzie Mordor I nas zje, czyli tajna historia Slowian, Korporacja Ha!art, Krakow, s.99.

[18] Kalin, A. (2018), Polska szkola zmyslania – literacki reportaz podrozniczy. Podroze z Mordoru do Miedzymorza Ziemowita Szczerka, *Forum poetyki*, №11 – 12, s. 64 – 85.

[19] Купідура, Р. (2020), Entangled gonzo, violence of representation, and mosaic of national fantasies, or about "ukrainian trilogy" by Ziemowit Szczerek, *Слово і Час*, no. 1. p. 62–75. URL: https://doi.org/10.33608/0236-1477.2020.01.62-75 (date of access: 13.01.2025).

[20] Szczerek, Z. (2015), Tatuaz z tryzubem. Wolowiec: Czarne, 2015, s. 6.

пи з традиційними українськими стравами, стилізовані під інтер'єр сільських хат[21]. Зафарбування публічного простору синьо-жовтим кольором – це своєрідний спосіб акцентування, що ця територія належить відновлено самостійній Україні.

Водночас З. Щерек роздумує над проблемою формування індивідуальної і колективної ідентичності під впливом життєвого простору у якому виростає людина. У книзі «Прийде Мордор і нас з'їсть» він заперечує монолітність польської національної спільноти за кордонами батьківщини. Особливість української національної ідентичності найкраще ілюструє емоційно-психологічне враження З. Щерека про місто Ізюм Харківської області: *«Боже мій, що то було в Ізюмі. А нічого не було в Ізюмі. Ну стоїть гарний, пофарбований на світло-блакитно собор, під ним трохи бабусь у хустках, кілька дідусів із нігтями як апельсинова шкірка. Той собор – знаменита пам'ятка козацького бароко. Біля нього стояли якісь буди з білої цегли, і було очевидно, що в цьому світі не потрібна якась там святиня в козацькому бароко лише ті буди з білої цегли.*

Ті буди з білої цегли показували, чим насправді є цей світ. Біла цегла розтягнута як довгий і широкий Ізюм, як довга і широка Слобожанщина, як довгі і широкі Україна та Росія, як довгою і широкою була Радянщини і як довгою і широкою є Порадянщина»[22].

У термінах З. Щерека «Порадянщина», «Посовєтія», «Понімеччина», «Руританія», «Елбанія», «Бурдурія», «Кракозія», «Молванія», «Мордор» у постапокаліптичному просторі після розпаду імперії зла СРСР і соціалістичного табору, до якого також належала Польська Народна Республіка, відлуння гонзо-стилю, що визначається як форма суб'єктивної, участевої літературної журналістики, що розміщує оповідача в центрі оповіді[23].

Використання художності й документалізму (складові гонзо- журналістики) у книзі «Міжмор'я», хоч про Україну у ній мовиться мало, З. Щерек намагається збагнути», як один світ перетікає в інший, як на останньому шматку землі певної держави проявляється її самобутність: чи то німецькість, чи то польськість, чи то литовськість, чи то словацькість тощо» (Р. Купідура). Перетинаючи пішохідний кордон у Медиці (село Медика Перемишльського повіту Підкарпатського воєводства. – Р. Б.), Зємовіт Щерек роздумує, який вигляд мала би ця місцевість, якби 1948 р. тодішній український район Дрогобицької області не приєднали до Польщі за згодою СРСР: *«Будинки були б трохи інші. Менше було би штукатурки-шуби, менше металочерепиці, більше азбесту. Бруківка була б інша. [...] Бордюри були б пофарбовані в яскраво-білий колір»*[24].

Відвідуючи на цвинтарі в прикордонній Лімні могилу Романа Мотичака – українського солдата, котрий загинув у боях під Іловайськом, віддаленим від рідного села на тисячу кілометрів, – З. Щерек визнає, що йому довго не давало спокою питання: ким був би сьогодні Роман Матичак, якби 1951 р. комусь із тих, хто вирішував долю кордонів, здригнулася рука і не дійшло б до чергового обміну територіями між

[21] Szczerek, Z. (2015), Tatuaz z tryzubem. Wolowiec: Czarne, 2015, s. 6.
[22] Szczerek, Z. (2015), Tatuaz z tryzubem. Wolowiec: Czarne, 2015, s. 185.
[23] Frukacz, K. (2015), Amerykanskie Nowe Dziennikarstwo po polsku? Transfer poetyk, problemy adaptacyjne. *Biblioteka postscriptum polonistycznego*, s, 5.
[24] Szczerek, Z. (2017), Miedzymorze, Agora SA, Czarne, Warszawa, s. 245.

ПНР та СРСР? Можливо, сьогодні він був би емігрантом у Лондоні, а може, шукав би щастя у Варшаві? У будь-якому разі, Донбас був би для нього дуже далеким[25].

Політичну, суспільну, культурну тематику української гонзо-журналістики в останні десятиріччя поповнили проблеми, породжені викликами московських наклепницьких наративів і повномасштабної російсько-української війни. Рецепцію головних характеристик гонзо-журналістики в Україні збагатив суб'єктивно-емоційний, іронічно прямолінійний, саркастично-розвінчувальний стиль Яніни Соколової, Богдана Кутєпова, в матеріалах яких поєднуються логіко-раціональні, художньо-образні, інформаційно-аналітичні способи відображення стресової дійсності, породженої нав'язаною війною Росії проти України.

Мовний стиль репортажів пресофіцера 241-ї окремої бригади ТРО Києва Мирослава Отковича з лінії російсько-українського фронту на Харківщині відповідає напруженому ризикованому часові і особистісним психолого-національним, морально-патріотичним засадам сприймання й оцінки фактів, подій, явищ та перевагам творчого мислення заакцентованого суб'єктивізмом: «Командир вийшов на подвір'я старої сільської хати, присів на порозі й сперся на одвірок. У хатинці вже не було шибок у вікнах, зате дах усе ж тримався купи. Сюди дивом досі не влучив снаряд. Господарі не так давно поспіхом покинули домівку в селі Дементіївка. Домашня живність жила своїм життям. Налякані сірі гуси збилися у зграйку. *«Колись давно ці птахи вміли літати, як би це зараз їм знадобилося!»* – подумав Фантом. Раптом шурхіт за рогом – знову вони! Стадо блукаючих контужених кіз. Експерти з виживання. Нутром чують, куди прилетить. Якщо вони тут – значить, все буде добре. Навпроти видніється мальовничий пагорб. На його схилі чорним згарищем стоять зруйновані вулики. Це все, що залишилось від пасіки. *«Мертві бджоли не гудуть»,* – раптом згадався мотив пісні. На кінчику язика з'явився ледь помітний солодкий присмак квіткового меду. Його тут було вдосталь у кожному погребі. Розлогі степи, круті балки та озера, порослі очеретом та густо всіяні ряскою.

До рашистського вторгнення тут був райський сховок для місцевих жителів та дачників. Нині все це хочуть загарбати росіяни. Але хто ж їм віддасть цю красу?! Потрібно битись до останнього. Водночас донесення розвідки були невтішні: «Я отримав за даними радіопеленгу місце розташування ворожих груп, які готуються до штурму. Про це в Дементіївці знав тільки я. Нікому не казав, щоб не було паніки, – розповідає командир Фантом (Олексій Фандецький).

Журналіст Мирослав Откович зазначив, що ворог зумів пройти вглиб нашої оборони і змусив відступити українські війська з лівого флангу. Окупанти оточили село з усіх боків. Тоді ситуація бачилась безнадійною. Але не для Фантома. Він звик, як командир, йти попереду, стріляти на ураження і в ближньому бою доводити свою перевагу. Але цього разу він опанував емоції. Не зрушив з місця ані на сантиметр. У нього на колінах лежать 2 планшети з мапами місцевості. Ліворуч – зв'язок з артилерією добровольчого підрозділу «Кракен», на правому – штаб артилерії НГУ. Фантом проводить пальцем по екрану, вимірює відстань, піднімає рацію і чітко диктує координати*: «По селу перед яром сто метрів. Вогонь градом! У відповідь: «Ти серйоз-*

[25] Купідура, Р. (2020), Entangled gonzo, violence of representation, and mosaic of national fantasies, or about "ukrainian trilogy" by Ziemowit Szczerek, *Слово і Час*, no. 1. p. 62–75. URL: https://doi.org/10.33608/0236-1477.2020.01.62-75 (date of access: 13.01.2025).

но? В тебе ж там люди! Це ж ваші позиції! Я кажу: *Наші відійшли. (Нецензурний вислів)».*

Всім своїм передаю: *«Хто поруч – залягти в окопи! Голову не висовувати! Якщо летить по вас – передавайте».* За хвилину-дві чую прихід граду. В мене аж труситься все довкола. Я кричу нашим: *«Це по нас?»* У відповідь: *«Ні-ні, все нормально».* Тоді артилерія НГУ влучила просто по орках, які спускалися в яр. Вони їх буквально переорали.

Я кажу: *«Ще одну касету туди!»* Знову прихід. А «Кракени» навздогін закріпили пострілами зі 122-мм гармат Д-30. Наші коптерщики за всім спостерігали з неба, потім розповіли, що це був Армагеддон. Геєна огненна. Земля горіла під ногами в окупантів».

Так, здавалося б, з безвихідної ситуації, Фантом разом з бійцями 130-го батальйону сил ТРО Києва вийшов переможцем. Те, що мало стати поразкою для нас, обернулось «судним днем» для окупантів. Ворог з величезними втратами відступив. «У нас в Територіальній обороні більшість добровольців – це зрілі, досвідчені та реалізовані в цивільному житті люди. Є і багато учасників бойових дій. І цей сплав досвіду, помножений на відвагу, ми принесли разом із собою на війну. Тепер наші дії ефективні, нестандартні та призводять до поразки ворога».

Мирослав Откович з особливим пієтетом написав, що на обличчі Фантома не бачив втоми. *«Його очі блищали, а жвавий погляд лише видавав той інтерес, з яким він занурився в недавні спогади. Старшому лейтенанту ЗСУ є про що згадати, але ще більше на нього чекає попереду. Однак Фантому не звикати. Він вже повертався на фронт після травми – повернеться і вдруге. Одного разу Олексій Фандецький вже втрачав віру в людей та власну державу, але віднайшов у собі сили повірити знову, і саме тому зумів стати легендарним Фантомом. Тепер ця віра та вдячність сотень врятованих душ та повага бойових побратимів супроводжує воїна на його шляху»*[26].

Концепція, мовно-виражальний стиль репортажу «Дементіївка» (його уривки подано вище) Мирослава Отковича, як творчої мозаїки, є науковою основою для порівняння традиційних і гонзо-журналістських способів відображення сучасного суспільно-політичного життєвого середовища в Україні, наснаженого незламною волею здобути перемогу у російсько-українській війні.

На основі аналізу праць українських медіадослідників Володимира Здоровеги, Мар'яна Житарюка, Парасковії Дворянин, Зенона Дмитровського, Василя Лизанчука, Ольги Мітчук, Анатолія Москаленка, Інни Пенчук, Миколи Тимошика, творів журналістів-практиків ми називаємо головні ознаки репортажів Мирослава Отковича (традиційна журналістика): злободенність, новизна, документальність, достовірність, правдивість, вчасність, динамізм, образність, драматургізм, психологізм оповіді, створення ефекту присутності на місці події тощо.

До головних характерних гонзо-ознак репортажів Мирослава Отковича належать: суб'єктивне відображення події, експресивна емоційність, гіперболізація, наголошення авторської позиції стосовно оцінювання фактів, подій і явищ, розмовна лексика героїв репортажів, наочність, увага до деталей, опис події в реальних про-

[26] Откович, М. (2024), Історія "Фантома". Від захисту Банкової до штурмової роти ТРО, *Українська правда.* URL: https://www.pravda.com.ua/articles/2022/12/22/7381796/ (дата звернення: 13.01.2025).

сторово-часових межах, залежність манери письма журналіста від почуттів та емоцій героїв репортажу і автора, на першому плані журналіст тощо.

Репортажам Мирослава Отковича притаманні спільні ознаки відображення дійсності традиційною і гонзо-журналістикою: увага до актуальності й новизни факту, події і явища, авторська інтерпретація фактів і подій, документально-художнє розкриття фактів, подій і явищ. Об'єктивне сприйняття реальності випливає із сутності суб'єктивної оповіді про факти події, явища, адже реципієнт сприймає зміст повідомлення через призму суб'єктивного ставлення репортера до того, що відбувається. Наголошуємо, що в телевізійних і радіорепортажах наявні відео- і аудіовізуальні документальні картини подій. Відео- і документальні шуми, які передають атмосферу, обставини, події, розповідь журналіста, відеопейзажі, портрети людей, живі голоси учасників репортажу — все це створює ефект присутності, допомагає реципієнтам здійснити психологічно-уявну мандрівку на місце події.

Доктор філологічних наук Олександр Волковинський, вивчаючи асоціативні зв'язки головних ознак гонзо-журналістики в контексті повномасштабної війни Росії проти України проаналізував радіорепортаж «Києву 1700 років, а вашій жабокряківці – 300. Репортаж з Конотопу», який прозвучав в ефірі радіо НВ 15 квітня 2022р. «У назву винесена фраза, що була виказана однією з героїнь матеріалу. Редакція навіть не звернула увагу на історичну недостовірність висловлювання. Головне – посилення вкрай суб'єктивної експресивності»[27].

Своєрідний епіграф радіорепортажу також характеризується прикметним суб'єктивізмом. Реальний персонаж звертається до уявного росіянина: «Ты вообще-то знаешь, где находишься? Это – Конотоп! Здесь каждая вторая женщина – это ведьма. У тебя завтра (*нецензурний вислів*) стоять уже не будет!»[28] Професор О. Волковинський слушно зауважує, що згадка про конотопських відьом акцентує відгомін народних казок, історичних фактів, реалістично-сатиричної повісті Григорія Квітки-Основ'яненка «Конотопська відьма» (1833). Поєднання в радіорепортажі різних фольклорно-літературних, історичних пластів з нинішньою війною посилює в українських радіослухачів національно-патріотичне усвідомлення, що росіяни одвічно прагнуть знищити український народ. Ці асоціації розвиває рубрика «Війна в Україні», слоган – «Тільки перевірена інформація про війну в Україні» та емоційно-просвітницька розповідь авторки репортажу: «Саме так на початку березня жителі Конотопа на Сумщині зустрічали окупантів з пропозицією здати їхнє місто, що розташоване за 70 кілометрів від кордону з Росією. Про те, що росіян тут не чекали і не чекають свідчить і білборд на під'їздах до населеного пункту з написом «На Росію на (*нецензурне слово*)[29].

Професор О. Волковинський на основі аналізу цього радіорепортажу та інших журналістських матеріалів наголосив, що головними стильовими ознаками гонзо-журналістики є культ індивідуальності й унікальності, широке використання гу-

---

[27] Волковинський, О. (2024), Гонзо-журналістика в Україні: загальнонаціональні й регіональні виміри. *Регіональні медіа в контексті трансформаційних викликів сучасності : матеріали Всеукр. наук. конф.*, м. Кам'янець-Подільський, 26 жовт., 2023, Кам'янець-Подільський, с. 5–8.

[28] Києву 1700 років, а вашій жабокряківці – 300. Репортаж з Конотопу. *Радіо НВ.* 15 квітня 2022. URL: http://podcasts.nv.ua/search-episodes.html?query=жабокряківці+

[29] Там само.

мору, іронії, сарказму, перебільшення і ненормативної лексики, яка з експресивною манерою висловлювання вносить струмінь жорсткої і неприкрашеної реальності[30].

Висновки. Гонзо-журналістика – це унікальний, експресивний, суб'єктивний мовно-виражальний стиль зображення суспільно-політичної, соціально-культурної реальності. Стиль гонзо-журналіста, як особлива метода створення тексту і аудіовідеоконтенту, формується сукупністю художньо-документальних форм і способів творчості, які ґрунтуються на ментально-ідентичних особливостях етносу, народу, нації і відповідають професійним цінностям особистості журналіста.

Походження, виникнення, становлення і тематичні, змістові особливості функціонування гонзо-журналістики в Україні зумовлені глобалізаційними процесами, рецепцією і впливом американської «нової журналістики» і гонзо-журналістики, російською пропагандою і тривалою антиукраїнською війною. Звідси випливає, що гонзо – це не тільки оповідь про людей, дійових осіб події, а насамперед розповідь про сутність події у сприйнятті журналіста, який стає героєм розповіді, творцем гонзо-стилю життя.

Сучасні українські гонзо-журналісти беруть до уваги професійне твердження Гантера С. Томпсона, висловлене у книзі «Велике полювання на акул», що для написання класичного гонзо-тексту потрібно мати талант великого журналіста, око художника або фотографа, митця, і апломб актора. Яскравим прикладом нового стилю журналістики став репортаж Гантера С. Томпсона «Дербі в Кентуккі: занепадництво і розпуста»), є й така назва «Кентуккійське дербі – декадентство і розпуста»), опублікований 1970-го року. Визначальні елементи стилістики гонзо у цьому репортажі – суб'єктивізм, іронія, сарказм, гумор, експресивність, гіперболізація, ненормативна лексика.

Вивчення творчого стилю гонзо-журналістів, аналіз і узагальнення особливостей функціонування гонзо-журналістики в інформаційному просторі України та інших країн порушує професійно-інтелектуальну проблему наукового формулювання, створення теорії про концептуальну сутність і творчу специфіку гонзо-журналістики, її місце в суспільно-політичній, соціально-культурологічній структурі, індивідуальній і громадській свідомості, а також питання про її вплив на свободу слова.

З огляду на те, що в умовах швидкоплинних екстремальних комунікацій на засадах модерних технологій медіавиробництва виникають, розвиваються новітні форми і варіації журналістики (працюють блогери, стрімери, ведуться тікток трансляції тощо), потрібно означити, схарактеризувати принципи і функції гонзо-журналістики. Фундаментальною основою творчих гонзо-стандартів в інформаційному просторі України мають бути національна свідомість автора, високий професіоналізм, державницьке, громадянське переконання, українськоцентричні і загальнолюдські морально-духовні цінності.

[30] Волковинський, О. (2024), Гонзо-журналістика в Україні: загальнонаціональні й регіональні виміри. *Регіональні медіа в контексті трансформаційних викликів сучасності : матеріали Всеукр. наук. конф.*, м. Кам'янець-Подільський, 26 жовт. 2023 р. Кам'янець-Подільський, с. 5, 6.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Adamczewska, I. (2014), "Wariacje na temat pewnego paktu. O dziennikarstwie gonzo" *Lodzkie Studia Literaturoznawcze*, 3(1), s. 187 – 204.
2. Bauer, Z. (2011), Dziennikarstwo "gonzo": epizod czy trwaly trend w dziennikarstwe? [w:] Dziennikarstwo a literature w XX i XXI wieky, red. K. Wolny-Zmorzynsky, W. Furman, J. Snopek, Warszawa.
3. Frukacz, K. (2015), Amerykanskie Nowe Dziennikarstwo po polsku? Transfer poetyk, problemy adaptacyjne. Biblioteka postscriptum polonistycznego.
4. Kalin, A. (2018), Polska szkola zmyslania – literacki reportaz podrozniczy. Podroze z Mordoru do Miedzymorza Ziemowita Szczerka, *Forum poetyki*, № 11–12, s. 64–85.
5. Lerner, K. (2015), M. Gonzo Text: Disentangling Meaning in Hunter S. Thompson's Journalism. *American Journalism*. vol. 32, no. 2. p. 241–243. URL: https://doi.org/10.1080/08821127.2015.1036695 (date of access: 13.01.2025).
6. Mosser, J. (2012), What's Gonzo about Gonzo Journalism? *Literary Journalism Studies*, vol. 4, no 1, Spring, p. 85-89.
7. O'Rourke, P. J. (2009), "Interview with Hunter S.Thompson", in Anita Thompson ,ed., Ancient Gonzo Wisdom: Interview with Hunter S. Thompson (New York: De Capo Press).
8. Othitis, C. (1997), TGTH – HST – ARTICLES – LIT – ESSAY TWO. Hunter S. Thompson – King of Gonzo. URL: http://www.gonzo.org/articles/lit/esstwo.html (date of access: 13.01.2025).
9. Szczerek, Z. (2017), Miedzymorze, Agora SA, Czarne, Warszawa, 344 str.
10. Szczerek, Z. (2013), Przyjdzie Mordor I nas zje, czyli tajna historia Slowian, Korporacja Ha!art, Krakow, 220 str.
11. Szczerek, Z. (2015), Tatuaz z tryzubem, Czarne, Wolowiec, 328 str.
12. Tamony, P. (1983), «Gonzo», American Speech: A Quarterly of Linguistic Usage 58, no. 1 (1983):74
13. Thompson, S.H. The Kentucky Derby is Decadent and Depraved. *Sensitive Skin Magazine*. URL: https://www.sensitiveskinmagazine.com/hunter-s-thompson-the-kentucky-derby-is-decadent-and-depraved/ (date of access: 13.01.2025).
14. Wenner, J.S., Seymour, C. (2008), Gonzo: the life of Hunter Thompson, Back Bay Books, New York, 467 p.
15. Zyrek-Horodyska, E.(2017), Od amerykańskiego snu Thompsona po ukraiński Mordor Szczerka. Estetyzacja świata w duchu gonzo. Konteksty Kultury, vol. 14, no. 2. URL: https://doi.org/10.4467/23531991kk.17.014.7538 (date of access: 13.01.2025).
16. Волковинський, О. (2024), Гонзо-журналістика в Україні: загальнонаціональні й регіональні виміри. Регіональні медіа в контексті трансформаційних викликів сучасності : матеріали Всеукр. наук. конф., м. Кам'янець-Подільський, 26 жовт. 2023 р., Кам'янець-Подільський, с. 5–8.
17. Києву 1700 років, а вашій жабокряківці – 300. Репортаж з Конотопу. Радіо НВ. 15 квітня 2022. URL: http://podcasts.nv.ua/search-episodes.html?query=жабокряківці+
18. Купідура, Р. (2020), Entangled gonzo, violence of representation, and mosaic of national fantasies, or about "ukrainian trilogy" by Ziemowit Szczerek, *Слово і Час*, no. 1. p. 62–75. URL: https://doi.org/10.33608/0236-1477.2020.01.62-75 (date of access: 13.01.2025).

19. Откович, М. (2024), Історія «Фантома». Від захисту Банкової до штурмової роти ТРО, *Українська правда*. URL: https://www.pravda.com.ua/articles/2022/12/22/7381796/ (дата звернення: 13.01.2025).
20. Чалдіні, Р. (2023), Психологія впливу. Оновлено та доповнено; пер.з англ. Н. Коваль, А. Зорницького, Книжковий Клуб «КСД», Харків, 608 с.

REFERENCES

1. Adamczewska, I. (2014), "Wariacje na temat pewnego paktu. O dziennikarstwie gonzo" *Lodzkie Studia Literaturoznawcze*, 3(1), s. 187–204.
2. Bauer, Z., (2011), Dziennikarstwo "gonzo": epizod czy trwaly trend w dziennikarstwe? [w:] Dziennikarstwo a literature w XX i XXI wieky, red. K. Wolny-Zmorzynsky, W. Furman, J. Snopek, Warszawa.
3. Frukacz, K. (2015), Amerykanskie Nowe Dziennikarstwo po polsku? Transfer poetyk, problemy adaptacyjne. *Biblioteka postscriptum polonistycznego.*
4. Kalin, A. (2018), Polska szkola zmyslania – literacki reportaz podrozniczy. Podroze z Mordoru do Miedzymorza Ziemowita Szczerka, *Forum poetyki*, № 11–12, s. 64–85.
5. Lerner, K. (2015), M. Gonzo Text: Disentangling Meaning in Hunter S. Thompson's Journalism. *American Journalism*. vol. 32, no. 2. p. 241–243. URL: https://doi.org/10.1080/08821127.2015.1036695 (date of access: 13.01.2025).
6. Mosser, J. (2012), What's Gonzo about Gonzo Journalism? *Literary Journalism Studies*, vol. 4, no1, Spring, p. 85-89.
7. O'Rourke, P. J. (2009), "Interview with Hunter S.Thompson", in Anita Thompson ,ed., Ancient Gonzo Wisdom: Interview with Hunter S. Thompson (New York: De Capo Press).
8. Othitis, C. (1997), TGTH – HST – ARTICLES – LIT – ESSAY TWO. Hunter S. Thompson – King of Gonzo. URL: http://www.gonzo.org/articles/lit/esstwo.html (date of access: 13.01.2025).
9. Szczerek, Z. (2017), Miedzymorze, Agora SA, Czarne, Warszawa, 344 str.
10. Szczerek, Z. (2013), Przyjdzie Mordor I nas zje, czyli tajna historia Slowian, Korporacja Ha!art, Krakow, 220 str.
11. Szczerek, Z. (2015), Tatuaz z tryzubem, Czarne, Wolowiec, 328 str.
12. Tamony, P. (1983), «Gonzo», American Speech: A Quarterly of Linguistic Usage 58, no. 1 (1983):74.
13. Thompson, S. H. The Kentucky Derby is Decadent and Depraved. *Sensitive Skin Magazine*. URL: https://www.sensitiveskinmagazine.com/hunter-s-thompson-the-kentucky-derby-is-decadent-and-depraved/ (date of access: 13.01.2025).
14. Wenner, J. S., Seymour, C. (2008), Gonzo: the life of Hunter Thompson, Back Bay Books, New York, 467 p.
15. Zyrek-Horodyska, E. (2017), Od amerykańskiego snu Thompsona po ukraiński Mordor Szczerka. Estetyzacja świata w duchu gonzo. Konteksty Kultury, vol. 14, no. 2. URL: https://doi.org/10.4467/23531991kk.17.014.7538 (date of access: 13.01.2025).
16. Volkovynskyi, O. (2024), Honzo-zhurnalistyka v Ukraini: zahalnonatsionalni y rehionalni vymiry. Rehionalni media v konteksti transformatsiinykh vyklykiv suchasnosti : materialy Vseukr. nauk. konf., m. Kamianets-Podilskyi, 26 zhovt. 2023 r., Kamianets-Podilskyi, s. 5–8.

17. Kyievu 1700 rokiv, a vashii zhabokriakivtsi – 300. Reportazh z Konotopu. Radio NV. 15 kvitnia 2022. URL: http://podcasts.nv.ua/search-episodes.html?query=жабокряківці+
18. Kupidura, R. (2020), Entangled gonzo, violence of representation, and mosaic of national fantasies, or about "ukrainian trilogy" by Ziemowit Szczerek, *Slovo i Chas*, no. 1. p. 62–75. URL: https://doi.org/10.33608/0236-1477.2020.01.62-75 (date of access: 13.01.2025).
19. Otkovych, M. (2024), Istoriia "Fantoma". Vid zakhystu Bankovoi do shturmovoi roty TRO, *Ukrainska pravda*. URL: https://www.pravda.com.ua/articles/2022/12/22/7381796/ (дата звернення: 13.01.2025).
20. Chaldini, R. (2023), Psykholohiia vplyvu. Onovleno ta dopovneno; per.z anhl. N. Koval, A. Zornytskoho, Knyzhkovyi Klub «KSD», Kharkiv, 608 c.

GENESIS OF GONZO JOURNALISM

Roksoliana Bilous
Ivan Franko National University of Lviv
Henerala Chuprynky str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: roksabilous@ukr.net
https://orcid.org/0000-0002-4666-0931

The article examines and characterizes the etymological origins of the word "gonzo" and its evolution into a scientific term as recognized by the Oxford English Dictionary. Current works on gonzo journalism by foreign and Ukrainian researchers are analyzed and summarized. It is substantiated that the defining feature of gonzo journalism materials is the linguistic and expressive style of the text, which is intrinsically linked to the gonzo lifestyle of the author.

The study focuses on the premise that the genesis of gonzo journalism in Ukraine, including its themes and content, is influenced by both positive and negative globalization processes, the reception and impact of American journalism, Russian propaganda, and the ongoing anti-Ukrainian war aimed at destroying the Ukrainian state and nation.

The shared creative traits (informational, analytical, and literary-publicistic) of traditional and gonzo journalism are identified and described. Based on gonzo materials by Ukrainian journalists, the key differences in linguistic and expressive styles between traditional and gonzo journalism are substantiated and compared.

Drawing on studies by international and Ukrainian media researchers, as well as the themes and content of gonzo materials covering socio-political and socio-cultural realities, the main stylistic features of gonzo journalism are outlined: pronounced authorial subjectivity, the journalist as the main protagonist, individuality and uniqueness of judgments, use of metaphors and hyperboles, emotional intensity, irony, sarcasm, humor, historical parallels, extravagance, and non-standard vocabulary.

Keywords: journalism, gonzo, Hunter S. Thompson, gonzo journalism, linguistic and expressive style, gonzo materials, features of Ukrainian journalism.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 178–185
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 178–185

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 178–185 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13301

УДК 050.48:004.77(477)

ОСОБЛИВОСТІ ТЕМАТИЧНОГО Й ВІЗУАЛЬНОГО НАПОВНЕННЯ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ «THE UKRAINIANS»

Ірина Богачук
Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського,
вул. К. Острозького, 32, 21001, Вінниця, Україна
e-mail: irina.bogachuk1805@gmail.com
https://orcid.org/0009-0009-5146-8555

У статті досліджено тематику публікацій медіа-проєкту «The Ukrainians», який стартував у 2014 році після Революції Гідності як журнал про талановитих українців, успішну ініціативу, відповідальність. За десятиліття існування команда «The Ukrainians Media» створила кілька мережевих видань («The Ukrainians», «Новини Здорової Людини»), сторителінгову студію, сайт із подкастами та друкований журнал «Reporters». Проаналізовано специфіку візуального контенту, який підсилює вплив матеріалів, опублікованих в онлайновому медіа «The Ukrainians».

Ключові слова: медіа, онлайн-журнал, суспільство, репортаж, контент, проєкт.

1. Постановка проблеми

Із моменту виникнення онлайн-журнал «The Ukrainians» демонстрував прагнення створити нові враження читачів про Україну та українців XXI століття. Спочатку в публікаціях можна простежити позитивні історії успіху, здебільшого про персональний і професійний розвиток людей різних вікових категорій, професій і географічних місць. Як з'ясувалось, ця тематика була затребуваною у суспільстві, оскільки в умовах початку антитерористичної операції на Донбасі українцям бракувало віри в краще майбутнє, натхнення й прикладів того, як можна досягати успіху в складних обставинах. «The Ukrainians» використав вищезгадану тематику у жанрах життєвої історії та літературного репортажу як необхідний інструмент для просування актуального журналістського проєкту.

Згодом контент онлайн-журналу змінювався, розширювався і виходив за межі індивідуальних історій успіху, почав охоплювати теми розвитку громадянського суспільства, освіти, науки, культури та бізнесу. Еволюція тематичного спектра дала змогу «The Ukrainians» не лише актуалізувати особистісний вимір історії, тобто розповідь про героя чи героїню, а й увести читача у ширший контекст суспільних, економічних та культурних процесів. Своєю чергою вагоме місце посів формат інтерв'ю з лідерами думок, громадськими активістами, науковцями, підприємцями, волонтерами, діячами культури.

© Богачук І., 2025

Візуальне наповнення онлайн-журналу «The Ukrainians» вдало доповнює і формує цілісну картину його ідентичності та особливого стилю комунікації з аудиторією. Розробники проєкту створили уніфіковане графічне оформлення, яке не лише забезпечує привабливий зовнішній вигляд, а й підсилює ключовий меседж видання: показувати сучасну, динамічну й креативну Україну. Як наслідок, було сформовано стриманий, але водночас виразний дизайн, що поєднує мінімалістичні елементи, баланс між яскравими та спокійними кольорами, а також акцент на якісних фотографіях.

2. Теоретичне підґрунтя та методологічна основа дослідження

У науковому просторі є поодинокі дослідження, що згадують онлайн-журнал «The Ukrainians» у контексті становлення сучасної української digital-журналістики. У деяких публікаціях, присвячених брендингу українських медіа, йдеться про формування репутації онлайн-журналу «The Ukrainians», оскільки це видання робить акцент на візуальній ідентичності та фірмовому стилі.

На деяких сайтах, зокрема «Детектор медіа», «Creative Ukraine», трапляються аналітичні матеріали, де онлайн-журнал «The Ukrainians» фігурує в розділах про нові тренди у масовій комунікації та «конструктивну журналістику», яка орієнтована на розв'язання проблем і надання відповідей. Здебільшого такі публікації не мають статусу наукових статей, проте ми вивчили їх для ширшого розкриття теми роботи[1].

Дослідження контенту онлайнового медіа має часткове теоретичне підґрунтя з наукових робіт А. Басовської, Н. Городецької, М. Чабаненко, І. Мудрої, В. Гандзюка. Використано методи контент-аналізу, узагальнення, порівняння, а також описовий метод.

3. Виклад основного матеріалу дослідження

Особливу роль в онлайн-журналі «The Ukrainians» відіграє тема громадянської ідентичності та волонтерства. Це пов'язано з прагненням редакційного колективу зобразити нову генерацію українців – ініціативних, здатних об'єднувати зусилля для суспільної користі. У публікаціях про волонтерські організації, об'єднання та стартапи читачам демонструють приклади ефективної співпраці, впровадження інноваційних ідей і результатів, які реально змінюють громадський простір.

Волонтерству присвячено окрему сторінку в онлайн-журналі в розділі «Спецпроєкти» під назвою «Лідери української благодійності». Тут автори пропонують познайомитися «з українцями та українками, які вже сьогодні змінюють нашу країну своїми діями та вчинками. Людьми, які надихають допомагати іншим без жалості у серці, а з любов'ю».

У матеріалах про бізнес та економіку помітно, що акцент зроблено не тільки на кількісних показниках успіху, прибутковості чи капіталізації компаній, а й на корпоративній культурі, етичних стандартах і соціальній відповідальності. Цей підхід закономірний для журналу, який намагається возвеличити новий формат підприємництва, яке орієнтоване не лише на зростання доходу, а й на розбудову економічної системи, що сприяє розв'язанню конкретних соціальних негараздів. Продемонстру-

[1] Громлюк, Ілона (2021), «Співзасновниця The Ukrainians Media Марічка Паплаускайте: «Ми піднімаємо теми, які лишаються "не на часі" для інших медіа», *Детектор Медіа*, 27 квітня.

вати цей підхід можна репортажем «Квіти з металу і дроту» про жінку, яка через війну втратила металообробну справу у Харкові, але за допомогою небайдужих людей і кредитних коштів відновила роботу в Полтаві[2]. У тексті «Між жнивами та сівбою» йдеться про чернігівську фермерку, яка вирощує гречку на розмінованих полях і плекає традиції убитих предків, чекаючи чоловіка з війни, а репортаж «Мед з історією» розповідає, як сім'я пасічників перевезла вулики з окупованої Луганщини, щоб продовжити справу чотирьох поколінь[3, 4].

Тексти, присвячені стартапам, IT-рішенням та інноваціям відображають ще один важливий аспект тематичного поля: проєкт акцентує увагу на глобалізованості української молоді, її здатності працювати над сучасними технологіями. Автори «The Ukrainians» підкреслюють важливість того, що українці вміють якісно працювати з технологіями. Це дає змогу уникнути надмірного «відтоку мізків» і водночас стимулює міжнародну інтеграцію українських розробників, дизайнерів, програмістів і менеджерів. Яскравим прикладом вищезгаданої тематики є репортаж «Із сум – у Лас-Вегас», опублікований у розділі «Спецпроєкти» («Борись за мрію!»)[5]. Авторка Надія Швадчак розповідає про українського школяра-винахідника, який безкоштовно навчається у США, а до того розробив і запатентував власний пристрій для зарядки телефонів в Україні.

Виразною складовою контенту «The Ukrainians» є популяризація культурних і мистецьких ініціатив. У публікаціях йдеться про письменників, художників, режисерів, музикантів і загалом творчих осіб, котрі репрезентують сучасну Україну всередині країни і за її межами. Цей напрям перегукується з актуальними процесами в культурі. Журналісти прагнуть виправити хибні враження і викреслити штучні стереотипи про «периферійність» та «вузьку етнічність» української творчості. Вони на прикладах демонструють, що наша культура є вагомою частиною світового мистецького простору, здатною пропонувати оригінальні ідеї і сенси.

Теми про медицину, здоров'я, зокрема реабілітацію поранених, часто трапляються на сторінках онлайн-журналу. Наприклад, репортаж «Вибух посеред ізюмського лісу» про трагедію жінки, яка знову вчиться ходити після того, як підірвалась на міні. Цей матеріал є частиною проєкту «Найбільш замінована країна світу», покликаного показати, що за проблемою замінованості стоять іще й трагічні та героїчні людські історії[6].

---

[2] Безрученко, Дар'я, Кішка, Максим (2024), «Квіти з металу і дроту», онлайн-журнал «The Ukrainians», 10 грудня. URL: https://theukrainians.org/kvity-z-metalu/ (останній перегляд 10 грудня 2024).

[3] Павлов, Данило, Тимощук, Ярослава (2019), «Мед з історією», онлайн-журнал «The Ukrainians», 22 липня 2019. URL: https://theukrainians.org/med-z-istoriyeyu/ (останній перегляд 22 липня 2019).

[4] Безрученко, Дар'я, Кочетова, Юлія (2024), «Між жнивами та сівбою», онлайн-журнал «The Ukrainians», 15 вересня. URL: https://theukrainians.org/mizh-zhnyvamy-ta-sivboiu/ (останній перегляд 15 вересня 2024).

[5] Швадчак, Надія (2018), «Із сум – у Лас-Вегас», онлайн-журнал «The Ukrainians», 4 квітня. URL: https://theukrainians.org/iz-sum-u-las-vegas/ (останній перегляд 4 квітня 2018).

[6] Суркова, Юлія, Філіппов, Олексій (2024), «Вибух посеред ізюмського лісу», онлайн-журнал «The Ukrainians», 17 липня. URL: https://theukrainians.org/vybukh-posered-iziumskoho-lisu/ (останній перегляд 17 липня 2024).

Ще одним важливим тематичним аспектом, який не оминають журналісти «The Ukrainians», є поєднання патріотичної складової з космополітичним світоглядом. Видання послідовно просуває наратив, згідно з яким любов до своєї країни не суперечить відкритості до глобальної культури, нових ідей і різних мов спілкування, якщо при цьому не зазнає утисків українська. Показовим є те, що чимало героїв матеріалів онлайн-журналу мають досвід перебування за кордоном, однак не розривають зв'язки з Україною, а навпаки – докладають зусиль для її розвитку. Відповідно, ефективний розвиток суспільства передбачає одночасне збереження власної ідентичності й активну участь у глобальних процесах.

Особливу увагу на сайті привертає спецпроєкт «Як здобувати друзів для України». Він вирізняється і тематичним, і візуальним наповненням, оскільки містить низку чорно-білих портретів особистостей, які так чи інакше допомагають нашій державі за кордоном. Це досвід сімнадцятьох людей, які просувають українську точку зору й схиляють іноземних громадян, організації та уряди на бік України. Під усіма портретами опубліковано історії, авторами яких є вони ж. До прикладу, мету своєї діяльності Олександра Матвійчук, правозахисниця, голова організації «Центр громадянських свобод», нагороджена у 2022 році Нобелівською премією миру, яка працює з проблематикою прав людини в Україні та регіоні ОБСЄ, пояснює у тексті так: «…важливо пропонувати іноземцям дії. Коли ти чуєш історії, які тебе турбують, і не розумієш, що ти з цим маєш робити, то рано чи пізно закриваєшся. Інакше це стає постійним сеансом мазохізму, знущанням із самого себе. Коли ж українці пропонують долучатися до навіть простих дій у будь-яких напрямах – чи то кампанії за надання F-16, чи то акції за звільнення полонених, – це повертає людям відчуття контролю. А відчуття, що вони все ж таки можуть впливати на ситуацію, робить їх відкритішими»[7].

Тож тематичне різноманіття журналу, від історій успіху конкретних героїв до глобальних рішень у бізнесі та культурі, виконує не лише інформативну, пізнавальну, а й просвітницьку роль. Чимало публікацій містять аналітичну складову. Автори подають дані соціологічних опитувань, досліджень, наводять коментарі експертів і науковців. Цей підхід формує критичне мислення в аудиторії та стимулює до глибшого вивчення актуальних проблем. Часто у текстах подають покликання на додаткові матеріали: книги, лекції, онлайн-курси, тематичні ресурси. Це допоможе читачеві розширити світогляд і достовірніше опанувати важливі соціальні питання.

Візуальне наповнення онлайн-журналу «The Ukrainians» також надзвичайно важливе. Ключовим є домінування світлого тла, який робить текст максимально читабельним і не перевантажує зір. У виданні свідомо уникають надмірно яскравих й агресивних кольорів, щоб зосередити увагу на основному контенті – історіях та обличчях героїв. Дизайн відповідає філософії журналу, що базується на принципах простоти й доступності подачі інформації. Відтак, тут немає зайвих декоративних елементів.

У виданні здебільшого використовують сучасні шрифти без засічок (grotesque або geometric sans-serif), які асоціюються з технологічністю й динамічністю. При цьому є елементи, на яких варто зробити акцент. Тоді з'являються інші шрифти для

[7] The Ukrainians (2024), «Як здобувати друзів для України». URL: https://theukrainians.org/spec/friendsforukraine/ (01 вересня 2024).

створення помірного контрасту, необхідного для виділення заголовків, врізів, лідів чи інтерактивних блоків. Цей підхід сприяє зручній навігації: читачі легко розрізняють основний текст, додаткові відомості, підзаголовки тощо.

Світлини відіграють у журналі не менш важливу роль, ніж текстовий блок. Більшість репортажів та інтерв'ю доповнюють портретами героїв або фотографіями з місця подій, що створюють ефект присутності. Помітно прагнення редакційного колективу сформувати відчуття наближеності до реального життя й дозволити читачеві краще пізнати особистість чи середовище, про яке йдеться в публікації. Якісна світлина, зроблена з творчим підходом, допомагає передати характер та емоції. Часто автори обирають фото з монотонною гамою кольорів, іноді – чорно-білі світлини.

Чітко структуровані блоки тексту, відсутність надмірної кількості банерів чи інших рекламних елементів свідчать про прагнення зосередити увагу на змісті. Навігація сайту мінімалістична та інтуїтивно зрозуміла. Матеріали розділено на жанрово-тематичні розділи («Популярне», «Інтерв'ю», «Спецпроєкти», «Думки», «Репортажі»). Внутрішня архітектура вебсторінок забезпечує швидкий перехід між схожими за певними ознаками матеріалами. Ця структура посилює користувацький комфорт, бо читачі можуть легко відшукати потрібну інформацію й зорієнтуватися в різноманітті публікацій.

Для ілюстрації складніших для розуміння тем, особливо пов'язаних з аналітикою чи статистичними даними, творці «The Ukrainians» інколи вдаються до використання інфографік. При цьому у пріоритеті лаконічні візуальні рішення, що мають органічний вигляд у загальному дизайні. Варто зазначити, що у проєкті рідко застосовують великі інтерактивні елементи чи складні динамічні анімації. Акцент залишається на змістових аспектах, а графіка виступає лише допоміжним засобом пояснення даних.

Однією з найцікавіших візуальних стратегій є поєднання документальної точності та художньої образності. Фотографії часто роблять в реальних умовах: на робочому місці героя, в осередку його діяльності, вдома тощо. Завдяки цьому публікації набувають виразної документальності. Водночас автори не ігнорують елемент художності. Композиція кадрів, робота зі світлом, оригінальні ракурси створюють додатковий символічний зміст. З поєднання цих двох векторів, – документальності та естетики, – формується характерний стиль онлайн-журналу «The Ukrainians», який можна розгледіти з перших зображень.

Для налагодження емоційного зв'язку з читачами візуальна мова онлайн-журналу часто апелює до уявлень про «теплу та домашню» атмосферу. Сюди належать і світлі тони, і світлини людей у звичних ситуаціях, і відсутність агресивних або провокаційних елементів у дизайні. Формується відчуття безпосередності та щирості. Створюється середовище, де читач може не лише дізнатися корисну інформацію, а й відчути натхнення.

Необхідно звернути увагу й на елементи айдентики. Це візуальна система ідентифікації бренду, зокрема логотип, фірмовий колір, певні стандарти оформлення заголовків, блоків тексту та підписів. Вони забезпечують принцип одності і, як наслідок – цілісність образу. Це допомагає робити проєкт впізнаваним як у мережевому просторі, так і на друкованих матеріалах (афіші, рекламні листівки, сувенірна продукція тощо).

4. Висновки

Отже, онлайн-журнал «The Ukrainians» варто розглядати як багатогранний медіапроєкт, творцям якого вдалося вловити запит суспільства на якісну дискусію про національну ідентичність і глобальну інтеграцію. Тематика, яка охоплює широкий спектр від індивідуальних історій до суспільних процесів, дає змогу читачам не лише дізнатися щось нове, а й переосмислити власний досвід. Публікації «The Ukrainians» пов'язують патріотичні цінності з розумінням всесвітніх викликів, заохочують до особистісного розвитку, пропонують позитивні сценарії трансформації на рівні як окремої людини, так і всього суспільства. Вибір тем у журналі здійснюється з урахуванням особливого критерію: не просто повідомити факти, а й конструювати новий тип відомостей про українців. Оприлюднювати розповіді про людей, які прагнуть більшого, готові вчитися одне в одного, ініціювати зміни в громадах і репрезентувати сучасну й конкурентоспроможну Україну в світовому просторі.

Своєю чергою особливості візуального наповнення онлайн-журналу «The Ukrainians» випливають з його місії – показувати сучасну Україну крізь призму людського досвіду, розкриваючи ідеї прогресу, креативу та відкритості. Мінімалістичний дизайн, якісні репортажні фото й спокійні кольори створюють гармонійну єдність форми та змісту. Ця візуальна стратегія водночас робить видання привабливим для читачів, задає професійний стандарт у сегменті нішевих онлайн-медіа та підсилює основну мету – мотивувати, об'єднувати й надихати тих, хто шукає в інформаційному просторі не тільки новин чи розваг, а сенсових, «живих» історій та ідей.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Безрученко, Дар'я, Кішка, Максим (2024), «Квіти з металу і дроту», *онлайн-журнал «The Ukrainians»*, 10 грудня. URL: https://theukrainians.org/kvity-z-metalu/ (останній перегляд 10 грудня 2024).
2. Безрученко, Дар'я, Кочетова, Юлія (2024), «Між жнивами та сівбою», *онлайн-журнал «The Ukrainians»*, 15 вересня. URL: https://theukrainians.org/mizh-zhnyvamy-ta-sivboiu/ (останній перегляд 15 вересня 2024).
3. Гандзюк, В. О. (2021), «Вплив контенту інтернет-реклами на сучасного українського споживача», *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія Філологія. Журналістика*, вип. 32 (71), № 2, с. 243-248.
4. Громлюк, Ілона (2021), «Співзасновниця The Ukrainians Media Марічка Паплаускайте: «Ми піднімаємо теми, які лишаються «не на часі» для інших медіа», *Детектор Медіа*, 27 квітня. URL: https://detector.media/withoutsection/article/187470/2021-04-27-spivzasnovnytsya-the-ukrainians-media-marichka-paplauskayte-my-pidnimaiemo-temy-yaki-lyshayutsya-ne-na-chasi-dlya-inshykh-media/ (останній перегляд 27 квітня 2021).
5. Здоровега, В. Й. (2005), *Теорія і методика журналістської творчості*, ПАІС, Львів, 325 с.
6. Павлов, Данило, Тимощук, Ярослава (2019), «Мед з історією», *онлайн-журнал «The Ukrainians»*, 22 липня 2019. URL: https://theukrainians.org/med-z-istoriyeyu/ (останній перегляд 22 липня 2019).

7. Потятиник, Б. В. (2020), 4 етапи розвитку нових медіа. URL: http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/4-etapy-rozvytku-novykh-media.html (дата останнього перегляду 10 листопада 2023).
8. Суркова, Юлія, Філіппов Олексій (2024), «Вибух посеред ізюмського лісу», *онлайн-журнал «The Ukrainians»*, 17 липня. URL: https://theukrainians.org/vybukh-posered-iziumskoho-lisu/ (останній перегляд 17 липня 2024).
9. Чабаненко, М. (2019), «Напрями трансформації репортажу в онлайновій журналістиці»», *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, вип. 46, с. 310-317.
10. Швадчак, Надія (2018), «Із сум – у Лас-Вегас», *онлайн-журнал «The Ukrainians»*, 4 квітня. URL: https://theukrainians.org/iz-sum-u-las-vegas/ (останній перегляд 4 квітня 2018).
11. The Ukrainians (2024), «Як здобувати друзів для України». URL: https://theukrainians.org/spec/friendsforukraine/ (01 вересня 2024).

REFERENCES

1. Bezruchenko, Daria, Kishka, Maksym (2024), «Kvity z metalu i drotu», *onlain-zhurnal «The Ukrainians»*, 10 hrudnia. URL: https://theukrainians.org/kvity-z-metalu/ (ostannii perehliad 10 hrudnia 2024).
2. Bezruchenko, Daria, Kochetova, Yuliia (2024), «Mizh zhnyvamy ta sivboiu», *onlain-zhurnal «The Ukrainians»*, 15 veresnia. URL: https://theukrainians.org/mizh-zhnyvamy-ta-sivboiu/ (ostannii perehliad 15 veresnia 2024).
3. Handziuk, V. O. (2021), «Vplyv kontentu internet-reklamy na suchasnoho ukrainskoho spozhyvacha», Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Seriia Filolohiia. Zhurnalistyka, vyp. 32 (71), s. 243-248.
4. Hromliuk, Ilona (2021), «Spivzasnovnytsia The Ukrainians Media Marichka Paplauskaite: «My pidnimaiemo temy, yaki lyshaiutsia «ne na chasi» dlia inshykh media», Detektor Media, 27 kvitnia. URL: https://detector.media/withoutsection/article/187470/2021-04-27-spivzasnovnytsya-the-ukrainians-media-marichka-paplauskayte-my-pidnimaiemo-temy-yaki-lyshayutsya-ne-na-chasi-dlya-inshykh-media/ (ostannii perehliad 27 kvitnia 2021).
5. Zdoroveha, V. Y. (2005), Teoriia i metodyka zhurnalistskoi tvorchosti, PAIS, Lviv, 325 s.
6. Pavlov, Danylo, Tymoshchuk, Yaroslava (2019), «Med z istoriieiu», *onlain-zhurnal «The Ukrainians»*, 22 lypnia 2019. URL: https://theukrainians.org/med-z-istoriyeyu/ (ostannii perehliad 22 lypnia 2019).
7. Potiatynyk, B. V. (2020), 4 etapy rozvytku novykh media. URL: http://www.mediakrytyka.info/ohlyady-analityka/4-etapy-rozvytku-novykh-media.html (data ostannoho perehliadu 10 lystopada 2023).
8. Surkova, Yuliia, Filippov, Oleksii (2024), «Vybukh posered iziumskoho lisu», onlain-zhurnal «The Ukrainians», 17 lypnia. URL: https://theukrainians.org/vybukh-posered-iziumskoho-lisu/ (ostannii perehliad 17 lypnia 2024).
9. Chabanenko, M. (2019), «Napriamy transformatsii reportazhu v onlainovii zhurnalistytsi»», Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia Zhurnalistyka, vyp. 46, s. 310-317.

10. Shvadchak, Nadiia (2018), «Iz sum – u Las-Vehas», *onlain-zhurnal «The Ukrainians»*, 4 kvitnia. URL: https://theukrainians.org/iz-sum-u-las-vegas/ (ostannii perehliad 4 kvitnia 2018).
11. The Ukrainians (2024), «Yak zdobuvaty druziv dlia Ukrainy». URL: https://theukrainians.org/spec/friendsforukraine/ (01 veresnia 2024).

FEATURES OF THEMATIC AND VISUAL CONTENT OF THE ONLINE MAGAZINE «THE UKRAINIANS»

Iryna Bogachuk
Vinnytsia State Pedagogical University named after Mykhailo Kotsiubynskyi,
32 K. Ostrozkogo St., 21001, Vinnytsia, Ukraine
e-mail: irina.bogachuk1805@gmail.com
https://orcid.org/0009-0009-5146-8555

In the article, the media project «The Ukrainians» is examined as an innovative phenomenon in contemporary Ukrainian journalism, revealing new approaches to content creation. The main focus is on the publication topics that have evolved from personal success stories to complex sociocultural and economic issues. Emphasis is placed on the significance of articles dedicated to the development of civil society, volunteering, culture, science, and business, which position Ukraine as a progressive state.

A key aspect is the analysis of the publication's visual identity. The article describes a minimalist approach to graphic design that underscores text readability, creates a sense of presence through reportage photography, and incorporates modern fonts. The visual content ensures aesthetic appeal, aligns with the magazine's mission, and enhances communication with the audience.

The study is based on methods of content analysis, comparison, and description, allowing for a comprehensive examination of the specific features of «The Ukrainians» in terms of both content and design. The conclusion indicates that the media project not only provides information but also fosters a new level of critical thinking, shaping perceptions of a modern, innovative, and open Ukraine. The publication successfully combines patriotism with global trends, creating a positive image of the country both domestically and internationally.

Key words: online magazine, media, visual content, thematic scope, civil society, volunteering, cultural identity.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 186–194
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 186–194

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 186–194 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13302

УДК [070.447:316.65:33]:303.4

ДАТАМЕДІАЦІЯ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ПУБЛІКАЦІЯХ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

Тетяна Війтович
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: tetyana.viytovych@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-7416-3863

Стаття присвячена аналізу використання соціологічної інформації у журналістських матеріалах з акцентом на процес датамедіації. Увагу зосереджено на тому, як соціологічні дослідження впливають на створення економічного медійного контенту та формують суспільну думку. Досліджено механізми адаптації складних соціологічних даних для сприйняття широкою аудиторією через методи візуалізації та контекстуалізації. У статті також досліджено явище датамедіації, визначено її ключові особливості та запропоновано авторське визначення цього поняття як процесу адаптації, трансформації та візуалізації соціологічної інформації у журналістському контенті.

Ключові слова: датамедіація, соціологічна інформація, економічний контент, візуалізація даних, адаптація інформації, суспільна думка, медіа, соціологія, соціологічне дослідження.

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному просторі журналістика виконує важливу роль посередника між різними дослідженнями та суспільством, зокрема – у висвітленні соціологічної інформації. Соціологічні дані, які відображають суспільні настрої, економічні тенденції та поведінкові процеси, часто подають у вигляді чисел, таблиць або графіків. Без належного пояснення ці дані можуть бути складними для розуміння, що ускладнює використання їх у медіа.

Особливо актуальною ця проблема стає для медіа економічного спрямування, в яких точність і доступність інформації мають критичне значення. Необхідність трансформації соціологічних даних у зрозумілий для аудиторії контент вимагає спеціальних підходів, як-от медіація та датамедіація. Однак, замало уваги вділяється аналізу цих процесів у контексті економічної журналістики.

Мета статті полягає в тому, щоб дослідити механізми адаптації соціологічної інформації у журналістських матеріалах, особливо на економічну тематику, визначити роль датамедіації та обґрунтувати її значення для формування суспільної думки. Завдання – вивчити процес візуалізації даних, проаналізувати практики використання соціологічної інформації в медіа та дослідити вплив цих даних на інформованість.

© Війтович Т., 2025

Методологічна основа дослідження базується на використанні якісних та кількісних методів аналізу для вивчення процесу датамедіації соціологічної інформації в медіа економічного спрямування. Основними методами, застосованими в рамках цього дослідження, є контент-аналіз, порівняльний аналіз і метод візуалізації даних. Контент-аналіз був використаний для дослідження матеріалів всеукраїнського суспільно-політичного інтернет-видання «Українська правда». Увагу зосереджено на способах відображення даних, адаптації їх для читача, а також на використанні візуалізацій, як-от графіки, діаграми та таблиці. Механізм реалізації дослідження полягає у систематичному зборі, аналізі та інтерпретації текстових та візуальних матеріалів. Отримані результати дали змогу виявити ключові особливості датамедіації та сформулювати рекомендації щодо вдосконалення використання соціологічної інформації в журналістиці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Щодня журналісти активно використовують соціологічну інформацію для створення новинних та аналітичних матеріалів, які відображають суспільні настрої, поведінкові тенденції та актуальні проблеми. Соціологічні дані стають важливим інструментом, який дає змогу глибше розуміти реальність, формувати об'єктивну картину подій та надавати аудиторії цінну інформацію для аналізу. Більшість науковців вважають, що соціологія є наукою про суспільство. Наприклад, М. Вебер визначав соціологію як «науку, яка прагне, витлумачуючи, зрозуміти соціальну дію і тим самим каузально пояснити її процес і вплив»[1]. Основним предметом соціології є соціальні дії, явища, зв'язки, відносини та процеси, що відбуваються у суспільстві. Також вона вивчає закономірності виникнення та функціонування соціальної реальності, яка оточує нас у повсякденному житті[2].

У сучасних умовах, коли соціологічна інформація набуває дедалі більшого практичного значення, а громадська думка відіграє важливу роль у політичних процесах, емпірична соціологія стає ключовою наукою для багатьох галузей соціальної практики, зокрема й журналістики[3]. Журналістика, яка є посередником між соціологічними дослідженнями та аудиторією, активно використовує їх для створення глибоких та аргументованих матеріали, які базуються на фактичних даних і наукових висновках. Один із засновників української соціологічної думки М. Шаповал наголошував на потребі створення науки про суспільство, якою є соціологія. Він наголошував, що соціологія досліджує найвищий рівень взаємодії основних складових соціальних явищ, що робить її загальною і ключовою наукою, адже вона розглядає суспільство як цілісну систему зі складними взаємозв'язками[4]. Ця взаємозв'язність важлива для журналістики, оскільки завдяки цьому можна розглядати кожну подію в ширшому соціальному контексті, що особливо актуально для висвітлення складних політичних чи економічних питань.

---

[1] Weber, M. (1994), «Sociological Writings». URL: https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/weber.htm (accessed 15 September 2024)

[2] Козирєв, М. П. (2016), *Соціологія : Підручник,* Львівський держав. університет внутрішніх справ, Львів, с. 167.

[3] Городяненко, В. Г. (1999), *Соціологія: Посібник для студентів вищих навчальних закладів*, Академія, Київ, с. 79.

[4] Шаповал, М. (1996), *Загальна соціологія*, Центр духовної культури, Київ, с. 211.

Як зазначає А. Герасимчук, соціологія виникла у відповідь на потреби функціонування та розвитку соціальної сфери життя людини і суспільства. Своє призначення соціологія реалізує через основні функції: пізнавальну, прогностичну, функцію соціального проєктування та конструювання, організаційно-технологічну, управлінську та інструментальну[5]. У цьому контексті журналістика, використовуючи соціологічні інструменти, сприяє поширенню знань про суспільство та формуванню прогнозів, які можуть впливати на соціальні, економічні та політичні процеси.

Серед функцій соціології провідною є теоретично-пізнавальна. Вона забезпечує співпрацю соціології з іншими науками для дослідження об'єктивної реальності. Завдяки цій функції соціологія розкриває нові знання про суспільство, у якому живуть люди, а також вивчає закономірності розвитку соціальних відносин[6]. Журналістика, працюючи із цими знаннями, формує суспільну думку, адаптує складні соціологічні дані у доступну для аудиторії форму, а також сприяє поширенню важливої інформації, необхідної для прийняття рішень як окремими громадянами, так і державними органами.

Таким чином, соціологія та журналістика тісно взаємопов'язані: перша забезпечує фактичну основу та теоретичний аналіз, а друга трансформує ці знання у зрозумілий і доступний контент, сприяючи ефективному суспільному діалогу та вирішенню нагальних проблем.

Отже, соціологічні дані, які зазвичай подано у вигляді чисел, таблиць чи графіків, незрозумілі без належної інтерпретації та складні у сприйнятті для широкої аудиторії. Тому ключову роль у роботі з такими даними відіграє процес медіації – адаптація інформації до потреб аудиторії, яка споживає медіаконтент. Медіація – позасудова добровільна, конфіденційна, структурована процедура, під час якої сторони за допомогою медіатора (медіаторів) намагаються запобігти виникненню або врегулювати конфлікт (спір), вдаючись до переговорів[7]. У контексті представлення соціологічних даних через журналістські матеріали **медіація** – це процес адаптації, трансформації та структурованого подання інформації, який забезпечує зрозумілість і доступність даних для широкої аудиторії. У цій системі журналіст виконує роль «медіатора», допомагаючи сторонам – складній соціологічній інформації та споживачам медіаконтенту – знайти спільну мову. Медіація сприяє точному розумінню даних і допомагає розв'язувати інформаційні прогалини, перетворюючи сухі цифри на осмислені історії, які розкривають суспільні тенденції та виклики. Можна говорити про обґрунтоване і доречне використання у таких типах публікацій data storytelling – процесу використання даних для розповіді цікавої та зрозумілої історії, наприклад про економічні явища та процеси[8]. У разі використання соціологічних даних в економічних публікаціях медіація набуває особливих характеристик, адже потрібно не лише передати основні висновки досліджень, а й зробити це точно і зрозуміло для читача. Тут необхідно використати глибокий аналіз, контекстуалізацію

---

[5] Герасимчук, А. (2003), *Соціологія: Навчальний посібник,* Видавництво Європейського університету, Київ, с.112.

[6] Дворецька, Г. (2002), *Соціологія: Навчальний посібник,* КНЕУ, Київ, с. 301.

[7] https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1875-20#Text (дата перегляду 06 грудня 2014)

[8] Viytovych, T. (2024), «From data to narratives: the art of storytelling in economic journalism», *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, вип. 54-55, с. 201-211. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/12160 (дата перегляду 28 грудня 2024).

та візуалізацію даних, щоб складні явища можна було легко пояснити пересічному споживачеві, тобто застосувати **датамедіацію**, яка є синтезом роботи з даними та поданням їх у медійному контенті.

Датамедіація охоплює кілька етапів: збір, аналіз, структурування, інтерпретацію даних та подальшу візуалізацію їх через графіки, діаграми або інтерактивні елементи. Завдяки цьому журналісти можуть робити матеріали не лише інформативними, а й привабливими для читачів, зберігаючи баланс між простотою та глибиною викладу.

Цей підхід поєднує журналістику, аналітику даних, соціологію та економіку, створюючи нову якість медійного контенту. У сучасному медіасередовищі датамедіація стає необхідним інструментом, який дає змогу зробити складну інформацію не лише зрозумілою, а й цікавою для аудиторії. Наприклад, у матеріалах про економічні тенденції або соціальні настрої через датамедіацію можна продемонструвати складні статистичні показники у форматі простих історій.

Для аналізу специфіки використання соціологічної інформації в журналістських матеріалах проаналізуємо всеукраїнське суспільно-політичне інтернет-видання «Українська правда», яке є одним з найпопулярніших українських онлайн-медіа. Це – авторитетний аналітичний та новинний ресурс, який прагне надавати своєчасну та достовірну інформацію про всі сфери життя українського суспільства та України загалом та з увагою до світових подій. Проаналізувавши наповнення сайту, можна зробити висновок, що у середньому за добу на сайті цього медіа публікують від 110 до 140 матеріалів. Водночас, за досліджуваний період, з 1 січня 2024 р. до 1 вересня 2024 р., на сайті опублікували 59 матеріалів із використанням соціологічної інформації на теми війни, економіки, міжнародної політики, медицини, освіти, бачення майбутнього України, корупції та довіри до влади та ставлення українців до росії. А також за допомогою соціологічних досліджень журналісти висвітлили оцінку дій влади, політичної та економічної ситуації в Україні з боку українців (див. рис. 1).

Рис. 1. Кількість матеріалів «Української правди» за тематикою (січень-вересень 2024 р.)

Варто зауважити, що під час війни потрібно регулярно збирати дані для фіксації та документування того, що відбувається в певний момент. Будь-які зібрані дані важливі, оскільки ситуація змінюється дуже динамічно. Ці дані та результати проведених соціологічних досліджень публікують стабільно з певною періодичністю, адже важливо відстежувати та вивчати зміни в суспільстві та громадській думці[9].

Найважливіше те, що в усіх проаналізованих інформаційних матеріалах результати соціологічного опитування застосовували як основне джерело інформації для створення новини. За такого використання соціологічних даних головним є те, щоб дослідження було актуальним, а інформація – унікальною, адже такі критерії написання новини. Звісно, якщо описувати результати дослідження трирічної давнини, то це вже не буде новиною.

Варто додати, що особливістю соціологічних досліджень як джерела є їхній подвійний рівень інформації. Найчастіше журналісти, як і автори аналізованих матеріалів, використовують лише підсумкові дані соціологічних досліджень, виражені у звітах, інформаційних повідомленнях, довідках, статтях, монографіях, натомість забувають про такі джерела первинної інформації у дослідженнях, як анкети, інтерв'ю та спостереження, зібрані під час дослідження. Зазначимо, що завдяки зверненню до цих матеріалів можна перевірити, наскільки коректно та докладно була проведена аналітична обробка первинних даних.

Варто зазначити, що журналісти «Української правди» чи не найбільше використовують результати соціологічних досліджень для створення новин, про що свідчить їхня кількість. Водночас вони відповідально ставляться до висвітлення соціологічної інформації, адже намагаються надати читачеві усі відомі умови проведення соціологічного дослідження. Наприклад, у новині «Як українці подорожують країною під час повномасштабної війни – опитування»[10] пояснено результати онлайн-опитування Державного агентства розвитку туризму в партнерстві з проєктом UNICEF U-Report Ukraine. Звісно, журналіст не описував ретельно всі процеси дослідження, однак зазначив вибірку, а саме 5 тисяч респондентів у віці від 14 до 34 років. Очевидно, що висвітлення всіх результатів дослідження було б нецікавим читачеві, та й новинний формат цього не передбачає, тому журналіст обрав деякі аспекти, на яких закцентував увагу. Водночас неабияк важливо вказати методологію соціологічного дослідження, яке взяли як джерело створення новини. Під час використання соціологічних опитувань у своїх матеріалах медіа мають зазначати: повну назву організації, що проводила опитування, замовника опитування, час його проведення, територію, яку охоплювало опитування, розмір та спосіб формування соціологічної вибірки опитаних, метод опитування, точні формулювання запитань та можливу статистичну похибку. Усе це важливе для правильного трактування результатів та об'єктивного висвітлення інформації.

Досліджено, що читачі краще сприймають візуалізацію соціологічної інформації про економічні явища. Як зазначає К. Медвінська, корисним для змістовного аналізу даних є подання результатів у вигляді різного типу графіків (гістограм, діаграм тощо). Графіки дають змогу унаочнити зв'язки та залежності між ознаками,

[9] Cedos (2022), «Соціальні дослідження у час війни: відкритий семінар». URL: https://cedos.org.ua/events/soczialni-doslidzhennya-u-chas-vijny-vidkrytyj-seminar-2/ (дата перегляду 17 грудня 2024).
[10] https://life.pravda.com.ua/society/2023/09/08/256442/

роблять аналіз ефективнішим[11]. Водночас, подача інформації з використанням цифр робить публікацію однозначною, візуалізованою та авторитетною. Найчастіше вони трапляються в матеріалах економічного і соціального спрямування[12].

Однак у деяких проаналізованих новинах ми виявили порушення використання соціологічної інформації. Зокрема, не у всіх інформаційних матеріалах із застосуванням соціологічної інформації, автори зазначили деталі дослідження, що є великою помилкою. Зокрема, в новині «Українці відчувають покращення в економіці, але майбутнє їх лякає – опитування»[13] журналіст використав результати 24-го загальнонаціонального опитування «Україна в умовах війни», яке проводила соціологічна група «Рейтинг» з 5 по 7 вересня 2023 р. У новині йдеться про те, що українці позитивніше оцінюють економічну ситуацію, але спостерігається зростання негативних оцінок щодо майбутнього. Журналіст зазначає, що «загалом стан справ в економіці за останні півроку респонденти оцінюють дещо краще, аніж у минулих опитуваннях. Але 73% опитаних кажуть про погіршення економічного становища України, 13% – говорять про відсутність змін, 9% – про покращення». Тобто гіпотезу про те, що українці краще оцінюють стан економіки, автор ґрунтує на порівнянні показників опитування з минулорічними, при цьому не наводячи результатів торішнього опитування. Можемо стверджувати, що це – неповне висвітлення інформації, адже немає підтвердження слів журналіста соціологічними даними. Водночас, автор не вказав на усі деталі дослідження, зокрема на похибку репрезентативності. У новині вказано, що дослідження проводили методом телефонних інтерв'ю серед населення України віком від 18 років і старших в усіх областях, окрім тимчасово окупованих територій Криму та Донбасу, а також регіонів, в яких на момент опитування не було українського мобільного зв'язку. Було опитано 1000 респондентів. Насправді це середня кількість респондентів, яку зазвичай українські соціологічні центри використовують для опитування. За словами експертки з медіаграмотності М. Дорош, для телефонного опитування CATI (computer-assisted telephone interview) мінімальною кількістю респондентів є 400. Лише тоді результати можна вважати репрезентативними. Окрім того, ці 400 осіб повинні відповідати соціально-демографічним характеристикам населення, думки якого вивчають[14].

Соціологічні опитування на теми соціально-політичного, економічного та культурного життя виконують роль надійного маркера суспільних настроїв стосовно певних питань. Дані, отримані з опитувань, часто стають основою для критичних рішень, які ухвалюють як експерти відповідних галузей, так і звичайні громадяни. Кожне число в опитуванні повинне мати мету і служити певній цілі у розповіді. Це

---

[11] Медвінська, К., Литвиненко, Ю. (без дати), «Статистичні методи обробки соціологічної інформації». URL: https://core.ac.uk/download/pdf/300238165.pdf (дата перегляду 29 листопада 2024)

[12] Війтович, Т. (2022), «Функції цифр у журналістському тексті», *Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку, 18 жовтня 2022,* Простір-М, Львів, с. 134–136. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-u-ramkakh-DESTIN-2022.pdf

[13] https://epravda.com.ua/news/2023/09/28/704861/

[14] Дорош, М. (2012), «Як правильно «гратися» в соціологів». URL: https://ms.detector.media/profstandarti/post/6712/2012-07-13-yak-pravylno-gratysya-v-sotsiologiv/ (дата перегляду 24 грудня 2024).

може бути показник зростання, статистика для підкреслення проблеми або порівняльні дані, що виділяють контраст між сценаріями чи часовими періодами[15].

Результати і перспективи подальших досліджень обговорення. Результати дослідження показали, що процес датамедіації соціологічної інформації в медіа складноструктурований та включає адаптацію, контекстуалізацію та візуалізацію даних для широкої аудиторії. Аналіз публікацій інтернет-видання «Українська правда» засвідчує активне використання соціологічних даних для створення новин та аналітичних матеріалів, що охоплюють такі теми, як економіка, війна, громадська думка та міжнародна політика. Основна увага зосереджена на використанні даних для ілюстрації суспільних настроїв, оцінки дій влади та прогнозування економічних перспектив.

Висновки. Дослідження підтвердило, що датамедіація – це важливий процес інтерпретації та інтеграції соціологічної інформації в журналістських матеріалах, особливо у медіа економічного спрямування. Використання соціологічних даних дає змогу медіа створювати контент, який не лише інформує, але й сприяє формуванню суспільної думки та розумінню складних соціально-економічних процесів. Ключовою частиною датамедіації є візуалізація даних, яка робить інформацію доступнішою для широкої аудиторії. За допомогою графіків, діаграм та таблиць можна ефективно передавати складні соціологічні та економічні явища, спрощуючи їх сприйняття. Однак дослідження виявило деякі недоліки у використанні соціологічної інформації, зокрема це стосується недостатнього пояснення методології досліджень, небезпеки маніпуляції та неповного висвітлення джерел даних. Для вдосконалення процесу датамедіації необхідно забезпечити прозорість джерел, точність подання даних та дотримання журналістських стандартів. Це сприятиме підвищенню рівня довіри до медіа та ефективнішому впливу на аудиторію. У перспективі подальших досліджень доцільно розширити аналіз практик датамедіації, зокрема – дослідити міжнародний досвід та вплив візуалізації на залученість аудиторії. Це дасть змогу вдосконалити використання соціологічних даних у журналістиці й підвищити їхню цінність для суспільства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Cedos (2022), «Соціальні дослідження у час війни: відкритий семінар». URL: https://cedos.org.ua/events/soczialni-doslidzhennya-u-chas-vijny-vidkrytyj-seminar-2/ (дата перегляду 17 грудня 2024).
2. Viytovych, T. (2024), «From data to narratives: the art of storytelling in economic journalism», *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, вип. 54-55, с. 201-211. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/12160 (дата перегляду 28 грудня 2024).
3. *Weber, M. (1994), «Sociological Writings».* URL: https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/weber.htm (accessed 15 September 2024).
4. Верховна Рада України (2021), *Закон України № 1875-IX Про медіацію*, 16 листопада 2021, Київ. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1875-20#Text (дата перегляду 06 грудня 2024).

[15] Viytovych, T. (2024), «From data to narratives: the art of storytelling in economic journalism», *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, вип. 54-55, с. 201-211. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/12160 (дата перегляду 28 грудня 2024).

5. Війтович, Т. (2022), «Функції цифр у журналістському тексті», *Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку, 18 жовтня 2022,* Простір-М, Львів, с. 134-136. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-u-ramkakh-DESTIN-2022.pdf
6. Герасимчук, А. (2003), *Соціологія: Навчальний посібник,* Видавництво Європейського університету, Київ, 245 с.
7. Городяненко, В.Г. (1999), *Соціологія: Посібник для студентів вищих навчальних закладів*, Академія, Київ, 378 с.
8. Дворецька, Г. (2002), *Соціологія: Навчальний посібник,* КНЕУ, Київ, 472 с.
9. Дорош, М. (2012), «Як правильно «гратися» в соціологів». URL: https://ms.detector.media/profstandarti/post/6712/2012-07-13-yak-pravylno-gratysya-v-sotsiologiv/ (дата перегляду 24 грудня 2024).
10. Козирєв, М. П. (2016), *Соціологія : Підручник,* Львівський держав. університет внутрішніх справ, Львів, 656 с.
11. Медвінська, К., Литвиненко, Ю. (без дати), «Статистичні методи обробки соціологічної інформації». URL: https://core.ac.uk/download/pdf/300238165.pdf (дата перегляду 29 листопада 2024).
12. Українська правда (2024), «Як українці подорожують країною під час повномасштабної війни – опитування». URL: https://life.pravda.com.ua/society/2023/09/08/256442/ (дата перегляду 29 листопада 2024).
13. Шаповал, М. (1996), *Загальна соціологія*, Центр духовної культури, Київ, 368 с.

REFERENCES

1. Cedos (2022), «Sotsialni doslidzhennia u chas viiny: vidkrytyi seminar». URL: https://cedos.org.ua/events/soczialni-doslidzhennya-u-chas-vijny-vidkrytyj-seminar-2/ (accessed 17 December 2024).
2. Viytovych, T. (2024), «From data to narratives: the art of storytelling in economic journalism», *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia zhurnalistyka [Visnyk of the Lviv University. Series Journalism]*, issue 54-55, pp. 201-211. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/12160 (accessed 28 December 2024).
3. Weber, M. (1994), *Sociological Writings*. URL: https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/ge/weber.htm (accessed September 15 2024).
4. Verkhovna Rada Ukrainy (2021), *Zakon Ukrainy No. 1875-IX Pro mediatsiiu*, November 16, 2021, Kyiv. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1875-20#Text (accessed 6 December 2024).
5. Viytovych, T. (2022), «Funktsii tsyfr u zhurnalistskomu teksti», *Zhurnalistyka maibutnoho: vyklyky, tendentsii, perspektyvy rozvytku*, October 18, 2022, Prostir-M, Lviv, pp. 134-136. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-u-ramkakh-DESTIN-2022.pdf
6. Herasymchuk, A. (2003), *Sotsiolohiia: Navchalnyi posibnyk*, Vydavnytstvo Yevropeiskoho universytetu, Kyiv, 245 p.
7. Horodianenko, V. H. (1999), *Sotsiolohiia: Posibnyk dlia studentiv vyshchykh navchalnykh zakladiv*, Akademiia, Kyiv, 378 p.
8. Dvoretska, H. (2002), *Sotsiolohiia: Navchalnyi posibnyk*, KNEU, Kyiv, 472 p.

9. Dorosh, M. (2012), «Yak pravylno «hratysia» v sotsiolohiv». URL: https://ms.detector.media/profstandarti/post/6712/2012-07-13-yak-pravylno-gratysya-v-sotsiologiv/ (accessed 24 December 2024).
10. Kozyriiev, M. P. (2016), *Sotsiolohiia: Pidruchnyk*, Lvivskyi derzhavnyi universytet vnutrishnikh sprav, Lviv, 656 p.
11. Medvinska, K., Lytvynenko, Yu. (n.d.), «Statystychni metody obrobky sotsiolohichnoi informatsii». URL: https://core.ac.uk/download/pdf/300238165.pdf (accessed 29 November 2024).
12. Ukrainska Pravda (2024), «Yak ukraintsi podorozhuiut krainoiu pid chas povnomasshtabnoi viiny – opytuvannia». URL: https://life.pravda.com.ua/society/2023/09/08/256442/ (accessed 29 November 2024).
13. Shapoval, M. (1996), *Zahalna sotsiolohiia*, Tsentr dukhovnoi kultury, Kyiv, 368 p.

DATA MEDIATION OF SOCIOLOGICAL INFORMATION IN ECONOMIC PUBLICATIONS

Tetyana Viytovych
Ivan Franko National University of Lviv
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: tetyana.viytovych@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-7416-3863

The article focuses on the study of the process of data mediation of sociological information in journalistic materials, particularly in economically oriented media. Data mediation is defined as the process of adapting, transforming, and visualizing complex data to ensure its accessibility and comprehensibility for a broad audience. The main objective of the study is to analyze the mechanisms of utilizing sociological information in journalistic materials, examine key methods of its presentation such as visualization and contextualization and substantiate the significance of this process for shaping public opinion.

The methodological foundation of the study includes the use of content analysis, comparative analysis, and data visualization methods.

The study's results demonstrate that data mediation is a key tool in economically oriented media, as it contributes to a deeper understanding of social and economic phenomena. A particularly important aspect is the need to adapt data to the news format, which involves selecting the most relevant information, ensuring its timeliness, and simplifying complex statistical data for the average reader.

The findings underline the significance of data mediation for Ukrainian journalism, especially in the context of war and dynamic societal changes. This process allows complex information to be adapted to the needs of various audience segments, fostering trust in media and forming well-grounded perceptions of reality.

The study's significance lies in its contribution to improving journalistic practices in Ukraine, enhancing the quality of content, and ensuring the accurate representation of socio-economic processes.

Keywords: data mediation, sociological information, economic content, data visualization, information adaptation, public opinion, media, sociology, sociological research.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 195–206
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 195–206

МЕДІАСТИЛІСТИКА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 195–206 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13303

УДК [070.41: 82-92: 316.658](477)

ЗАСОБИ ПЕРЕКОНЛИВОСТІ ТЕКСТІВ ІСТОРИЧНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ

Наталія Більовська
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: Nataliya.Bilovska@lnu.edu.ua
https: //orcid.org/0000-0002-6902-1534

Марта Стельмах
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: marta.stelmakh2911@gmail.com
https: //orcid.org/0000-0002-4224-237X

Публіцистичні тексти спонукають реципієнта до роздумів та впливають на формування суспільної думки. Історична публіцистика змінює традиційний науковий підхід до розгляду минулих подій та урізноманітнює комеморативні процеси, зокрема у країнах, що були під гнітом радянської імперії. У статті проаналізовано засоби переконливості у текстах історичної публіцистики та досліджено використання їх у працях українських публіцистів, які розглядають минуле українців, насамперед, у контексті російсько-української війни. У науковій розвідці обґрунтовано важливість вивчення історичної публіцистики, зокрема засобів, які застосовують автори для переконливості.

Ключові слова: історична публіцистика; медіатекст; публічна історія; емоційно-оцінна лексика; переконливість.

1. Постановка проблеми

Російська геноцидна війна проти Української держави часто побудована на фальшуванні історичних даних та на маніпулюванні ними. Тому спростування історичної брехні стає викликом для публічних інтелектуалів: публіцистів, істориків та інших науковців, які намагаються розповісти про наше минуле як українцям, так і світовій спільноті, що часто вірить в рашистські фейки. Історична публіцистика є інструментом для розгляду минулого та його осмислення в контексті сучасних викликів більш широкою авдиторією. Тому сьогодні такі медіатексти набувають чималої популярності, адже порушують питання ідентичності та самопрезентації народу

© Більовська Н., Стельмах М., 2025

і стають вагомими для процесів комеморації. **Актуальність теми** полягає у необхідності комплексного вивчення засобів переконливості у текстах публіцистики на історичну тематику, адже її можна назвати опініствочим жанром журналістики, який безпосередньо впливає на позицію громадян та розвиток політичної нації.

Мета дослідження полягає у визначенні мовних засобів переконливості, які використовують публіцисти у матеріалах на історичну тематику.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій

Українське журналістикознавство рідко відокремлює поняття історичної публіцистики під час дослідження жанрів та форматів. Втім, можемо відзначити таких науковців, що у своїх наукових роботах розглядають термін «історична публіцистика»: А. Коник, О. Романчук, В. Романчук. Лексичні засоби у медіа розглядають у своїх працях С. Бузько, Т. Матвійчук, І. Житар. Стилістичні засоби переконливості стали об'єктом вивчення для таких науковців, як І. Мірошниченко, Ю. Маслова, Т. Бурмістренко. У процесі наукового дослідження використано такі **методи:** загальнонаукові (індукція, дедукція, аналіз, синтез), порівняльний, контент-аналіз, історичний та їх комбінацію.

3. Виклад основного матеріалу дослідження

Вважаємо, що питання тогочасності українців давно вийшло за межі наукових студій і часто обговорюється у масмедіа, насамперед, у формі публіцистичних текстів. Науковець О. Романчук стверджує, що історичну публіцистику можна вивчати як системний процес реабілітації істини, а також вважати першою, що взяла на себе місію усунути історичні провали в людській пам'яті, реабілітувати істину[1]. Дослідниця А. Коник зауважує: «Історична публіцистика суспільно-політичної періодики стала чинником, що вплинув на історіографічний контекст загалом, модернізував стандарт подання аналітичної інформації, наукову мову, що уможливило подальший фаховий критичний діалог»[2].

Історична публіцистика пов'язана із концептом публічної історії, який виникає у США. Сьогодні все ще тривають дискусії щодо дефініції, однак ми опиратимемося на визначення, яке подає Національна рада з публічної історії: «[…] публічна історія описує численні й різноманітні способи, за допомогою яких історія працює у світі. У цьому сенсі саме історія застосується до реальних проблем, – зазначає рада й наголошує на спорідненості публічної історії з прикладною»[3]. Отже, публічна історія є своєрідним способом пояснення минулого зрозумілою мовою, активізації комунікації на історичну тему. Для цього використовують виставки, фільми, музеї, медіатексти, тобто все те, що може «оживити» тогочасність. Вважаємо, що історична публіцистика є вужчим поняттям і навіть формою публічної історії, бо ж публіцисти, які розглядають минуле, намагаються інтерпретувати його, а також сприяти дискусії щодо тих історичних моментів, які мають вагомий вплив на сучасність.

---

[1] Романчук, О. (2001). *Історична публіцистика як складова системи державотворення та самоорганізації громадянського суспільства в Україні* : Автореферат дисертації кандидата філологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, с. 176-192.

[2] Коник, А. (2016), «Ресурси історичної пам'яті у дослідженні публіцистичного тексту: методологічний аспект», *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»,* вип. 16, с. 93-99.

[3] National Council on Public History, «How do we define public history?» URL: https: //ncph.org/what-is-public-history/about-the-field/ (accessed 11 January 2024).

Вище ми розглянули важливість історичного контексту в російсько-українській війні. Тому розуміємо, що сьогодні чимало українських та закордонних інтелектуалів використовують публіцистику, щоб виявити зв'язок минулого із сучасністю, який окреслює історичну тяглість у питанні російської агресії проти українців. Такі медіатексти завжди розраховані на співпрацю автора і читача, спираються на елементи персуазивності, тому виникає потреба розглянути засоби переконливості цих матеріалів.

Медіадискурс – це порівняно нове явище, яке формує чітке інформаційне середовище, здатне впливати на різні соціальні групи аудиторії. Розрізняють різні підходи до його розуміння, залежно від когнітивних установок адресанта (тобто ідеологічної спрямованості тексту, ідей та ставлень, закладених у ньому), характеристик цільової аудиторії, на яку орієнтований цей текст, а також лінгвістичних і екстралінгвістичних стратегій подачі інформації, закріплених безпосередньо в тексті. Щодо цього слушно зауважують дослідники Т. Матвійчук та І. Житар: «презентація інформації у ЗМІ, як правило, має прагматичну спрямованість, що вимагає ретельно підбирати та організовувати мовні засоби впливу на читача»[4].

Чіткого трактування поняття «переконливість текстів медіа» немає. Частково воно збігається з розумінням персуазивності, однак, на нашу думку, є ширшим за нього. Можемо навести таке тлумачення: «Персуазивність – це певний вплив автора письмового повідомлення на читача, щоб переконати його в чомусь, закликати до певних дій»[5]. Ми розуміємо переконливість медіатекстів як процес насичення контенту спеціальними засобами, які посилюють аргументацію. Цю думку можна підтвердити словами науковців: «Стратегію переконання реалізують, зокрема, за допомогою використання таких мовленнєвих інструментів, як особливий комплекс лексичних, граматичних, синтаксичних і стилістичних засобів»[6]. Це можуть бути риторичні та стилістичні прийоми, а також текстові категорії, що сприяють змістовності та ефективності комунікації, а також впливають на реципієнта.

Метою цього дослідження є аналіз мовних засобів переконливості у текстах історичної публіцистики. Для інтерпретації були обрані публікації українських авторів, що охоплюють різноманітні теми. У процесі аналізу ми виявили лексичні, синтаксичні та морфологічні засоби, які сприяють формуванню ефекту переконливості. Ці мовні елементи виступають як інструменти для залучення читача до співпраці, що стає важливою частиною авторської стратегії. Тому доцільним є теза науковиці С. Бузько, що мова медіа – «не лише засіб комунікації між так званою четвертою владою та суспільством, а також яскраве свідчення живих людських емоцій, почуттів, волевиявлень, що реалізується, зокрема, завдяки категорії експресивності»[7]. Таким

---

[4] Матвійчук, Т., Житар, І. (2024), «Мовні засоби впливу на читача у сучасних ЗМІ», *Закарпатські філологічні студії*, вип. 36, с. 39.

[5] Маслова, Ю. (2024), «Персуазивність газетного дискурсу сучасної України воєнного періоду», *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»,* вип. 18 (86), Вид-во НаУОА, Острог, с. 33.

[6] Бугайова, О., Бугайов, М. (2024), «Лінгвістичні аспекти персуазивності соціальної реклами», *Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікації: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 15 лютого 2024 р.).* К., с. 12.

[7] Бузько, С. (2024), «Лексичні засоби експресивізації мови українських ЗМІ сучасного воєнного періоду», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, № 65, с. 16.

чином, мовні засоби не тільки передають інформацію, а й активізують взаємодію з авдиторією, роблячи її учасником комунікаційного процесу.

З лексичних засобів ми виокремили метафори, антитези, іронію та фразеологізми. Метафора дає змогу не тільки передавати конкретні ідеї чи образи, але й створювати глибші асоціації, впливаючи на емоційний стан аудиторії. Звернімося до приладів: «…українці відчували екзистенційну загрозу від **нав'язливих російських обіймів**… Натомість **омріяне дітище** Путіна – "русский мир" – розлетівся на друзки»[8]; «Україна залишалася **небезпечним свідком** історичної крадіжки, нездоланною перешкодою на шляху до повного й беззастережного привласнення спадщини Русі. Вона була справді **чужорідним тілом** на чудовій міфологічній картині… Тому російське ставлення й російська політика щодо України були **забарвлені екзистенційною тривогою** – не лише тому, що без України росія переставала бути імперією в геополітичному сенсі, як це слушно зауважив Збіґнєв Бжезінський, а й тому, що переставала бути імперією за своєю культурною й психологічною суттю»[9].

У медіапросторі метафори використовують, щоб спростити складні концепції, зробити повідомлення більш зрозумілими та запам'ятовуваними. Вони також слугують інструментом для підсилення ідеологічних меседжів, можуть створювати враження простоти або складності певних явищ, підштовхуючи до певного світогляду чи дії. Поділяємо у цьому контексті погляд науковців: «Звернення мовців до метафор пояснюється бажанням увиразнити власне мовлення і таким чином привернути та утримати увагу аудиторії у потрібному напрямку»[10]. Загалом, метафора у медіа – це важливий прийом, який дає змогу розширити межі мови, забезпечуючи більшу гнучкість у вираженні складних ідей, емоцій та переконань. Вона допомагає залучати аудиторію, створюючи глибші зв'язки між повідомленням і сприйняттям, а також підвищує ефективність комунікації загалом.

Антитеза – це стилістичний прийом, який полягає у протиставленні двох взаємно виключних або контрастних ідей, понять чи образів, що підсилює виразність та драматизм висловлювання. У медіатекстах її використовують для посилення емоційного впливу, підкреслення контрасту між різними аспектами дійсності та привернення уваги до важливих соціальних, політичних чи культурних проблем. Науковець І. Мірошниченко пише про це так: «Контрастування смислових значень у антитезі, яке повинен розгадати реципієнт інформації, взаємодіють між собою, змальовуючи нову картину дійсності, викликаючи широкі фонові знання, пов'язані з обома значеннями. У цій фігурі поєднання протилежностей також уточнюють та увиразнюють мовленнєві устремління автора»[11]. У журналістиці антитеза слугує інструментом для створення сильних образів і підкреслення суперечностей.

---

[8] Рябчук, М. (2024), «Путін і Україна: історія хворобливої одержимості». URL: https: //zbruc.eu/node/117881 (дата звернення: 04.01.2025).

[9] Рябчук, М. (2024), «Імперське знання». URL: https: //zbruc.eu/node/118308 (дата звернення: 05.01.2025).

[10] Юмкуруз, А., Перлей, Г. (2022), «Лексико-граматичні засоби реалізації категорії персуазивності в дискурсі передвиборчих теледебатів», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, № 58, с. 197.

[11] Мірошниченко, І. (2020), «Прагматичні особливості стилістичних фігур у стислих текстах українського мас-медійного дискурсу», *Закарпатські філологічні студії*, вип. 13, т. 1, с. 86.

Антитеза також може бути ефективним засобом у текстах історичної журналістики, в яких важливо акцентувати на зіставленні понять, наочній демонстрації контрасту. Наприклад, «Засновники своїх модерних літератур XIX століття, **українець Шевченко** та **росіянин Пушкін**, радикально відмінні: Пушкін створив літературну російську мову, перенісши на неї **культ легкості** французьких belles lettres епохи рококо, **сплітаючи слова у повітря** – приємне, декороване, але необов'язкове і **політично гнучке**; Шевченко **витягує свої слова немов з-під землі, вони проростають у нього і крізь нього, немов поліські ліси; вони вросли своїм корінням в цю землю і нікуди не збираються з неї йти**, – тому вони **політично незламні**»[12]. Цей прийом дає змогу зобразити складні явища через контрасти, створюючи у читача чітке уявлення про протилежні сторони питання.

За допомогою іронії можна передавати складні ідеї, ставлення до подій або осіб, а також створювати багатошарові повідомлення, що підштовхують читача до роздумів або зміни поглядів. Звернімось до прикладів вживання іронії. «І навіть якщо деякі з них самі не готові йти і брати в руки зброю, вони палко делеґують право на це своїм співвітчизникам, **своїм "ребяткам", своїм "мальчикам"**»[13]; «Послання **вождя** зводяться до кількох простих ідей…[14]; «Іншими словами, фактор "**варвара на коні**" – чи, кажучи сучасною мовою, російського солдата на танку – не діє»[15]. Іронію використовують в аналітичних текстах, що дає змогу авторові чітко та однозначно висловити свою думку[16]. Загалом, іронія в медіатекстах є ефективним способом вираження ставлення до подій, осіб чи ідей, що дає змогу зберігати інтелектуальну гнучкість і водночас наголошувати на важливості або абсурдності певних явищ.

Залучення фразеологізмів у журналістські матеріали створює ефективний зв'язок між автором і читачем через вираження ставлення до описуваних подій, явищ чи осіб. Розгляньмо на прикладах: «Завданням українських інтелектуалів, які **опинилися на вістрі** історичного процесу, є вироблення мови, релевантної світові, який буде встановлено волею українського народу»[17]; «Сумнівний **статус-кво** міг би тривати вічно… Проте деколонізація справді постала тепер на **порядку денному** в західній гуманістиці – принаймні як гасло… Йдеться навіть не про виживання режиму і необхідність "**закручувати гайки**"…»[18]; «Воно було **наріжним каменем** російської (імперської) ідентичності… Одним із них був низовий український патріотизм, який у всіх критичних ситуаціях…виразно **брав гору** над залишковою прив'язаністю до уявної східнослов'янської спільноти і врешті призвів до радикального з нею розриву… Російське вторгнення 2014 року фактично **поклало край** тривалій амбівалентності

[12] Єрмоленко, В. (2022). «Хто ми є?» URL: https: //zbruc.eu/node/113466 (дата звернення: 05.01.2025).
[13] Рафєєнко, В. (2023), «Як мертва російська культура вбиває українців», *Критика,* № 3–4, с. 28–33.
[14] Рябчук, М. (2024), «Путін і Україна: історія хворобливої одержимості». URL: https: //zbruc.eu/node/117881 (дата звернення: 04.01.2025).
[15] Грицак, Я. (2022), «Від таких воєн залежить доля світу». URL: https: //pen.org.ua/vid-takyh-voyen-zalezhyt-dolya-svitu (дата звернення: 06.01.2025).
[16] Більовська, Н. (2021), «Мовні засоби вираження образу адресата у регіональному медіадискурсі (на прикладі газети «Високий Замок»), *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, т. 32, № 1, ч. 3, с. 188.
[17] Козленко, І. (2022), «Україна як суб'єкт: пошук нової мови», *Критик*а, № 1–2, с. 27.
[18] Рябчук, М. (2024), «Виклики деколонізації». URL: https: //zbruc.eu/node/118380 (дата звернення: 05.01.2025).

України...»[19]; «…якщо темпи будуть зберігатися, то у 2030-му наступить **ідеальний шторм...** Навпаки, це те, що дає нам **хліб для роздумів**…»[20]. Використання фразеологізмів у медіатекстах допомагає наголосити на важливих моментах, створюючи у читача певні асоціації або розкриваючи авторську позицію.

З синтаксичних засобів ми виокремили риторичні запитання, прийом «запитання-відповідь», вживання вставних слів, особливо на початку речення. Риторичні запитання – це твердження чи заперечення, вписане у форму запитання. Воно містить відповідь в собі самому, тому не передбачає однозначної відповіді «так» чи «ні». У текстах історичної публіцистики ми виявили такі випадки вживання: «Сьогодні багато хто нас питає: хто ви такі? Звідки ви взялися? Чому ви не здаєтеся?»[21]; «Що вже казати про так звану “русскую весну” 2014 року?.. Як зрозуміти той жах, який вона принесла в наші життя? Ким є ці істоти, які на танках привезли під сам Київ свою “велику культуру”? Чи можна думати про них, як про людей? Що Києву мислити про москву, так званого “старшого брата”, який насправді всі століття сусідського існування поводився як божевільна молодша сестра?»[22]; «Але чи можемо ми використовувати радянські наративи собі на користь, не скотившись до пропаганди, якій вони слугували? Чи варто називати цю війну вітчизняною, послуговуючись термінологією російської історіографії?»[23]; «Ця війна по-новому ставить ключове питання: чи можливий людський прогрес без катастроф?.. Якщо немає інституцій, як це почуття може вижити, помножитись?»[24]. Риторичне запитання викликає певні вербальні та невербальні реакції, підвищує експресивність мови, надає їй естетичної цінності[25].

Прийом запитання-відповідь зі зверненням безпосередньо до читача також є мотиватором до інтелектуальних дій, оскільки пропонує читачеві спільно з автором працювати над осмисленням проблеми. Його використання підсилює утворення діалогічних процесів між автором та реципієнтом, адже читач отримує вже готову, авторитетну відповідь на пропоноване питання[26]. Звернімося до прикладів такого вживання: «Чому я його процитував? Бо він порушує тему, яку історики вважають центральною для сучасності й не тільки… Що це означає? Має бути хтось, хто доглядає, – потрібна порода садівників, які дбають… Чому? Бо завше є хтось серед тих садівників, які представляють іншу етику, – чи, можна сказати, естетику або метафізику… Хто зараз пам’ятає, що чукчі, з яких ми так часто сміялися, перетворюючи їх в об’єкт расистських анекдотів, 150 років воювали – воєнно, зі зброю – з росією і

[19] Рябчук, М. (2024), «Імперське знання». URL: https: //zbruc.eu/node/118308 (дата звернення: 05.01.2025).
[20] Грицак, Я. (2023), «Спасти себе і спасти ціле людство». URL: https: //zbruc.eu/node/115430 (дата звернення: 06.01.2025).
[21] Єрмоленко, В. (2022), «Хто ми є»». URL: https: //zbruc.eu/node/113466 (дата звернення: 05.01.2025).
[22] Рафєєнко, В. (2023), «Як мертва російська культура вбиває українців», *Критика,* № 3–4, с. 28–33.
[23] Козленко, І. (2022), «Україна як суб’єкт: пошук нової мови», *Критика*, № 1–2, с. 27.
[24] Грицак, Я. (2023), «Спасти себе і спасти ціле людство». URL: https: //zbruc.eu/node/115430 (дата звернення: 06.01.2025).
[25] Бурмістенко, Т. (2013), «Риторичне питання як механізм аргументативного впливу в офіційній промові», *Проблеми семантики слова, речення та тексту,* № 30, с. 15.
[26] Більовська, Н. (2021), «Мовні засоби вираження образу адресата у регіональному медіадискурсі (на прикладі газети «Високий Замок»), *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, т. 32, № 1, ч. 3, с. 189.

стали жертвою? Бачимо, що робиться: не просто стирають із пам'яті, а перетворюють на об'єкт насмішок. Хакаси, тувинці, буряти – вони також були стійкими, не забуваймо про це, вони також мали стійкість. Не ми єдині: напевно, стійкість – це дуже людське. Чому вони не збереглися? А тому, що надто далеко від того досвіду, який ми мали безпосередньо, який ми мали щастя мати… Що далі? Перемога»[27]; «Що сьогодні прагнуть зробити росіяни? Знищити її ще раз»[28].

Однією з основних переваг використання «запитання-відповідь» у медіатекстах є те, що цей прийом дає змогу організувати інформацію так, щоб вона була більш зрозумілою і логічною для сприйняття. Запитання формулюють на основі тем, що цікаві або важливі для авдиторії, а відповідь на нього містить чітку та аргументовану інформацію, що дає змогу уникнути зайвої складності в подачі матеріалу. Таким чином, цей прийом підвищує доступність інформації для широкої аудиторії.

Дослідниця О. Арешенкова-Левченко стверджує, що вставні слова «своєю семантикою підкреслюють високий ступінь упевненості адресанта в реальності повідомлення. Часто за допомогою таких слів продуцент не тільки демонструє свою позицію до сказаного, але й нав'язує її адресату»[29]. Знаходимо приклади такого вживання: «**Мовляв**, вони розмовляють російською, тож самі винні в тому, що відбулося… **Вочевидь**, нашому народові нарешті треба прокинутися від важкого пострадянського сну, в якому не було місця прозорому баченню реальности… **Либонь**, саме чинник свідомої відмови від особистої свободи, свободи громадянської не дав російському національному комплектові художніх висловлювань… **Здається**, це не надто складне завдання, якщо на цьому шляху не створювати самим собі зайвих труднощів… **Далебі**, саме це й становить головну різницю у світобаченнях росіянина і притомного українця: ставлення до наявности на планеті державного утвору, званого росією»[30]; «**Зокрема,** поява ліберальних демократій у XIX ст… **Очевидно,** що кожне історичне порівняння кульгає»[31]. У медійних текстах вставні слова застосовують для стислості викладу або експресії, а також вираження впевненості автора в тому, що він пише, демонстрації роздумів**.** Окрім того, їх можуть використовувати для створення когезії тексту, для зв'язування висловлених ідей та для звернення безпосередньо до читача.

Серед морфологічних засобів ми виділили у медіатекстах звернення до читача, які виявляються в уживанні особових та присвійних займенників, а також дієслів, що співвідносяться з цими особами. У текстах історичної публіцистики ми виокремили два типи вживання. У першому типі використано займенники ІІ особи множини та відповідні дієслова, коли автор говорить про росіян, надаючи своєму висловлюванню емоційного забарвлення і виявляючи у такий спосіб внутрішню відокремленість

---

[27] Грицак, Я. (2023), «Спасти себе і спасти ціле людство». URL: https: //zbruc.eu/node/115430 (дата звернення: 06.01.2025).

[28] Єрмоленко, В. (2022). «Хто ми є?» URL: https: //zbruc.eu/node/113466 (дата звернення: 05.01.2025).

[29] Арешенкова-Левченко, О. (2020), «Модальні слова як стилістичний ресурс рекламного дискурсу», *Матеріали доповідей, приурочених 90-річчю Криворізького державного педагогічного університету, виголошених у рамках VI Міжнародної наукової конференції «Українська мова серед інших слов'янських: етнологічні та граматичні параметри»: зб. наук. праць*, Кривий Ріг, с. 10.

[30] Рафєєнко, В. (2023), «Як мертва російська культура вбиває українців», *Критика,* № 3–4, с. 29–32 .

[31] Грицак, Я. (2022), «Від таких воєн залежить доля світу». URL: https: //pen.org.ua/vid-takyh-voyen-zalezhyt-dolya-svitu (дата звернення: 06.01.2025).

від суб'єктів, про які мовиться: «Це справа рук **ваших** співгромадян, дорогі росіяни. І **ви теж винні** в цьому. Не **можете** не бути винними. Бо це **ваша країна, ваш народ робить усе це жахіття. Ви дали мовчазну згоду** на те, щоб такі жахіття стали можливі, навіть якщо припустити, що не дійшло до вашої активної участи у формуванні сучасних імперських наративів…. Прокляття впало на **ваші голови, панове**. Із **вашою** бардівською піснею. Із **вашою** культурою. Із сентиментальною любов'ю до будь-якої влади. Із **вашим** цинізмом і презирством до Іншого. І нікуди **вам** від цього прокляття не подітися»[32].

Другий тип пов'язаний із вживанням займенників І особи множини, які вказують на спільність автора з його читачем, та форм займенників ІІ особи множини, однак у цьому випадку вони виконуватимуть роль активаторів до дії: «Застосовуючи ту саму метафору, мабуть, виражу загальне почуття, що **ми** нічого не хочемо більше, ніж перемоги. Але я також десь відчуваю те, що **нас** підсвідомо мучить: мабуть, нічого так зараз не **боїмося**, як цієї перемоги. Бо **знаємо** рівень проблем, що **нас** чекають після цієї перемоги... З історії **знаємо**… А це ключовий момент стійкості і в Україні, і у всьому світі – чи ми **зможемо** витримати такий темп без катастрофи… **Уявіть собі** це подвоєння числа людей, які живуть у світі, – при тому, що кількість ресурсів залишилася та сама і рівень наших проблем не зник, а посилюється. При цьому **зважте** на те, вони робили прогноз про ідеальний шторм у 2030 році, не знаючи про можливість війни між Росією й Україною… Але **подумайте** в інший спосіб…»[33].

Морфологічні засоби дають змогу встановити тісніший зв'язок між автором і його авдиторією, а також виявити ставлення до зображуваних подій. Вони сприяють активному залученню читача до обговорення теми, допомагають зробити текст більш персоналізованим і доступним, а також створюють ефективніший емоційний вплив. Це своєрідні заклики до дії, щоб спонукати читача до конкретних кроків. Вони можуть проявлятися у словах «*уявіть», «зважте», «подумайте»* та інші. Заклики створюють відчуття терміновості і мотивують до активних дій. Вони допомагають не лише залучити увагу, але й вплинути на рішення читача.

4. Результати дослідження

У науковій розвідці ми розглянули лексичні, синтаксичні та морфологічні засоби переконливості в історичній публіцистиці. На основі вживання цих засобів автор може створити безпосередній зв'язок зі своїм читачем, впливати на нього, підштовхувати до ухвалення певних рішень або дій. Зважаючи на поширення російської пропаганди і необхідність протидії їй, постає потреба розвитку напрямку історичної публіцистики з подальшою перспективою її вивчення.

5. Висновки

Історичну публіцистику використовують для того, щоб ретранслювати історію Української держави, розглянути минуле народу в контексті отриманого досвіду та сучасних викликів. Медіатексти такого формату дають можливість охопити значно більшу авдиторію, аніж монографії чи спеціалізовані матеріали про вивчення історичних подій, оскільки стилістика і манера їх написання простіша та зрозуміліша.

---

[32] Рафєєнко, В. (2023), «Як мертва російська культура вбиває українців», *Критика,* № 3–4, с. 31.

[33] Грицак, Я. (2023), «Спасти себе і спасти ціле людство». URL: https: //zbruc.eu/node/115430 (дата звернення: 06.01.2025).

Тому постає потреба у дослідженні мовних засобів текстів історичної публіцистики. На основі аналізу ми виділили три групи таких інструментів. З лексичних ми виокремили метафори, антитези, іронію та фразеологізми. Метафора є одним із засобів виразності та емоційного впливу в медіатекстах. Використання антитези дає можливість не лише збудувати логічний контекст, а й створити сильний емоційний заряд, формуючи в аудиторії чітке розуміння протилежних позицій та впливаючи на її рішення і ставлення до різних аспектів життя. У журналістиці іронію використовують для висвітлення абсурдних ситуацій, несправедливості або суперечностей, часто з метою критики певних подій чи дій. Завдяки цьому можна подати інформацію менш прямолінійним, більш доступним і легшим для сприйняття способом, водночас підкреслюючи її або ж важливість, або ж нелогічність. Фразеологізми, завдяки своїй сталій формі та образному навантаженню, збагачують текст, надаючи йому живості та емоційного забарвлення.

Серед синтаксичних засобів переконливості ми виділили вживання риторичних запитань, прийому «запитання-відповідь», вставних слів. Використання синтаксичних засобів роблять текст читабельнішим і зрозумілішим. У процесі застосування прийомів риторичних і «запитань-відповідей» їх формулюють з урахуванням тем, які є цікавими або важливими для аудиторії, а відповідь на них надає чітку та обґрунтовану інформацію, що дає змогу спростити подачу матеріалу. Вставні конструкції вживають для доповнення, роз'яснення чи уточнення предметного змісту речення. Морфологічні засоби створюють враження безпосереднього діалогу між автором і читачем, роблячи текст більш інтимним і персоніфікованим. Такий підхід сприяє підвищенню доступності інформації для широкого кола осіб.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. National Council on Public History, "How do we define public history?" URL: https: // ncph.org/what-is-public-history/about-the-field/ (accessed 11 January 2024).
2. Арешенкова-Левченко, О. (2020), «Модальні слова як стилістичний ресурс рекламного дискурсу», *Матеріали доповідей, приурочених 90-річчю Криворізького державного педагогічного університету, виголошених у рамках VI Міжнародної наукової конференції «Українська мова серед інших слов'янських: етнологічні та граматичні параметри» : зб. наук.праць*, Кривий Ріг, с. 9–12.
3. Більовська, Н. (2021), «Мовні засоби вираження образу адресата у регіональному медіадискурсі (на прикладі газети «Високий Замок»), *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, т. 32, № 1, ч. 3, с. 187–192.
4. Бугайова, О., Бугайов, М. (2024), «Лінгвістичні аспекти персуазивності соціальної реклами», *Сучасні соціокультурні трансформації: медіа, мова, комунікації: зб. матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 15 лютого 2024 р.*), К., с. 11–12.
5. Бузько, С. (2024), «Лексичні засоби експресивізації мови українських ЗМІ сучасного воєнного періоду», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, № 65, с. 16–19.
6. Бурмістенко, Т. (2013), «Риторичне питання як механізм аргументативного впливу в офіційній промові», *Проблеми семантики слова, речення та тексту*, № 30, с. 14–19.

7. Грицак, Я. (2022), «Від таких воєн залежить доля світу». URL: https: //pen.org.ua/vid-takyh-voyen-zalezhyt-dolya-svitu (дата звернення: 06.01.2025).
8. Грицак, Я. (2023), «Спасти себе і спасти ціле людство». URL: https: //zbruc.eu/node/115430 (дата звернення: 06.01.2025).
9. Єрмоленко, В. (2022). «Хто ми є»». URL: https: //zbruc.eu/node/113466 (дата звернення: 05.01.2025).
10. Козленко, І. (2022), «Україна як суб'єкт: пошук нової мови», *Критика*, № 1–2, с. 26–28.
11. Коник, А. (2016), «Ресурси історичної пам'яті у дослідженні публіцистичного тексту: методологічний аспект», *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»,* вип. 16, с. 93–99.
12. Маслова, Ю. (2023), «Персуазивність газетного дискурсу сучасної України воєнного періоду», *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія».* Острог: Вид-во НаУОА, Вип. 18 (86), с. 33–36.
13. Матвійчук, Т., Житар, І. (2024), «Мовні засоби впливу на читача у сучасних ЗМІ», *Закарпатські філологічні студії*, вип. 36, с. 38–42.
14. Мірошниченко, І. (2020), «Прагматичні особливості стилістичних фігур у стислих текстах українського мас-медійного дискурсу», *Закарпатські філологічні студії,* вип. 13, т. 1, с. 83–87.
15. Рафєєнко, В. (2023), «Як мертва російська культура вбиває українців», *Критика,* № 3–4, с. 28–33.
16. Романчук, О. (2001). *Історична публіцистика як складова системи державотворення та самоорганізації громадянського суспільства в Україні*: Автореферат дисертації кандидата філологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, с. 176–192.
17. Рябчук, М. (2024), «Виклики деколонізації». URL: https: //zbruc.eu/node/118380 (дата звернення: 05.01.2025).
18. Рябчук, М. (2024), «Імперське знання». URL: https: //zbruc.eu/node/118308 (дата звернення: 05.01.2025).
19. Рябчук, М. (2024), «Нація нізвідки». URL: https: //zbruc.eu/node/118360 (дата звернення: 05.01.2025).
20. Рябчук, М. (2024), «Путін і Україна: історія хворобливої одержимості». URL: https: //zbruc.eu/node/117881 (дата звернення: 04.01.2025).
21. Юмкуруз, А., Перлей, Г. (2022), «Лексико-граматичні засоби реалізації категорії персуазивності в дискурсі передвиборчих теледебатів», *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*, № 58, с. 194–198.

REFERENCES

1. National Council on Public History, «How do we define public history?» URL: https: //ncph.org/what-is-public-history/about-the-field/ (accessed 11 January 2024).
2. Areshenkova-Levchenko, O. (2020), "The modal words as a stylistic resource of advertising discourse"*, Materials of reports dedicated to the 90th anniversary of the Kryvyi Rih State Pedagogical University, delivered within the framework of the VI international scientific conference* "*The Ukrainian language among other Slavic languages: ethnological and grammatical parameters*"*: coll. scientific works,* Kryvyi Rih, pp. 9–12.

3. Bilovska, N. (2021), "The language means of expression of the addressee's image in the regional media discourse (on the example of the newspaper "Vysokyi Zamok")", *Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: Philology. Journalism,* т. 32 № 1 part 3, pp. 187–192.
4. Bugayova, O., Bugayov, M. (2024), "Linguistic aspects of persuasiveness of social advertising", *Modern sociocultural transformations: media, language, communications: coll. of the materials of the International Scientific and Practical Conference (Kyiv, February 15, 2024),* K., pp .11–12.
5. Buzko, S. (2024), "Lexical means of expressing the language of the Ukrainian mass media of the modern wartime period", *International Humanitarian University Herald. Philology,* № 65, pp. 16–19.
6. Burmistrenko, T. (2013), "Rhetorical question as a mechanism of argumentative influence in an official speech", *Problems of word, sentence and text semantics,* № 30. pp. 14–19.
7. Hrytsak, Y. (2022), "The fate of the world depends on such wars". URL: https: //pen.org.ua/vid-takyh-voyen-zalezhyt-dolya-svitu (accessed 6 January 2025).
8. Hrytsak, Y. (2023), "Save yourself and save all humanity". URL: https: //zbruc.eu/node/115430 (accessed 6 January 2025).
9. *Jermolenko, W. (2022),* "*Who are we*". URL: https: //zbruc.eu/node/113466 (accessed 5 January 2025).
10. Kozlenko, I. (2022), "Ukraine as a subject: the search for a new language", *Krytyka,* № 1–2, pp. 26–28.
11. Konyk A. (2016), "Resources of historical memory in the study of journalistic text: methodological aspect"*, Visnyk of Dnipropetrovsk University. Series "Social Communications",* issue 16, pp. 93–99.
12. Maslova, Y. (2023), "Persuasiveness of newspaper discourse of modern Ukraine during the war period", *Scientific Proceedings of Ostroh Academy National University: Philology Series,* Ostroh, vol. 18 (86), pp. 33–36.
13. Matviichuk, T., Zhytar, I. (2024), "Linguistic means of influence on the reader in modern media", *Transcarpathian Philological Studies*, vol. 3, pp. 38–42.
14. Miroshnychenko, I. (2020), "Pragmatic features of stylistic figures in concise texts of Ukrainian mass media discourse", *Transcarpathian Philological Studies*, vol. 13. т. 1, pp. 83–87.
15. Rafeyenko, V. (2023), "How dead Russian culture kills Ukrainians", *Krytyka,* № 3–4, pp. 28–33.
16. Romanchuk, O. (2001). *Historical journalism as a component of the system of state formation and self-organization of civil society in Ukraine:* Abstract of the dissertation of the candidate of philological sciences, Taras Shevchenko National University of Kyiv, pp. 176–192.
17. Ryabchuk M. (2024), "Challenges of decolonization". URL: https: //zbruc.eu/node/118380 (accessed 5 January 2025).
18. Ryabchuk M. (2024), "Imperial Knowledge". URL: https: //zbruc.eu/node/118308 (accessed 5 January 2025).
19. Ryabchuk M. (2024), "A nation from nowhere". URL: https: //zbruc.eu/node/11836 (accessed 5 January 2025).

20. Ryabchuk M. (2024), "Putin and Ukraine: the story of a morbid obsession". URL: https://zbruc.eu/node/117881 (accessed 4 January 2025).
21. Yumrukuz, A., Perlei, H. (2022), "Lexical and grammatical means of implementing the category of persuasiveness in the discourse of pre-election TV debates", *International Humanitarian University Herald. Philology,* № 58, pp. 194–198.

MEANS OF PERSUASIVENESS OF HISTORICAL JOURNALISM TEXTS

Natalia Bilovska
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: Nataliya.Bilovska@lnu.edu.ua
https: //orcid.org/0000-0002-6902-1534

Marta Stelmakh
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: marta.stelmakh2911@gmail.com
https: //orcid.org/0000-0002-4224-237X

Journalistic texts incite the recipient to insights and influence the formation of public opinion. Historical journalism change the traditional scientific attitude to the review of past events and diversify commemorative processes, particularly in countries that were under the oppression of the Soviet empire. The article analyzes the means of persuasiveness in the texts of historical journalism and explores their use in articles by Ukrainian journalists who examine the foretime of Ukrainians, first of all in the context of the Russian-Ukrainian war. The research subject are the means that contribute to the persuasiveness and argumentation of texts on historical themes. The goal of research is to identify the means of persuasiveness used by journalists in materials on historical themes.

The scientific study understands the importance of studying the means used by authors to persuasiveness. Exertion of influence in the texts of historical journalism involves the use of language as the main tool of persuasiveness. You can influence the addressee by attracting attention, creating an emotional background, and using of linguistic means. In the course of the analysis we have identified lexical, syntactic and morphological means that contribute to the formation of the persuasive effect. These linguistic elements act as tools to engaging the reader in cooperation, which becomes an important part of the author's strategy. The Results show that verbal means of persuasiveness are expressed as a process of filling the text with special lexical, stylistic and morphological techniques that contribute to the content and effectiveness of communication, as well as influence the reader. These tools not only transmit information but also activate interaction with the audience, making them a participant in the communication process.

Key words: historical journalism; media text; public history; emotional-value vocabulary; persuasiveness.

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 207–217 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13304

УДК [811.161.2'373.4/.6'276:007:654.19]:355.01(470+571-651.1:477)"20"

МОВА ВІЙНИ: ЛЕКСЕМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ВОРОГА

Вікторія Тимофій
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: vikatimofij@gmail.com

Наталія Лебеденко
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: Nataliya.Mykhaylychenko@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0003-3599-3914

У статті проаналізовано лексеми на позначення ворога під час російсько-української великої війни, що зафіксовано в українських медіаресурсах, наведено приклади контекстів, у яких вони вжиті, пояснено значення та функційне навантаження. Зокрема, зосереджено увагу на трьох групах лексем, що позначають ворога: 1) назви країни-агресорки; 2) новотвори, що називають очільника російського вторгнення; 3) назви на позначення російських військових.

Ключові слова: мова війни, російсько-українська війна, новотвори на позначення ворога.

Постановка проблеми. Велика війна змінила усі сфери життя в Україні. Свої правила війна диктує також для медіа та журналістів. Станом на 29 вересня 2024 року від початку повномасштабного вторгнення рф на територію України окупанти вбили щонайменше 102 медійників[1]. Сотні медіа припинили роботу, тисячі журналістів виїхали, стали внутрішньо переміщеними особами або вступили до лав ЗСУ. Перед українськими медіа постала низка проблем: фінансова криза та брак фахівців, звуження контенту до воєнної тематики, переслідування, полон та катування журналістів, стрес, робота з чутливими темами. Водночас відбувались масовані ракетні обстріли та знеструмлення, що значно ускладнювало роботу, але попри всі ці чинники медіа продовжували функціонувати та створювати якісний інформаційний продукт. Досліджувати тему впливу війни на медіа можна в різних аспектах, зокрема в аспекті змін в українському мовному медіадискурсі. Мова відображає всі зміни, процеси, що відбуваються в суспільстві. Під час війни виникло чимало новотворів,

[1] Список журналістів, які загинули від початку повномасштабної російської агресії. URL: https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv/

© Тимофій В., Лебеденко Н., 2025

що окреслюють настрої, ставлення, відчуття українців, які перебувають всередині жахливих подій. Новотвори російсько-української війни акумулювали емоції та біль українців і, безперечно, стали маркером цієї доби. Ці лексеми заповнили не лише заголовки статей українських медіа, а й перші сторінки світових статей. Важливо зафіксувати і дослідити новотвори, пов'язані з війною, як своєрідні документи-свідчення російсько-української війни. «Досліджувати мову медіа важливо і для того, щоб розуміти, які наративи просувають таким чином у маси», – наголошує Н. Більовська[2], а М. Яцимірська зазначає: «Усвідомити зміст нових понять і термінів, пояснити ширшу канву причин і наслідків воєнно-політичних подій – місія, яка потребує глибокого аналізу та об'єктивних висновків»[3].

Отже, перед науковцями сьогодні постає завдання зафіксувати новотвори, що стосуються війни, та укласти словники, адже після Перемоги більшість з них зникне з ужитку. А ці лексеми – своєрідний документ-свідчення страхітливих діянь російських військових в Україні.

Мета пропонованої статті – проаналізувати та систематизувати зафіксовані лексеми-новотвори, що позначають ворога українців під час російсько-української війни.

Теоретичне підґрунтя. Новотвори, що виникли під час російсько-української війни, досліджували Н. Більовська[4], Г. Вусик та Н. Павлик[5], С. Гриценко[6], І. Козинець[7], І. Рогальська-Якубова та Н. Чепелюк[8], М. Яцимірська[9] та інші. Зокрема, у праці І. Козинець досліджено процес неологізації, Г. Вусик та Н. Павлик здійснили спробу опису та систематизації інноваційних процесів у період російсько-української війни, у

---

[2] Більовська, Н. Б. (2023), «Лексика періоду повномасштабного вторгнення: новотвори, призначення, аксіологія», *Українські та закордонні медіа перед викликами сучасності: збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2022 рік (секція «Журналістики»)*, упоряд. Андрій Яценко, Простір-М, Львів, с. 124-126. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/10/Zbirnyk-tez-zvitnoi-konferenetsii-za-2022-rik.pdf

[3] Яцимірська, М. (2023), «Мова війни і "контрнаступальна" лексика у стислих медійних текстах», *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, вип. 52-53, с. 281.

[4] Більовська, Н. Б. (2023), «Лексика періоду повномасштабного вторгнення: новотвори, призначення, аксіологія», *Українські та закордонні медіа перед викликами сучасності: збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2022 рік (секція «Журналістики»)*, упоряд. Андрій Яценко, Простір-М, Львів, с. 124-126. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/10/Zbirnyk-tez-zvitnoi-konferenetsii-za-2022-rik.pdf

[5] Вусик, Г. Л., Павлик, Н. (2023), «Неологізми як мовне відображення російсько-української війни 2022 року», *Закарпатські філологічні студії*, Т. 1, № 23, С. 52–57. URL: https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.23.1.9

[6] Гриценко, С. (2022), «Мовні інновації російсько-української війни 2022 року», *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*, 2(32)/2022, с. 9-13. URL: https://doi.org/10.17721/1728-2659.2022.32.02

[7] Козинець, І. (2023), «Відображення війни у мові крізь призму неологізмів», *Актуальні питання гуманітарних наук. Мовознавство. Літературознавство*, вип. 61, т. 2, с. 135-140. URL: https://doi.org/10.24919/2308-4863/61-2-22

[8] Рогальська-Якубова, І., Чепелюк, Н. (2024), «Воєнні неологізми на позначення ворога в інтернет-дискурсі». *Актуальні питання гуманітарних наук. Мовознавство. Літературознавство*, вип. 59, т. 3, с. 101–107. URL: https://doi.org/10.24919/2308-4863/59-3-15

[9] Яцимірська, М. (2023), «Мова війни і "контрнаступальна" лексика у стислих медійних текстах», *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, вип. 52-53, с. 280–290. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/

розвідці С. Гриценко проаналізовано структурно-семантичну природу «авторських» новотворів, особливості їхнього функціонування, у статті І. Рогальської-Якубової та Н. Чепелюк здійснено систематизацію новотворів на позначення ворога, поширених в інтернет-дискурсі. Щодо державної ідеології РФ почали вживати термін *рашизм*, утворений поєднанням слів *russia* і *фашизм*, з яким її порівнюють. Суть цієї людиноненависницької ідеології проаналізував О. Романчук[10].

Як зазначають дослідники, «мовним маркером російсько-української війни 2022 р. стали новотвори, які акумулювали в собі увесь спектр емоцій українського народу до агресора, його політичних поплічників у Європі та світі, а також ставлення українців до бездіяльності та пасивності переважної більшості росіян»[11]. Але причиною появи слів такого стилю є не «підігравання досить значної частини авторів масмедійних матеріалів низьким смакам і вподобанням певної частини членів українського суспільства з метою бути «своїми», подавати матеріали, як вважають такі адресанти, дохідливіше й впливовіше»[12], а потреба виразити власний і загальнонародний гнів, осуд, біль, що перевищує критичну межу вміння зберігати зовнішній спокій[13].

Журналісти АрміяInform зібрали словничок найвідоміших неологізмів російсько-української війни. Він налічує лише близько 40 новотворів[14]. Цікавим феноменом є поява слів, пов'язаних з війною в Україні, у словниках іноземних мов. Це підкреслює, що події в нашій країні впливають на світову спільноту. Наприклад, у англійському сленговому онлайн-словнику Urban Dictionary з'явилось *to ukraine*, що дослівно означає «українізувати, зукраїнити»[15].

Цей словник також фіксує слово *palyanytsya* як «підступне слово для росіян, тому що вони не можуть його вимовити»[16]. *Паляницю* як слово-пароль на початку вторгнення почали активно використовувати військові, тероборонівці та просто громадяни. Росіяни не здатні вимовляти звук [ц] в кінці слова м'яко або пом'якшено, що закономірно для української вимови: *промінець, суниця*. Такий відомий прийом – «шиболет», що застосовували у військовій тактиці багатьох держав світу, допомагає визначити, що для людини чи групи людей мова не рідна[17]. Наприклад, під час Дру-

[10] Романчук, О. (2022), «Рашизм – ракова пухлина для людства», *Універсум*, №3-4, с. 6-15. URL: https://universum.lviv.ua/data/magarticles/files/3072.pdf

[11] Гриценко, С. (2022), «Мовні інновації російсько-української війни 2022 року», *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*, 2(32)/2022, с. 9-13. URL: https://doi.org/10.17721/1728-2659.2022.32.02

[12] Стишов, О. А. (2025), «Семантичні неологізми в дискурсі українськомовних мас-медіа початку XXI століття», *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*, вип. 13, с. 364-374. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2015_13_53

[13] Рогальська-Якубова, І., Чепелюк, Н. (2024), «Воєнні неологізми на позначення ворога в інтернет-дискурсі». *Актуальні питання гуманітарних наук. Мовознавство. Літературознавство*, вип. 59, т. 3, с. 101–107. URL: https://doi.org/10.24919/2308-4863/59-3-15

[14] Букет, Є. «АрміяInform представляє словник неологізмів української мови», *Інформаційне агентство АрміяInform*. URL: https://armyinform.com.ua/2022/07/20/armiyainform-predstavlyaye-slovnyk-neologizmiv-ukrayinskoyi-movy/

[15] Сленговий онлайн-словник "Urban Dictionary": Ukrained. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Ukrained

[16] Сленговий онлайн-словник "Urban Dictionary": Palyanytsya. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=palyanytsya

[17] Сюта, Г. М. (2022), «Мова - наша зброя: нові сенси старої метафори в період російсько-української війни», *Культура слова*, № 97. URL: https://doi.org/10.37919/0201-419X-2022.97.8

гої світової війни голландці використали як кодове слово назву міста Схевенінген (Scheveningen), оскільки вони, на відміну від німців, вимовляють *сх*, а не *ш.* Американці на тихоокеанському фронті послугувалися словом *lollapalooza*, тому що носії японської мови часто вимовляють *л* як *р*[18].

Методологічна база. За допомогою методу дедукції проаналізовано явище творення нових слів у мові. Всебічному та ґрунтовному висвітленню теоретичної частини дослідження сприяло застосування методу вивчення та аналізу літератури, а виокремити конкретні приклади використання в медіа новотворів вдалось за допомогою методу контент-моніторингу. Описовий метод використано для пояснення структури та значення новотворів.

Виклад основного матеріалу. У цьому дослідженні аналізуємо кілька тематичних груп на позначення ворога. До першої належать назви на позначення країни-агресорки. Початок повномасштабного вторгнення став періодом чи не найбільшої емоційної напруги для людей. Українці не втрачали можливості висловити своє ставлення до країни-агресорки, її президента і не шкодували для цього фантазії. Дописи та коментарі соціальних мереж налічують десятки новотворів на позначення росії, які можемо назвати водночас дисфемізмами: *дегенераша* (злиття слів *дегенерат*, що описує людину з помітними відхиленнями у своїй поведінці і психічних якостях від соціальної норми, та транслітерації англійського *Russia*), *раша-деревняша* (вживають у контексті того, що значну частину територій рф становлять села, які перебувають за межею бідності), *недодержава, недокраїна* (префікс *недо-* означає дію, стан або якість, що виявляються в процесах, ознаках і предметах неповно*;* у цьому контексті він означає, що де-юре росія – це країна та держава за визначеннями цих понять, але де-факто її складно так назвати порівняно з сучасними розвиненими країнами, зважаючи на злочини проти людства, які вона чинить в Україні, а також через відсутність свободи слова, фальсифікацію результатів виборів, політичні переслідування тощо), *терраша* (підкреслює, що росія – це держава-терорист), *pazzія* (літера Z стала символом повномасштабного вторгнення, за різними припущеннями спочатку її використовували для маркування російської військової техніки з метою вказати напрямок, куди вона прямувала незадовго до вторгнення, та для уникнення дружнього вогню, але згодом цей знак активно використовували на підтримку дій росії та її збройних сил; літеру Z порівнюють з нацистською свастикою як символ рашизму, щоб підкреслити схожість цих двох ідеологій), *ерефія* (назва походить від вимови скороченої офіційної назви рф), *оркленд, оркостан* (ці слова утворились на позначення країни орків – темних створінь з творів «Хоббіт» та «Володар кілець» Джона Р. Р. Толкіна, які уособлюють зло), *кацапія* (розмовна зневажлива назва росіян – кацапи – за аналогією утворює назву країни. «Етимологічний словник української мови» фіксує дві версії походження слова *кацап*: 1) утворене від *цап* за допомогою специфічного елемента *ка-* як жартівливе позначення людей, що мають довгі бороди; 2) від турецького, кримськотатарського, азербайджанського *kassap* «м'ясник», яке походить від арабського *qaṣṣāb* «той, що забиває худобу» (ЕСУМ, т. ІІ, с. 408), *кацапстан* (закінчення -стан, що з іранської означає «земля, місце», ха-

[18] Гриценко, С. (2022), «Мовні інновації російсько-української війни 2022 року», *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*, 2(32)/2022, с. 9-13. URL: https://doi.org/10.17721/1728-2659.2022.32.02

рактерне для назв країн Азії, тому, вочевидь, тут воно слугує натяком на схожість з цим світоглядом і цінностями, а не з європейськими), *мордор* (ще одне запозичення з твору Дж. Толкіна у значенні «Чорна країна»).

Поребрик – слово, яке з'явилось на початку війни на Донбасі у 2014 році. Це слово під час захоплення Краматорська використовував російський спецназ, який видавав себе за місцевих бойовиків, вказуючи, куди слід відійти мирним жителям, що спостерігали за захопленням будівлі відділу МВС. В українській мові слово *поребрик* позначає архітектурний декоративний орнамент з цегли, покладеної під кутом (ребром) до стіни, але ми майже не вживаємо його, а в росії його використовують у значенні «бордюр». У 2022 році з'явились нові інтерпретації цього слова як глузливої назви росії: *«за порєбриком», «запорєбєрье»*: *«Хлопці, якщо ви просто складете зброю і здастеся в полон, то можете пересидіти тут, поки не зміниться режим "за поребриком"»* («24 канал»).

Державу-агресорку називають також *болотами*, акцентуючи на тому, що споконвічні російські території – це болота під Москвою. Згадаймо вислів *«Коли у Києві стояли собори, на Москві – жаби квакали»*. Зараз українці також вживають фразу *«на болотах все стабільно»*: «*Вибухи, пожежа, паніка: на болотах все стабільно»; «На болотах – знову виють. Дрони влучили в НПЗ і залізницю»* («5 канал»). З історії знаємо, що тоді як Русь – давньоукраїнська держава, центром якої був Київ – уже була відома на міжнародній арені у 838 році і мала високу правову культуру, писане право, успішно контактувала з іншими народами і державами, Москва як поселення, на думку історика Я. Дашкевича, була заснована не у 1147 році Юрієм Довгоруким, як про це часто пишуть, а лише 1272 року, і була звичайним улусом Золотої Орди[19].

Під час дослідження вдалось також зафіксувати *новотвори*, які виникли *на позначення російських військових та цивільних*: *русня, рашисти, орки* (у соцмережах українці також з гумором розмірковували, як називати дружину орка, застосовуючи фемінітиви: *оркиня, орчиха чи оркеса*), *ваньки, чмобіки, чмоні, путлерівці, парашенці, москальнота, русофашисти.* Найчастіше ці новотвори трапляються у новинних заголовках: *«російські чмобіки прибули на Донбас»* (ТСН); *«Ваньки другого й третього сорту тікають, бо Путін відправляє їх на перший і останній бій»* («Апостроф»); *«У Бучі путлерівці застосували смертоносну зброю часів Першої світової війни»* (Укрнет); *«Русофашисти готують вогневі точки для обстрілу України»* (Галінфо); *«Рашисти атакували Львівський національний університет природокористування»* («Львівський портал»).

Для номінації окупантів, зокрема військ Кадирова, використовували новотвір *тікток-війська* оскільки вони знімали підставні відео на захоплених українських територіях про свої воєнні «досягнення», а пізніше їх було спростовано. Таких випадків було чимало, один з них, наприклад, отримав назву *сушанський інцидент.* У березні 2023 року загін із 45 бійців російського добровольчого корпусу перетнув кордон Сумщини та зайняв село. Зняли кілька відео на тлі адміністративної будівлі про свої «досягнення» і відступили до Сушан: *«Тікток-війська зробили кілька селфі та відео і того ж дня відступили»* («Єдині новини» за 01.01.2024).

[19] Дашкевич, Я. (2011), «Як Московія привласнила історію Київської Русі», *Універсум*, №11-12. URL: https://universum.lviv.ua/magazines/universum/2011/6/dashk.html

Ще один новотвір, який спочатку увійшов в активний ужиток –*свинособаки*: *«Свинособаки крадуть в Україні навіть собачі будки»* («Байрактар News»); *«Свинособаки знову не туди звернули. Знову фальстарт»* (Суспільне). Від цього слова виник похідний прикметник *свинособачий*: *«Хочу подякувати збройним силам свинособачої федерації за чудову спонсорську програму та надання збройним силам України ще більше вогневої міці для знищення свинособак»* («Єдині новини» за 06.03.2022). Така назва – результат асоціацій, збірне поняття всіх негативних рис обох тварин, зокрема свинями називають тих, хто забруднився або поводиться неетично, а собаками – тих, хто бреше. Насправді вона походить від німецького *Schweinhunden*. Зараз частота її вживання знизилась, бо українці вважають, що свинособаки – це для позначення російських військових ще дуже «культурно». У мережі стрімко почали ширитись заклики не називати росіян тваринами, бо в останніх є душа, а в окупантів – ні.

Не залишили поза увагою і *очільника росії*. Основою цих новотворів стали його риси зовнішності, психічний стан, поведінка тощо. Чималою є також кількість варіацій зміни прізвища, наприклад, *путлер, капутін, пюрер.* Ці три новотвори об'єднує те, що вони вказують на подібність жорстоких та антигуманних дій російського диктатора та німецького – Гітлера. Словосполучення *Гітлер капут*, що з'явилось після поразки Німеччини у Другій світовій війні, українці трансформували у *Гітлер ка-Путін*, а німецький *фюрер* став російським *пюрером.*

Перелік можна доповнити новотворами *пукін, пуйло/уйло* (утворений від пейоративної лексеми)*, путідло* (частинка *-дло* характерна для негативних назв осіб)*, путяша* (зменшувально-пестлива форма, що нівелює силу й величність ворога)*: «Йшлося про вбивство самого уйла, бомбування Чорноморського флоту та інших активів росії»* (Цензор.НЕТ); *«пуйло пнеться на п'ятий термін»* («Високий замок»). Ці номінації також вдалось зафіксувати в коментарях, де вони переважно супроводжувались нецензурною лексикою, та в заголовках: *«путлер став дуже передбачуваний, так навіть нецікаво», «Нехай путяша краще сидить у своєму бункері і не висовується», «А що з лицем у пукіна»* («Новинач»); *«Фу, огидно знову бачити це путідло у своїй стрічці»* (Instagram).

Виявом зневаги до старої людини, яка настільки боїться зовнішнього світу, що загнана в бункер, став неологізм *бункерний дід*: *«І ось у безсилій злості бункерний дід знайшов, як він може зіпсувати настрій Україні та союзникам»* («Високий замок»). Путіна також називають *божевільним із ядерною кнопкою, ліліпутіном, кремлівським терористом, голомозим вождем, кремлівським недомірком, пітерським бандитом, кремлівським курдуплем.* Приклади їхнього використання у медіатекстах: *«Ось і заходились рашапропагандисти обсмоктувати тему вірогідного інтерв'ю, яке мав брати Карлсон у ліліпутіна. Зрештою, той сам підіграв цій інтризі: на запитання, чи справді він приїхав до московії з метою порозмовляти із бункерним дідком, американець відповів як справжній агент: «Подивимось»»* («Західний фронт»); *«Схожий, та не дуже: чому кремлівського недомірка не слід рівняти з Гітлером та Сталіним», «Подібні порівняння означають одне з двох – або піднімання путіна до рівня цих двох світових мерзотників, або, навпаки, опускання цих двох світових мерзотників до рівня цього пітерського бандита»* (Главред); *«Але Джо зненацька прокинувся, коли американській розвідці стало відомо, що кремлівський курдупель вирішив зрівнятися славою з Петром Першим і розширити межі рускоro міра»* (Цензор.НЕТ).

Недопалок та *бліда міль* – псевдоніми, які він отримав ще за часів навчання, оскільки його вважали ніким, сірою мишею. Зараз ці псевдоніми знову з'явились у коментарях: *«Бліда моль опустилася нижче за плінту», «Таке враження, що недопалок не дивиться інфу в інтернеті. Типу йому підносять її на бумажці, як за радянських часів»* («Новинач»). Групу новотворів доповнюють такі прізвиська та перифрази, в основі яких різні домінантні ознаки чи риси номінованої особи: зріст (*злісний курдупель, ліліпутін, недомірок, недопалок*), недовіра до оточення (*бункерний хробак, кадебістський маніяк*), психічний стан (*божевільний із ядерною кнопкою*), жорстокий стиль управління та неповага до прав інших (*кремлівський терорист, рашистський фюрер, гебіст-рашист, путіночет, путлер, лаптенфюрер, хапутін, капутін, пітерський гопник, директор бюро ритуальних послуг*), фізичний стан (*старий кабаєв, бліда міль*), розумові здібності (*голомозий вождь*) та ін.

Від прізвища нашого головного ворога виникають і похідні слова-неологізми. Наприклад, *депутінізація*, що утворилося за аналогією до слів із префіксом *де-*. Сам путін часто вживає слова з цим префіксом, кажучи про примарну, вигадану мету вторгнення. Спочатку головними завданнями його «спецоперації» були денацифікація та демілітаризація України, а тепер ще й десатанізація, оскільки наша країна перетворилась на «тоталітарну гіперсекту», а громадяни відмовились від православних цінностей. Але у той час, як цілі Путіна неможливо втілити, то депутінізація все ще залишається одним з найбільших прагнень українців та умовою для повернення росії до групи цивілізованих держав. Путінізація – нинішня політика рф – передбачає формування залежності інших країн від Росії у якнайбільшій кількості сфер, наприклад, від постачання російських енергетичних і природних ресурсів. Також вона включає поширення міфів про велику російську державність, мову та культуру, наративів про «братерство народів» тощо. Депутінізація означатиме розвал цієї системи та позбавлення будь-якого впливу росії у світі: *«рф має пройти «депутінізацію» і виплатити репарації Україні – голова Мюнхенської конференції»* (Укрінформ); *«Депутінізація» світової економіки та російський дефолт 3.0»* («Економічна правда»).

Результати та перспективи подальших досліджень. Лексичну систему української мови постійно поповнюють нові слова. Усі нові предмети, явища, події, процеси тощо, що виникають у суспільстві, отримують свої назви. Не виняток і російська війна та російські злочини в Україні. У статті проаналізовано лише частину нових слів, що стосуються російсько-української війни, – лексеми на позначення ворога українців. Вони закумулювали негатив українців за час повномасштабного вторгнення росії в Україну. Це символи людського болю, який українці намагаються витіснити хоч частково за допомогою слова. Це документи-свідчення людиноненависницьких злочинів. У перспективі перед науковцями завдання зафіксувати їх та укласти словники.

Висновок. Лексеми на позначення ворога українців охоплюють назви країни-агресорки, очільника російських злочинів в Україні та російських військових і цивільних. Аналіз способів творення цих слів показав, що частина з них виникла на основі метафоричного перенесення значень уже наявних слів у мові (*свинособаки*). Деякі творяться сполученням частин різних слів для підкреслення сутності нових (*путлер*) тощо. Але всі вони відображають зневагу, ненависть до ворога та біль і страждання українців унаслідок цих жахливих подій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Більовська, Н. Б. (2023), «Лексика періоду повномасштабного вторгнення: новотвори, призначення, аксіологія», *Українські та закордонні медіа перед викликами сучасності: збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2022 рік (секція «Журналістики»)*, упоряд. Андрій Яценко, Простір-М, Львів, с. 124-126. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/10/Zbirnyk-tez-zvitnoi-konferenetsii-za-2022-rik.pdf (дата перегляду 06 жовтня 2024).
2. Букет, Є. «АрміяInform представляє словник неологізмів української мови», *Інформаційне агентство АрміяInform*. URL: https://armyinform.com.ua/2022/07/20/armiyainform-predstavlyaye-slovnyk-neologizmiv-ukrayinskoyi-movy/ (дата перегляду 06 жовтня 2024).
3. Вусик, Г. Л., Павлик, Н. (2023), «Неологізми як мовне відображення російсько-української війни 2022 року», *Закарпатські філологічні студії*, т. 1, № 23, с. 52–57. URL: https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.23.1.9 (дата перегляду 30 жовтня 2024).
4. Гриценко, С. (2022), «Мовні інновації російсько-української війни 2022 року», *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Літературознавство. Мовознавство. Фольклористика*, 2(32)/2022, с. 9-13. URL: https://doi.org/10.17721/1728-2659.2022.32.02 (дата перегляду 03 жовтня 2024).
5. Дашкевич, Я. (2011), «Як Московія привласнила історію Київської Русі», *Універсум*, № 11-12. URL: https://universum.lviv.ua/magazines/universum/2011/6/dashk.html (дата перегляду 01 листопада 2024).
6. Козинець, І. (2023), «Відображення війни у мові крізь призму неологізмів», *Актуальні питання гуманітарних наук. Мовознавство. Літературознавство*, вип. 61, т. 2, с. 135-140. URL: https://doi.org/10.24919/2308-4863/61-2-22 (дата перегяду 08 листопада 2024).
7. Рогальська-Якубова, І., Чепелюк, Н. (2024), «Воєнні неологізми на позначення ворога в інтернет-дискурсі». *Актуальні питання гуманітарних наук. Мовознавство. Літературознавство*, вип. 59, т. 3, с. 101-107. URL: https://doi.org/10.24919/2308-4863/59-3-15 (дата перегляду: 04 листопада 2024).
8. Романчук, О. (2022), «Рашизм – ракова пухлина для людства», *Універсум*, №3-4, с. 6-15. URL: https://universum.lviv.ua/data/magarticles/files/3072.pdf (дата перегляду 10 жовтня 2024).
9. Сленговий онлайн-словник “Urban Dictionary”: Palyanytsya. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=palyanytsya (дата перегляду 07 листопада 2024).
10. Сленговий онлайн-словник “Urban Dictionary”: Ukrained. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Ukrained (дата перегляду 07 листопада 2024).
11. Список журналістів, які загинули від початку повномасштабної російської агресії. URL: https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv/
12. Стишов, О. А. (2025), «Семантичні неологізми в дискурсі українськомовних мас-медіа початку XXI століття», *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*, вип. 13, с. 364-374. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2015_13_53 (дата перегляду 05 жовтня 2024).

13. Сюта, Г. М. (2022), «Мова – наша зброя: нові сенси старої метафори в період російсько-української війни», *Культура слова*, № 97. URL: https://doi.org/10.37919/0201-419X-2022.97.8 (дата перегляду 04 листопада 2024).
14. Яцимірська, М. (2023), «Мова війни і "контрнаступальна" лексика у стислих медійних текстах», *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, Вип. 52-53, с. 280–290. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/ (дата перегляду 05 листопада 2024).

REFERENCES

1. Bilovska, N. B. (2023), «Leksyka periodu povnomasshtabnoho vtorhnennia: novotvory, pryznachennia, aksiolohiia», Ukrainski ta zakordonni media pered vyklykamy suchasnosti: zbirnyk materialiv zvitnoi naukovoi konferentsii za 2022 rik (sektsiia «Zhurnalistyky»), uporiad. Andrii Yatsenko. Lviv: Prostir-M, s. 124-126. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/10/Zbirnyk-tez-zvitnoi-konferenetsii-za-2022-rik.pdf (data perehliadu 06 zhovtnia 2024).
2. Buket, Ye. «ArmiiaInform predstavliaie slovnyk neolohizmiv ukrainskoi movy», Informatsiine ahentstvo ArmiiaInform. URL: https://armyinform.com.ua/2022/07/20/armiyainform-predstavlyaye-slovnyk-neologizmiv-ukrayinskoyi-movy/ (data perehliadu 06 zhovtnia 2024).
3. Vusyk, H. L., Pavlyk, N. (2023), «Neolohizmy yak movne vidobrazhennia rosiisko-ukrainskoi viiny 2022 roku», Zakarpatski filolohichni studii, т. 1, № 23, s. 52–57. URL: https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.23.1.9 (data perehliadu 30 zhovtnia 2024).
4. Hrytsenko, S. (2022), «Movni innovatsii rosiisko-ukrainskoi viiny 2022 roku», Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Literaturoznavstvo. Movoznavstvo. Folklorystyka, 2(32)/2022, s. 9-13. URL: https://doi.org/10.17721/1728-2659.2022.32.02 (data perehliadu 03 zhovtnia 2024).
5. Dashkevych, Ya. (2011), «Yak Moskoviia pryvlasnyla istoriiu Kyivskoi Rusi», Universum, №11-12. URL: https://universum.lviv.ua/magazines/universum/2011/6/dashk.html (data perehliadu 01 lystopada 2024).
6. Kozynets, I. (2023), «Vidobrazhennia viiny u movi kriz pryzmu neolohizmiv», Aktualni pytannia humanitarnykh nauk. Movoznavstvo. Literaturoznavstvo, vyp. 61, t 2, s. 135-140. URL: https://doi.org/10.24919/2308-4863/61-2-22 (data perehiadu 08 lystopada 2024).
7. Rohalska-Yakubova, I., Chepeliuk, N. (2024), «Voienni neolohizmy na poznachennia voroha v internet-dyskursi». Aktualni pytannia humanitarnykh nauk. Movoznavstvo. Literaturoznavstvo, vyp. 59, t. 3, s. 101–107. URL: https://doi.org/10.24919/2308-4863/59-3-15 (data perehliadu: 04 lystopada 2024).
8. Romanchuk, O. (2022), «Rashyzm – rakova pukhlyna dlia liudstva», Universum, №3-4, s. 6-15. URL: https://universum.lviv.ua/data/magarticles/files/3072.pdf (data perehliadu 10 zhovtnia 2024).
9. Slenhovyi onlain-slovnyk "Urban Dictionary": Palyanytsya. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=palyanytsya (data perehliadu 07 lystopada 2024).
10. Slenhovyi onlain-slovnyk "Urban Dictionary": Ukrained. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Ukrained (data perehliadu 07 lystopada 2024).

11. Spysok zhurnalistiv, yaki zahynuly vid pochatku povnomasshtabnoi rosiiskoi ahresii. URL: https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv/
12. Styshov, O. A. (2025), «Semantychni neolohizmy v dyskursi ukrainskomovnykh mas-media pochatku KhKhI stolittia», Filolohichni studii. Naukovyi visnyk Kryvorizkoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu, vyp. 13, s. 364-374. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2015_13_53 (data perehliadu 05 zhovtnia 2024).
13. Siuta, H. M. (2022), «Mova – nasha zbroia: novi sensy staroi metafory v period rosiisko-ukrainskoi viiny», Kultura slova, № 97. URL: https://doi.org/10.37919/0201-419X-2022.97.8 (data perehliadu 04 lystopada 2024).
14. Yatsymirska, M. (2023), «Mova viiny i “kontrnastupalna” leksyka u styslykh mediinykh tekstakh», Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia Zhurnalistyka, vyp. 52-53, s. 280–290. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/view/ (data perehliadu 05 lystopada 2024).

THE LANGUAGE OF WAR: LEXEMES FOR THE ENEMY

Viktoriia Tymofij
Ivan Franko National University of Lviv
Generala Chuprynky str., 49, 79044, Lviv,Ukraine
e-mail: vikatimofij@gmail.com

Nataliia Lebedenko
Ivan Franko National University of Lviv
Generala Chuprynky str., 49, 79044, Lviv,Ukraine
e-mail: Nataliya.Mykhaylychenko@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0003-3599-3914

The lexical system of the Ukrainian language is continuously evolving, incorporating new words as societal changes occur. Every new object, phenomenon, event, and process that emerges in society is assigned a name. Language reflects everything created by humanity, and the ongoing Russian war and its associated crimes in Ukraine are no exception. This article aims to collect and analyze how new words characterizing the enemy have been created during the full-scale invasion of Ukraine. It focuses specifically on a subset of these neologisms that refer to the adversary facing Ukrainians. These words encapsulate the negativity and suffering that Ukrainians have endured throughout this invasion.

These terms serve as symbols of human pain, allowing Ukrainians to express their experiences, even if only partially, through language. They function as historical documents that testify to the atrocities of this war. Consequently, scholars will need to undertake the task of recording these terms and compiling dictionaries of military neologisms. It is anticipated that many of these new words will fade from use after the eventual victory.

The lexemes used to refer to the enemies of Ukrainians can be categorized into three main groups: 1) names for the aggressor country, 2) terms for the leader responsible for Russian crimes in Ukraine, and 3) newly coined words for Russian military personnel and civilians. An analysis of how these words were created reveals that some terms emerged from the metaphorical extension of existing words in the language, such as “svynosobaky” (which translates to “pig-headed mutts”). Others were formed by combining parts of different words to emphasize the essence of the new terms, like “putler.” Regardless of their formation, all of these terms reflect the contempt and hatred toward the enemy, as well as the pain and suffering experienced by Ukrainians due to these tragic events.

Keywords: new words, lexemes denoting the enemy, the Russian-Ukrainian war.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 218–226
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 218–226

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 218–226 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13306

УДК 070.50 (477.83–25)

МЕДІАТЕКСТИ ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ

Марія Яцимірська
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: mariya.yatsymirska@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0003-3214-9611

У статті обґрунтовано ключові маркери медійних текстів цифрової епохи, пояснено їхню сутність у змістовому та етичному контексті. За матеріалами інформаційних платформ в українському сегменті інтернету з'ясовано особливості сучасного новинного фон, проаналізовано нові концепти в аналітичних стримах, коментарях ютуберів і слухачів. Прогнози майбутнього людства показано через призму досліджень публічних інтелектуалів і відомих медійних персон.

Ключові слова: цифрова епоха, штучний інтелект, новинний фон, чанкінг, охлос, номофобія, клікбейти, ютубери, ергономія.

Вступ. У наукових дослідженнях концепту «цифрова епоха» відзначено його контентну багатогранність, здебільшого в таких смислах: «інформаційна ера», «епоха знань», «епоха роботів і лазерної зброї», «епоха слави і надії» (інтернет-роман Євгенія Литвака, 2021), «цифрова ілюстрація», «цифрова економіка», «цифрова валюта», «цифровий контроль», «цифровий захист», «цифрові медіа», «цифрове середовище», «діджиталізація» (використання цифрових технологій), «цифрова нерівність», «електронний уряд» (і його додаток: е-мобільний уряд), «епоха технологій дистанційного навчання», «штучний інтелект» (як інтелектуальний партнер людини), «цифрова дипломатія», «цифрова людина», «інформаційна етика», «епоха соціальних мереж», «цифровий концтабір XXI століття» та ін. Отже, маємо чимало обґрунтованих новітніх ідентифікаторів сучасності, які разом утворюють складну систему політичних, економічних та культурних взаємин у глобальному світі. Розвиток цифрових технологій є трампліном до фантастичних прогнозів майбутнього людства. Цей процес становить творче ядро медійної діяльності й знаходить своє вираження в авторських стримах, мультимедійних і гіпертекстах, впливаючи на суспільну свідомість масової авдиторії.

Актуальність. Публічні спікери стежать за дослідженнями інститутів світової політики про сценарії майбутнього і роблять висновок, що глобальне суспільство схоже на акціонерне товариство, у якому та чи та впливова фінансова група має контрольний пакет. На вершині піраміди – аристократи, внизу – «службові люди», які

© Яцимірська М., 2025

виконують роль обслуговуючого персоналу, забезпечують виконавчу діяльність по вертикалі. Застосовують відповідний інструментарій: громадянські війни, голод, епідемії тощо; «опираються в окремих країнах на зрадників, злодіїв і корисних ідіотів»; використовують «дипломатичну тріпологію». Поширене явище фанаберії. Часто фанаберів призначають на високі посади, змінюючи закони, статути, положення, укладені раніше на основі демократичних прагнень громадян. На молодь впливають через ТІК-ТОК, медіа, поради ютуберів, кураторів та ін. З приходом до влади Президента США Дональда Трампа аналітики заговорили про владу грошей і цифрових технологій. Профіль Людини в оточенні штучного інтелекту зазнав суттєвих змін. За результатами досліджень у Великій Британії, більше 70% користувачів смартфонами відчувають номофобію. Тобто, мають почуття страху й занепокоєння в разі відсутності мобільного зв'язку.

У січні 2025 року в Давосі відбувся 55-й Всесвітній економічний форум, на якому світові лідери вирішували, «як подолати технологічні виклики та геополітичну напруженість». Ключовим маркером Форуму була «співпраця в інтелектуальну епоху». У Звіті про майбутнє професій («The Future of Jobs Report 2025») йшлося про ринки праці, штучний інтелект і його інтеграцію в різні галузі. «До 2030 року роботодавці очікують, що завдання будуть майже рівномірно поділені між людьми, машинами та їхньою співпрацею». Потрібна буде значною мірою перекваліфікація й здобуття нових компетенцій. Найбільш потрібними будуть м'які навички: аналітичне мислення, гнучкість, лідерство. Четвертою у рейтингу є технологічна грамотність (базове розуміння роботи комп'ютера, структури мов програмування, принципів дії штучного інтелекту)[1].

Нові акценти в медійному мовленні обумовила Мюнхенська безпекова конференція (12-14.02. 2025). Делегацію США очолював віцепрезидент Джей Ді Венс. Його промова спричинила чимало дискусій і суперечливих відгуків. Інформаційні агентства писали про «атаку» на Європу. Д. Венс звинуватив європейських правителів в обмеженні свободи слова, «нездатності тримати імміграцію під контролем» і мало вділив уваги очікуваній темі – війна в Україні та проблеми з її завершенням. Отже, новинний фон у медійних текстах створили події глобального характеру, переформатування світу, цифрові технології. Вони актуалізували потребу проаналізувати нову медійну риторику. На порядку денному – змістові та етичні грані реальності сучасного світу.

Мета статті – осмислити ключові маркери медійних текстів цифрової епохи, з'ясувати сутність деяких концептів в аналітичних стримах, обґрунтувати майбутнє людства за прогнозами публічних інтелектуалів і медійних спікерів. **Методи дослідження** у статті застосовано поетапно. На емпіричному рівні використано методи спостереження, порівняння, абстрагування, а також метод аналізу і синтезу. Для теоретичних положень та обґрунтування сутності нових концептів у медіатекстах цифрової епохи застосовано метод індукції та дедукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливі теми в галузі медіазнавства представлено в колективній монографії львівських учених «Журналістика і медіа в

[1] Токараєв, Сергій (2025), Освіта майбутнього: як адаптувати навчання до нової реальності ринку праці, 09 лютого. URL.: https://24tv.ua/yak-adaptuvati-osvitu-do-novih-realiy-rinku-pratsi_n2748533

умовах суспільних трансформацій»[2]. Викладачі Національного авіаційного університету І. О. Матюшко, А. О. Хоменко, Є. В. Шадура з'ясували «Можливості штучного інтелекту на етапах збору та обробки інформації для створення журналістського матеріалу»[3]. Питання мовної політики ЄС вивчала О. В. Косович у науковій статті «Мовна політика держав-лідерів Європейського Союзу та перспективи її розвитку»[4]. Скарбницю знань збагатила монографія українських мовознавців за редакцією Б. М. Ажнюка «Мова і війна: динаміка мовної системи і мовна політика»[5]. Відомий український вчений, доктор філологічних наук, професор, член-кореспондент Олександр Тараненко, знаний як засновник Інституту української мови НАН України у 1991 році, зробив безцінне наукове дослідження явищ і процесів, що «стали активно виявлятися в українській літературній мові з кінця 80-х – початку 90-х рр. минулого століття, триваючи з різними модифікаціями дотепер, – як наслідок переходу країни до нового типу соціально-політичних та економічних відносин і здобуття (відновлення) державної незалежності України, проголошення української мови державною мовою країни та посилення уваги суспільства до своєї мови». У своїй монографії «Українська літературна мова кінця XX – першої чверті XXI ст.: стан і тенденції розвитку» вчений обґрунтував чотири чинники, які лежать в основі активної розбудови та істотної перебудови складу української мови цього періоду, значної аксіологічної переорієнтації систем її номінативних, стилістичних і прагматичних засобів[6]. Актуальній темі присвятили свою працю С. Прищенко, Є. Антонович, Т. Сенчук «Медіадизайн: дослідження термінологічної бази і візуальної стилістики»[7]. Вчені Інституту української мови НАН України досліджували мудрість мови в текстах і видали колективну монографію «Лінгвософія українських текстів XXI століття»[8]. У монографії доктора наук Пилипа Селігея «Українська мова у 2222 році: Вступ до лінгвофутурології»[9] окреслено мовне майбутнє людства; праця закладає основи нового наукового напряму – лінгвофутурології. Як вважає автор, футурологія «стає дієвим знаряддям розбудови альтернатив майбутнього»; занепаду мов протистояти-

---

[2] *Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій* (2024), монографія, за заг. ред. Б. Потятиника та М. Лозинського. ЛНУ імені Івана Франка, Львів, 268 с.

[3] Матюшко, І. О., Хоменко О. А., Шадура, Є. В. (2022), «Можливості штучного інтелекту на етапах збору та обробки інформації для створення журналістського матеріалу». Київ, 2022. DOI https://doi.org/10.36059/978-966-397-349-4-25

[4] Косович, О. В. (2022), «Мовна політика держав-лідерів Європейського Союзу та перспективи її розвитку». *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Спецвипуск*, с. 55-61. URL: DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.spec/09.

[5] Ажнюк, Б. М. (2024), *Мова і війна: динаміка мовної системи і мовна політика*. Видавничий дім Д. Бураго, Київ, 616 с.

[6] Тараненко, О. О. (2024), *Українська літературна мова кінця XX – першої чверті XXI ст.: стан і тенденції розвитку: монографія. У 2-х частинах*. Мовно-інформаційний фонд НАН України, Київ, 888 с.

[7] Прищенко, С., Антонович, Є., Сенчук, Т. (2022), Медіадизайн: дослідження термінологічної бази і візуальної стилістики. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, т. 5, №2, с. 243-260. URL: http://demiurge.knukim.edu.ua/article/view/266910

[8] Лінгвософія українських текстів XXI століття (2023), колективна монографія. Укладачі: С. Я. Єрмоленко, С. П. Бибик, А. Ю. Ганжа, Г. А. Кость, Г. М. Сюта. Інститут української мови НАН України, Київ, 530 с.

[9] Селігей, П. О. (2023), *Українська мова у 2222 році: Вступ до лінгвофутурології*, Академперіодика, Київ. 452 с.

ме машинний переклад, бо саме він «…у майбутньому виконуватиме функцію допоміжної міжнародної мови…»; у 2222 році «…українська мова не просто житиме, а й квітуватиме, буятиме, дихатиме на повні груди. Адже стане щоденною мовою всіх українців, мовою освічених, успішних і заможних людей». Науковці Інституту української мови НАН України видали унікальні результати своїх досліджень під назвою «Словник сучасної суспільно-політичної лексики (1991-2022)», в якому охоплено широке коло усталеної і новітньої лексики, «зумовлене кардинальною перебудовою соціальної структури суспільства, зміною політичної системи, переосмисленням значень наявних термінів, деаксіологізацією їхньої семантики. Подано характеристику термінів, концепцій, найпоширеніших у суспільних науках (філософії, етиці, екології, естетиці, політології, соціології…»[10].

Питання соціальних комунікацій і журналістики обговорюють на щорічних наукових конференціях в Університетах і спеціальних дослідницьких інститутах. Ключовими є теми цифрових технологій, свободи особистості, її прав та безпеки. Науковці підкреслюють, що важливими для суспільства є люди, які думають, аналізують; потрібні сміливі, ініціативні дипломати; від молоді очікують генерації поважних ідей, а не захоплень лайфстайл-журналістикою (глянцевими картинками та модними трендами).

Виклад основного матеріалу. Лексема «чанкінг» (англ. «chunking» – подрібнення, розбивка) у мові програмування має декілька значень; у когнітивній психології – це «процес, за допомогою якого невеликі частини інформації зв'язуються разом, щоб створити значуще ціле в пам'яті». У мовознавстві, як і в медіазнавстві «чанкінг» – це метод вивчення мови в контексті, а також – «комунікаційна техніка, яка розбиває великі обсяги інформації на менші, більш керовані розділи», що допомагає масовій авдиторії зрозуміти і запам'ятати відповідну інформацію. У такий спосіб аналізуємо медіатексти цифрової епохи: від окремих фраз (висловлювань) до цілісної картини логічного та емоційного сприйняття події; розставляємо пріоритети ключової інформації у ЗМІ й доповнюємо її візуальними елементами.

Політичний оглядач, мислитель Гейдар Джемаль (1947-2016), аналізуючи проблеми глобального суспільства, вказував на зростання «конфронтації зі світом несправедливості», що породжує екстремізм. Екстремізм походить від слова «екстрім» (екстрем, екстрим) (лат. Extremus – крайність)» і означає «екстраординарні дії, пов'язані з небезпекою для життя». Історія рухається через екстрими. Він виступав проти теорії «зайвих людей» і вважав, що ініціатори такого поділу повинні зазнати поразки. Ключове в публіцистиці Гейдара Джемаля: «Я схвалюю боротьбу проти свавілля і тиранії». До гідності людей належить їхня свобода.

Російсько-українська війна з 2014 року показує світові, як високоцивілізовані держави не змогли перешкодити фізичному винищенню українців, а основою переговорів сьогодні є бізнес-інтереси, а не бажання встановити справедливий мир та покарати агресора. З аналізу медіатекстів випливає, що української школи полеміки не існує. Лідери думок в Україні вчились цього за кордоном і не створили на основі отриманих знань власних підходів до трансформації поглядів на майбутнє країни.

[10] *Словник сучасної суспільно-політичної лексики (1991-2022)* (2024), Вид-во «Наукова думка», Київ, 499 с.

Більшість медійних експертів дублюють думки представників влади, ігноруючи думку суспільства в цілому і, особливо, приватну думку звичайних громадян.

Як відомо, мільярди людей для пошуку інформації використовують YouTube – інтернет-відеоплатформу, необмежену в часі і просторі. Опозиційний політик путінської Росії Григорій Явлінський вважає, що поняття «мультиполярний світ» розуміють так: «… в одному місці війна може бути, а в іншому – ні». Теза про 10 відсотків світової еліти, а решта – охлос, доля якого бачиться доволі сумною, не зовсім справедлива. Ілон Маск, власник компанії SpaceX (тепер представляє себе як технічного спеціаліста Білого Дому), вважає, що в глобальному співтоваристві мало розумних людей, більшість – із середніми здібностями, а тому варто підтримувати результативну інтелектуальну діяльність. З цього погляду, передбачувані в майбутньому 80 відсотків віртуальної економіки потребують високої освіти. Ергономія (ергономіка) як наука комплексно вивчає особливості виробничої діяльності людини в системі «людина – техніка – довкілля». Тому в медійному просторі дедалі частіше вдаються до її наукових положень.

Про штучний інтелект написано чимало статей, в яких автори виокремлюють вагому роль ШІ як партнера людини в епоху цифрових технологій. Одночасно підкреслено ризики його широкого використання. У медіаіндустрії спеціалісти прогнозують залученість ШІ на 50 відсотків. Штучний інтелект застосовують в аналізах текстів, створенні презентацій, плануванні певних дій без участі людини, фотографуванні, створенні проєктів тунелів, штучних річок тощо. Нещодавно Ілон Маск анонсував запуск «найрозумнішого ШІ на Землі». «За запевненнями Маска, Grok 3 на голову перевершить усіх без винятку конкурентів у частині міркувань і пропонованих рішень… З моменту анонсу Grok у 2023 році Маск наголошував, що його бот вільніший від цензури і здатний спілкуватися на теми, яких інші ШІ уникають»[11]. Найбільшим сучасним досягненням цифрових технологій у системі зв'язку є супутниковий інтернет «Starlink» від SpaceX. Після вторгнення Росії в Україну, ЗСУ використовують Starlink для комунікацій, наприклад, між штабом і військами на місцях.

На Заході в 2023 році словом року названо «штучний інтелект». В Україні – «мобілізація». Британський словник визначив слово 2024 року – це «brat», що означає «бунтар». У теперішньому значенні – «впевнена та незалежна поведінка». В Україні 61% опитаних назвали словом року-2024 «доброту», 25% – «штучний інтелект», 7% – «конфлікти».

Висновки. Сучасний медіатекст – це своєрідний модератор і дзеркало цивілізаційного простору й подій, які в ньому відбуваються. Медійна мова породжує гарячу експресію на кшталт: «чотирирічна каденція новообраного Президента США – ТРАМПлін у невизначеність і хаос»; «Мільярди всіх країн, об'єднуйтеся! – лозунг наших днів»; «Глобалізації настає «трампець»»; «Привид бродить по планеті» та ін. Ютубери прогнозують розкол суспільних думок на «ліві» і «праві», оскільки правоцентристські партії стали популярними в Європі. У риториці експертів часто звучать висловлювання про вплив «глобального розуму» на події у світі: «глобальні мі-

[11] Бровченко, Володимир (2025), «Ілон Маск анонсував запуск «найрозумнішого ШІ на Землі», 16 лютого. URL: https://prostomob.com/199916-ilon-mask-anonsuvav-zapusk-najrozumnishogo-shi-na-zemli

льярдери» ведуть неофіційні переговори; у «мозковому штурмі» приймають ухвали й реалізують їх через «агентів впливу». В останні десятиліття поняття «дипломатія» набуло нових різновидів: «човникова дипломатія», «сарафанова дипломатія», «цифрова дипломатія», «транзакційна дипломатія», «трамподипломатія», «дипломатичне закулісся», «дипломатична гра», «дипломатична тріпологія» тощо. У політичній лексиці нових значень набула лексема «трек» від англ. «track» – доріжка, маршрут: «американсько-український трек», «європейсько-американський трек», «європейсько-український трек» і, наприклад, «китайсько-бразилійський трек». Медіааналітики постійно спостерігають за треком Глобального Півдня.

Клікбейти – поширене явище в медійному мовленні, тому на різних інтернет-платформах знаходимо багато статей на цю тему. Узагальнюючи думки різних авторів, клікбейт (англ. clickbait від click «клацання» + bait «наживка») – це спеціально голосний заголовок до тексту, який спонукає (зацікавлює) читача прочитати текст чи побачити відео. Іноді свідомо спотворюють назву як приманку для поклику до публікації. Редактор Микола Ладуба називає клікбейти «тактикою привернення уваги авдиторії за допомогою провокаційних та маніпулятивних прийомів. Зазвичай так називають сенсаційні заголовки, які апелюють до емоцій читача і можуть не збігатися з реальним змістом контенту. Клікбейтом також зневажливо називають контент, створений тільки з метою отримання доходу від онлайн-реклами, переважно, на шкоду якості та вірогідності інформації»[12]. Водночас автор зазначає, що з появою інтернету та онлайн-журналістики в мережі стрімко зріс обсяг інформації. У цих умовах журналісти та редактори зрозуміли, що навіть найякісніший матеріал може залишитися непоміченим, якщо його заголовок не зачепить читача.

Інтелектуальний контент мультимедійних текстів пропагує загальнолюдські цінності, глибокі смисли життя; аналізує змістовий та етичний характер глобальної політики.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ажнюк, Б. М. (2024), *Мова і війна: динаміка мовної системи і мовна політика*. Видавничий дім Д. Бураго, Київ, 616 с.
2. Бровченко, Володимир (2025), «Ілон Маск анонсував запуск «найрозумнішого ШІ на Землі», 16 лютого. URL: https://prostomob.com/199916-ilon-mask-anonsuvav-zapusk-najrozumnishogo-shi-na-zemli
3. *Журналістика і медіа в умовах суспільних трансформацій* (2024), монографія, за заг. ред. Б. Потятиника та М. Лозинського. ЛНУ імені Івана Франка, Львів, 268 с.
4. Косович, О. В. (2022), «Мовна політика держав-лідерів Європейського Союзу та перспективи її розвитку». *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Спецвипуск*, с. 55-61. URL: DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.spec/09
5. Ладуба, Микола (2023), «Жахливо дратує, але все ще ефективний: що таке клікбейт і як він працює», 22 серпня. URL: https://mc.today/uk/shho-take-klikbejt/

[12] Ладуба, Микола (2023), «Жахливо дратує, але все ще ефективний: що таке клікбейт і як він працює», 22 серпня. URL: https://mc.today/uk/shho-take-klikbejt/

6. Лінгвософія українських текстів XXI століття (2023), колективна монографія. Укладачі: С. Я. Єрмоленко, С. П. Бибик, А. Ю. Ганжа, Г. А. Кость, Г. М. Сюта. Інститут української мови НАН України, Київ, 530 с.
7. Матюшко, І. О., Хоменко О. А., Шадура, Є. В. (2022), «Можливості штучного інтелекту на етапах збору та обробки інформації для створення журналістського матеріалу». URL: DOI https://doi.org/10.36059/978-966-397-349-4-25
8. Прищенко, С., Антонович, Є., Сенчук, Т. (2022), «Медіадизайн: дослідження термінологічної бази і візуальної стилістики». *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, т. 5, №2, с. 243–260. URL: http://demiurge.knukim.edu.ua/article/view/266910
9. Селігей, П. О. (2023), *Українська мова у 2222 році: Вступ до лінгвофутурології*. Академперіодика, Київ, 452 с.
10. *Словник сучасної суспільно-політичної лексики (1991-2022)* (2024), Видавництво «Наукова думка», Київ, 499 с.
11. Тараненко, О. О. (2024), *Українська літературна мова кінця XX – першої чверті XXI ст.: стан і тенденції розвитку: монографія. У 2-х частинах*. Мовно-інформаційний фонд НАН України, Київ, 888 с.
12. Токараєв, Сергій (2025), «Освіта майбутнього: як адаптувати навчання до нової реальності ринку праці», 09 лютого. URL: https://24tv.ua/yak-adaptuvati-osvitu-do-novih-realiy-rinku-pratsi_n2748533

REFERENCES

1. Azhnyuk, B. M. (2024), *Language and War: Dynamics of the Language System and Language Policy*. Publishing House D. Burago. Kyiv, 616 p.
2. Brovchenko, Volodymyr (2025), «Elon Musk Announces Launch of 'Smart AI on Earth'», February 16. URL: https://prostomob.com/199916-ilon-mask-anonsuvav-zapusk-najrozumnishogo-shi-na-zemli
3. *Journalism and Media in the Context of Social Transformations* (2024), Monograph, ed. by B. Potyatynyk and M. Lozynsky. Ivan Franko Lviv National University, Lviv, 268 p.
4. Kosovych, O. V. (2022), Language Policy of the Leading States of the European Union and Prospects for Its Development. *Scientific Notes of V. TNU I. Vernadsky, Series: Philology. Journalism. Special issue*, p. 55-61. URL: DOI https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.spec/09
5. Laduba, Mykola (2023), «Terribly Annoying, But Still Effective: What Is Clickbait and How Does It Work?», August 22. URL: https://mc.today/ru/shho-take-klikbejt/
6. *Linguosophy of Ukrainian Texts of the 21st Century: Collective Monograph* (2023), S. Ya. Ermolenko, S. P. Bybyk, A. Yu. Ganzha, G. A. Kost', G. M. Syuta. Institute of Ukrainian Language, NAS of Ukraine, Kyiv, 530 p.
7. Matyushko, I. O., Khomenko O. A., Shadura, E. V. (2022), «Possibilities of Artificial Intelligence at the Stages of Collecting and Processing Information for Creating Journalistic Material», Kyiv. URL: DOI https://doi.org/10.36059/978-966-397-349-4-25
8. Pryshchenko, S., Antonovych, E., Senchuk, T. (2022), «Media Design: Research on Terminological Base and Visual Stylistics». *Demiurge: Ideas. Technologies. Design Perspectives.* Part 5, №2, p. 243-260. URL: http://demiurge.knukim.edu.ua/article/view/266910

9. Seligey, P. O. (2023), *Ukrainian language in 2222: Introduction to linguofuturology*. Akademperiodika, Kyiv, 452 p.
10. *Dictionary of modern socio-political vocabulary (1991-2022)* (2024), Scientific Thought Publishing House, Kyiv, 499 p.
11. Taranenko, O. O. (2024), *Ukrainian literary language of the late twentieth-first quarter of the twenty-first century: state and development trends: monograph. In 2 parts*. Language and information fund of the National Academy of Sciences of Ukraine. Kyiv, 888 p.
12. Tokaraev, Serhiy (2025), «Education of the Future: How to Adapt Training to the New Reality of the Labor Market», February 9. URL: https://24tv.ua/yak-adaptuvati-osvitu-do-novih-realiy-rinku-pratsi_n2748533

MEDIA TEXTS OF THE DIGITAL AGE

Mariya Yatsymirska
Lviv Ivan Franko National University,
Generala Chuprynky Street 49, 79044. Lviv, Ukraine
e-mail: mariya.yatsymirska@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0003-3214-9611

Abstract. The article presents key markers of media texts of the digital era, explains their meanings in a substantive and moral context. Based on the materials of well-known information platforms in the Ukrainian Internet space, the essence of the modern news background is clarified, the features of new concepts in analytical streams, comments of YouTubers and listeners are analyzed. Forecasts of the future of humanity are shown through the prism of multimedia texts and the language of famous media personalities. The development of digital technologies is a springboard to fantastic forecasts of the future of humanity. This process constitutes the creative core of media activity and finds its expression in authorial streams, multimedia and hypertexts, influencing the public consciousness of the mass audience.

In scientific studies of the concept of «digital era» its content versatility is noted, mainly in the following senses: «information era», «era of robots and laser weapons», «era of glory and hope», «digital control», «digital protection», «digital media», «digital environment», «digitalization» (use of digital technologies), «digital inequality», «electronic government» (and its application: e-mobile intelligent «digital man», «information ethics», «era of social networks», «digital concentration camp of the 21st century», etc. Thus, there are many well-founded modern identifiers of modernity, which together create a complex system of political, economic and cultural relations in the global world.

Social communications and journalism issues are discussed at annual scientific conferences at universities and special research institutes. Key topics are digital technologies, individual freedom, rights and security. Scientists emphasize that today people who think and analyze are essential; bold, proactive diplomats are needed; young people are expected to generate respectable ideas, and not to indulge in lifestyle journalism (glossy pictures and fashion trends).

A modern media text is a kind of moderator of the civilizational space and the events taking place in it. Media language gives rise to heated expressions like «the four-year term of the newly elected US President is a TRUMPLIN into uncertainty and chaos». YouTubers predict a split in public opinion into «left» and «right», since center-right parties have become popular in Europe. Experts often speak about the influence of the global mind on world events: billionaires conduct informal negotiations; they make decisions in «brainstorming sessions» and implement them through «agents of influence». The concept of «diplomacy» has acquired new varieties in recent decades: «shuttle diplomacy», «word of mouth diplomacy», «responsible diplomacy», «digital diplomacy», «bold diplomacy», «diplomacy with a head», etc. The intellectual content of multimedia texts promotes universal values, deep meanings of life; analyzes the substantive and moral nature of global processes.

Keywords: digital age, artificial intelligence, news background, chunking, ochlos, nomophobia, streams, extreme, clickbaits, youtubers, ergonomics.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 227–238
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 227–238

МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 227–238 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13308

УДК 655.3.066.13.4:271.4-789.17-726.1-268-273](477)"195"

УКРАЇНА НА ПРОСТОРАХ МИНУВШИНИ ТА В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Мар'ян Лозинський
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: loz.maryk@gmail.com
https//orcid.org/0000-0002-5006-3291

У статті зроблено спробу з'ясувати суть російсько-української війни на просторах минувшини і сучасної російсько-української війни, спираючись на книгу «Перелом: війна Росії проти України у часових пластах і просторах минувшини. Діалоги з істориками» у двох книгах (відпов. ред. Валерій Смолій; Київ, НАН України, Ін-тут історії України, 2022 р.). Це науково-популярне видання, яке зусиллями багатьох авторитетних дослідників, публіцистів та журналістів розкриває світові правдиві причини військового вторгнення РФ на українську землю 24 лютого 2022 року. Зазначимо, що підготовка до нападу Росії на Україну підготовка до нападу Росії на Україну бере свій початок з 2014 року – з так званої гібридної війни. Майже всі автори доводять історичну спадковість росіян щодо імперських зазіхань на українську землю, на українську історію, яка, на думку сучасної путінської росії, не має права на майбутнє. Однак багаторічна архівна праця у сховищах російських інституцій, яку провів ще один дослідник-історик Володимир Білінський, автор документального дослідження під назвою «Країна Моксель, або Московія. Роман-дослідження» (К.: Видавництво імені Олени Теліги, 2010), докорінно спростовує брехливу міфологію про єдину слов'янську колиску з московитами. Особливість появи цих двох книг полягає не тільки у науковій новизні, але й у своєчасності поширення у сьогоднішньому інформаційному світовому просторі.

Ключові слова: публіцистика, зло, історія, психологія, економічні санкції, країна-агресор, державний департамент США.

Постановка проблеми. У статті проаналізовано нинішній агресивний терор Росії щодо України та ймовірність вселенської катастрофи через витоки зла, яке, на жаль, набуває на третьому році російсько-української війни значного поширення в Європі. Терор Росії щодо України доводить можливість вселенської катастрофи, і дуже важливо глибше збагнути витоки зла. Як потужну зброю людини маємо збаг-

© Лозинський М., 2025

нути права й обов'язки мислення, яке тоді стає автентичним, коли сповідує *Правду* і *Добро*. Правда є справжньою, коли з'ясовує найперспективніший напрям дослідження – історію ментальностей. Потрібно вірити в очевидність часу – інакше будемо тільки мріяти. Без історичного контексту втрачається віра між особистостями і спільнотами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Цій темі присвячено вже чимало різних досліджень в Україні і за її межами. Зокрема, війна Росії проти України відображена у багатьох дисертаціях, які можна поділити на декілька груп. Це – історичні, інтеграційні, суспільно-економічні, культурно-політичні тощо. Здебільшого дисертації присвячені явищам сучасної російсько-української війни. З-поміж них такі наукові праці, як «Російсько-українська війна: погляди, уроки, виклики» (В. Можаровський, Центральний науково-дослідний інститут озброєння та військової техніки ЗСУ), «Українсько-російська війна – причини, перспективи та уроки» (В. Заплатинський), «Вплив російсько-української війни на глобальну систему міжнародної безпеки та перспективи» (О. Крет, Р. Крет, І. Вівчар) тощо.

Методологічна основа дослідження. У процесі написання статті ми вдалися до оцінки процесу історичного походження української ідентичності з погляду правдивої джерельної бази, яка стала доступною. У роботі використано сучасні наукові праці українських дослідників, а також міжнародних представників гуманітарної науки. Значну увагу приділено сучасним міжнародним економічним санкціям проти Росії, які запровадили країни-партнери.

У контексті подальшого розвитку подій та появи архівних матеріалів, аргументаційних ресурсів світоглядної публіцистики видатних постатей, журналістів світу починаємо усвідомлювати судження, наприклад **Івана Мазепи:** *«Ми не можемо довше стерпіти московського ярма. Найдорожчий план царя – перетворити російську державу в цісарство, шо було неможливе, якби могла існувати незалежна Україна… Прийшов час, коли можна скинути ненависне ярмо і зробити з України вільну і незалежну країну»*[1].

Маємо ще одне посилання французького письменника і публіциста **Астольфа де Кюстіна** у книзі «Росія 1839 року», яке відтворює правдивий стан нашого північного сусіда: «У народі – давке відчуття тривоги, в армії – неймовірне звірство, в адміністрації – терор, що поширюється навіть на тих, хто тероризує інших, у церкві – низькопоклонство і шовінізм, серед знаті – лицемірство й святенництво, серед нижчих класів – невігластво й крайні злидні. І для всіх – Сибір. Ось така ця країна, якою її зробила історія, природа чи Провидіння»[2].

У документальній книзі «Саліна» відтворено автентичні факти страхітливого злочину «большевизму» та російського імперіалізму – замордування у соляних шахтах понад 3500 українців, поляків та євреїв різного віку. Тут знаходимо головного винуватця XX століття – більшовизм, який «став натхненником і організатором катастрофічного свавілля. За якихось 70 років внаслідок геноцидів, голодоморів, воєн, організованих пройдисвітами…, зі світу спроваджено у муках і відчаї майже 110 мільйонів людей[3].

---

[1] Цит. за: Бощак, І., Маргель, Р. (1991), Іван Мазепа, Київ., с. 66–67.
[2] Лось, Й., Прокопець, М., Лапичак, Д. (1995), Саліна, Львів, с. 17.
[3] Там само, с. 18.

У вступі до книжки «Перелом: Війна Росії проти України у часових пластах і просторах минувшини. Діалоги з істориками» чітко обстоюється окремішність України з огляду тогочасних подій:

«24 лютого 2022 року кожен із українців запам'ятає на все життя. Того дня стався *перелом нашого історичного буття* – людини, суспільства, нації, держави. Гібридна війна з неоімперською Росією, котра в різних формах тривала протягом восьми років, перейшла в нову фазу. Вона стала наймасштабнішою та найзапеклішою континентальною війною після 1945 р. на обширах усієї Європи. Нинішні військово-політичні реалії в драматичний і трагічний спосіб підтверджують те, що завжди знали й повсякчасно доносили до суспільства історики, публіцисти, що держави проєктуються творчою думкою, здобуваються титанічною працею суспільства й утверджуються пролитою кров'ю. Сьогодні це історичне і соціогуманітарне знання, засвоєне дуже дорогою й страшною ціною, стало очевидним для всього українського суспільства. На наших очах постала екстремальна, руйнівна та деструктивна соціокультурна реальність російсько-української війни, котра кинула Україні й українцям екзистенційні виклики, пов'язані з нашим існуванням як держави і як нації. *Стався великий перелом у нашій свідомості,* що є найбільшим і найсильнішим за новітньої доби національної історії[4].

Відомо, що російсько-українську війну від 2014 року низка інтелектуалів справедливо називає запізнілою чи відкладеною війною. За розгортання інших соціокультурних передумов, перебігу політичних подій, соціально-економічних обставин і геополітичних конфігурацій російсько-українська війна могла б спалахнути ще на початку 1990-го року. Навіть більше, нинішню війну часто співвідносять із давніми російсько-українськими прорахунками доби Української революції 1917–1921 рр. Ось як описує події того часу відомий український історик, журналіст Петро Мірчук:

«Рік свого панування в Московщині використали большевики насамперед для того, щоб зорганізувати свою большевицьку Червону армію. Це їм великою мірою вдалося. Почуваюсь вже в силах, московські большевики поставили як чергове своє найважливіше завдання – захоплення України як багатої на хліб «колонії»[5].

Однак насправді сучасна війна є глибоко закоріненою в нашій минувшині й сягає низки попередніх історичних епох і періодів, оскільки Московщина /Російська держава / імперія Романових / більшовицька / радянська / пострадянська / путінська Росія будь-що-будь намагалися поневолити, підкорити й русифікувати навколишні народи, передусім українців. Про це написано десятки книг і сотні концептуальних статей, які знайшли своє відображення у вищезазначених книгах. Це науково-популярне видання багатьох авторів, відомих дослідників з гуманітарних питань Інституту історії України є своєрідним популярним компендіумом, створеним українськими істориками як відповідь на суспільні запити, зловісні виклики і загрози нашої воєнної сучасності у форматі уявних діалогів із читачами. Матеріали цих книг структурно розкривають такі теми:

---

[4] Смолій, В. (2023), До читача. Перелом: Війна Росії проти України у часових пластах і просторах минувшини. Діалоги з істориками, кн. 3 / Відп. ред. В. Смолій; Упоряд.: Г. Боряк, О. Ясь, С. Блащук. НАН України. Інститут історії України, Київ, с. 25.

[5] Мірчук, П. (1957), Українсько-московська війна (1917–1919). Ліга Визволення України, Торонто, с. 70.

I. Російсько-українська війна, її передумови, причини та природа. Від війни гібридної до війни повномасштабної (2014–2022).

II. Від києво-руської спадщини до національної держави раннього нового часу. Україна у просторі протистояння західноєвропейської та східнодеспотичної цивілізації.

III. Імперська доба та її спадок у світлі російсько-українського протистояння.

IV. Російсько-українська конфронтація за доби Української революції 1917–1921 рр.

V. Україна на теренах міжвоєнного світоустрою 1921–1939 рр. і Другої світової війни 1939-1945 рр. Міфологія «Великої вітчизняної війни» у стратегіях й практиках путінської Росії.

VI. Україна у добу соціокультурних катастроф і комуністичних експериментів 1921–1991 рр. Тоталітарний проєкт і радянська людина як передтечі сучасного рашизму.

VII. Посттоталітарний світ, сучасна Україна і неоімперський проєкт путінської Росії. Рашизм у світлі сучасного історичного та соціогуманітарного знання.

VIII. Світ геополітики, пострадянські обшири та концепт пограниччя у річищі російсько-українських змагань.

IX. «Війни за історію» в просторі історіографії. Історична політика, дидактичний вимір, або підручник як чинник воєнної сучасності.

Такі основні теми й провідні сюжети книги «Війна Росії проти України в часових пластах і просторах минувшини», котра в метафоричному сенсі не припинялася в різних формах у жодну історичну епоху. Автори (їх налічується сто осіб) у своїх публікаціях наголошують, що ця війна спрямована не тільки на знищення України як держави і повне розчинення української ідентичності, а й на руйнацію сучасного світового устрою XXI століття.

У лютому цього року минуло три роки героїчної боротьби українського народу за свою незалежність, за надане Богом право творити свою історію за цивілізованими правилами християнського життя. Однозначно треба розуміти, що сьогоднішня війна – це перелом у багатовіковій історії боротьби за нашу державну й національну незалежність, оскільки вона має дати однозначну і стверджувальну відповідь на гамлетівське питання: «Бути чи не бути Україні як державі в глобальному світі XXI століття». Отже, сучасна російсько-українська війна, на думку директора інституту історії України НАН України, доктора історичних наук, академіка В. А. Смолія, є війною не тільки з путінською росією; це війна за повний і остаточний розрив України з радянською тоталітарною та імперською спадщинами.

Як зреагувала світова спільнота на вторгнення російської імперії в Україну?

Нещодавно, у жовтні 2024 року, у світ вийшла книга американського журналіста Боба Вудварда під назвою «Війна», присвячена російсько-українській війні.

Автор, добре обізнаний з цією архіважливою подією світового масштабу і на основі достовірних даних спецслужб, вочевидь – американських, переповідає читачеві, якою була реакція США на повідомлення про вторгнення збройних сил Росії у 2014 році на територію України, зокрема про втрату Криму, що стало початком великої війни Росії проти України. Боб Вудвард наводить слова Байдена, який тоді був при

владі із Бараком Обамою: «Ми ніколи не мали б дозволити Путіну просто зайти і взяти Крим і Донбас у 2014 році. Ми дали Путіну ліцензію на продовження»[6].

Вже як Президент США Джо Байден, усвідомивши всю небезпеку, яка йшла від Москви в особі президента Путіна стосовно України, дає доручення державному секретареві Ентоні Блінкену активно розпочати формування міжнародної коаліції щодо економічних санкцій проти Росії.

Олександр Моцик, Посол України в США (2010– 2015 рр.), згадує про щоденну працю з Державним департаментом США, Радою національної безпеки, Пентагоном та Міністерством фінансів США щодо надання допомоги Україні й уведенням санкцій проти Росії, які були спрямовані на чотири сектори: військово-технічний, високих технологій, енергетичний і фінансовий[7].

Загалом у цих примусових заходах взяло участь близько сорока країн світу, які запровадили проти агресора безпрецедентні за масштабами санкції. Зазначимо, що США, перед тим, як вводити пакет санкцій проти Росії, проводили постійні консультації із країнами ЄС, оскільки добре розуміли складність такого рішення через практику погодження – згоди кожної країни Європи. Однак США є країною-лідером санкційної політики щодо росіян, оскільки з 2022 року понад 4600 юридичних і фізичних суб'єктів РФ потрапили під їхні санкції. Зокрема, це величезні компанії нафтогазового сектору, банківського сектору (понад 50 російських банків), ІТ сфера, компанії з морського сектору економіки тощо. Також, американці не обмежились санкціями тільки проти росіян, вони застосували блокуючі важелі впливу на китайські та іранські компанії, які перебувають на території Росії.

Наступним за потужністю та дієвістю впливу на санкційну політику щодо Росії є спільнота Європейського Союзу, яка запровадила 15 пакетів економічних та індивідуальних санкцій, що поширюються на понад 2300 фізичних та юридичних осіб. Унікальність санкційної політики ЄС полягає ще й в тому, що ці санкції поширюються на 700 компаній РФ, які є в третіх країнах світу і які причетні до військово-промислового комплексу. Їхні активи переходять у стан замороження та позбавляються будь-якої фінансової підтримки країнами ЄС.

Третьою країною світу, яка запровадила пакет санкцій проти Росії, стало Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії, яке додало до цього списку понад 2000 фізичних та юридичних осіб. Сектором впливу санкцій Великої Британії стали російський ринок енергетики морського бізнесу, ВПК, заборона транспортування скрапленого російського газу тощо. Також Велика Британія підтримала США і країни ЄС щодо запровадження санкцій проти фізичних та юридичних компаній Ірану. Останні події, зокрема угода про сторічне партнерство між Україною та Великобританією, покликана концептуально побудувати міцні зв'язки між нашими країнами.

Союзниками вищезазначених країн щодо запровадження пакету санкцій проти Росії стали Канада (понад 2000 фізичних та юридичних осіб потрапили під санкції), Швейцарія (понад 2000 фізичних та юридичних осіб потрапили під санкції), Японія

---

[6] Гичко, М. «Не сприймав Путіна серйозно»: Байден критикував Обаму за реакцію на анексію Криму, *УНІАН*, 09.10.2024.

[7] Моцик, О. (2021), «Міжнародні санкції проти Російської Федерації як інструмент тиску та покарання за агресію проти України й інші міжнародні злочини». *Науковий щорічник «Україна Молода»*, березень, с. 774–753.

(26 пакетів санкцій), Австралія (1700 фізичних та юридичних осіб потрапили під санкції), Нова Зеландія (28 пакетів санкцій).

Підсумовуючи санкційну політику Європейського Союзу, США, Великобританії, Канади, Швейцарії, Австралії та Нової Зеландії проти Росії, вчені, експерти та журналісти дійшли до очевидного висновку щодо певних змін в російській економіці та здатність Росії продовжувати війну проти України. Зокрема, міжнародні інституції, серед них центральний банк Фінляндії оцінює значний перехід Росії до воєнної економії, введення контролю над капіталом та значне збільшення державних витрат на підтримку війни.

Незважаючи на те, що міжнародні санкції ізолювали Росію від західних економік і посилили її залежність від деяких іноземних партнерів, а проте, є докази журналістського розслідування того, що росіяни використовують Туреччину, ОАЕ, деякі країни Центральної Азії, а також Грузію й Вірменію, і обходять ці західні санкції. Також очевидним є той факт, що за рахунок збільшення експорту нафти до Бразилії, Індії та деяких країн ЄС Росія отримує додаткове фінансування для продовження війни з Україною. Однак деякі світові інформаційні агентства поширюють різні думки щодо спроможності російської армії продовжувати багаторічну війну. Публіцисти багатьох країн звернули увагу на судження очільника ГУРу Кирила Буданова, який вважає, що Росія ще здатна продовжувати війну проти України у тих масштабах, як це відбувається зараз. Водночас вже у 2025 році економіка країни-агресора підійде до небезпечної позначки. Таким чином, санкції наших партнерів проти Росії суттєво послабляють військову потугу збройних сил загарбників і є дієвим інструментом впливу на країну-агресора[8].

Деяка світова спільнота продовжує поверхнево та суб'єктивно давати оціночні висновки щодо вторгнення регулярних збройних сил російської федерації на територію України у лютому 2022 року. Окрім цього, деякі лідери потужних країн не хочуть бачити того, що росіяни ще з 2014 року розпочали проти нас гібридну війну під світову мовчанку, зокрема це лідери країн світової сімки, про що згадував Президент США Джо Байден.

Найбільш вагомими та далекоглядними імперськими планами Путіна щодо захоплення України, на думку авторів публікацій у згаданому виданні «Перелом…» Алли Киридон і Сергія Троян, є такі основні причини:

Цивілізаційна, себто війна російської євразійської цивілізації проти локальної української цивілізації, яка має історичні християнські традиції розвитку та сучасний європейський вимір, чого не було і немає в азіатської Росії;

Геополітична – стосовно розширення простору, як квінтесенція за рахунок контролю величезного континентального євразійського масштабу, який опирається на три складові – східноєвропейський, кавказький і центральний. Найпершим для себе Росія розглядала східноєвропейський, оскільки підпорядкування українського простору, як найбільшого в Європі з точки зору наявності природних ресурсів, географічного розташування та наявної талановитої робочої сили завжди привертали увагу і менталітет російської імперії.

Екзистенційна – Росія упродовж століть намагалася знищити Україну як державу з автохтонним народом, який ніколи не ототожнював себе із так званим стар-

[8] Буданов, К. у телемарафоні «Єдині Новини», 31 грудня 2024,.

шим братом. Українська нація завжди відрізнялася від російського руського міра своїм світоглядом, світосприйняттям, християнськими традиціями та історичною пам'яттю[9].

Стратегія і тактика Росії в інформаційній війні проти України пройшла певну підготовку з використанням сучасних світових стандартів. Об'єктом для публікацій російських медіа стала не тільки Україна , але й країни- партнери, які запровадили проти неї економічні санкції. Окрім ключового наративу, брехливих інсинуацій довкола так званого захисту російськомовного населення від фашистів, російські медіа у своїх міжнародних публікаціях звинувачували США у впливі на країни Європи щодо постачання зброї Україні та в ослабленні Росії як держави на світовій мапі. Варто зазначити, що російські ідеї денацифікації та демілітаризації здійснили, на жаль, інформаційний вплив на світову спільноту. Зокрема, медіа таких країн, як Китай, Індія, Північна Корея, і навіть Японія, яка підтримує нас (88 відсотків населення), висувають різні гіпотези щодо вторгнення росії на територію України. Наприклад, КНР вважає, що російсько-українська війна вигідна США і країнам Європи з метою ослаблення Росії, впливові індійські експерти просувають ідею «фантазії» єднання демократичного світу навколо спільних цінностей, які відстоює Україна, а японці вже починають говорити, що економічні санкції негативно впливають на економіку їхньої країни. Однак прагнення російського президента відмежувати та дистанціювати Україну від Європи зазнали фіаско, оскільки він допустив низку прорахунків, репутаційних та політичних. Зокрема, його ідея недопустити розширення НАТО, що була одним із ключових публічних аргументів Кремля для виправдання війни з Україною, продемонструвала недалекоглядність російського лідера – до складу північноатлантичного блоку у липні 2022 року увійшли, де-факто, Фінляндія і Швеція.

Дискримінаційна риторика кремлівського диктатора щодо країн західного світу, зокрема України, маючи сумнівну вагу всередині російського суспільства, завдала колосальних репутаційних втрат росії, що в історичній перспективі матиме наростаючий деструктивний вплив на соціальний, економічний, культурний розвиток російського суспільства. Військове вторгнення росії в Україну мобілізувало чимало країн Європи, США, Великобританії, що сприйняли її як тривожний сигнал для усього цивілізованого світу і надали безпрецедентну військову підтримку Україні та гуманітарну допомогу її громадянам.

АКТУАЛЬНІ СУДЖЕННЯ:

«*Саме в ім'я доктрини, яка є необхідною і невблаганною логічно без основ системи, було винищено десятки мільйонів невинних людей без якогось особливого звинувачення, хіба що злочином ставало те, що вони були шляхетного походження, міщанами, куркулями, УКРАЇНЦЯМИ, навіть робітниками чи… членами комуністичної партії*»[10] (***Стефан Куртуа, Ніколя Верт, Анджей Пачковський Карел Бартошек, Жан-Луї Марголен***. *Чорна книга комунізму. Злочини, терор і репресії. Переклад з французької. Львів, 2008. С. 28).*

---

[9] Киридон, А., Троян, С. (2022), «Які основні причини російсько-української війни 2014–2015 рр.? Перелом: Війна Росії проти України у часових пластах і просторах минувшини», НАН України. Ін-тут історії України, Київ, книга 1, с. 125–126.

[10] Куртуа, Стефан, Верт, Ніколя, Панне, Жан-Луї та ін. (2008), Чорна книга комунізму: Злочини, терор і репресії / Пер. з фр. Я. Кравець. Афіша, Львів, с. 28.

Документальна повість Софії Денисенко *«Тіні незабутих предків» окреслює всю панораму методичної руйнації осердя нації – села, неодмінно викликає цілу сув'язь різноманітних почуттів і відчуттів: згусток болю в серці, співчуття до жертв цинічних, жорстоких репресій, захоплення винятковою працьовитістю українського селянина-господаря, красою побуту*[11].

Михайло Милорадович і Бородіно*. Під час відзначення 200-ліття Бородінської битви у Вітчизняній війні 1812 року український дослідник з Дніпра Андрій Карнаух доводить, що надважливу роль у ній відіграли українці. Французькі війська зупинила саме артилерія під командуванням нашого співвітчизника, полководця, графа, генерал-лейтенанта Михайла Милорадовича. Це визнав Кутузов. Зрештою, понад 75 тисяч українців, а це нові полки, служили, допомагали багатьом країнам, але в чужих мундирах. Нарешті, як писав Іван Франко, «НАМ ПОРА ДЛЯ УКРАЇНИ ЖИТЬ»*[12].

Заповіт нашого Каменяра зреалізовує в сучасну пору наше військо в російсько-українській війні, демонструє чудеса героїзму.

Зі статті Павла Мовчана*: «Росія ще не усвідомлює, що на неї чекає, Бо не розуміє, що посіяла. Згадайте, як у радянські часи було знівельовано величезний відсоток українців – на Кубані, Слобожанщині, Курщині, Воронежчині. Але потім несподівано з'явився Горбачов, який зруйнував «нерушиму» імперію. Також свого часу Хрущов намагався влізти в українську мову: у 1964 році з його ініціативи змінили російський правопис, за яким почали писати і говорити «зайци», «огурци» замість «зайці», «огурці». В тому ж році доба Хрущова закінчилися… І таких прикладів в історії – безліч. Тому невідомо, які ще Господні сюжети чекають на Росію. Їм здається, що за короткий термін можна русифікувати Україну. Але ніхто не знає, як і коли з'явиться, умовно кажучи, новий Горбачов і все полетить шкереберть! Один Господь відає!* (Листи до приятелів)[13].

ПЕРЕКОНЛИВІ ДОКАЗИ

Навіть Володимиро-Суздальське князівство, що, як відомо, стало основою Московського царства, ніколи не мало свого єдиного етнічного імені, бо було завжди заселене народами, котрі нічого спільного зі слов'янами не мали. Ось як про це пише польський історик Казимир Валишевський у своїй книзі «Іван Грозний», яка вийшла у Росії 1912 року в часі суворої цензури:

«Погляньте на москвича XVI століття: він бо з ніг до голови вдягнутий по-самаркандськи. Башмакь, азямь, армякь, чебиш, ковпак, тафья, темляк – ось такі татарські назви різних предметів його одежі. В репертуарі його розмови неодмінно звучатимуть слова дуракь, кулак, кандали, кнут, кабак. І всі ці слова азійського походження». Згаданий нами Володимир Білінський виносить вердикт на цей портрет московитів такими словами; « Дорогі великороси, ось де ваше коріння»[14].

Тепер щодо самої назви «Москва», яка за брехливою великоросійською міфологією («Історія держави Російської») як місцевість уперше згадується в 1147 році, як і те, що її заснував руський князь Андрій Довгорукий, і проживали там велико-

[11] Полтавщина. Свідчення Софії Денисенко про те, як більшовики руйнували генофонд української нації (2008), *«Листи до приятелів»,* 28 Листопада.
[12] Карнаух, А. (2012), Наполеона зупинив … Українець, *Україна молода*, вересень.
[13] Мовчан, П. (2012), Вони зазіхнули на Боже, *«Листи до приятелів»*, вип. 1 (3), грудень, с. 23.
[14] Білінський, В. (2008), «Країна Моксель, або Московія», Вид-во імені Олени Теліги, К., с. 14.

роси. А ось що пишуть професори Московського університету С. М. Ключевський і С. М. Соловйов: «Так, Русь за старих часів була, але великороси як народ з'явилися аж у XVI–XVII століттях»[15].

Глибоко досліджуючи російські архіви, дослідник української історії Володимир Білінський спростовує систему хитрощів і облуд російських істориків, доходить висновку, що до XVI–XVII століть не існувало російської держави, не було великоросів як народу, а була тільки суздальська земля – земля Моксель, пізніше – Московське князівство, і населена та земля була людьми, яких до XVIII століття називали московитами»[16].

Отже, на основі історичних досліджень В. Білінський доходить висновку, що для Росії виникла велика ідеологічна, політична, психологічна і моральна проблема самоідентифікації себе як буцімто «слов'ян», оскільки генетично росіяни до слов'ян ніякого відношення не мають. Ця гіпотеза випливає із російської історіографії, яку представляють державні історики Московського університету М. М. Карамзін, С. М. Соловйов, О. О. Шахматов, В. О. Ключевський, які працювали, зауважмо, в часі цензури.

Сучасна Росія в оцінці світової спільноти є країною без майбутнього. Зокрема, професор грузинського університету Ілії, історик, журналіст Олег Панфілов прогнозує: «Росія розпадеться, бо це штучна країна, склеєна із захоплених територій. Відбулася асиміляція для створення єдиного народу. Штучність відчувається у всьому. На цій території величезній живе близько 190 народів, яких нічого не об'єднує. Ця штучність підтримується диктатурою»[17].

Отже, маємо добре пам'ятати, що доки в Росії буде залишатися хоч найменша ілюзія щодо можливості нового підкорення України, доти вона імперських амбіцій не позбудеться.

З огляду на це варто пригадати, відомі слова великого українського письменника, автора української геополітичної концепції Юрія Липи, вміщені у відозві Союзу Визволення України «До громадської думки Європи від 25 серпня 1914 року»:

«Безпримірна задиркувата політика Росії привела цілий світ до катастрофи, подібної якій історія ще не знала. Ми, Українці, сини великого, поділеного народу, який нечуваним способом пригнічується царатом, свідомі того, про що йде справа в цій війні. Звичайно, не про гегемонію «германізму», або «слов'янства», війна ведеться між культурою і варварством. Війна ведеться, щоб остаточно зламати ідею «пан-московітизму», який приніс незліченну шкоду усій Європі і загрожував «добробуту і культурі».

З цього випливає теза, що поняття варварства й темноти російської імперії та культурної просвіченості Європи були введені з такою метою:

- викликати чи посилити в свідомого українського читача недовіру до середовища, в якому він перебуває;
- пробудити в читачеві внутрішнє відчуття європейськості, яке, на відміну від азіатської росії, українці завжди мали;
- вибрати альтернативний шлях розвитку, доступний за умов здобуття незалежності, за яку бореться Союз Визволення України.

---

[15] Білінський, В. (2008), «Країна Моксель, або Московія», Вид-во імені Олени Теліги, К., с. 22.
[16] Там само, с. 34.
[17] Біла, І. (2017), Огляд преси. *Радіо Свобода*. 09 листопада.

Основними джерелами для вивчення відповідних поглядів Ю. Липи є дві його праці: «Призначення України» (1938 р.) та «Розподіл Росії» (1941 р.). Це геополітичні трактати, в яких Липа розглядає «советський союз» як продовження деспотичної московської імперії від самого золотоординського зародження із неповноцінною інтелігенцією. Варто зазначити, що все своє життя Юрій Липа був послідовним українським націоналістом, позбавленим комплексу надмірної поваги до Росії та росіян, що у своїх двох працях відомої трилогії приділив велику увагу специфіці російського соціуму та держави. Ці праці виникли на ґрунті української інтелектуальної традиції у сприйнятті росії та україно-російських відносин, які упродовж багатьох років були непростими. Адже українець, на відміну від росіянина, не любить говорити про свій патріотизм, про бажання панувати над іншими народами чи націями. Саме таких героїв із непоказним, але щирим патріотизмом маємо у багатьох творах українських письменників помежів'я. Нам, українцям, притаманна глибока релігійність, традиції хліборобської культури, збережені у підсвідомості первісні уявлення про сакральну землю, тісний зв'язок із минулим, тобто патріотизм героїв – не абстрактний, не стихійний, а такий, яким говорить серце і кричить від болю душа.

Перспективи подальших досліджень Очевидно, що тема російсько- української війни надзвичайно актуальна і тривалий час перебуватиме в полі зору як журналістів, так і істориків-дослідників. Особлива увага експертів з питань воєнної справи та економічного розвитку буде прикута до післявоєнного розвитку України та впливу країн-партнерів на подальшу долю українців. Тому величезна увага світової спільноти прикута до завершення російсько-української війни, особливо після політичних змін у США.

Висновки

У статті докладно з'ясовано гостроактуальну проблему, що стосується доленосних питань щодо спровокованої війни росії проти України, водночас і усього світу. Російсько-українська війна поставила в центр світових подій Україну, яка три роки героїчно захищає себе і європейську спільноту від поневолення російським агресором. Країни-партнери усіляко допомагають Україні перемогти у цій масштабній та страшній війні: і озброєнням, і завдяки різноманітним гуманітарним проєктам. Українські журналісти, публіцисти, письменники також активно долучилися до спротиву російській агресії як на фронті, так і в інформаційному просторі. Згадані нами публіцистичні праці колективу інституту історії НАН України під керівництвом академіка Валерія Смолія та дослідника-архівіста, історика Володимира Білінського дають світовій спільноті правдиву інформацію про українську минувшину та кардинальне переосмислення новітньої історії російсько-українських відносин. Світова спільнота має переконатися в тому, що сучасна російсько-українська війна спрямована не тільки на знищення Української Держави як такої, але й на повну руйнацію сучасного світового устрою.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Біла, І. (2017), Огляд преси. *Радіо Свобода*. 09 листопада.
2. Білінський, В.Б. (2010), *Країна Моксель, або Московія: Роман-дослідження*, 2-ге вид., Вид-во імені Олени Теліги, Київ.
3. Бощак, І., Маргель, Р. (1991), Іван Мазепа, Київ, с. 66–67.

4. Буданов, К. у телемарафоні «Єдині Новини», 31 грудня 2024.
5. Гичко, М. (2024), «Не сприймав Путіна серйозно»: Байден критикував Обаму за реакцію на анексію Криму, *УНІАН*, 09.10.
6. Карнаух, А. (2012), Наполеона зупинив … Українець, *Україна Молода*, вересень.
7. Киридон, А., Троян, С. (2022), «Які основні причини російсько-української війни 2014–2015 рр.? Перелом: Війна Росії проти України у часових пластах і просторах минувшини», НАН України. Ін-тут історії України, Київ, книга 1, с. 125–126.
8. Куртуа, Стефан, Верт, Ніколя, Панне, Жан-Луї та ін. (2008), Чорна книга комунізму: Злочини, терор і репресії / Пер. з фр. Я. Кравець. Афіша, Львів, 711 с.
9. Липа, Ю. (1992), *Призначення України*, Львів, 1992, 248 с.
10. Липа, Ю. (2014), *Розподіл Росії*, Українська видавнича спілка, Київ, 176 с.
11. Лось, Й., Прокопець, М., Лапичак, Д. (1995), *Саліна*, Львів, 242 с.
12. Мірчук, П. (1957), *Українсько-московська війна*. Ліга визволення Українців. Торонто, 80 с.
13. Мовчан, П. (2012), Вони зазіхнули на Боже, *«Листи до приятелів»*, вип. 1 (3), грудень.
14. Моцик, О. (2021), «Міжнародні санкції проти Російської Федерації як інструмент тиску та покарання за агресію проти України й інші міжнародні злочини». *Науковий щорічник «Україна Молода»*, березень, с. 774–753.
15. Полтавщина. Свідчення Софії Денисенко про те, як більшовики руйнували генофонд української нації (2008), *«Листи до приятелів»,* 28 Листопада.
16. Прокопець, М. (2017), *Дзвін Саліни*, «Тріада плюс», Львів, 260 с.
17. Смолій, В. (2023), До читача. Перелом: Війна Росії проти України у часових пластах і просторах минувшини. Діалоги з істориками, кн. 3 / відп. ред. В. Смолій; упоряд.: Г. Боряк, О. Ясь, С. Блащук. Інститут історії України, Київ, 844 с.

REFERENCES

1. Bila, I. (2017), Ohliad presy. Radio Svoboda. 09 lystopada
2. Bilinskyi, V.B. (2010), Kraina Moksel, abo Moskoviia: Roman-doslidzhennia, 2-he vyd., Vyd-vo imeni Oleny Telihy, Kyiv.
3. Boshchak, I., Marhel, R. (1991), Ivan Mazepa, Kyiv., s. 66–67.
4. Budanov, K. u telemarafoni «Iedyni Novyny», 31 hrudnia 2024,.
5. Hychko, M. (2024), «Ne spryimav Putina seriozno»: Baiden krytykuvav Obamu za reaktsiiu na aneksiiu Krymu, UNIAN, 09.10.
6. Karnaukh, A. (2012), Napoleona zupynyv … Ukrainets, Ukraina Moloda, veresen.
7. Kyrydon, A., Troian, S. (2022), «Iaki osnovni prychyny rosiisko-ukrainskoi viiny 2014–2015 rr.? Perelom: Viina Rosii proty Ukrainy u chasovykh plastakh i prostorakh mynuvshyny», NAN Ukrainy. In-tut istorii Ukrainy, Kyiv, knyha 1, s. 125–126.
8. Kurtua, Stefan, Vert, Nikolia, Panne, Zhan-Lui ta in. (2008), Chorna knyha komunizmu: Zlochyny, teror i represii / Per. z fr. Ya. Kravets. Afisha, Lviv, 711 s.
9. Lypa, Yu. (1992), Pryznachennia Ukrainy, Lviv, 1992, 248 s.
10. Lypa, Yu. (2014), Rozpodil Rosii, Ukrainska vydavnycha spilka, Kyiv, 176 s.
11. Los, Y., Prokopets, M., Lapychak, D. (1995), Salina, Lviv, 242 s.
12. Mirchuk, P. (1957), Ukrainsko-moskovska viina. Liha vyzvolennia Ukraintsiv. Toronto, 80 s.

13. Movchan, P. (2012), Vony zazikhnuly na Bozhe, «Lysty do pryiateliv», vyp. 1 (3), hruden.
14. Motsyk, O. (2021), «Mizhnarodni sanktsii proty Rosiiskoi Federatsii yak instrument tysku ta pokarannia za ahresiiu proty Ukrainy y inshi mizhnarodni zlochyny». Naukovyi shchorichnyk «Ukraina Moloda», berezen, s. 774–753.
15. Poltavshchyna. Svidchennia Sofii Denysenko pro te, yak bilshovyky ruinuvaly henofond ukrainskoi natsii (2008), «Lysty do pryiateliv», 28 Lystopada.
16. Prokopets, M. (2017), Dzvin Saliny, «Triada plius», Lviv, 260 s.
17. Smolii, V. (2023), Do chytacha. Perelom: Viina Rosii proty Ukrainy u chasovykh plastakh i prostorakh mynuvshyny. Dialohy z istorykamy, kn. 3 / Vidp. red. V. Smolii; Uporiad.: H. Boriak, O. Yas, S. Blashchuk. NAN Ukrainy. Instytut istorii Ukrainy, Kyiv, 844 s.

UKRAINE IN THE PAST AND IN THE CONTEXT OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

Maryan Lozynzkyj
Ivan Franko National University of Lviv,
Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: loz.maryk@gmail.com
https//orcid.org/0000-0002-5006-3291

The article analyzes the full-scale military invasion of Russia in Ukraine in February 2024 through the prism of high-profile publications by well-known scientists, publicists and journalists, which were reflected in the popular science publication entitled the breakthrough: Russia's War against Ukraine in the time layers and spaces of the past. Dialogues with historians. In two books. Answer ed. Valery Smoliy; Kyiv: NAS of Ukraine. Institute of History of Ukraine, 2022.

Three hundred authors with their works in these books, in historical retrospect, highlight the centuries-old Russian-Ukrainian relations, which acquired military confrontations with the transition to a protracted war. Many articles in this publication reflect a wide range of problematic issues from the past to the present with reflections on the causes of the Russian-Ukrainian war of 2014–2022.

The purpose of the article is to show the world community Russia's current aggressive terror towards Ukraine and the possibility of a global catastrophe, which the Russian president is carrying because of his desire to change the world order. At the same time, in our research, we try to show, based on archival materials of researcher-historian Volodymyr Bilynskyi, famous publicists of the 20th century, Y. Lypy and M. Mikhnovskoho, regarding Moscow's long-standing lying mythology about our so-called "fraternal roots". Oddly enough, this thesis regarding no relationship between Russians and Slavs is recognized by the well-known scientists-historians of the Moscow University, Karamzin M. M., Soloviov S. M., Kliuchevskyi V. O. and others.

The significant attention of the world community to the events in Ukraine during the Russian-Ukrainian war and many countries' military and humanitarian support to Ukrainians is analyzed. A special place in our research is the analysis of international economic sanctions against Russia with the aim of weakening its military potential.

Keywords: journalism, evil, history, psychology, economic sanctions, aggressor country, US State Department.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 239–249
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 239–249

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 239–249 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13309

УДК 811.161.2’27’373.48:[004.77:316.77]

UKRAINIAN MEMES DURING THE FULL-SCALE WAR: SOCIAL AND INFORMATIONAL ASPECTS

Ivan Mahuriak
Ivan Franko National University of Lviv,
General Chuprynka street, 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: magyriak@gmail.com
https://orcid.org/0009-0001-9809-8610

Nataliia Voitovych
Ivan Franko National University of Lviv,
General Chuprynka street, 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: nataliya.voytovych@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-9466-0787

The article analyzes the role of Ukrainian memes during the full-scale invasion of russia. The focus is on their impact on shaping public opinion, maintaining morale, and combating disinformation. The study showed that memes have become a tool of information warfare and self-identification of Ukrainians, strengthening patriotic sentiments and countering hostile propaganda.

Keywords: Ukrainian memes, informational war, public opinion, meme culture, full-scale war, social media, internet memes.

Problem statement. A meme as a phenomenon has existed in the information space for years. During this time, millions of different memes were created and spread on the Internet. The most popular of them are called viral – memes that have become world-famous. In particular, public is creating more and more memes as a reaction to political processes taking place in a certain territory or around the world. The development of social media has caused an unprecedented development of memes, so they have the prospect of becoming a means of influence.

The beginning of the full-scale russian invasion of Ukraine on February 24, 2024 led to increased interest in Ukrainian culture both abroad and within the country. And since memes are a cultural unit, it did not escape them too.

The culture of memes in Ukraine is very unique in a way. For example, Ukraine is the first country in the world in which, because of the war, dozens, hundreds, and sometimes thousands of memes appear every day as a reaction to various news or certain aspects of the war itself.

© Магуряк І., Войтович Н., 2025

Recent Research and Publications Analysis. Meme theory is a difficult subject to study because memes are a constantly changing phenomenon, which development depends on many factors. These include the development of social media, any changes in the information agenda, and even a change in public attitudes, under the influence of which memes acquire new forms or meanings. This is the main reason for the interest of scientists in various fields in this genre[1].

R. Dokins noted that the distribution of memes is constantly mutating and combining. And this is true, because the first popular memes in the Ukrainian Internet environment were most often in the form of images or certain videos that made people laugh. It could be parodies, excerpts from television programs, etc.

The concept of a meme gained particular popularity with the development of social media, where memes could be spread rapidly amongst other users. They first appeared in the Japanese and English-speaking segments of the Internet, and then, after gaining popularity, they also came to the Ukrainian one. Ukrainians both created memes for their local environment and were involved in creating global viral memes.

Memes became more and more popular and as more platforms appeared on the Web, memes always found their way in there. For example, the TikTok social media allows you to create memes in different formats. The most popular ones are video and audio memes, that is also strengthened by the fact that audio recordings created by one user can be used for videos of other users[2].

In addition to that, memes moved to mass media and turned into a kind of way of informing and stimulating to analyze the situation. If the reader sees a meme with irony, for example, on some popular politician, then the question arises «what happened?» and this stimulates him to try to understand the situation. On the other hand – with the help of memes, mass media precisely explain some nuances of processes or complex processes in general.

The methodological basis of the study. Analysis of content (memes) in social media X, Telegram, Tik Tok, on news website «24 Channel».

Presentation of the main Research material. Memes during the war became an exceptional phenomenon. Certainly, the first memes in February and March 2022 were driven by a desire to make the enemy less scary. The fact remains that on the first day of the full-scale invasion, millions of people were horrified, but within days, memes emerged of russian captives looking extremely bad – they looked no more than 18 years old in uniforms that were several sizes larger. There were also several meme phrases, that symbolized Ukrainian resistance in the first days of war:

- «russian warship, go f*** yourself», – phrase of the border guard, said to the crew of the cruiser «Moscow» during the assault on Zmiiny Island on February 24, 2022;
- «do you know, where you came to? This is Konotop, every other woman here is a witch…», – words of a Konotop local woman to russians that came to city in February 25, 2022.

---

[1] Deshpande, T., Mani, N. (2021), An interpretable approach to hateful meme detection. In: Proceedings of the 2021 International Conference on Multimodal Interaction, URL: https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3462244.3479949 (дата перегляду 15 січня 2025).

[2] NV.ua (2022), «В мене є подарок для тебе». У TikTok з'явився профіль, на якому колекціонують українські мемні звуки різних часів. URL: https://nv.ua/ukr/lifestyle/u-tiktok-zbirayut-ukrajinski-memni-zvuki-video-50249142.html (дата перегляду 15 січня 2025).

- «Oleg, what are you doing here, Oleg?», – fragment of interrogation of Russian invader by locals of Sumy, who defended city on their own and captured that solider on the evening of February 24, 2022.
- «Put some sunflower seeds in your pocket so that they will sprout when you lie down here», – words of Henichesk local woman on February 25, 2022. The city was captured by russians in that time. Later it became known that the author of the words is Svitlana Pankova. The Russians pursued her, but in September 2024 she managed to leave the occupation;

These are just highlights. In addition, individual episodes, such as a video of a man carrying a mine with his bare hands, another carrying missile fragments, or a tractor pulling a tank away, also became memes, strengthened public sentiment and reduced the fear of an enemy that had the advantage in numbers of both weapons and soldiers.

Memes about missile attacks deserve special attention. It would seem that this is definitely not a topic for jokes. However, in late February 2022, one of the user shared that in order not to use profanity during alarms, she says «bledina is flying»[3]. Instead of an curse word, the woman used the name of a baby food brand in the Czech Republic. Later Ukrainians started to use this word for russian missiles. Sometimes the name of Angela Merkel was used instead.

Meme culture in Ukraine is said to be an important part of our self-identification, because no other country in the world has an example of such a colossal number of local memes, which amaze with their diversity. Moreover, most memes appeared during wartime.

The reason why memes are so popular in times of war is that memes are not only a means of entertainment or information, but also a kind of tool of manipulation[4]. And this is also an important part of information confrontation and counter-propaganda. This is important in the context of combating disinformation, and the reader, viewer or listener should not only receive information, but also understand it. In this way, the audience can be protected from the influence of hostile narratives through mockery, sarcasm and irony.

Also, memes that lift the mood allow you to distract yourself at least for some time in the stressful conditions of war[5].

Also, memes that lift the mood allow you to distract yourself at least for a certain time in the stressful conditions of war[6].

---

[3] Шевченко, В. (2022), Що таке «блєдіна»: від марки дитячого харчування до символу руснявої ракети. Начасі. URL: https://nachasi.com/creative/2022/06/22/what-is-bledina/ (дата перегляду 14 січня 2025).

[4] Fiadotava, A. and Chlopicki, W. (2022), Communicating humour in public during local, regional and global crises. Jagiellonian University, Krakow, Poland. URL: https://tertium.edu.pl/wp-content/uploads/2023/04/ICS5-abstracts.pdf#page=13 (дата перегляду 14 січня 2025).

[5] Магуряк І. (2022), «Українські меми vs російська пропаганда Анастасія Зазуляк [інтерв'ю з головною редакторкою сайту «24 канал» про меми в матеріалах видання]». URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/intervyu/ukrayinski-memy-vs-rosiyskoyi-propahandy-rozpovidaye-holovna-redaktorka-saytu-24-kanal-anastasiya-zazulyak.html (дата перегляду 13 січня 2025).

[6] Булах, М. (2019), «Аспектологія досліджень мемів». Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія, 39 (3), С. 104-107. URL: http://www.vestnikphilology.mgu.od.ua/archive/v39/part_3/25.pdf (дата перегляду 14 січня 2025).

There is no reason to believe that memes can replace informational and analytical texts, but with their help, especially in wartime, you can awaken interest in understanding the situation and further interest in it with a deeper study of a specific issue.

Sometimes memes get out of control on social media. In the fall of 2023, Mykhailo Lebiga, a popular blogger from Chernivtsi, streamed on the Twitch platform. At that time, he was already a well-known volunteer – he watched various Ukrainian shows or other content on his streams and commented them, and for this subscribers gave donations for the needs of our defenders. Lebiga once emotionally commented on the debate between the candidates for President of Ukraine Viktor Yushchenko and Viktor Yanukovych in 2004, in particular, he drew attention to how often the surname of the candidate from the «Party of Regions» was pronounced incorrectly. In the comments, they started jokingly calling him Lebigovych, which later turned into a viral meme about the next President of Ukraine – Mykhailo Lebigovych. At first, the blogger reacted very aggressively to this, which made the meme even more popular[7]. Later, however, Lebiga together with the «Come back Alive» foundation decided to use the meme. They decided to hold «elections» in a number of cities of Ukraine. Implementation was simple – people came to places where they could «vote» for Lebigovych with a donation of at least 100 hryvnias. In this way, it was possible to collect more than 20 million hryvnias for the needs of the Armed Forces of Ukraine on the «voting» day. In this way, the blogger set a record for the largest donation gathering, the cause of which was an Internet meme.

Another vivid example of the influence of an Internet meme is the story of the traitor singer Ani Lorak. In the spring of 2023, volunteer and blogger Serhiy Sternenko subscribed to the singer on social networks and left her comments thanking her for donating to the Armed Forces. The trend was picked up by others, who began to call Ani Lorak a «heroine of our time» who «conducts subversive activities behind enemy lines». The comments of Sternenko and other commentators were a response to the singer's interview with Russian propagandists, in which she could not even utter the word «war» and tried to prove that she is out of politics[8].

The culmination of Ani Lorak's «volunteer activities» was the creation of the «Ana Lorak's Revenge Fund» in Ukraine by activists. One of the drones with the appropriate marking attacked Moscow on May 30, 2023. The photo of the drone wreckage marked «Ani Lorak's Revenge Fund» became so resonant that her concerts were canceled throughout Russia. She had to once again go to give interviews and justify herself to the russians and prove that she was not helping the Armed Forces of Ukraine in any way. This way, the meme helped to spoil the life of the traitor of Ukraine.

In July 2023, then British Defense Secretary Ben Wallace told reporters at a NATO summit: «There is a small caveat here, which is that whether we like it or not, people want to see gratitude. My advice to Ukrainians: sometimes you convince countries to give up their own stockpiles [of weapons], and yes, it is a noble war, and we see that you are fighting not

[7] WeUkraine (2023), Хто такий Михайло Лебігович: як простий блогер став народним мемом і «кандидатом у президенти України». URL: https://weukraine.tv/top/hto-takyj-myhajlo-lebigovych-yak-prostyj-bloger-stav-narodnym-memom-i-kandydatom-u-prezydenty-ukrayiny/ (дата перегляду 17 січ. 2025).

[8] Романюк, А., (2023), «Фонд помсти Ані Лорак»: мережу «розірвало» меми від наліпок на дронах, які атакували Москву. URL: https://24tv.ua/moskvu-atakuvali-droni-ani-lorak-reaktsiya-sotsmerezh_n2323913 (дата перегляду 17 січня 2025).

only for yourself, but also for our freedoms. But sometimes you have to convince lawmakers in the US Congress, you have to convince politicians in other countries who doubt that you know it's worth it, that it's worth it, and that they're going to get something for it...»[9]

These words caused such a flurry of memes from Ukrainians that they flooded not only the Ukrainian, but also the British segment of the Internet. Memes about thanking God and Ben Wallace for everything became so popular that the minister himself had to explain his words, and Prime Minister Rishi Sunak had to apologize for what the official said.

Despite everything, during a full-scale war, a meme can be accurately characterized as a means of expressing public opinion. The creators of memes themselves often talk about this, explaining appearance of memes with the well-known lines from Lesya Ukrainka's poem: «In order not to cry, I laughed».

It is difficult to list the entire range of topics on which Ukrainians made memes during the full-scale war, but some are worth highlighting, as they illustrate the manifestation of public opinion.

On August 9, 2022, the Defense Forces struck a russian military target in occupied Crimea for the first time. The blow itself and the russians' reaction to it in the form of panic caused a lot of memes. In particular, the video in which a russian woman cries and complains that she does not want to eat from Crimea and Alushta because «it's so homely here» became almost the biggest reason for jokes. Memes about the liberation of Crimea and the russians running away demonstrated at that time the readiness of Ukrainians to work for a common goal – the liberation of the entire territory of Ukraine within its legally recognized borders[10].

In June 2022, on the occasion of his birthday, volunteer Serhii Prytula announced a large gathering for the purchase of three Bayraktar drones, manufactured in Turkey. According to the plan, it was necessary to collect money for one UAV, but the Ukrainians exceeded the plan and collected for three at once. The Turkish partners were impressed by the actions of the Ukrainians, so they decided to give three drones to our military for free. Therefore, in August, Serhiy Prytula announced that the ICEYE satellite was purchased with the collected funds. The number of memes about the purchase of a satellite was amazing – people joked that the next gathering would be for nuclear weapons[11]. At that time, memes demonstrated that Ukrainians are ready to support the Defense Forces and do everything to ensure their needs.

On October 10, 2022, russians launched their first massive attack on Ukraine's energy infrastructure and continued to attack over the following months, causing emergency or planned blackouts across the country. However, this also gave rise to many memes about

---

[9] Defence-ua (2023), Хто кому не Amazon: про що дійсно попередив Бен Уоллес, забувши історію власної країни. URL: https://defence-ua.com/people_and_company/ne_amazon-12196.html (дата перегляду 14 січня 2025).

[10] Вороніна, А. (2022), «Вообще нє хачу уєзжать – Не уїдеш»: мережа вибухнула мемами на руйнування Кримського мосту. URL: https://glavred.net/ukraine/voobshche-ne-hochu-uezzhat-ne-uedesh-set-vzorvalas-memami-na-razrushenie-krymskogo-mosta-10415519.html (дата перегляду 15 січня 2025).

[11] Українська правда (2022), «Наступні – атомна бомба і авіаносець»: реакція українців на купівлю «народного» супутника. URL: https://life.pravda.com.ua/society/2022/08 /18 /250067/ (дата перегляду 14 січня 2025).

the fact that we can see who the russians are even without light, about how people learned to do all the work in a few hours, as long as there is light on the schedule, etc. These jokes demonstrated that Ukrainians are ready to endure such inconveniences and have no intention of giving up[12]. The slogan of these memes was mainly the words of Volodymyr Zelensky, which he said to the russians after one of the first attacks: «Without light or without you? Without you!»

The russians repeatedly raised the topic of nuclear weapons during the full-scale war, hinting at their readiness to use them in the war against Ukraine. The greatest fear was in the fall of 2022, as the Defense Forces launched a counteroffensive in Kharkiv Oblast, Donetsk Oblast, Luhansk Oblast, and Kherson Oblast. However, while the whole world was afraid, one of the netizens reported that she discovered that her friend had a chat with people who decided to gather on the Shchekavitsa mountain in Kyiv for an orgy in the event of a nuclear attack. This post literally broke the network, so then everything was full of memes about Shchekavytsa, and periodically this meme becomes relevant during new threats from the Russians[13]. This meme demonstrates that Ukrainians are not afraid of nuclear weapons, which is confirmed by a survey by the sociological group «Rating» for the Gallup International research institute, published in April 2023 – citizens of Ukraine and Armenia showed the least fear of the threat of using nuclear weapons, while Ukraine is in the greatest risk zone, fighting against a nuclear country[14].

In the context of a full-scale russian invasion, memes have become an important tool to counter russian propaganda by ridiculing fakes and using irony on russian authorities statements. The Chief editor of the «24 Channel» website A. Zazulyak notes that the success of memes in the fight against propaganda is emotions[15]. «Everything that has an emotion spreads rapidly. Memes have exactly that emotion. Media, movies, music always play on two emotions – either great sadness, tragedy or something very funny. These are the two emotions that are very touching. A meme is a form of one of them, so it is a great tool in the fight against propaganda. Debunking fakes with the help of memes is a whole art».

In addition, memes actually became a weapon in the information war with russia[16]. An example of the effective use of memes in the media is the «24 Channel» website and their social networks. Memes are very popular in the content of the website, especially in times of full-scale war because of its role in information warfare. In addition, thanks to memes, it is possible to explain different processes in a simplified manner, which is important at

[12] 24 Канал, «Нічого не ясно»: соцмережі вибухнули мемами через графіки відключення світла. URL: https://24tv.ua/vidklyuchennya-svitla-ukrayini-yak-sotsmerezhi-reaguyut-memami_n2187390 (дата перегляду 15 січня 2025).

[13] BBC (2022), «Щекавиця. Гора, на якій готується оргія «в момент ядерного удару». URL: https://www.bbc.com/ukrainian/news-63061624 (дата перегляду 15 січня 2025).

[14] Рейтинг (2024), Ядерна загроза: дослідження «Рейтингу» з Gallup International. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/yaderna-zagroza-doslidzhennya-rejtingu-z-gallup-international.html (дата перегляду 16 січня 2025).

[15] Магуряк, І. (2022), «Українські меми vs російська пропаганда Анастасія Зазуляк [інтерв'ю з головною редакторкою сайту «24 канал» про меми в матеріалах видання]». URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/intervyu/ukrayinski-memy-vs-rosiyskoyi-propahandy-rozpovidaye-holovna-redaktorka-saytu-24-kanal-anastasiya-zazulyak.html (дата перегляду 13 січня 2025).

[16] Fiadotava, A. and Chlopicki, W. (2022), Communicating humour in public during local, regional and global crises. Jagiellonian University, Krakow, Poland. URL: https://tertium.edu.pl/wp-content/uploads/2023/04/ICS5-abstracts.pdf#page=13 (дата перегляду 14 січня 2025).

the time of information confrontation, because the information space is oversaturated and often readers cannot understand the intricacies of all the processes that take place.

On the «24 Channel» website, there is a thematic tag «Memes», by which you can find relevant publications, which are mostly an overview of the people's reaction to certain processes. Before the full-scale invasion, memes were mostly a weekly column that ran every Sunday called «the best memes of the week». Exceptions were exceptional events that caused the creation of numerous memes, such as First Lady Olena Zelenska's misspeaking that she buys mackerel at the price of 8 hryvnias per kilogram, or Kyiv Mayor Vitaliy Klitschko's, who congratulated citizens with the new 2222 year.

The first meme during the full-scale invasion published on the website was the Central Committee's reaction to the attempts of the occupiers to hold a so-called «referendum» in the Kherson region, in which it was clearly hinted that the invaders should go to a psychiatrist with their plans. One of the first memes in media's social networks was the image of a mark on the face of the Russian president, which was added to the news that citizens could face up to 15 years in prison for marking.

However, the first review of memes during the invasion was a collection of memes about the explosions in Belgorod, Russia, which were heard there for the first time and caused panic among Russians, which was used by Ukrainian social media users who spread misinformation in order to increase panic among the local population. In addition, Russians were ironically offered to leave for Kharkiv, which was suffering from constant bombardment. These events were also ridiculed in social media.

There are no specific instructions for creating memes. As noted by the Chief editor of the «24 Channel» website, A. Zazulyak, memes appear in the same way as poems from poets or songs from musicians. So ideas of SMM specialists are the core to what readers see in social media. Since this is a team work, SMM specialists can consult with each other about certain memes created by them[17].

Usually, SMM specialists do not have much time to create memes, which is explained by the speed of information flow. Therefore, they often use template images to create pictures – they can be familiar frames from movies or cartoons or generally known photos on which captions are changed depending on the situation.

The simplest method of meme creation is usage of certain words or phrases that have already become established in society as a meme, or deriving something from them. For example, if at first the media ridiculed the statements of the Ministry of Defense of russia about the preserved buoyancy of the cruiser «Moskva», although it had already sunk, then the social networks of «24 Channel» began to use the phrase «negative buoyancy» as an irony from russian statements. After that such phrases as «negative attack», «negative birth rate» and so on were created.

One more tool for creating memes that is also on of the easiest to use is a context meme. This is when an image is added to the text without any actual links, but it's still laughable. For example, on March 12, 2022, a message appeared in Telegram that Belarus had announced the dispatch of 5 battalion-tactical groups to the border with Ukraine. An

[17] Магуряк, І. (2022), «Українські меми vs російська пропаганда Анастасія Зазуляк [інтерв'ю з головною редакторкою сайту «24 канал» про меми в матеріалах видання]». URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/intervyu/ukrayinski-memy-vs-rosiyskoyi-propahandy-rozpovidaye-holovna-redaktorka-saytu-24-kanal-anastasiya-zazulyak.html (дата перегляду 13 січня 2025).

image of a photo of mashed potatoes was attached to the post. The reason for this is the stereotype about the excessive love of Belarusians for potatoes and dishes made from them. So comparing battalions to mashed potatoes showed that Ukrainians are ready to fend off and mash any invaders, and potatoes were a link to nationality of said invaders.

Also, the media actively uses memes in two additional ways: as means of informing – memes that actually carry information and as a way to strengthen the effects of messages.

It is worth noting the creation of memes on the site, especially in the context of war. News writers use them to ridicule the statements of Russian figures and describe the defeats of the occupiers. The words of the so-called «new language» are also very popular. Another element of such memes in news texts was «Bavovnyatko» – a meme from the Ministry of Defense of Ukraine, which was created to ridicule the occupants because of the fact that explosions in the temporarily occupied territories became more frequent, and the Russians continued to call them «claps». The link here is that in russian «claps» can also mean «cotton» and the latter in Ukrainian is translated as «bavovna».

Authors often use not only the word «Bavovnyatko», omitting the word «explosion», but also ironically speak about «the visit of a mythical creature», and use images.

The use of such elements in informational texts can be interpreted as a violation of journalism standards. However, in times of war, each media independently determines its approach to news, especially those concerning the enemy.

But these same elements are an important component of countering russian propaganda and disinformation, because russia launches fakes not only through propaganda resources, but also through bots or its agents in foreign countries. Therefore, the elements of ridiculing the statements of the occupants or their versions of events are important for the reader's information security, because such an approach adds an analytical element to the informational text.

Conclusion. In Ukraine, the importance of memes is growing – many leaders of public opinion create whole materials dedicated to memes in the Ukrainian information space, calling them a separate layer of culture. The sources of memes in Ukraine are different – television shows, random recordings or statements of individual people. Also, memes arise as a reaction to certain phenomena and processes, which, on the example of Ukraine, was especially manifested during a full-scale war.

However, the important question is about finding the line in how much the enemy should me mocked, because mocking the enemy's army can lead to the devaluation of both the forces of the invaders and the strength of the Ukrainian army. This is repeatedly emphasized by representatives of the Armed Forces of Ukraine and other military formations. The reason for this is that by devaluing the enemy, people can stop really evaluating the achievements of the Ukrainian army. So news authors face not only the task of using a meme to make the text more interesting and one that affects the information security of the reader, but also to understand the limits of jokes, their expediency and, in general, to realize what narratives the text carries.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. 24 Канал, «Нічого не ясно»: соцмережі вибухнули мемами через графіки відключення світла. URL: https://24tv.ua/vidklyuchennya-svitla-ukrayini-yak-sotsmerezhi-reaguyut-memami_n2187390 (дата перегляду 15 січня 2025).

2. BBC (2022), Щекавиця. Гора, на якій готується оргія в момент «ядерного удару». URL: https://www.bbc.com/ukrainian/news-63061624 (дата перегляду 15 січня 2025).
3. Defence-ua (2023), Хто кому не Amazon: про що дійсно попередив Бен Уоллес, забувши історію власної країни. URL: https://defence-ua.com/people_and_company/ne_amazon-12196.html (дата перегляду 14 січня 2025).
4. Deshpande, T., Mani, N. (2021), An interpretable approach to hateful meme detection. In: Proceedings of the 2021 International Conference on Multimodal Interaction. URL: https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3462244.3479949 (дата перегляду 15 січня 2025).
5. Fiadotava, A. and Chlopicki, W. (2022), Communicating humour in public during local, regional and global crises. Jagiellonian University, Krakow, Poland URL: https://tertium.edu.pl/wp-content/uploads/2023/04/ICS5-abstracts.pdf#page=13 (дата перегляду 14 січня 2025).
6. NV.ua (2022), «В мене є подарок для тебе». У TikTok з'явився профіль, на якому колекціонують українські мемні звуки різних часів. URL: https://nv.ua/ukr/lifestyle/u-tiktok-zbirayut-ukrajinski-memni-zvuki-video-50249142.html (дата перегляду 15 січня 2025).
7. WeUkraine (2023), Хто такий Михайло Лебігович: як простий блогер став народним мемом і «кандидатом у президенти України». URL: https://weukraine.tv/top/hto-takyj-myhajlo-lebigovych-yak-prostyj-bloger-stav-narodnym-memom-i-kandydatom-u-prezydenty-ukrayiny/ (дата перегляду 17 січ. 2025).
8. Булах, М. (2019), «Аспектологія досліджень мемів». Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія, 39 (3), с. 104-107. URL: http://www.vestnikphilology.mgu.od.ua/archive/v39/part_3/25.pdf (дата перегляду 14 січня 2025).
9. Вороніна, А., (2022), «Вообще нє хачу уєзжать – Не уїдеш»: мережа вибухнула мемами на руйнування Кримського мосту. URL: https://glavred.net/ukraine/voobshche-ne-hochu-uezzhat-ne-uedesh-set-vzorvalas-memami-na-razrushenie-krymskogo-mosta-10415519.html (дата перегляду 15 січня 2025).
10. Докінз, Р. (2017), Егоїстичний ген. Пер. з англійської Я. Лебеденка. Харків: вид-во «Клуб сімейного дозвілля». 544 с.
11. Магуряк, І. (2022), «Українські меми vs російська пропаганда Анастасія Зазуляк [інтерв'ю з головною редакторкою сайту «24 канал» про меми в матеріалах видання]». URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/intervyu/ukrayinski-memy-vs-rosiyskoyi-propahandy-rozpovidaye-holovna-redaktorka-saytu-24-kanal-anastasiya-zazulyak.html (дата перегляду 13 січня 2025).
12. Рейтинг (2024), Ядерна загроза: дослідження «Рейтингу» з Gallup International. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/yaderna-zagroza-doslidzhennya-rejtingu-z-gallup-international.html (дата перегляду 16 січня 2025)
13. Романюк, А. (2023), «Фонд помсти Ані Лорак»: мережу «розірвало» меми від наліпок на дронах, які атакували Москву. URL: https://24tv.ua/moskvu-atakuvali-droni-ani-lorak-reaktsiya-sotsmerezh_n2323913 (дата перегляду 17 січня 2025).
14. Українська правда (2022), «Наступні – атомна бомба і авіаносець»: реакція українців на купівлю «народного» супутника. URL: https://life.pravda.com.ua/society/2022/08 /18 /250067/ (дата перегляду 14 січня 2025).
15. Шевченко, В. (2022), Що таке «блєдіна»: від марки дитячого харчування до символу руснявої ракети. Начасі. URL: https://nachasi.com/creative/2022/06/22/what-is-bledina/ (дата перегляду 14 січня 2025).

REFERENCES

1. 24 Kanal, «Nichoho ne yasno»: sotsmerezhi vybuhtuly memamy cherez hrafiky vidklyuchen' svitla. URL: https://24tv.ua/vidklyuchennya-svitla-ukrayini-yak-sotsmerezhi-reaguyut-memami_n2187390 (Accessed 15 Jan. 2025).
2. BBC, (2022), Shchekavytsya. Hora, na yakij hotuyetsya orhiyia «v moment iadernoho udaru». URL: https://www.bbc.com/ukrainian/news-63061624 (Accessed 15 Jan. 2025).
3. Defence-ua, (2023), Khto komu ne Amazon: pro shcho dijsno poperedyv Ben Uolles, zabuvshy istoriu vlasnoi krayiny. URL: https://defence-ua.com/people_and_company/ne_amazon-12196.html (Accessed 14 Jan. 2025).
4. Deshpande, T. and Mani, N. (2021), An interpretable approach to hateful meme detection. In: Proceedings of the 2021 International Conference on Multimodal Interaction. URL: https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/3462244.3479949 (Accessed 15 Jan. 2025).
5. Fiadotava, A. and Chlopicki, W. (2022), Communicating humour in public during local, regional and global crises. Jagiellonian University, Krakow, Poland. URL: https://tertium.edu.pl/wp-content/uploads/2023/04/ICS5-abstracts.pdf#page=13 (Accessed 14 Jan. 2025).
6. NV.ua (2022), «V mene ye podarok dlya tebe». U TikTok z'yavyvsya profil', na yakomu kolektsionuyut ukrayinski memni zvuky riznykh chasiv. URL: https://nv.ua/ukr/lifestyle/u-tiktok-zbirayut-ukrajinski-memni-zvuki-video-50249142.html (Accessed 15 Jan. 2025).
7. WeUkraine, (2023), Khto takyi Mykhaylo Lebihovych: yak proshchyi bloger stav narodnym memom i «kandydatom u prezydenty Ukrayiny». URL: https://weukraine.tv/top/hto-takyj-myhajlo-lebigovych-yak-prostyj-bloger-stav-narodnym-memom-i-kandydatom-u-prezydenty-ukrayiny/ (Accessed 17 Jan. 2025).
8. Bulakh, M. (2019), Aspektolohiya doslidzhen' memiv. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Filolohiia, 39(3), pp. 104-107. URL: http://www.vestnikphilology.mgu.od.ua/archive/v39/part_3/25.pdf (Accessed 14 Jan. 2025).
9. Voronina, A. (2022), «Vobsche nie khachu uiezhat' – Nie uiediesh'»: merezha vybuhtula memamy na ruinuvannia Kryms'koho mostu. URL: https://glavred.net/ukraine/voobshche-ne-hochu-uezzhat-ne-uedesh-set-vzorvalas-memami-na-razrushenie-krymskogo-mosta-10415519.html (Accessed 15 Jan. 2025).
10. Dokins, R. (2017), Ehoistychniy hen. Per. z anhliys'koi Y. Lebedenka. Kharkiv: vyd-vo «Klub simeynogo dozvillya».
11. Maguryak, I. (2022), Ukrayinski memy vs rosiys'ka propahanda: Anastasiya Zazuliak [interv'yu z holovnoiu redaktorkoiu saitu «24 kanal» pro memy v materialakh vydannya]. URL: http://mediakrytyka.lnu.edu.ua/intervyu/ukrayinski-memy-vs-rosiyskoyi-propahandy-rozpovidaye-holovna-redaktorka-saytu-24-kanal-anastasiya-zazulyak.html (Accessed 13 Jan. 2025).
12. Reyting (2024), «Yaderna zahroza: doslidzhennya 'Reytingu' z Gallup International». URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/yaderna-zagroza-doslidzhennya-rejtingu-z-gallup-international.html (Accessed 16 Jan. 2025).
13. Romaniuk, A. (2023), «Fond pomsty Ani Lorak»: merezhu «rozyryvalo» memy vid nalipok na dronakh, yaki atakuvaly Moskvu, [online]. URL: https://24tv.ua/moskvu-atakuvali-droni-ani-lorak-reaktsiya-sotsmerezh_n2323913 (Accessed 17 Jan. 2025).

14. Ukrayinska pravda, (2022), «Nastupni – atomna bomba i avianosec»: reaktsiia ukrayintsiv na kupivliu «narodnoho» suputnyka. URL: https://life.pravda.com.ua/society/2022/08/18/250067/ (Accessed 14 Jan. 2025).
15. Shevchenko, V., (2022), Shcho take «bledina»: vid marky dytiachoho kharchuvannia do symvolu rusnyavoi rakety, Nachasi, [online]. URL: https://nachasi.com/creative/2022/06/22/what-is-bledina/ (Accessed 14 Jan. 2025).

УКРАЇНСЬКІ МЕМИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ: СУСПІЛЬНИЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТИ

Іван Магуряк
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: magyriak@gmail.com
https://orcid.org/0009-0001-9809-8610

Наталія Войтович
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: nataliya.voytovych@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-9466-0787

Стаття присвячена аналізу феномену українських мемів в умовах повномасштабного російського вторгнення. Меми як частина інформаційного простору відіграють важливу роль у формуванні суспільної думки, підтриманні морального духу та протидії ворожій пропаганді. Основною метою дослідження є визначення впливу мемів на інформаційне протистояння, дослідження їхньої ролі у самоідентифікації українців та способів використання мемів для інформування та розваги.

У дослідженні застосовано метод контент-аналізу, який дав змогу проаналізувати меми, поширені у соціальних мережах (Telegram, TikTok, X) та на інформаційних платформах («24 Канал»). Проаналізовано найпопулярніші меми, які виникли у перші місяці війни, та їхній подальший вплив на інформаційний простір. Зокрема, увагу приділено висловам, які стали символами спротиву.

Основні результати дослідження демонструють, що меми не лише підвищують обізнаність населення про події війни, а й сприяють емоційній підтримці та зміцненню патріотичних настроїв. Вони також стали інструментом боротьби з дезінформацією через висміювання ворожих наративів та іронію над пропагандою.

Значущість дослідження полягає у висвітленні унікальної ролі мемів як частини української культури і зброї інформаційної війни. Отримані результати можуть бути корисними для подальших наукових досліджень у галузі соціальних комунікацій, а також для розробки стратегій інформаційної безпеки. Стаття підкреслює важливість мемів у часи кризи як інструменту, що допомагає суспільству адаптуватися, протидіяти ворожим впливам і зберігати стійкість.

Ключові слова: українські меми, інформаційна війна, суспільна думка, культура мемів, повномасштабна війна, соціальні мережі, інтернет-меми.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 250–260
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 250–260

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 250–260 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13310

УДК 070.1:[159.97:355.01(477:(470+571))]

PECULIARITY OF JOURNALISTIC COMMUNICATION WITH PEOPLE WHO HAVE EXPERIENCED TRAUMATIC EVENTS

Solomiya Onufriv
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: solomiya.onufriv@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-8848-8236

The article analyses the peculiarities of journalistic communication with people who have experienced traumatic events, in particular with the military and veterans of the Russian-Ukrainian war, as well as with representatives of other focus groups: internally displaced persons, volunteers, journalists, and representatives of the public sector. The author examines the phenomenon of trauma journalism as a new approach to communicating with survivors of traumatic events, particularly in the context of russian aggression. The author focuses on the ethical and professional aspects of interaction between journalists and respondents, in particular, how journalists should communicate competently with the military, how not to retraumatise the subjects of the material and the audience. The article presents the key principles of sensitive interviewing and typical mistakes journalists make when dealing with traumatic topics.

Key words: journalism, Ukrainian media, journalistic communication, mediadiscourse, trauma, retraumatization, post-traumatic stress disorder (PTSD), trauma journalism sensitive interview, psychological resilience, russian aggression.

Introduction. Since the military invasion of Donbas and the annexation of Crimea in March 2014, and especially during the period of Russia's full-scale invasion of Ukraine, new challenges have emerged for contemporary Ukrainian journalism: in particular, how journalists can ethically and competently communicate with the military, veterans of the Russian-Ukrainian war, internally displaced persons, volunteers and other respondents who have experienced traumatic events. As a result, Ukrainian journalists have increasingly begun to use the term «trauma journalism» or Trauma-Informed Journalism[1], as noted by researchers at The Dart Center for Journalism and Trauma at Columbia University School of Journalism (USA). Since journalists are not immune to the emotional impact of their work, as they report on mass shootings, terrorist attacks and natural disasters, journalism

[1] Thompson, Isobel. (2021). The Dart Center Style Guide for Trauma-Informed Journalism. June 22. URL: https://dartcenter.org/resources/dart-center-style-guide

© Онуфрів С., 2025

schools should prepare students to deal with traumatic news content and events that would undoubtedly form part of their future day-to-day activities[2].

The purpose of the article is to explore and analyse the concept of «trauma journalism» in the Ukrainian context, to identify the principles and ethical norms, as well as the peculiarities of journalistic communication that help Ukrainian journalists to work professionally and correctly with respondents who have experienced traumatic experiences. Objectives of the article: to outline the main challenges faced by Ukrainian journalism in connection with Russia's full-scale invasion of Ukraine, to explore approaches to «trauma journalism», to analyse the phenomenon of trauma, its consequences, including opportunities for post-traumatic growth, to identify key principles of sensitive interviewing, to highlight the most common mistakes journalists make when working with people who have experienced traumatic events.

American journalist, writer Sebastian Junger, winner of the Peabody Award, National Magazine Award and SAIS Novartis Award in Journalism, author of the book «Tribe: On Homecoming and Belonging»[3] notes that a sense of belonging to a community is very important for veterans who have returned to civilian life, they need to feel needed and not alienated by society. As war wounds not only the bodies of soldiers, their emotions are also severely affected.

According to psychotherapist Judith Herman, «in order for a victim to allow traumatic information to be brought to consciousness, it is necessary to have a social environment that supports and protects the victim and connects and protects victims and witnesses in a healthy alliance. For each individual victim, this social context is the relationship with friends, significant others, and family members»[4]. Soldiers of any war, even those who are hailed as heroes, bitterly emphasise that no one wants to know the truth about war[5].

Ron Capps, an American veteran of combat operations in Afghanistan, notes in his book How to Write About War: «Memories are real. They remain a part of us. We cannot change what happened, and we cannot erase what we saw and did. Those of us who have been combatants face two distinct challenges: dealing with our memories and preserving our testimonies for others[6]».

In his book «Walls in My Head», psychologist Volodymyr Stancyshyn argues that «it is important to understand that sometimes hearing about trauma can also be traumatic. If we take into account statistics, 70 per cent of people on the planet have one traumatic event in their lives»[7].

Methodology. The following methods were used to study the peculiarities of journalistic communication with people who have experienced traumatic events: analysis of

---

[2] Hill, Desiree & Luther, Catherine & Slocum, Phyllis. (2020). Preparing Future Journalists for Trauma on the Job. *Journalism & Mass Communication Educator.* 75. 64-68. 10.1177/1077695819900735.

[3] Юнґер, Себастьян (2023). *«Плем'я. Про повернення з війни і належність до спільноти» (Tribe: On Homecoming and Belonging).* Пер. з англ. Ольга Корнюшина, Наш Формат, Київ, 128 с.

[4] Герман, Дж. (2015). *Психологічна травма та шлях до видужання,* Видавництво Старого Лева, Львів, 416 с.

[5] Там само.

[6] Кеппс, Р. (2022). *Як писати про війну. Як розказати власну історію*, К., 160 с.

[7] Станчишин, В. (2021). *Стіни в моїй голові. Жити з тривожністю і депресією,* вид. 2-ге, виправл, Віхола, Київ, 208 с.

scientific literature, observation, abstract and logical, historical, comparative, induction and deduction, synthesis, generalisation, analysis of the content of Ukrainian media.

Discussion. Trauma-Informed Journalism is a multidisciplinary approach to working with people who have had potentially traumatic experiences that have changed their perception of the world, themselves and their trust in people[8]. First of all, it is about competent, attentive, correct professional communication between a journalist and a hero/respondent, which implies: 1) knowledge of how traumatic experience works; 2) what are its consequences; 3) how to minimise one's own (journalistic) influence; 4) attention and respect for the subject of the conversation; 5) to avoid despondency, disappointment, and retraumatisation after the conversation with the journalist.

Around the world, journalists covering armed conflicts are challenged not only to report on current events, but also to do so with the trauma experienced by (former) soldiers, civilians and journalists themselves in mind.[9]

Psychologists define trauma as a severe psychological shock, an overload of the nervous system, an event that could not be processed and stored in memory. It often involves the inability to control emotional reactions: fear, anger, horror, aggression. Psychological trauma occurs as a result of the impact of personally significant information on the human psyche. In particular, it may be an emotional impact that caused a mental disorder, or damage caused to a person's mental health as a result of intense exposure to adverse environmental factors or acute emotional, stressful influences of other people on their psyche[10]. By traumatic experience we mean situations in which there was a threat to life, physical and psychological safety of a person, basic instincts (self-preservation, preservation of the family) were violated. Reactions to trauma can be delayed, i.e., those that occur not at the time of severe stress, but when the situation is already over, but not psychologically over for the person. Among the consequences of traumatic experiences are depression, anxiety disorders, and PTSD. But not everyone who has had a traumatic experience will have them. Everyone copes individually. According to the results of the study «Posttraumatic stress disorder in the World Mental Health Surveys» (2017), the lifetime prevalence of PTSD in the respondents was 3.9% in the general sample and 5.6% among victims. These results show that there are many myths about PTSD.

Researcher Elisabeth Kübler-Ross identifies five stages of bereavement/grief: 1) Denial. When a person learns about the death of someone close to them, they are shocked and do not believe in what has happened; 2) anger. The person is angry and indignant because they cannot change anything. They may be angry at other people, at God, at the deceased; 3) compromise/bargaining. A person tries to negotiate with the world to change the inevitability of death; 4) depression. Understanding that the person is gone, and the meaning of life disappears with them; 5) acceptance. That is, recovery and finding ways to live on. The experience of loss is very individual for everyone, so the stages can be in a different sequence.

---

[8] Васіна, Ольга (2023). «Журналістика травми: як не нашкодити? Інтерв'ю з Оксаною Расуловою», *Освіта. Накипіло*. URL: https://osvita.nakypilo.ua/zhurnalistyka-travmy-yak-ne-nashkodyty/

[9] Onufriv, S., Abdelhamid, O. & Dormolen van S. (2023). «Communicating without doing harm: a scoping review on media coverage of traumatic events». *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, вип. 52-53, p. 327-342.

[10] Фокус – людина: робота медіа з чутливими темами (2023). *Практичний гайд для представників/ниць медіа, які працюють з ВПО та іншими групами, що пережили*, К., 38 с.

Every psychological trauma has consequences. Psychologists identify three important consequences of trauma: 1) Negative consequences, when a person feels like a victim; 2) The neutral consequences of trauma are evidenced by stress resistance. This is the ability to recover or adapt after difficult circumstances or changes in life. How to cultivate psychological resilience? First of all, a person must learn to recognise, accept and regulate their negative emotions; Talk through and reflect on your experience of stress; Restore a sense of control (e.g. stop anger...); Ability and willingness to seek social support; 3) As a positive consequence of trauma, psychologists distinguish the phenomenon of 'post-traumatic growth', which was first used in their work by Richard Tedeschi and Lawrence Calhoun in 1996. Post-traumatic growth is a transformation, a positive change that occurs in a person as a result of living through a traumatic event[11]. According to the results of the 2019 study, post-traumatic growth varies from 10 to 77 per cent of respondents, with an average of 52.5 per cent[12].

The authors of the concept believe that post-traumatic growth can manifest itself in five areas: *attitudes towards others:* increased empathy, stronger bonds, and a greater sense of intimacy; *new opportunities:* new interests or perspectives in work or personal life; *personal strength*: confidence, inner support, understanding that you can rely on yourself; *spiritual changes:* not necessarily religious, but about a philosophy of life, gaining meaningful beliefs or clear goals; *Appreciation of life:* gratitude for the good things in life, a desire to help others.

In the theory of psychological trauma, the concept of retraumatisation or retrauma occupies a worthy place. Retraumatisation occurs when remembering, talking about an event or watching videos about it. The human psyche perceives these processes as a 'chronic' trauma that 'does not end' and reacts in a habitual way. While primary traumatisation occurs with direct participants in the event who experienced, with certain reactions, a threat to life or safety, secondary traumatisation is characteristic of people who witnessed the event but did not participate in it or watched the event from TV screens or monitors. Their reactions are not based on a real threat, but on perceptions of it. In other words, secondary traumatisation is the phenomenon of living through an event about which there is mosaic information and the missing logical links are 'added' by the limbic system in the form of fantasy illusory neoplasms that the consciousness takes for real. The internal drawing of the event is much more vivid and frightening than the process of living the event itself, because the event is over, and in illusions it can last as long as you want, overgrown with new details that destroy the psyche.

One of the main tasks of a journalist when communicating with people who have experienced traumatic events is to do no harm. When preparing a publication in the media, the journalist wants to clearly understand who this material is addressed to – the target audience, and just as he himself wants to communicate to his audience, so as not traumatize readers/watchers/listeners. Social psychologist Oleh Pokalchuk emphasises that one of the

[11] Васіна, Ольга (2023). «Що таке посттравматичне зростання». *Освіта. Накипіло.* URL: https://nakypilo.ua/novyny/shcho-take-posttravmatychne-zrostannia/

[12] *Експрес-гайд за циклом вебінарів на тему «Як медійнику досягти психологічної стійкості?»: практикум (2023) /* упоряд. Соломія Онуфрів; Західноукраїнський медіацентр «Нова журналістика» (Львів-Миколаїв-Суми, 12-22 грудня 2023 р.), ПАІС, Львів, 48 с. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Ekspres-gayd_YAk_mediynyku_dosiahnuty_psykholohichnoi_stiykosti.pdf

main rules of professional communication with the military should be predictability of the journalist's behaviour with the recipient. In particular, he recommends never doing things spontaneously, such as inviting the military for coffee, or even more so in an imperious tone. «The military has heard enough commands from the leadership, so they should be asked if they want to go somewhere or do something». When talking to military personnel, Pokalchuk emphasises that «the main thing is to talk about life»[13].

A productive way to comprehend such traumatic experiences is to verbalise them in the form of an interview. One of the tools for competent professional communication and interaction with the respondent is a sensitive interview.[14] The basic principles and rules of a sensitive interview when communicating with people who have experienced traumatic experiences include the following: Clearly identify yourself, the media outlet, and the topic of conversation; Always treat the respondent with impartiality, dignity and respect for their privacy; Allow the respondent to ask any questions before the interview and adhere to the interview schedule; Always have a preliminary plan for the interview; If you are going to ask about a traumatic incident, make it clear in advance, obtain consent, and let the respondent know that they can pause or end the conversation; Open questions. Do not ask difficult questions at the beginning of the conversation; Be attentive during the conversation, hear the other person; Always respect the decision to refuse. You can also leave a phone number so that you can be contacted if they want to talk to you later; Keep your own mental well-being in mind[15].

A sensitive interview should cover a topic that is emotionally close to the person. In most cases, this is a person who has gone through a traumatic experience: trauma, war, rape. In other words, the person has to talk about something that is difficult and embarrassing for them to admit. A journalist should understand the circumstances in which a person finds himself or herself. For example, if the interviewee was in captivity, he or she experienced a state of isolation. This is the inability to influence their fate and daily routine. We should not aggravate this state. The experience of the hero can be useful for the audience. It's not just yellow details about how he was tortured. This is a story that will help society understand that such stories have happened to someone. We can and should talk about this because there are people and services that can help. It was a captivity, but there are steps further[16].

In November 2024, Tetyana Troshchynska conducted a remarkable and sensitive interview with ex-prisoner of war Maksym Butkevych, known as a Ukrainian Armed Forces

---

[13] Добромильська, С. (2022) «Соціальний психолог Олег Покальчук про правила грамотної комунікації з військовими». *Сайт факультету журналістики*. URL: https://journ.lnu.edu.ua/news/sotsialnyy-psykholoh-oleh-pokalchuk-pro-pravyla-hramotnoi-komunikatsii-z-viyskovymy

[14] How to Conduct Sensitive Interviews to Tell Difficult, Compassionate Stories. (2023). URL: https://messagelabmedia.com/how-to-conduct-sensitive-interviews-to-tell-difficult-compassionate-stories/

[15] *Експрес-гайд за циклом вебінарів на тему «Як медійнику досягти психологічної стійкості?»: практикум (2023)* / упоряд. Соломія Онуфрів; Західноукраїнський медіацентр «Нова журналістика» (Львів-Миколаїв-Суми, 12-22 грудня 2023 р.), ПАІС, Львів, 48 с. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Ekspres-gayd_YAk_mediynyku_dosiahnuty_psykholohichnoi_stiykosti.pdf

[16] Тетяна Трощинська: «Сенситивне інтерв'ю – це згода журналіста стати майданчиком для версії людини» (2019). URL: https://cdu.edu.ua/news/tetiana-troshchynska-sensytyvne-interviu-tse-zhoda-zhurnalista-staty-maidanchykom-dlia-versii-liudyny.html

soldier, human rights activist and journalist, in a special project of Ukraine Crisis Media Center 'Coffee with Troshchynska'. With the beginning of the full-scale invasion, Maksym joined the Armed Forces of Ukraine and in June of the same year was taken prisoner by Russia.In October 2024, Maksym was returned to Ukraine under a prisoner exchange programme[17].

A sensitive interview is exactly the space where the journalist is forced to meet the respondent halfway. In a traditional interview, the journalist will focus on the questions 'what?', 'how?', 'why?', while in a sensitive interview, this can retraumatise the interviewee, bring them back to the trauma they experienced, and provoke feelings of guilt. During an interview, a journalist should always keep in mind the possibility of retraumatisation. By telling their story, people seem to relive the traumatic event. Unempathetic behaviour of journalists and inappropriate, tactless questions are particularly conducive to retraumatisation. It is important to make sure that the person is ready to talk and that it will not harm them. Sensitive interviewing is a type of interview where everything matters - the psychological state of the journalist, his or her tendency to empathise, prolonged eye contact, which often has a calming effect, and the ability to remove barriers. Sensitive content affects not only the speaker but also the listener.

The authors of the training manual «Tragedy and Journalists» (Dart Centre, 2009) gave five tips for journalists on how to increase their psychological resilience: 1) Know your limits; 2) Take breaks; 3) Find a friend or colleague who is a good listener; 4) Find a hobby, exercise, spend time with family and friends; 5) Seek counselling if you feel overwhelmed[18].

For ten years, journalist and war correspondent Yevheniia Podobna has been working with people, mostly military personnel, who have experienced traumatic events: captivity, torture, violence, and the loss of relatives due to war. During this time, she has developed principles of ethical communication that help protect heroes from additional stress. According to her, a journalist, like a doctor, must adhere to the main rule when working with traumatised people – «Do no harm».[19] We all react differently to stress, even to the same traumatic events. During the summer of 2022, Yevheniia Podobna worked extensively in the de-occupied territories of Bucha and Irpin. In particular, she talked to a family of three people who witnessed the same events and were in the same room. Each of them described what happened differently. The first man could not leave the house because he was afraid, the second, on the contrary, went out because 'they shoot, so what?', and the third almost never got out of bed all those days and hardly spoke. Some people talk about their captivity or life in occupation as some kind of interesting adventure, with bravado or even joking, but we don't know what a person really feels at that moment. This is often just a psychological defence reaction. Regardless of what our hero looks like when we talk to him or her and

---

[17] Максим Буткевич – про щастя бути вільним (інтерв'юер Тетяна Трощинська, 25/11/2024). URL: https://www.youtube.com/watch?v=LwGefanoyq4

[18] Hight, Joe., Smyth, Frank. (2009), «Tragedies & Journalists» URL: https://dartcenter.org/content/tragedies-journalists-6?section=all

[19] Теравська, В. (2022) Не нашкодь: як працювати з людьми, які пережили травму. Конспект семінару Євгенії Подобної. *Академія викладачів журналістики.* URL: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/ne-nashkod-iak-pratsiuvaty-z-liudmy-iaki-perezhyly-travmu-konspekt-seminaru-yevhenii-podobnoi/?fbclid=IwAR3UUn0p23boEpxuqasBFDobHVrPNuw9hOiSb8ctlXQq16mXIUMRYFulWr8

how he or she talks about what he or she has experienced, we should treat him or her and his or her experience with respect. And it is important not to confuse respect with pity[20].

The journalist is convinced that if you engage in an ethical professional dialogue with respondents, there are no problems. When she asked the military what annoyed them most about working with journalists, 90 percent said: «Don't force us to give interviews». Again, respect the right to refuse. If the soldier is not the unit's press officer, he is not obliged to talk to you at all. Among the most frequently asked questions by journalists that irritate the military are the following: How many have you killed? What do you feel when you shoot? Was it scary? How did you feel when your arm/leg was blown off? Were you afraid of losing your wife/job?[21] These questions should be avoided, especially as they are not informative.

One of the most common mistakes made by Ukrainian media journalists during the Russian aggression is that they are unprepared for a conversation. Instead, they need to collect and analyse information about the interlocutor, locations, circumstances, and be aware of specific terms, place names, dates, and formulate questions correctly. Also, journalists should not say to the interviewee 'I understand you' or 'I know how you feel'. Never tell people that you understand them; you cannot understand the depth of their suffering. But we can be there for them, support them, and try to share their grief in some way. According to Dart Centre researchers, it is the incorrect questions of journalists, in particular: How did you feel in that moment? Did you kill? How many people did you kill? lead to retraumatisation of the respondent.

Talking about trauma is worthwhile for the benefit of the audience. In order for the material to be emotionally charged and evoke empathy in readers, this effect can be achieved through a positive rather than a negative emotional load. That is why it is important to ask respondents the following questions: what helped you survive? Who supported you?[22]

According to the authors of the training manual «How to Teach Conflict Journalism», the work of journalists with survivors of traumatic events can be divided into 5 stages, each with its own characteristics: 1) preparation for the interview; 2) the conversation itself (place and time of the meeting); 3) writing the text; 4) preparation for the publication of the material; 5) working with the interviewee after publication/airing[23].

According to the recommendations of Ukrainian researchers, when communicating with people who have experienced trauma, you should: adequately motivate the person to agree to an interview with you, give him/her all the necessary information; thoroughly prepare for the interview; correctly, gently, and empathetically invite the person to tell their story; sympathise and show empathy; be sincere, not afraid to clarify and ask questions; know the basics of psychological crisis care; have a database of contacts to refer the hero to if he or she needs support and reassurance: psychologists who work with such traumas,

---

[20] Теравська, В. (2022). Не нашкодь: як працювати з людьми, які пережили травму. Конспект семінару Євгенії Подобної. *Академія викладачів журналістики.* URL: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/ne-nashkod-iak-pratsiuvaty-z-liudmy-iaki-perezhyly-travmu-konspekt-seminaru-yevhenii-podobnoi/?fbclid=IwAR3UUn0p23boEpxuqasBFDobHVrPNuw9hOiSb8ctlXQq16mXIUMRYFulWr8

[21] Там само.

[22] Дворянин, П. (2023). Сенситивне інтерв'ю: переживання колективної травми війни. *Вісник Львівського університету.* Серія : Журналістика, вип. 52-53, с. 99-108.

[23] *Як викладати журналістику конфлікту* (2019). Посібник для викладачів факультетів журналістики. Загальна редакція Дуцик Д. Р., ГО «Український інститут медіа та комунікації», Київ, 112 с.

support groups, volunteers; submit the text/story for approval before it is published; be able to minimise communication with the hero in a timely and gentle manner; develop emotional intelligence and sensitivity; be patient, tolerant, and impartial[24].

When journalists communicate with people who have experienced traumatic events, they should not[25]: use the term «victim», it is better to use 'person who has experienced trauma'; generalise that everyone who has been or is currently in the conflict zone is a traumatised person. For example, professional soldiers are better prepared for the stresses and work of war; expressing regret in any way: with words, facial expressions, behaviour. It is possible to sympathise, but not to pity; to put pressure on a person, manipulate his or her feelings; to ask for shocking details; to interpret emotions and feelings instead of the person; decide for a person how difficult or not the circumstances in which they found themselves were; to deliberately dramatise a story; to respond with aggression to aggression.

Conclusions. Every day, Ukrainian journalists cover events in their country and every day they have to communicate with both the military and civilians who are going through a difficult life experience - the experience of war. And war is a stressful factor. Ukrainian journalists who work (or plan to work) with people who have experienced traumatic events should learn first aid skills. First of all, in order to be self-reliant and be able to provide support to their heroes/respondents, those who need it, not to burn out emotionally, and to remain effective in the profession. The psychological resilience of journalists, their competent and professional work can and should be a therapeutic resource for overcoming the trauma of war in Ukrainian society. Since Russia's full-scale invasion of Ukraine, modern Ukrainian journalism has been going through a unique experience: journalists are working under martial law and covering military operations inside their country.

REFERENCES

1. Vasina, Olha (2023). «Zhurnalistyka travmy: yak ne nashkodyty? Interviu z Oksanoiu Rasulovoiu», *Osvita. Nakypilo.* URL: https://osvita.nakypilo.ua/zhurnalistyka-travmy-yak-ne-nashkodyty/
2. Vasina, Olha (2023). «Shcho take posttravmatychne zrostannia». *Osvita. Nakypilo.* URL: https://nakypilo.ua/novyny/shcho-take-posttravmatychne-zrostannia/
3. Herman, Dzh. (2015). *Psykholohichna travma ta shliakh do vyduzhannia*, Vydavnytstvo Staroho Leva, Lviv, 416 s.
4. Dvorianyn, P. (2023). «Sensytyvne interviu: perezhyvannia kolektyvnoi travmy viiny», *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia Zhurnalistyka*. vyp. 52-53. s. 99-108.
5. Dobromylska, S. (2022). «Sotsialnyi psykholoh Oleh Pokalchuk pro pravyla hramotnoi komunikatsii z viiskovymy». *Sait fakultetu zhurnalistyky.* URL: https://journ.lnu.edu.ua/news/sotsialnyy-psykholoh-oleh-pokalchuk-pro-pravyla-hramotnoi-komunikatsii-z-viyskovymy
6. *Ekspres-gaid za tsyklom vebinariv na temu «Yak mediinyku dosiahty psykholohichnoi stiikosti?»: praktykum* (2023). Uporiad. Solomiia Onufriv; Zakhidnoukrainskyi medi-

[24] *Як викладати журналістику конфлікту* (2019). Посібник для викладачів факультетів журналістики. Загальна редакція Дуцик Д. Р., ГО «Український інститут медіа та комунікації», Київ, 112 с.

[25] Там само.

atsentr «Nova zhurnalistyka» (Lviv-Mykolaiv-Sumy, 12-22 hrudnia 2023 r.). PAIS, Lviv, 48 s. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Ekspres-gayd_YAk_mediynyku_dosiahnuty_psykholohichnoi_stiykosti.pdf
7. Kepps, R. (2022). *Yak pysaty pro viinu. Yak rozkazaty vlasnu istoriiu*. K., 160 s.
8. Maksym Butkevych – pro shchastia buty vilnym (interviuer Tetiana Troshchynska, 25/11/2024). URL: https://www.youtube.com/watch?v=LwGefanoyq4
9. Onufriv, S., Abdelhamid, O. & Dormolen van S. (2023). «Communicating without doing harm: a scoping review on media coverage of traumatic events». *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia zhurnalistyka*. vyp. 52-53. p. 327-342.
10. Stanchyshyn, V. (2021). *Stiny v moii holovi. Zhyty z tryvozhnistiu i depresiieiu*. Vyd. 2-he, vypravl. Vikhola, Kyiv. 208 s.
11. Teravska, V. (2022). Ne nashkod: yak pratsiuvaty z liudmy, yaki perezhyly travmu. Konspekt seminaru Yevhenii Podobnoi. *Akademiya vykladachiv zhurnalistyky. URL*: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/ne-nashkod-iak-pratsiuvaty-z-liudmy-iaki-perezhyly-travmu-konspekt-seminaru-yevhenii-podobnoi/?fbclid=IwAR3UUn0p23boEpxuqa-sBFDobHVrPNuw9hOiSb8ctlXQq16mXIUMRYFulWr8
12. Tetiana Troshchynska: «Sensytyvne interviu – tse zghoda zhurnalista staty maidanchykom dlia versii liudyny» (2019). URL: https://cdu.edu.ua/news/tetiana-troshchynska-sensytyvne-interviu-tse-zhoda-zhurnalista-staty-maidanchykom-dlia-versii-liudyny.html
13. Yunger, Sebastian (2023). «Plemia. Pro povernennia z viiny i nalezhnist do spilnoty» (Tribe: On Homecoming and Belonging). Per. z anhl. Olha Korniushyna. Nash Format, Kyiv. 128 s.
14. Fokus – liudyna: robota media z chutlyvymy temamy (2023). Praktychnyi gaid dlia predstavnykiv/nyts media, yaki pratsiuiut z VPO ta inshymy hrupamy, shcho perezhyly. K., 38 s.
15. *Yak vykladaty zhurnalistyku konfliktu* (2019). Posibnyk dlia vykladachiv fakultetiv zhurnalistyky. Zahalna redaktsiia Dutsyk D. R. HO «Ukrainskyi instytut media ta komunikatsii», Kyiv, 112 s.
16. Hight, Joe., Smyth, Frank. (2009), «Tragedies & Journalists». URL: https://dartcenter.org/content/tragedies-journalists-6?section=all
17. Hill, Desiree & Luther, Catherine & Slocum, Phyllis. (2020). Preparing Future Journalists for Trauma on the Job. Journalism & Mass Communication Educator. 75. 64-68. 10.1177/1077695819900735.
18. How to Conduct Sensitive Interviews to Tell Difficult, Compassionate Stories. URL: https://messagelabmedia.com/how-to-conduct-sensitive-interviews-to-tell-difficult-compassionate-stories/
19. Thompson, Isobel. (2021). The Dart Center Style Guide for Trauma-Informed Journalism June 22. URL: https://dartcenter.org/resources/dart-center-style-guide

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Васіна, Ольга (2023). «Журналістика травми: як не нашкодити? Інтерв'ю з Оксаною Расуловою», *Освіта. Накипіло.* URL: https://osvita.nakypilo.ua/zhurnalistyka-travmy-yak-ne-nashkodyty/
2. Васіна, Ольга (2023). «Що таке посттравматичне зростання». *Освіта. Накипіло.* URL: https://nakypilo.ua/novyny/shcho-take-posttravmatychne-zrostannia/

3. Герман, Дж. (2015). *Психологічна травма та шлях до видужання,* Видавництво Старого Лева, Львів, 416 с.
4. Дворянин, П. (2023). «Сенситивне інтерв'ю: переживання колективної травми війни», *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика.* Вип. 52-53. С. 99-108.
5. Добромильська, С. (2022). «Соціальний психолог Олег Покальчук про правила грамотної комунікації з військовими». *Сайт факультету журналістики.* URL: https://journ.lnu.edu.ua/news/sotsialnyy-psykholoh-oleh-pokalchuk-pro-pravyla-hramotnoi-komunikatsii-z-viyskovymy
6. *Експрес-гайд за циклом вебінарів на тему «Як медійнику досягти психологічної стійкості?»*: *практикум* (2023). Упоряд. Соломія Онуфрів; Західноукраїнський медіацентр «Нова журналістика» (Львів-Миколаїв-Суми, 12-22 грудня 2023 р.). ПАІС, Львів, 48 с. URL: https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2014/11/Ekspres-gayd_YAk_mediynyku_dosiahnuty_psykholohichnoi_stiykosti.pdf
7. Кеппс, Р. (2022). *Як писати про війну. Як розказати власну історію.* К., 160 с.
8. Максим Буткевич – про щастя бути вільним (інтерв'юер Тетяна Трощинська, 25/11/2024). URL: https://www.youtube.com/watch?v=LwGefanoyq4
9. Onufriv, S., Abdelhamid, O. & Dormolen van S. (2023). «Communicating without doing harm: a scoping review on media coverage of traumatic events». *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. вип. 52-53. р. 327-342.
10. Станчишин, В. (2021). *Стіни в моїй голові. Жити з тривожністю і депресією,* вид. 2-ге, виправл. Віхола, Київ. 208 с.
11. Теравська, В. (2022). Не нашкодь: як працювати з людьми, які пережили травму. Конспект семінару Євгенії Подобної. *Академія викладачів журналістики.* URL: https://www.jta.com.ua/knowledge-base/ne-nashkod-iak-pratsiuvaty-z-liudmy-iaki-perezhyly-travmu-konspekt-seminaru-yevhenii-podobnoi/?fbclid=IwAR3UUn0p23boEpxuqasBFDobHVrPNuw9hOiSb8ctlXQq16mXIUMRYFulWr8
12. Тетяна Трощинська: «Сенситивне інтерв'ю – це згода журналіста стати майданчиком для версії людини» (2019). URL: https://cdu.edu.ua/news/tetiana-troshchynska-sensytyvne-interviu-tse-zhoda-zhurnalista-staty-maidanchykom-dlia-versii-liudyny.html
13. Юнгер, Себастьян (2023). *«Плем'я. Про повернення з війни і належність до спільноти» (Tribe: On Homecoming and Belonging).* Пер. з англ. Ольга Корнюшина, Наш Формат, Київ. 128 с.
14. Фокус – людина: робота медіа з чутливими темами (2023). *Практичний гайд для представників/ниць медіа, які працюють з ВПО та іншими групами, що пережили*. К., 38 с.
15. *Як викладати журналістику конфлікту* (2019). Посібник для викладачів факультетів журналістики. Загальна редакція Дуцик Д. Р. ГО «Український інститут медіа та комунікації», Київ, 112 с.
16. Hight, Joe., Smyth, Frank. (2009), «Tragedies & Journalists». URL: https://dartcenter.org/content/tragedies-journalists-6?section=all
17. Hill, Desiree & Luther, Catherine & Slocum, Phyllis. (2020). Preparing Future Journalists for Trauma on the Job. *Journalism & Mass Communication Educator. 75*. 64-68. 10.1177/1077695819900735.

18. How to Conduct Sensitive Interviews to Tell Difficult, Compassionate Stories. URL: https://messagelabmedia.com/how-to-conduct-sensitive-interviews-to-tell-difficult-compassionate-stories/
19. Thompson, Isobel. (2021). The Dart Center Style Guide for Trauma-Informed Journalism. June 22. URL: https://dartcenter.org/resources/dart-center-style-guide

ОСОБЛИВОСТІ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО СПІЛКУВАННЯ З ЛЮДЬМИ, ЩО ПЕРЕЖИЛИ ТРАВМАТИЧНІ ПОДІЇ

Соломія Онуфрів
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: solomiya.onufriv@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-8848-8236

Авторка розглядає поняття журналістики травми як новітній підхід до комунікації з особами, що пережили травматичні події, зокрема в контексті російської агресії. Досліджено стадії проживання горя/втрати, виокремлено характерні риси психологічної стійкості, з'ясовано наслідки психологічної травми, зокрема наголошено на феномені «посттравматичного зростання».

На увагу заслуговує аналіз наукових досліджень та теоретичних підходів до феномену журналістики травми. Розглянуто роботи таких дослідників, як Себастьян Юнгер Джудіт Герман, Рон Кеппс, Володимир Станчишин, які акцентують на важливості підтримки соціального середовища для осіб, що пережили травматичний досвід. Зазначено, що журналістика травми включає не лише комунікаційні аспекти, а й соціальну відповідальність медіа та журналістів перед суспільством.

У статті проаналізовано особливості журналістського спілкування з людьми, що пережили травматичний досвід, зокрема з військовими та ветеранами російсько-української війни, а також з представниками інших фокус-груп: внутрішньо переміщеними особами, волонтерами, журналістами, представниками громадського сектору. Наголошено на етичних та професійних аспектах взаємодії журналістів з респондентами, зокрема на тому, як грамотно комунікувати журналістам із військовими, як не ретравматизувати героїв матеріалу та аудиторію.

Представлено ключові принципи сенситивного інтерв'ю та типові помилки журналістів під час роботи з людьми, що пережили травматичні події. Наголошено, що грамотна професійна робота журналіста може бути терапевтичним ресурсом для подолання травм війни.

Ключові слова: журналістика, українські медіа, журналістське спілкування, медіадискурс, травма, ретравматизація, посттравматичний стресовий розлад (ПТСР), журналістика травми, сенситивне інтерв'ю, психологічна стійкість, російська агресія.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 261–269
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 261–269

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 261–269 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13311

УДК [070.14/.16:316.658]:355.01(470+571-651.1:477)"20"

ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ НАРАТИВІВ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

Тетяна Хоменко
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: homenko.tet@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-2917-3469

У статті досліджено динаміку поширення наративів, пов'язаних із російсько-українською війною. Враховано джерела, механізми трансляції та впливу на громадську думку. Проаналізовано основні типи наративів, що використовуються в інформаційному просторі, зокрема пропагандистські меседжі. Зауважено роль масових та соціальних медіа у формуванні сприйняття подій, а також застосування дезінформаційних технологій. Особливу увагу приділено динаміці змін наративів у часовому контексті.

Ключові слова: наратив, динаміка поширення, український інформаційний простір, фейк, пропаганда, російсько-українська війна.

Актуальність теми та постановка проблеми. Актуальність теми визначають кілька ключових факторів. Передовсім ідеться про інтенсивність інформаційної боротьби, в якій наративи активно змінюються, як і інтенсивність їхнього впливу на авдиторію. Проблема вивчення динаміки наративів російсько-української війни актуальна ще й через значний вплив інформаційної складової на перебіг конфлікту. Наративи не лише відображають позиції сторін, але й активно формують суспільні настрої, міжнародне сприйняття війни та політичні рішення. Адже війна в Україні має міжнародний резонанс, і наративи про неї формують ставлення світової спільноти до конфлікту, санкцій, допомоги та дипломатичних ініціатив. Динаміка поширення наративів відображає зміну сприйняття війни як в Україні, так і в Росії. Це стосується питань мобілізації, воєнної підтримки, мирних ініціатив тощо. Відтак сьогодні важливо досліджувати механізми формування та еволюції наративів, їхнього впливу на громадську думку, державну політику та міжнародну підтримку України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження динаміки наративів російсько-української війни привертає увагу багатьох науковців та аналітиків. Серед ключових дослідників цього питання можна назвати Марину Мицюк, яка досліджує типологію та функції сучасних медійних наративів у контексті російсько-української війни, акцентуючи на їхній ролі у формуванні колективної пам'яті та національної

© Хоменко Т., 2025

ідентичності українців[1]. Інформаційно-комунікаційну діяльність та аналітику під час російсько-української війни, зокрема роль соціальних мереж та маніпулятивних технік впливу на масову свідомість досліджують науковці І. Афанасьєв, А. Сінько та Л. Новохатько[2]. Образи російсько-української війни, що формувалися з 2014 року в інформаційному просторі України, та їхнє співвідношення з реальністю й історичним контекстом вивчають Р. Офіцинський, Ю. Ісак[3]. Цікава й робота Групи з аналізу гібридних загроз Українського кризового медіацентру, яка ще в травні 2021 року провела дослідження динаміки російських наративів про Україну та їхнього експорту в український медіапростір, виявляючи ключові тенденції та впливи[4]. Загалом ці та інші дослідники та організації роблять значний внесок у розуміння та аналіз інформаційних аспектів російсько-української війни, допомагають виявляти та протидіяти дезінформації та пропаганді.

Методологічна основа дослідження. Дослідження динаміки наративів російсько-української війни потребує комплексного підходу, який поєднує кілька методів аналізу, основні з яких контент-аналіз медійних текстів, дискурс-аналіз риторики політиків, журналістів, лідерів громадської думки, порівняльний аналіз наративів, історичний метод для поглибленого розуміння суті проблеми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Війна наративів між росією та Україною триває вже давно, але найагресивнішої форми вона набула з початком повномасштабного військового вторгнення росії в Україну. Тому сьогодні так важливо вивчати та поширювати знання про підґрунтя цього конфлікту, пропагандистські методи боротьби ворога на інформаційному фронті та, відповідно, методи спротиву ворожій пропаганді.

Увага сучасних дослідників зосереджена на вивченні поняття «наратив» не лише як на літературознавчому терміні, а й як на засобі комунікації, що впливає на масову свідомість.

Наприклад, сучасні наративи Г. Почепцов слушно вважає ментальними структурами, які допомагають нам зрозуміти глибину та механізми мислення. А це, відповідно, допомагає зрозуміти ставлення людей до світу та конкретних соціальних процесів[5]. Він також пояснює наративи як «типовий інструментарій», який «дозволяє як утримувати соціальну систему в стабільності, так і виводити її звідти. Наратив містить в собі ідеологію, оскільки він є поглядом на світ з цілком конкретної позиції, звідки випливають поняття ворога/друга»[6].

---

[1] Мицюк, М. (2024), Типологія та функції сучасних медійних наративів російсько-української війни. URL: foliaphilologica.uni.kyiv.ua

[2] Афанасьєв, І., Сінько, А., Новохатько, Л. (2023), Інформаційно-комунікаційна діяльність та аналітика під час російсько-української війни (на прикладі соціальних мереж). URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/47760/

[3] Офіцинський, Р., Ісак, Ю. (2023), Образи російсько-української війни від 2014 р. донині. *Актуальні питання гуманітарних наук*, вип. 61, т. 2. dspace.uzhnu.edu.ua

[4] Динаміка російських наративів про Україну та їх експорт в український медіапростір (дослідження) (2021). URL: https://uacrisis.org/uk/ros-naratyvy-pro-ukrayinu?utm_source=chatgpt.com

[5] Почепцов, Г. (2022), Не читайте чужих наративів. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3596443-ne-citajte-cuzih-narativiv.html

[6] Почепцов, Г. (2008), Наратив як інструментарій: від літературознавства до боротьби з тероризмом. *Політичний менеджмент*, №4, с. 3.

Відтак наративи можуть бути використані для захисту суспільних цінностей та інтересів, а також як зброя для вирішення певних внутрішніх і зовнішніх конфліктів, оскільки їхні основні функції – інтерпретувати світ, впорядковувати реальність, відображати моделі поведінки, структурувати минулий досвід та визначати на його основі причинно-наслідкові зв'язки, формувати потрібні акценти і висновки, створювати смисли для правильного конструювання національної самоідентифікації в суспільстві та світі, відстоювання національних інтересів та забезпечення національної безпеки.

Адже російська пропаганда змінює свої наративи залежно від ситуації, проте їхня мета залишається незмінною — знищити українську державність. Українські наративи натомість еволюціонують відповідно до потреб війни та мобілізації міжнародної спільноти.

Як стверджують автори аналітичного звіту Роман Горбик, Діана Дуцик та Северин Шалайський: «Росіяни постійно вдосконалюють інструменти впливу, використовуючи нові платформи для комунікації та штучний інтелект, щоб впливати на больові точки, які є в українському суспільстві»[7].

Російська пропаганда активно намагається впливати на український інформаційний простір, поширюючи свої наративи через різні канали. Зокрема, дослідження вказують на те, що такі наративи можуть проникати в українські медіа через популярні соцмережі. Видання The Page Досьє, наприклад, повідомляє, що, «незважаючи на численні санкції та заборони російських пропагандистських каналів у всьому світі, росія використовує Telegram, як платформу для розповсюдження маніпулятивних відео різними мовами світу в обхід державних блокувань»[8]. Але ще у вересні 2022 року українське інтернет-видання «Детектор медіа» опублікувало дослідження команди представників 11 країн, в якому для виявлення наративів російської пропаганди проаналізували дописи у фейсбуку, інстаграмі, телеграмі і твіттері[9]. Дослідники встановили, що деякі наративи поширювалися з різною інтенсивністю для різних країн, а можливо, й вибірково. «Наприклад, в Угорщині просували меседж про те, що "російська армія досягає значних успіхів". У Болгарії, Грузії, Північній Македонії та Угорщині "переможний" наратив підмінили меседжем про те, що "Захід знає, що Росія виграє війну". Ще один меседж цієї групи – "Росія не воює на повну силу". Найбільше повідомлень щодо нього зафіксували в Україні. Також його поширювали у Грузії, Північній Македонії, Словаччині, Чехії, Угорщині та в російськомовному контенті для країн Балтії». Меседж про те, що «українці відмовляються воювати», естонською! мовою поширювали в інформаційному просторі Естонії. Його відсте-

---

[7] Горбик, Р., Дуцик, Д., Шалайський, С. (2023), Ефективність протидії російській дезінформації в Україні в умовах повномасштабної війни. Аналітичний звіт. ГО «Український інститут медіа та комунікації», с 4. URL: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/08/UMCI_-Effectiveness-of-Russian-Disinformation-Counteration_UA.pdf

[8] Толуб, Н. (2023), Гідра брехні та пропаганди: як росіяни витрачають мільйони доларів на фейки про Україну. URL: https://thepage.ua/ua/politics/fejki-ta-propaganda-rosiyi-proti-ukrayini-narativi-ta-kanali-prosuvannya?utm_source=chatgpt.com

[9] Дослідження встановило найпоширеніший наратив роспропаганди щодо війни – найактивніше його просувають в Україні. URL: https://detector.media/infospace/article/202434/2022-09-01-doslidzhennya-vstanovylo-nayposhyrenishyy-naratyv-rospropagandy-shchodo-viyny-nayaktyvnishe-yogo-prosuvayut-v-ukraini/

жили також у Словаччині, Україні, в російськомовному сигменті країн Балтії. У цьому ж сигменті та у Грузії поширюваним був наратив «Захід пропонує Україні здатися». Найпоширенішими дослідники назвали такі наративи: «українська армія вчиняє воєнні злочини», «українська влада корумпована та некомпетентна», «Захід використовує Україну для війни проти Росії», «українці – нацисти», «Захід змусив Росію напасти на Україну», «в Україні воюють іноземні найманці», «російський солдат – герой і визволитель», «повідомлення про злочини російської армії – неправда», «Україна спричиняє світову продовольчу кризу», «Польща хоче анексувати частину України», «між політичним менеджментом Заходу й України є певні непорозуміння чи напруга» та ін. Але найпоширенішим наративом російської пропаганди дослідники назвали твердження про те, що «Україна програє війну»[10].

Варто зазначити, що російська пропаганда також використовує висловлювання українських публічних осіб, вириваючи їх з контексту або перекручуючи, щоб підтвердити свої наративи. Це допомагає створювати в аудиторії російських ЗМІ «правильне» для Кремля уявлення про ситуацію в Україні.

Дослідницько-аналітична група InfoLight.UA з 26 травня по 25 червня 2024 року проаналізувала п'ять найвідвідуваніших російських сайтів, загальне охоплення яких становить 498 мільйонів читачів (за інформацією InfoLight.UA, наступний етап – це аналіз 10 сайтів і 10 телеграм-каналів). Після опрацювання двадцяти семи з половиною тисяч новин учасники дослідницько-аналітичної групи пояснили, що вони «обирали ті, де українські публічні особи (чисельністю 122 особи, з який обрали 40 найчастіше згадуваних) своїми заявами, виступами, дописами в соцмережах тощо ставали окремим інформаційним приводом», а відтак, «дивилися, як ту чи іншу заяву української публічної особи використовує російська пропаганда. Здебільшого відбувається якесь маніпулювання, наприклад, заява про проблеми в енергетиці подається з заголовком "Україні не уникнути постійних відключень на найближчі 10 років". Або інтерв'ю військового використовується для новини з заголовком "У ЗСУ визнали, що Україна програла війну"»[11].

Керівник дослідницько-аналітичної групи InfoLight.UA Юрій Гончаренко зазначив також, що «характерною рисою російського інформаційно-пропагандивного простору є свідоме ігнорування українських військових чи політиків, чия діяльність видається ворогу небезпечною. Так, у російських ЗМІ фактично відсутній Кирило Буданов, Олександр Сирський з'являється дуже рідко, в цілому менше ніж, наприклад, його публічний опонент Мар'яна Безугла. Так само для росіян не існує подій, які пов'язані з успіхами ГУР»[12].

Але існує й інша небезпека, як-от поширення ворожих наративів через сайти-клони рейтингових українських медіа. Про це повідомляв Центр протидії дезінформації у 2023 році, зокрема про «створення фейкового сайту-клону, який імітує

[10] Там само.

[11] Топ-40 українських публічних осіб, яких цитує російська пропаганда (2024). URL: https://infolight.in.ua/2024/06/27/top-40-ukrainskykh-publichnykh-osib-iakykh-tsytuie-rosijska-propahanda/

[12] Толуб, Н. (2024), Інформаційна війна: як російська пропаганда використовує українських публічних осіб. URL: https://kyivschina24.com/news/informaczijna-vijna-yak-rosijska-propaganda-vykorystovuye-ukrayinskyh-publichnyh-osib/?utm_source=chatgpt.com

справжню веб-сторінку медіа. Він містить кілька сторінок та має подібний інтерфейс і навіть логотип «УП», щоб було легше вводити в оману читачів»[13].

Тож можна стверджувати, що сьогодні війна наративів[14], яка передовсім спрямована на маніпулювання мисленням, посилюється.

У таблиці увагу сфокусовано на основних етапах формування наративів та на порівнянні наративів росії й України, а також на меті, яку ставила перед собою кожна зі сторін, формуючи і поширюючи ці наративи.

Період	Російські наративи	Мета росії	Українські наративи	Мета України
2014–2015 (анексія Криму, війна на Донбасі)	«Крим – споконвічно російський», «Захист російськомовних», «Громадянська війна в Україні», «Київ – фашистська хунта»	Легітимізація анексії Криму, виправдання вторгнення на Донбас	«Крим – це Україна», «росія – агресор», «Майдан – вибір народу»	Міжнародна підтримка, мобілізація суспільства
2016–2019 (окопна війна, гібридні методи)	«Мінські угоди – єдиний шлях», «Україна – неспроможна держава», «росія не є стороною конфлікту»	Тиск на Україну щодо поступок, міжнародна ізоляція Києва	«Війна триває», «Армія, мова, віра», «Рух до ЄС і НАТО»	Зміцнення державності, міжнародна підтримка
2020–лютий 2022 (перед вторгненням)	«Україна готує напад на Донбас», «НАТО загрожує Росії», «Україна – маріонетка Заходу», росія звинувачує Україну у розробці «брудної бомби»	Обґрунтування майбутньої агресії, виправдання агресії пропагандою про так званий «один народ». створення інформаційного приводу. Зупинити вступ України в НАТО	«Немає компромісів щодо суверенітету держави», «Ми не провокуємо війну»	Попередження про загрози для світу
Лютий–березень 2022 (повномасштабне вторгнення)	«Денацифікація та демілітаризація», «Україна – не справжня держава», «Швидка спецоперація»	Легітимізація військового вторгнення, деморалізація українського народу. Використання дестабілізації для контролю над пострадянськими країнами	«Російський бліцкриг провалився», «Захистимо Київ», «Україна чинить опір»	Мобілізація спротиву, прохання про міжнародну підтримку

[13] Ворог поширює фейкові статті нібито від українських ЗМІ (2023). URL: https://cpd.gov.ua/warnin/vorog-poshyryuye-fejkovi-statti-nibyto-vid-ukrayinskyh-zmi/

[14] Біла, О. (2025), Війна наративів: інформаційний простір як поле битви. *Український тиждень*, 25 березня. URL: https://tyzhden.ua/vijna-naratyviv-informatsijnyj-prostir-iak-pole-bytvy/

Квітень–грудень 2022 (оборона та контрнаступ)	«Захід веде війну проти Росії руками України», «Україна – терористична держава»	Виправдання військових злочинів, дискредитація України у світі	«Буча, Маріуполь – геноцид», «Перемога – єдина мета», «Контрнаступ триває»	Посилення військової допомоги та інформаційного спротиву
2023–2024 (затяжна війна, війна на виснаження)	«росія воює проти НАТО», «Україна втомилася», «Розпад Заходу»	Деморалізація, тиск на Захід щодо перемовин	«Україна вистоїть», «Допомога триває», «росія має зазнати поразки»	Подальше отримання підтримки, зміцнення обороноздатності

Варто також зауважити, що періодично, а то й постійно, наративи російської пропаганди циркулюють в інформаційному полі як уже зафіксовані у колективній пам'яті, але повторювані в часі, виринаючи з калейдоскопу подій у новому смисловому обрамленні, резонуючи. Проте найпотужніше, з-поміж інших, увиразнюється сьогодні зіткнення ворожого, агресивного російського наративу «забираємо своє» та українського «захищаємо своє». Це зіткнення демонструє буквально цивілізаційне протистояння двох культур, двох історії. З одного боку – намагання переписати історію, привласнити культурні надбання, знищити мову, народ, а відтак знищити цивілізаційну ідентичність незалежної України, а з іншого – відстоювання історичної правди, героїчного минулого, єднання довкола національної ідеї, захист своїх духовних орієнтирів і права жити в незалежній, вільній державі. Власне, «захищати своє» – це один з тих стратегічних наративів, які можуть впливати на аспекти колективної пам'яті, допомагають закріпити колективну ідентичність. У цьому контексті варто згадати слова Сергія Параджанова з його останнього інтерв'ю (1988 року) щодо київської прем'єри фільму «Ашик-Керіб», які якнайкраще підтримують український наратив «захищаємо своє»: «Хай живе Україна! Хай живе український націоналізм у тому сенсі, у якому його розумію я: не можна допустити, щоб настав час, коли не буде слова українською чи не буде пісні української, чи не буде сонця українського і не буде соняшника українського!»[15].

Висновки. Російська пропаганда змінює свої наративи залежно від ситуації, проте її мета залишається незмінною – знищити українську державність. Українські наративи натомість еволюціонують відповідно до потреб війни та мобілізації міжнародної спільноти. Російське вторгнення об'єднало українців і мобілізувало їхню національну свідомість. З першого дня війни державні інституції, медіа та громадяни України працюють як один злагоджений механізм, щодня демонструючи нові перемоги на всіх фронтах, реалізуючи національний стратегічний сценарій. Медійники, зокрема, уже сьогодні роблять чимало для протидії ворожій дезінформації, розвінчування міфів, виявлення та спростування фейків, які активно продукує російська пропагандистська машина. І синхронізація їхніх дій, тем, повідомлень, звісно, впливає на динаміку формування і поширення принаймні основних структур наративів.

[15] Див. Стрижова, О. (2021), Як тюрма на Донбасі змінила Сергія Параджанова, 9 січ. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/29699409.html

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Афанасьєв, І., Сінько, А., Новохатько, Л. (2023), Інформаційно-комунікаційна діяльність та аналітика під час російсько-української війни (на прикладі соціальних мереж). URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/47760/
2. Біла, О. (2025), Війна наративів: інформаційний простір як поле битви. *Український тиждень*, 25 березня. URL: https://tyzhden.ua/vijna-naratyviv-informatsijnyj-prostir-iak-pole-bytvy/
3. Ворог поширює фейкові статті нібито від українських ЗМІ (2023). URL: https://cpd.gov.ua/warnin/vorog-poshyryuye-fejkovi-statti-nibyto-vid-ukrayinskyh-zmi/
4. Горбик, Р., Дуцик, Д., Шалайський, С. (2023), Ефективність протидії російській дезінформації в Україні в умовах повномасштабної війни. Аналітичний звіт. ГО «Український інститут медіа та комунікації», с 4. URL: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/08/UMCI_-Effectiveness-of-Russian-Disinformation-Counteration_UA.pdf
5. Динаміка російських наративів про Україну та їх експорт в український медіапростір (дослідження) (2021). URL: https://uacrisis.org/uk/ros-naratyvy-pro-ukrayinu?utm_source=chatgpt.com
6. Дослідження встановило найпоширеніший наратив роспропаганди щодо війни – найактивніше його просувають в Україні. URL: https://detector.media/infospace/article/202434/2022-09-01-doslidzhennya-vstanovylo-nayposhyrenishyy-naratyv-rospropagandy-shchodo-viyny-nayaktyvnishe-yogo-prosuvayut-v-ukraini/
7. Мицюк, М. (2024), Типологія та функції сучасних медійних наративів російсько-української війни. URL: foliaphilologica.uni.kyiv.ua
8. Офіцинський, Р., Ісак, Ю. (2023), Образи російсько-української війни від 2014 р. донині. *Актуальні питання гуманітарних наук*, вип. 61, т. 2. dspace.uzhnu.edu.ua
9. Почепцов, Г. (2008), Наратив як інструментарій: від літературознавства до боротьби з тероризмом. *Політичний менеджмент*, №4, с. 3.
10. Почепцов, Г. (2022), Не читайте чужих наративів. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3596443-ne-citajte-cuzih-narativiv.html
11. Стрижова, О. (2021), Як тюрма на Донбасі змінила Сергія Параджанова, 9 січ. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/29699409.html
12. Толуб, Н. (2025), Інформаційна війна: як російська пропаганда використовує українських публічних осіб. *Київщина 24/7.* 9 січ. URL: https://kyivschina24.com/news/informaczijna-vijna-yak-rosijska-propaganda-vykorystovuye-ukrayinskyh-publichnyh-osib/?utm_source=chatgpt.com
13. Толуб, Н. (2023), Гідра брехні та пропаганди: як росіяни витрачають мільйони доларів на фейки про Україну. URL: https://thepage.ua/ua/politics/fejki-ta-propaganda-rosiyi-proti-ukrayini-narativi-ta-kanali-prosuvannya?utm_source=chatgpt.com
14. Топ-40 українських публічних осіб, яких цитує російська пропаганда (2024). URL: https://infolight.in.ua/2024/06/27/top-40-ukrainskykh-publichnykh-osib-iakykh-tsytuie-rosijska-propahanda/

REFERENCES

1. Afanasiev, I., Sinko, A., Novokhatko, L. (2023), Informatsiino-komunikatsiina diialnist ta analityka pid chas rosiisko-ukrainskoi viiny (na prykladi sotsialnykh merezh). URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/47760/
2. Bila, O. (2025), Viina naratyviv: informatsiinyi prostir yak pole bytvy. Ukrainskyi tyzhden, 25 bereznia. URL: https://tyzhden.ua/vijna-naratyviv-informatsijnyj-prostir-iak-pole-bytvy/
3. Voroh poshyriuie feikovi statti nibyto vid ukrainskykh ZMI (2023). URL: https://cpd.gov.ua/warnin/vorog-poshyryuye-fejkovi-statti-nibyto-vid-ukrayinskyh-zmi/
4. Horbyk, R., Dutsyk, D., Shalaiskyi, S. (2023), Efektyvnist protydii rosiiskii dezinformatsii v Ukraini v umovakh povnomasshtabnoi viiny. Analitychnyi zvit. HO «Ukrainskyi instytut media ta komunikatsii», s 4. URL: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/08/UMCI_-Effectiveness-of-Russian-Disinformation-Counteration_UA.pdf
5. Dynamika rosiiskykh naratyviv pro Ukrainu ta yikh eksport v ukrainskyi mediaprostir (doslidzhennia) (2021). URL: https://uacrisis.org/uk/ros-naratyvy-pro-ukrayinu?utm_source=chatgpt.com
6. Doslidzhennia vstanovylo naiposhyrenishyi naratyv rospropahandy shchodo viiny – naiaktyvnishe yoho prosuvaiut v Ukraini. URL: https://detector.media/infospace/article/202434/2022-09-01-doslidzhennya-vstanovylo-nayposhyrenishyy-naratyv-rospropagandy-shchodo-viyny-nayaktyvnishe-yogo-prosuvayut-v-ukraini/
7. Mytsiuk, M. (2024), Typolohiia ta funktsii suchasnykh mediinykh naratyviv rosiisko-ukrainskoi viiny. URL: foliaphilologica.uni.kyiv.ua
8. Ofitsynskyi, R., Isak, Yu. (2023), Obrazy rosiisko-ukrainskoi viiny vid 2014 r. donyni. Aktualni pytannia humanitarnykh nauk, vyp. 61, t. 2. dspace.uzhnu.edu.ua
9. Pocheptsov, H. (2008), Naratyv yak instrumentarii: vid literaturoznavstva do borotby z teroryzmom. Politychnyi menedzhment, №4, s. 3.
10. Pocheptsov, H. (2022), Ne chytaite chuzhykh naratyviv. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3596443-ne-citajte-cuzih-narativiv.html
11. Stryzhova, O. (2021), Yak tiurma na Donbasi zminyla Serhiia Paradzhanova, 9 sich. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/29699409.html
12. Tolub, N. (2025), Informatsiina viina: yak rosiiska propahanda vykorystovuie ukrainskykh publichnykh osib. Kyivshchyna 24/7. 9 sich. URL: https://kyivschina24.com/news/informaczijna-vijna-yak-rosijska-propaganda-vykorystovuye-ukrayinskyh-publichnyh-osib/?utm_source=chatgpt.com
13. Tolub, N. (2023), Hidra brekhni ta propahandy: yak rosiiany vytrachaiut miliony dolariv na feiky pro Ukrainu. URL: https://thepage.ua/ua/politics/fejki-ta-propaganda-rosiyi-proti-ukrayini-narativi-ta-kanali-prosuvannya?utm_source=chatgpt.com
14. Top-40 ukrainskykh publichnykh osib, yakykh tsytuie rosiiska propahanda (2024). URL: https://infolight.in.ua/2024/06/27/top-40-ukrainskykh-publichnykh-osib-iakykh-tsytuie-rosijska-propahanda/

DYNAMICS OF THE DISSEMINATION NARRATIVES OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

Tetiana Khomenko
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: homenko.tet@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-2917-3469

The dynamics of the dissemination narratives reflect the changes in perception of the war in both Ukraine and russia. This concerns mobilization, military support, peace initiatives, etc. Russian propaganda is actively trying to influence the Ukrainian information space by dissemination its narratives through various channels. In particular, the studies show that such narratives can penetrate Ukrainian media through popular social networks. Russian propaganda also uses the statements of Ukrainian public figures, taking them out of context or distorting them to support its narratives. This helps create a "correct", per the Kremlin, perception of the situation in Ukraine among the audience of russian media. Another danger is the spread of hostile narratives through clone sites of top-rated Ukrainian media.

Russian propaganda changes its narratives depending on the situation, but their goal remains the same: to destroy Ukrainian statehood. In return, Ukrainian narratives evolve according to the needs of the war and the mobilization of the international community. Nevertheless, it is worth to emphasize first and foremost that the russian invasion has united Ukrainians and mobilized their national consciousness. Since the first day of the war, Ukraine's state institutions, media, and citizens have been working as one well-coordinated mechanism, demonstrating new victories on all fronts every day.

Journalists manage to counteract enemy disinformation, debunk myths, and promote Ukraine's authority and culture around the world. It depends a lot on the synchronization of actions, topics, and messages, which affects the dynamics of forming at least the basic structures of narratives.

Keywords: narrative, dynamics of dissemination, Ukrainian information space, fake, propaganda, russian-ukrainian war.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 270–274
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 270–274

НАУКОВА РЕЦЕНЗІЯ

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 270–274 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13312

УДК 070.14:[327.8:355.01](470+571-651.1:477)"202":327.36(100)

THE TRUTH IN THE SHADOW OF WAR: AN AUTHORITATIVE VOICE IN SUPPORT OF UKRAINE

Nataliya Hado
University of Missouri-St. Louis 1
University Blvd. 590 Lucas Hall St. Louis, MO 63121-4400
e-mail: nataliya.hado@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-0665-573X

Review of the book «In the Shadow of War in Ukraine» (“W cieniu wojny w Ukrainie”) by Polish Rev. Professor Andrzej Zwoliński. Published in 2024, the book makes a significant contribution to the understanding of the Russian war against Ukraine, as well as its impact on cultural and religious processes both within Ukraine and globally. The author analyzes the history of Russian imperialism and the history of Ukraine, upon which he comments on the ideological and geopolitical foundations of the conflict. The distinguished and authoritative voice of Rev. Professor Zwoliński in support of the Ukrainian people in the current situation explains to the world why Russia’s war against Ukraine is a brutal crime that has been centuries in the making. The book also provides an opportunity for every Ukrainian to uncover the missing pieces necessary to fully comprehend the depth of the war between Russia and Ukraine as a clash of civilizations.

Keywords: war, imperialism, “russkiy mir”, rashism, propaganda.

The war in Ukraine has been ongoing since 2014, although, within the context of contemporary geopolitics, it was considered a prolonged conflict until Russia’s full-scale invasion of Ukraine. It was only since 2022 that international politics shifted from a state of concern to an understanding that Ukraine is facing a brutal and treacherous assault. Moreover, Ukraine is not merely fighting for its survival but is also holding the front line on its own territory, thereby protecting Europe from the war. However, for some countries, this became evident only when “bombs began to explode at Europe’s borders, the number of casualties surpassed tens and hundreds of thousands, and stories of raped women and children flooded the internet—the shadow of war grew ever darker.” This is emphasized in the book «In the Shadow of War in Ukraine» by Rev. Professor Andrzej Zwoliński, who was among the few analysts who recognized the threat of war long before its outbreak. He was directly involved in humanitarian aid for Ukrainian refugees in both Poland and Ukraine.

© Гадьо Н., 2025

Rev. Professor Andrzej Zwoliński, a renowned Polish priest, theologian, and scholar in the fields of moral theology, social ethics, sociology, economics, politics, and media, is the author of over 300 published books. He served as the long-time head of the Catholic Social Teaching Department at the Pontifical University of John Paul II in Krakow. Perhaps the only scholar to address the multifaceted aspects of the war in Ukraine in such depth in his book.

Emphasizing that the beginning of the war in Ukraine can be traced to the turning point of 2013-2014, when mass protests erupted during the so-called Euromaidan, the respected author introduces a profound historical analysis, religious-philosophical reflections, and socio-political considerations into Polish and broader European discourse.

The author introduces the reader to the topic of war in Ukraine by starting with sociological studies and an analysis of philosophical thought concerning the theory of war, concluding that human beings do not possess a natural inclination toward war, but that there is a persistent conflict of civilizations in the world, and war is the result of human destruction. Providing a clear chronology of the war between Russia and Ukraine in the introduction, Rev. Professor Zwoliński traces the events that led to the conflict, analyzing the stages of escalating tensions between Russia and Ukraine, including the annexation of Crimea, the armed conflict in Donbas, and subsequent international diplomatic efforts for a peaceful resolution. The author focuses on the importance of historical memory and the role that symbols and rituals play in consolidating Ukrainian society during the war, offering a detailed history of Russian imperialism, particularly as it relates to Russian Orthodoxy, which has deep roots in the traditions of Tsarist power.

Russian cultural identity is constructed in a manner that reflects a Byzantine ideal, and the fall of Byzantium following the Turkish conquest of Constantinople in 1453 nurtured the concept of the "Third Rome." Moscow, as the alleged true guardian of the Orthodox faith, according to its narrative, asserts superiority over Catholic Rome, which claimed to have betrayed the true faith. However, the author also highlights a less evident fact from the formation of Moscow, which could serve as the real foundation of Russian imperialism. The "steppe messianism" of the Mongol leader Genghis Khan, which involved the subjugation of other peoples and the exhibition of cruelty toward them as the highest virtue of the conqueror, provides an insightful lens for understanding the origins of Russian aggression. An attentive reader will recognize the echoes of this ideology in the Russian invasion of Ukraine in 2022, dating back to 1206.

From the very first chapter, in addition to listing important historical facts, the author consistently supports Ukraine's struggle against Russia's imperial ambitions and Putin's associated arrogance. In portraying Putin's self-image as an emperor, the author explains how Russia's leader persistently interprets reality as the fulfillment of a special mission for the "ryskiy mir" ("Russian world.") The author also discusses the long-term use of propaganda to prepare the Russian public for supporting the invasion of Ukraine through the conceptualization of the «Russian world».

Rev. Professor Zwoliński argues that, just as Russian identity would lose its meaning without the imperial component, so too can a Russian not be regarded as a patriot without it. He explains this as a revival of old imperial ideas and the readiness of Russians to accept any form of aggression. The author further explores the media's ideological role, revealing that the key to their manipulation lies not in the creation of a new language of lies but in appealing to pre-existing, deeply cultivated beliefs. The aspirations of Russian imperialism,

the revival of the great Church, and the fulfillment of a historical mission are sufficient to justify crimes, rapes, aggression, and hatred.

A critical role is attributed by the author to the cooperation between the Russian Orthodox Church, led by Patriarch Kirill, and the government, which is a product of centuries of church-state relations in which the state was sacralized and became the "Holy Rus." This issue's significance is emphasized, especially in light of Russia's attempts to present the situation of Russian Orthodoxy in Ukraine as religious persecution to the international community. Therefore, it is unsurprising that two entire chapters of the book are dedicated to the history of Russian Orthodoxy and its contemporary activities, a brief but incisive discussion given the scale of the war propaganda orchestrated by the Russian Orthodox Church.

The shocking religious context in which the Moscow Church forgives murderers and thieves while declaring a "holy war" supports the government's claim that Ukraine is not a state but merely a territory without the right to freedom. Rev. Professor Zwoliński argues that the absence of a historical name does not equate to the non-existence of a people who founded Kyivan Rus and have been part of the Golden Horde, the Grand Duchy of Lithuania, the Crimean Khanate, the Grand Duchy of Moscow, the Polish Kingdom, the Commonwealth, Austro-Hungary, Soviet Russia, and more. He provides a coherent history of Ukraine while also drawing attention to the attributes and state symbols, a section referred to as "Putin's Dilemmas." By listing all the efforts of "Russian world" theorists and Russian chauvinists to negate the existence of Ukraine, the author highlights the groundlessness and manipulativeness of these claims.

Simultaneously, Rev. Professor Zwoliński observes that the war has further solidified Ukrainian identity. The active "decolonization" of street names in cities stands as evidence of growing anti-Russian sentiment. The war has also revealed the active Russian propaganda against Poland as Ukraine's supposed enemy. Without delving deeply into Ukrainian-Polish relations, Rev. Professor Zwoliński demonstrates that Poland's acceptance of millions of Ukrainian refugees is more telling than any propaganda. To further reinforce this point, the author recalls the visit of Pope John Paul II to Ukraine from June 23 to 27, 2001, during which the Holy Father quoted Shevchenko and expressed concern for Ukrainians not only as a spiritual leader but also as a Pole.

In the second part of the book, Andrzej Zwoliński focuses on the internal context of Ukraine, particularly how the horrors of war are reshaping the national consciousness and cultural orientations of Ukrainians. The author notes that Russia's aggression has caused not only a military challenge but also an ideological one for Ukraine, particularly through Russia's efforts to destroy Ukrainian identity via propaganda and cultural genocide. Zwoliński not only describes the devastating economic and social consequences of the war for the civilian population but also analyzes the role of media in Ukraine during the war, especially how they have become essential tools for national mobilization and combating Russian propaganda. He also highlights the psychological trauma Ukrainians are experiencing, adding an emotional dimension to the book that complements the intellectual analysis.

Throughout the book, there is a palpable sense of pastoral care and sympathy for the suffering of Ukrainians. Although the author does not explicitly mention his personal involvement in humanitarian and spiritual assistance to Ukraine and maintains an academic tone, his references to the suffering of the Ukrainian people draw upon facts and activities

that can only be understood through direct participation or close communication with those engaged in such efforts. This is confirmed by the stories of Ukrainian refugees included in the book.

It should be noted that Rev. Professor Zwoliński has long been a lecturer at the Theological Institute of Joseph Bilchevsky in Lviv, a branch of the Pontifical Catholic University of Lublin. Therefore, despite the scholarly nature and precision of his writing, the second half of the book clearly reflects that for him, Ukraine is not merely a subject of study but a real entity. The clergy, students, and teachers he knew long before the war, parishioners whom he had served with his retreats and sermons, and a broad audience of readers of his works translated into Ukrainian.

The author expresses deep concern for the preservation of national identity and cultural revival amidst global crises. Professor Zwoliński sees hope for this revival in the resilience and solidarity of Ukrainians, who managed to self-organize despite being unprepared for wartime. He enumerates the daily feats of ordinary people in Ukraine and the efforts of Poles in both Poland and Ukraine who, although not initially prepared for volunteer aid, performed extraordinary acts of solidarity due to their sympathy for Ukrainians.

A series of social transformations experienced by Ukraine during the war and by Poland after the arrival of Ukrainian refugees are presented as both achievements and challenges. However, despite the reader's natural expectations as the book nears its conclusion, the author does not dedicate a separate chapter to conclusions or predictions for the future. In the spirit of a teacher who has already provided ample information and explained complex historical events and social processes, the author leaves the reader with confidence that they are now equipped to draw their own conclusions and make predictions.

Despite the book's uniqueness in deeply and consistently uncovering the main causes of the war and advocating for Ukraine's undeniable right to defend itself and prevail—a perspective I, as a researcher of "rashism," greatly appreciated – the distinctive style of Professor Zwoliński also deserves note. In constructing the narrative, the author plays the roles of scholar, documentarian, and master of journalistic reportage. His academic style is accessible to a wide audience while maintaining scholarly rigor and depth, balancing intellectual analysis with the human dimension of war. This allows the reader, who may be outside the context, to understand that war is not just a matter of facts and statistics but of human lives.

REFERENCES

1. Zwoliński, A. (2024). *W cieniu wojny w Ukrainie*. Wydawnictwo: PETRUS. 254 s.

ПРАВДА В ТІНІ ВІЙНИ: АВТОРИТЕТНИЙ ГОЛОС НА ПІДТРИМКУ УКРАЇНИ

Наталія Гадьо
Університет Міссурі-Сент. Луїс
Університетський бульв. 590, Лукас Холл, Сент-Луїс, Міссурі 63121-4400
e-mail: nataliya.hado@gmail.com
https://orcid.org/0000-0003-0665-573X

Книга Анджея Зволінського «В тіні війни в Україні» («W cieniu wojny w Ukrainie»), видана у 2024 році, робить значний внесок у розуміння сучасної фази російської агресії проти України. Професор Зволінський, відомий дослідник політичних і культурних процесів, коментує ідеологічні та геополітичні основи цієї війни. Автор пропонує глибокий аналіз ідеологічних коренів війни, спираючись на концепції російського імперіалізму, культурної агресії та пропаганди, які лягли в основу російського наративу в рамках гібридної війни. Він розуміє, наскільки глибоко вкорінена імперська ідея в російське суспільство та як вона взаємодіє з сучасними механізмами маніпуляції, пропаганди та інформаційної війни. Книга чітко демонструє, як ця ідеологія розвивається в самій Росії і як транслюється за її межі. Це дає можливість читачеві зрозуміти, чому Росія досі активно використовує методи психолінгвістичного впливу через медіа, маніпулюючи емоціями, національно-релігійними стереотипами.

«W cieniu wojny w Ukrainie» – це важливе інтелектуальне дослідження, яке дає цілісну картину військової та ідеологічної війни, яку Росія веде проти України.

Автор виступає в ролі вченого, документаліста та майстра журналістського репортажу. Його академічний стиль доступний широкій аудиторії, але водночас йому притаманні наукова строгість і глибина. Автор балансує між інтелектуальним аналізом і людським виміром війни. Це дає змогу читачеві, який може перебувати поза контекстом, зрозуміти, що війна – це не лише факти та статистика, а й людські життя.

Ключові слова: війна, імперіалізм, «руский мір», рашизм, пропаганда.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 275–280
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 275–280

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 275–280 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13313

УДК [070.1:621.039]:316.77

NUCLEAR POWER PLANTS OF UKRAINE: MEDIA COVERAGE OF THEIR OPERATIONS. ACHIEVEMENTS AND SHORTCOMINGS OF JOURNALISTS

Ivan Krupskyy
Ivan Franko National University of Lviv
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: ivan.krupskyy@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-3520-499X

Tetyana Viytovych
Ivan Franko National University of Lviv
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: tetyana.viytovych@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-7416-3863

The topic of media coverage of nuclear power plant operations is extremely important and relevant, especially in times of war, when nuclear safety becomes a matter of national security. In his educational manual «Crisis journalism: how to write about nuclear power plants», associate professor Viktor Mazanyi offers practical recommendations for training journalists to work with this complex topic: from reliable sources of information to genre requirements and editorial policy principles. The publication serves as an effective tool for developing the trade competencies of future media professionals capable of informing the public effectively about threats and events in the field of nuclear energy.

Keywords: journalistic competencies, nuclear power plant safety, criteria for media coverage of emergencies at nuclear power plants, sources of information about NPPs, news and informational triggers related to NPPs.

Problem statement. The issue of covering the operation of nuclear power plants in the media during wartime is both critical and urgent, as it concerns not only the country's energy security but also the nuclear threat to millions of people. With the onset of the large-scale russian invasion, a real danger emerged regarding the capture or damage of strategic facilities such as the Chernobyl and Zaporizhzhia nuclear power plants. Public concern was growing, yet the media often failed to provide a full and comprehensive picture of events. Reports were limited to official statements from Energoatom, which, while accurate, were often superficial and failed to meet the informational needs of the public during crisis situations. Under such circumstances, there arose a pressing need for a professional guide

© Крупський І., Війтович Т., 2025

to help journalists deeply, accurately, and accessibly cover such sensitive topics. The purpose of this research is to analyze the approaches proposed by V. S. Mazanyi in his textbook «Crisis journalism: how to write about nuclear power plants» and determine how his recommendations can serve as a practical tool for training media professionals to handle crisis reporting in the nuclear energy sector.

Review of recent research and publications. Although the topic of emergency reporting at nuclear power plants is not new, modern ukrainian journalism lacks comprehensive textbooks that address both theoretical and practical aspects of working under the threat of nuclear hazards. While some studies examine public information dissemination during ecological disasters or industrial accidents, Mazanyi's book stands out for its systematic approach to media coverage of NPPs in both peacetime and wartime. His work also highlights the importance of journalist competency as carriers of specialized knowledge in the energy sector – a topic that has largely been overlooked in journalism education.

Methodological framework. To analyze the content and significance of Viktor Mazanyi's book, the study applied critical text analysis, content analysis of examples from the textbook (news articles, commentary, interviews) and a comparative method to compare the author's recommendations with real challenges faced by Ukrainian journalists covering NPP-related events during wartime. Additionally, expert evaluation of the methodological value of the author's advice was conducted in terms of its alignment with professional journalistic standards.

Presentation of the main material. As Russian forces advanced into historically Ukrainian territories during the war, public anxiety about the safety of nuclear power plants – particularly Chernobyl and Zaporizhzhia – grew. Sparse newspaper reports and brief radio updates were insufficient to alleviate fears, especially given the public's awareness of the occupying force's brutality. Since all media updates regarding NPPs came solely from the state-run Energoatom, which governs all Ukrainian nuclear power plants, communication was limited to statements written in official business style largely using standardized phrases. As V. Mazanyi argues in his book, the journalistic community, unsure how to approach such extreme events, relied entirely on Energoatom's official releases. Though accurate, these messages lacked depth and prompted numerous questions.

Thus arose critical questions: how should journalists and their audiences be prepared for such situations? Where can they find trustworthy sources to clarify key aspects of the topic? What radiation indicators should be discussed with specialists, and which angles should be emphasized to communicate the dangers facing NPP personnel and nearby populations? These and similar issues form the core of Mazanyi's textbook.

The book is divided into three thematic sections, each interlinked and mutually reinforcing. The first addresses the development of specialized journalistic competencies for covering NPP safety, beginning logically with news triggers and stories related to NPPs, which the author identifies as indicators of informational security. It also covers the legal framework supporting citizens' right to information on radiation safety and the accuracy and reliability of media reports about emergencies.

The second section is dedicated to news writing methodology focused on the 30-kilometer observation zone around NPPs. Mazanyi discusses data collection related to environmental monitoring in this zone, how to use informational triggers effectively, and the importance of adhering to journalistic standards and genre requirements.

The third section – «Coverage of NPP Safety Topics in News, Commentary, and Interviews» – presents real examples of the author's own publications in the Ukrinform news agency and print media.

The author of the book provides compelling facts and examples that demonstrate his high level of expertise in the subject matter he explores. For instance, summarizing news reports on the operations of nuclear power plants, he rightly notes that the media often publish information about incidents at NPPs – such as a power unit blackout – alongside statements that there is a «threat to radiation safety». It is also mentioned that diesel generators were urgently activated, which restored the power supply to the unit. In other words, the pumps responsible for cooling the reactor resumed operation, and the situation was stabilized.

V. Mazanyi then reasonably asks: «Can an average reader truly understand what is happening? Perhaps it's not necessary to explain the presence of a diesel generator at the plant, but when it comes to the reactor's active zone, what mechanism or system is actually being discussed? That's not clear to everyone».

Another example is an official statement from the IAEA, published on the agency's website, which, in connection with a blackout at the Zaporizhzhia Nuclear Power Plant (ZNPP), included a warning about a potential «nuclear accident»: «The latest loss of external power is yet another reminder of the fragile nuclear safety and security situation at the plant, which can be affected by events far from the site itself. The IAEA continues to do everything it can to help prevent a nuclear accident».

In response to this statement, V. Mazanyi reasonably asks: «Shouldn't the media outlets that publish such quotes fulfill one of the basic standards of journalism – conveying information in a clear and understandable way?».

He then develops this thought further, asking: «What has actually happened, or what might happen next?». He predicts that readers living within a 5-30 km radius of the NPP will immediately begin searching for information on social media, on official government websites, or by calling acquaintances who work at the plant. However, most people will still find themselves alone with the same troubling question: who or what is really under threat, and how can one protect oneself from possible consequences?

Mazanyi advises journalists on how to act in such a situation. First and foremost, he argues, they should clarify whether the events caused an increase in gas-aerosol emissions from the reactors, the presence of inert radioactive gases, long-lived radionuclides, or iodine – substances that pose a grave danger to all living things if their levels exceed permissible limits.

Readers will undoubtedly be interested in understanding definitions of terms like «abnormal situation», «incident», «serious accident» and «major accident» at a nuclear power plant; who among the plant's specialists should be considered the primary source for journalists during crises; and where to find independent data on radioactive contamination of soil, air and water bodies.

These and many other specific questions are addressed in the educational manual by the Honored Journalist of Ukraine Viktor Mazanyi.

The texts included in the manual demonstrate the universality of the approach to covering events at nuclear power plants under any circumstances. In fact, this work emerged as a generalized response to the challenges brought on by the war, when nuclear

reactors came under direct threat from russian forces – any damage or reckless handling of which could have led to a second Chornobyl or another «Fukushima-1».

It is also an answer to the question of how to find accurate information about threats that may arise in the event of a breach in the physical protection of a nuclear power plant.

The true value of the manual lies in showing which sources should be used to obtain verified data during a critical situation at an NPP. These issues concern both nuclear and radiation safety – such as the danger of uncontrolled radioactive releases or contamination from aerosol substances – which could first harm the plant's operational staff and then the population living within a 30-kilometer radius. In essence, the manual demonstrates the vast exclusive opportunities available to a journalist who purposefully builds contacts with the relevant NPP specialists.

Associate professor V. S. Mazanyi's textbook serves as an effective tool for training future journalists who will competently report on nuclear energy issues in both ukrainian and international media. This very goal was declared by the experienced practitioner in the work of the only such center in Ukraine – the scientific and practical laboratory «Nuclear journalism», established and led by Mazanyi at the faculty of journalism of the international economic and humanitarian university named after academician Stepan Demianchuk.

This textbook provides students with a model for how to apply information genres in media coverage of nuclear power plants. It also includes references – so to speak – to where interesting and relevant topics can be found, with texts demonstrating a broad thematic range. At the same time, the materials emphasize that a journalist should possess not just surface-level knowledge but concrete technical understanding of NPP technologies. This allows them, firstly, to be well-prepared and a competent interlocutor when interviewing specialists or gathering information, and secondly, to avoid serious mistakes in their published work.

Therefore, the textbook features news articles, commentaries and interviews on various aspects of nuclear power plant operations. These show that the author is well-versed in the subject matter, including the environmental components of reactor operations, international cooperation, innovations, modernization of nuclear and radiation safety systems, IAEA projects and the work of the World Association of Nuclear Operators.

One especially important aspect is adherence to the requirements of journalistic genres. In the theoretical section, the author illustrates principles of editorial policy – based on his publications in the Ukrinform news agency – related to writing news stories. These include headline creation, structural composition, identification of sources, and appropriate citation.

The manual also outlines a methodology for writing news stories based on press releases from NPP information centers. In addition, it explores the craft of writing commentaries and interviews on current environmental, industrial, and economic topics within the nuclear energy sector.

Results and research prospects. Mazanyi's textbook not only addresses the needs of crisis-time journalism but also opens up new research directions in communication security, nuclear journalism, and emergency information management. Its content is well-suited for University level journalism curricula, workshops, and interdisciplinary courses. An expanded edition that considers future challenges related to climate change, energy reforms, and geopolitical instability could be of even greater value. The textbook already

serves as a practical tool in training young journalists and is likely to remain relevant for years to come.

Conclusions. In times of war, when strategic nuclear energy infrastructure is at risk, professional and responsible media coverage becomes critical. Associate Professor Viktor Mazanyi's textbook «Crisis journalism: how to write about nuclear power plants» functions not only as an academic resource but also as a practical guide for journalists working in the field of crisis communication and nuclear safety.

The analysis confirms that the book's structure, content, and methodological approach respond effectively to the modern demands of the media sector. The author emphasizes the importance of clear public communication, accurate terminology, reliable sources, and journalistic professionalism in covering nuclear issues.

The textbook deserves integration into journalism education programs and editorial practices, especially during crises. It offers practical value at a time when standard media procedures often fall short, and when the public urgently needs clear, accurate, and timely information. Thus, Mazanyi's work contributes meaningfully to shaping a responsible media environment in Ukraine and enhancing the role of journalism in nuclear safety awareness.

REFERENCES

1. Mazanyi, V. (2025). Crisis Journalism: How to Write about Nuclear Power Plants: Textbook, Volynski Oberehy, Rivne, 328 p.

АТОМНІ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЇ УКРАЇНИ: ВИСВІТЛЕННЯ ЇХНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕДІА УКРАЇНИ. ЗДОБУТКИ І ПРОРАХУНКИ ЖУРНАЛІСТІВ

Іван Крупський
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: ivan.krupskyy@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0002-3520-499X

Тетяна Війтович
Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна,
e-mail: tetyana.viytovych@lnu.edu.ua
https://orcid.org/0000-0001-7416-3863

Закінчивши з відзнакою факультет журналістики Львівського університету імені Івана Франка, Віктор Мазаний тривалий час працював у різних медіа, зокрема більше 30 років був власним кореспондентом Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ» у Рівненській області. Нині на викладацькій роботі – доцент кафедри соціальних комунікацій економіко-гуманітарного університету імені академіка Степана Дем'янчука у Рівному.

Серед багатьох тем Заслуженому журналісту України Вікторові Мазаному особливо близька тема атомної енергетики країни. Ще як журналіст-практик у багатьох своїх публікаціях – кореспонденціях, інтерв'ю, новинних повідомленнях, нарисах та зарисовках, ба навіть у книгах, він усебічно висвітлював діяльність Рівненської та Хмельницької атомних електростанцій. Зокрема, схвальний відгук серед читачів мали його книги «…І мить у вічність проростає», «Рівненська АЕС: доля», «Спалах ядра», «Корінь вогню», «Хмельницька АЕС: гармонія із довкіллям», «Енергетичний велет Хмельниччини» та інші.

У книзі «Кризова журналістика: як писати про АЕС» В. Мазаний дає практичні поради щодо використання передовсім інформаційних жанрів під час написання текстів для медіа про стан радіаційної безпеки АЕС, розглядає основи журналістської майстерності у відображенні впливу атомних електростанцій на довкілля і здоров'я населення при нормальній експлуатації та у кризових ситуаціях.

Автор книги подає матеріал, опираючись на низку законодавчих актів України та іноземних держав, і в такий спосіб демонструє методику дотримання журналістської етики та світових журналістських стандартів.

Кращому засвоєнню матеріалу книги сприяють приклади з численних журналістських матеріалів В. Мазаного, опублікованих українською та англійською мовами і поданих у теоретичній та хрестоматійній частинах видання. Вони, супроводжувані QR-кодами та інтернет-покликаннями, допоможуть читачеві повніше зрозуміти сутність тих чи тих положень книги.

Навчальний посібник В. Мазаного «Кризова журналістика: як писати про АЕС» призначений для студентів, викладачів інститутів, факультетів, відділень, кафедр журналістики, працівників преси, радіо й телебачення, пресслужб, однак він буде корисним для біологів, екологів, усіх, хто цікавиться проблемами функціонування атомних електростанцій та безпекою їхнього функціонування.

Ключові слова: фахові компетентності журналіста, безпека діяльності АЕС, критерії повідомлень у медіа про надзвичайні події на АЕС, джерела отримання інформації про АЕС, інформаційні приводи та новини про АЕС.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 281–285
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 281–285

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2025: 57; 281–285 • DOI: http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2025.57.13314

УДК 070(091):159.953]929М.Присяжний

ПАМ'ЯТЬ – ЦЕ НЕ ТЯГАР, А НАШ НАЙЦІННІШИЙ СКАРБ, ЦЕ ТЕ, ЩО ТРИМАЄ НАС РАЗОМ, АБО ЧОМУ КНИЖКА СПОГАДІВ «З ГЛИБИН ДУМКАМИ ПОВЕРНУСЬ...» ПРО МИХАЙЛА ПРИСЯЖНОГО – НА ЧАСІ

Юлія Присяжна-Гапченко,
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: juliagapchenko@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-9159-1042

Авторка спогадів «З глибин думками повернусь…» розпочала цю ініціативу як особистий задум, але зрештою усвідомила, що історія її батька виходить далеко за межі родини. Тому упорядковане видання стало живим документом, сплетеним зі щирих, теплих, інколи смішних, а подекуди сумних історій, що відображають справжню суть Михайла Присяжного – журналіста, наставника, декана, але передусім Людини. Авторка виокремила основні риси особистості колишнього декана факультету журналістики, його внесок у розвиток журналістської освіти, зокрема Львівської школи журналістики. В монографії «З глибин думками повернусь…» упорядковано різноманітні спогади-історії, втім, це не просто збірка історій про Михайла Присяжного, а спільний проєкт пам'яті, що об'єднав студентів, колег, друзів, випускників. Авторка наголошує на цінності видання для майбутніх поколінь журналістів, адже вдалося зафіксувати важливу частину історії факультету журналістики, Львівського національного університету імені Івана Франка та Українського вільного університету в Мюнхені від 1990-х до сучасності. Ця монографія – не лише збірник спогадів, а й важливе історичне джерело, що відтворює традиції та цінності не однієї генерації журналістської спільноти.

Ключові слова: журналістика, Михайло Присяжний, факультет журналістики, Львівська школа журналістики, журналістська освіта, Львівський національний університет імені Івана Франка, Український вільний університет в Мюнхені.

Ідея написати книжку про тата, спершу така особиста і проста, з часом перетворилася на щось більше, ніж я могла собі уявити. Це не просто книжка, а спільний проєкт пам'яті, який об'єднав понад сотню людей – випускників, студентів, колег, друзів і тих, кому пощастило знати мого тата. Зізнаюсь, спочатку мені здавалось, я могла б написати цю книжку самостійно: як донька, маю багато власних спогадів. Частину з них спогадів я справді записала, бо для мене важливо було зберегти ці моменти – моменти, коли Михайло Присяжний був не лише журналістом, не лише другом, наставником для інших, але й просто моїм батьком.

© Присяжна-Гапченко Ю., 2025

Проте, коли подумала, ким був мій тато для світу поза межами нашої родини, зрозуміла, що ця історія значно ширша. Він був другом, колегою, наставником для багатьох із вас. Заглиблюючись у роботу, я вже не сумнівалася в тому, що поодинці неможливо охопити настільки масштабну постать, як мій тато. Постать людини, яка понад чверть століття віддала служінню факультету журналістики. І я вирішила, що спогади про нього мають звучати не лише з мого голосу, а й голосів тих, хто його знав, хто з ним працював, хто вчився у нього, хто дружив із ним. Я не хотіла робити цей проєкт надто гучним або рекламованим. Не було жодної піар-кампанії чи широких оголошень про те, що збираю ці спогади. Я звернулася до татових друзів, колег-журналістів, його студентів, випускників – до всіх, хто, я знала, зможе сказати про нього щось особливе. Сказати не лише про професійного журналіста чи багаторічного декана, але й про людину – таку, якою він був у дружбі, у праці, в повсякденному житті.

Коли я почала збирати матеріал до цієї книги, більшість тих, до кого зверталася, охоче відгукнулися, щиро відкривали серця, згадуючи моменти, які їх надихнули, навчили, залишили світлий слід. Але були й такі, хто ставився до ідеї скептично. Казали, що важко зібрати достатньо спогадів, що, можливо, й не варто. Я відчувала цей настрій. Але знала: ця книга має з'явитися на світ.

Ця книга – не просто калейдоскоп спогадів, а колективна монографія, сплетена з багатьох голосів. Вона складається зі щирих слів, теплих історій, смішних і сумних моментів. У кожному слові, у кожному рядку цих історій відчувається непідробна любов і повага до Михайла Присяжного. Кожен розділ – це невеликий епізод великого життя. Це пам'ять про Михайла Присяжного, який завжди залишався вірним своїм принципам і справі, яку любив. Це живий документ, що свідчить про те, якою людиною був тато. Вона не є компліментарною біографією, не прагне ідеалізувати його постать, без змін через простоту й теплоту історій дає змогу побачити справжнього Михайла Присяжного. Без високих слів, без зайвого пафосу, без прикрас. Це йому було б до душі. Він завжди казав, що насправді важливо не говорити про себе, а діяти. Своїм життям він саме так і робив – тихо, щиро, по-філософськи сприймаючи світ і людей.

«З глибин думками повернусь...» – це не просто книга. Це наш спільний спосіб повернути тата до нас, бодай у словах, у рядках, у наших думках. Сподіваюся, кожен, хто розгорне її, зможе знайти там частинку Михайла Присяжного – людини, яку ми пам'ятаємо і любимо.

Згадуючи тата, я розумію, що найцінніше, що він залишив нам, – це уроки людяності та невибагливої доброти. Він був настільки чесним у всьому, що робив, що ця чесність стала основою всіх наших спогадів про нього. Навколо себе він сіяв зерна добра та мудрості, і ці зерна проросли в серцях людей, які мали щастя знати його, я вірю, рясним урожаєм доброти, чесності й відданості.

Чому саме спогади?

Тому що це – документалістика без прикрас. Це не панегірик, це не однобічна прослава чи лише хвалебні слова. Тут є правда. Правда життя. Це правда, побудована на фактах, це реальні історії з життя мого тата. І саме ці історії разом створюють цілісний образ його багатогранної особистості.

Навіть більше – ця книга ще й живий документ історії нашого університету, історії нашого факультету журналістики, а також Українського вільного університету

в Мюнхені. Тато був частиною цієї історії, він її творив, розвивав, наповнював змістом. І моя мета була дуже проста: щоб прийдешні покоління студентів знали свою історію. Щоб вони знали про тих, хто стояв біля керма факультету, хто вибудовував традиції, за якими ми досі вчимо майбутніх журналістів.

Кожен з нас сприймає людину через призму свого досвіду, через моменти, які ділили разом, через слова, які колись прозвучали. Тому в спогадах ми – справжні. Ми говоримо від серця, ми ділимося тим, що найближче для нас. Я щиро радію, що вдалося зібрати понад 90 спогадів. Це живі розповіді про людину, яка торкнулася життя багатьох. Адже кожен, хто приходить у цей світ, вартий спогадів і вартий того, щоб про нього говорили і його пам'ятали.

Чому ця книга з'явилася саме зараз?

Моя ідея народилася незадовго до річниці смерті тата. Але мене, як доньку, вразило, що за цей час не відбулося жодного заходу, конференції чи семінару на його честь. І я спитала себе: чому так? Чому ми боїмося пам'яті? Чому ми не хочемо згадати людину, яка так багато зробила для факультету, для журналістики, для кожного з нас?

Я хотіла б наголосити на одному дуже важливому аспекті: ми не повинні боятися пам'яті. Ця книга покликана не лише вшанувати пам'ять про Михайла Присяжного, а й нагадати всім нам, що пам'ять жива, доки ми говоримо про людину, доки розповідаємо про неї. Поки ми пам'ятаємо, поки ми говоримо, люди залишаються живими в наших серцях.

Пам'ять – це не тягар, а наш найцінніший скарб, це те, що тримає нас разом. Ми не маємо права боятися здобутків людей, які вже відійшли, які завершили свою земну дорогу, але залишили після себе слід. До того ж, ми не повинні ревнувати до їхніх досягнень чи порівнювати їх зі своїми, адже кожен, хто працював щиро і віддано, заслуговує на те, щоб про нього пам'ятали.

Які важливі ідеї несе ця книга для ширшої аудиторії? Це цінність пам'яті. Ми творимо історію. Історію нашого факультету, нашого університету, нашої журналістики. Це історія, яку ми маємо обов'язок передати далі, щоб майбутні покоління знали, на чиїх плечах стоїть сучасність.

Як відбувався збір спогадів?

Це був непростий процес. Адже людський фактор завжди має значення. Усі ми різні: хтось пише швидше, хтось повільніше. Комусь потрібно було повторювати кілька разів, а хтось відгукнувся одразу. Хтось написав більше, хтось менше. Але я не хочу ділити тексти на «сильніші» чи «слабші». Усі вони важливі. Їх написали люди, які десятиліттями йшли поруч з моїм татом, працювали, ділили радість і виклики. І для мене було відкриттям багато речей, про які я дізналася вперше зі сторінок цієї книги.

Важливою частиною цієї книги є ілюстрації. Вдалося підібрати світлини мого тата різних років, з різних періодів життя. Ці фото стали справжнім скарбом для книги, і я вдячна всім, хто знайшов їх у своїх архівах.

Концепцію книжки доповнює обкладинка. У ній закладений дуже глибокий задум, який повністю перегукується з назвою і суттю книги. Можу поділитися, що назва прийшла до мене несподівано – серед ночі. Я прокинулася, записала ці слова і навіть не одразу зрозуміла, що вони означають: «З глибин думками повернусь...». Тоді я вже працювала над матеріалами до книги і збирала спогади. І з часом усвідо-

мила, що ці слова ідеально відображають зміст, який ми вкладаємо у видання. Мій тато завжди вірив у слово. І я вірю, що ця книга – слова, які він залишив нам, і слова, які ми залишимо наступним поколінням. Її назва не просто звучить – вона є дверима до сенсу книги.

На завершення я хочу подякувати всім друзям за неймовірну підтримку та кожен спогад, що з'являвся і надихав мене працювати далі. Ця книга – це спільний результат наших зусиль, наших переживань і нашої пам'яті. Майже рік тривала ця робота. Це був час, наповнений емоціями, відкриттями та спільною любов'ю до пам'яті, яка об'єднує нас усіх. Щиро дякую кожному, хто був причетний до цього процесу. Дякую за підтримку, за віру, за кожне тепле слово. Ця книга — це наш з вами внесок у збереження пам'яті, у збереження історії. Бо лише так ми можемо повернутися думками з глибин часу. Дякую всім, хто долучився до створення цього видання, хто поділився думками, спогадами, емоціями, теплом. Завдяки вам ця книга ожила і стала тим, чим вона є сьогодні – спільною пам'яттю про мого тата.

Також хочу подякувати тим, хто чесно зізнався, що не готовий писати спогади. Я розумію кожного з вас. Хтось вважав, що це важко, хтось казав, що це не його стиль, а хтось просто не мав часу через роботу чи інші обставини. І це абсолютно нормально. У цьому і є свобода цієї книги: вона вільна у своїх думках, вільна у своїх розповідях і вільна у своєму форматі. Ця книга відкрита для кожного голосу. Кожен писав так, як відчував, так, як веліло його серце. І я вдячна за кожне слово, за кожен рядок, за кожну згадку. І навіть ті, хто відмовилися, своєю відмовою теж підтримали мене. Це було нагадуванням про те, наскільки важливою є ця книга. Бо спогади – це не завжди легко. Але це завжди значуще.

Якось, коли я писала свої спогади, мені зателефонувала моя подруга з Америки, Наталя Гадьо. Вона поділилася сном, який побачила тієї ночі. «Ти знаєш, мені приснився наш тато, Михайло Павлович, – сказала вона. – Він стояв неподалік університету, як гетьман у розкішному вишневому вбранні, а ми з тобою підбігли до нього з обох боків, кожна зі своїми запитаннями. Радимося з ним, можливо, треба написати більше, щоб нічого не забути, навіть до найменших деталей. І тато, всміхнувшись, промовив: «Діти, ви вже дорослі й знаєте, як краще, а я маю дуже багато роботи».

Ці слова – мов утіха, мов благословення, що він усе ще з нами. Його поради і настанови досі звучать у моєму серці, наче живий дороговказ. Він завжди казав: «Роби добре або дуже добре». І я намагаюся діяти саме так, не менше.

Дякую, тату, за твою любов, за твою силу, за твою невичерпну доброту. Ця книжка – спроба зберегти твоє світло й передати його далі, щоб воно ніколи не згасало, щоб кожен, хто прочитає ці сторінки, побачив справжню людину і, можливо, відчув натхнення жити, як жив ти – чесно, сміливо і з любов'ю.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Присяжний, Михайло (2000), *Преса української еміграції в Німеччині: становлення, розвиток. Тематична політика (1945-1953)*, ЛНУ ім. Івана Франка, Львів, 220 с.
2. Присяжний, М. П. (2013), *Студії над шрамами: Публіцистика*, Видавництво «Астролябія», Львів, 132 с.
3. Присяжний, М. П. (2008), *У пошуках рівноваги*, ПАІС, Львів, 256 с.

REFERENCES

1. Prysiazhnyi, Mykhailo (2000), *Presa ukrainskoi emihratsii v Nimechchyni: stanovlennia, rozvytok. Tematychna polityka (1945-1953)*, LNU im. Ivana Franka, Lviv, 220 s.
2. Prysiazhnyi, M. P. (2013), *Studii nad shramamy: Publitsystyka,* Vydavnytstvo «Astroliabiia», Lviv, 132 s.
3. Prysiazhnyi, M. P. (2008), *U poshukakh rivnovahy*, PAIS, Lviv, 256 s.

MEMORY IS NOT A BURDEN, BUT OUR MOST VALUABLE TREASURE, IT IS WHAT KEEPS US TOGETHER OR WHY THE BOOK OF MEMOIRS «I WILL RETURN FROM THE DEPTHS OF MY THOUGHTS...» ABOUT MYKHAILO PRYSYAZHNYI IS TIMELY

Julia Prysyazhna-Gapchenko
Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: juliagapchenko@gmail.com
https://orcid.org/0000-0001-9159-1042

The author of the memoir «I will return from the depths of my thoughts...» started this initiative as a personal project, but eventually realised that her father's story goes far beyond the family. Therefore, the compiled edition has become a living document woven from sincere, warm, sometimes funny, and sometimes sad stories that reflect the true essence of Mykhailo Prysyazhnyi – a journalist, mentor, dean, but above all a Human Being. The author highlights the main personality traits of Mykhailo Prysiazhnyi, former Dean of the Faculty of Journalism at Ivan Franko National University of Lviv, and his contribution to the development of journalism education, in particular the Lviv School of Journalism. The monograph 'I will return from the depths with thoughts...' contains various memories and stories that reflect the professional path and personal qualities of the famous researcher and publicist. This is not just a collection of personal stories about Mykhailo Prysiazhnyi, but a joint memory project that brought together students, colleagues, friends, and alumni. The book conveys his humanity, wisdom, and kindness, which left a deep mark on the hearts of many people. Memoirs are not only a tribute to the past, but also a bridge to the future, reminding us that memory is not a burden, but our most valuable treasure.

The author emphasises the value of the publication for future generations of journalists, as it has managed to capture an important part of the history of the Faculty of Journalism, Ivan Franko National University of Lviv, and the Ukrainian Free University in Munich from the 1990s to the present. The monograph is not only a collection of memoirs, but also an important historical source that reproduces the traditions and values of more than one generation of a large journalistic community.

Keywords: journalism, Mykhailo Prysiazhnyi, Faculty of Journalism, Lviv School of Journalism, journalism education, Ivan Franko National University of Lviv, Ukrainian Free University in Munich.

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 286–288
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 286–288

ЗМІСТ

ІСТОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

Вікторія Житарюк, Богдан Житарюк
«ВІСНИК ЛЬВІВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ. СЕРІЯ ЖУРНАЛІСТИКА»
В РОКИ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ (2016-2025 рр.)..... 3

Юрій Колісник
ЕЗОПОВА МОВА ЖУРНАЛЬНОЇ ПРЕСИ УРСР
(НА ПРИКЛАДІ ЛІТЕРАТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ВИДАНЬ 1960-1980 рр.).....18

Степан Кость, Тетяна Слотюк
УКРАЇНСЬКЕ ПИТАННЯ НА СТОРІНКАХ ЖУРНАЛУ
«SPRAWY NARODOWOŚCIOWE» (1935–1939).....31

Ihor Paslavskyy
INFORMATION AGENCY «INTELLECT»: JOURNALISM OF THE NEW
TYPE DURING THE FIRST YEARS OF UKRAINIAN INDEPENDENCE.....40

Ірина Процик
ТИЖНЕВИК «ЗМАГ» В УКРАЇНСЬКОМУ СПОРТИВНОМУ ДИСКУРСІ 51

ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА СУЧАСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Борис Потятиник
ВИКОРИСТАННЯ ШІ В АНАЛІЗІ МЕДІАПОТОКІВ:
МОЖЛИВОСТІ ТА ОБМЕЖЕННЯ..... 62

Ірина Одобецька
МІЖ ПРЕСОЮ ТА КІБЕРПРОСТОРОМ:
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ГАЗЕТИ ТА ВЕБСАЙТУ «33-й КАНАЛ».....75

Ірина Табінська
ДІАЛОГІЧНІСТЬ ТЕКСТІВ ПУБЛІЦИСТА ІГОРЯ ЛОСЄВА
НА СТОРІНКАХ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ» 82

Сергій Смірнов
ТЕРМІНОЛОГІЯ НЕПРАВДИ В СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ
(*НЕПРАВДА: ВИДИ, ТЕРМІНИ, ВИКОРИСТАННЯ В МЕДІА*) 90

Євген Шкуров
МЕДІАКОМУНІКАЦІЇ У СУСПІЛЬНОМУ ВИМІРІ МІСТА..... 98

МАСОВІ КОМУНІКАЦІЇ ЗА КОРДОНОМ

Володимир Малінін
ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ МЕДІАКОРПОРАЦІЇ ТА МУЛЬТИМЕДІЙНІ КОНГЛОМЕРАТИ В ЕПОХУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА 106

Юрій Мельник
КОМУНІКАЦІЙНА СФЕРА ТРЕТІХ КРАЇН ЯК ПОЛЕ БИТВИ МІЖ РОСІЄЮ ТА УКРАЇНОЮ У 2022–2025 рр. 119

Ігор Скленар
НІМЕЦЬКЕ ВИДАННЯ “SPIEGEL ONLINE”: ІСТОРИЧНА РЕТРОСПЕКТИВА, ОСНОВНІ РУБРИКИ, ТЕМА РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 130

МЕДІАОСВІТА

Павло Александров
НАВЧАЛЬНІ ІГРИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕТОД ВИКЛАДАННЯ ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВЧИХ ДИСЦИПЛІН 141

Мар’ян Житарюк
ПЕРЕКЛАД НАУКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ З ЖУРНАЛІСТИКИ ЯК РІЗНОВИД НАУКОВОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ-ЖУРНАЛІСТІВ 152

НОВІ МЕДІА

Роксоляна Білоус
ГЕНЕЗА ГОНЗО-ЖУРНАЛІСТИКИ..... 164

Ірина Богачук
ОСОБЛИВОСТІ ТЕМАТИЧНОГО Й ВІЗУАЛЬНОГО НАПОВНЕННЯ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ «THE UKRAINIANS».....178

Тетяна Війтович
ДАТАМЕДІАЦІЯ СОЦІОЛОГІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ПУБЛІКАЦІЯХ ЕКОНОМІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ.....186

МЕДІАСТИЛІСТИКА

Наталія Більовська, Марта Стельмах
ЗАСОБИ ПЕРЕКОНЛИВОСТІ ТЕКСТІВ ІСТОРИЧНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ 195

Вікторія Тимофій, Наталія Лебеденко
МОВА ВІЙНИ: ЛЕКСЕМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ВОРОГА 207

Марія Яцимірська
МЕДІАТЕКСТИ ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ 218

МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯ

Мар'ян Лозинський
УКРАЇНА НА ПРОСТОРАХ МИНУВШИНИ
ТА В КОНТЕКСТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....227

Ivan Mahuriak, Nataliia Voitovych
UKRAINIAN MEMES DURING THE FULL-SCALE WAR:
SOCIAL AND INFORMATIONAL ASPECTS 239

Solomiya Onufriv
PECULIARITY OF JOURNALISTIC COMMUNICATION
WITH PEOPLE WHO HAVE EXPERIENCED TRAUMATIC EVENTS 250

Тетяна Хоменко
ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ НАРАТИВІВ
РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....261

НАУКОВА РЕЦЕНЗІЯ

Nataliya Hado
THE TRUTH IN THE SHADOW OF WAR:
AN AUTHORITATIVE VOICE IN SUPPORT OF UKRAINE..... 270

Ivan Krupskyy, Tetyana Viytovych
NUCLEAR POWER PLANTS OF UKRAINE:
MEDIA COVERAGE OF THEIR OPERATIONS.
ACHIEVEMENTS AND SHORTCOMINGS OF JOURNALISTS 275

Юлія Присяжна-Гапченко
ПАМ'ЯТЬ – ЦЕ НЕ ТЯГАР, А НАШ НАЙЦІННІШИЙ СКАРБ,
ЦЕ ТЕ, ЩО ТРИМАЄ НАС РАЗОМ, АБО ЧОМУ КНИЖКА СПОГАДІВ
«З ГЛИБИН ДУМКАМИ ПОВЕРНУСЬ...»
ПРО МИХАЙЛА ПРИСЯЖНОГО – НА ЧАСІ 281

ISSN 2078-7324. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2025. Випуск 57. С. 289–291
Visnyk of the Lviv University. Series Journalism. 2025. Issue 57. P. 289–291

CONTENT

HISTORY AND METHODOLOGY OF JOURNALISM

Viktoria Zhytariuk, Bohdan Zhytariuk
«VISNYK OF THE LVIV UNIVERSITY. SERIES JOURNALISM»
IN THE YEARS OF INDEPENDENCE OF UKRAINE (2016-2025) 3

Yurii Kolisnyk
AESOPIC LANGUAGE OF THE JOURNALISTIC PRESS OF THE USSR
(BASED ON MATERIALS OF LITERARY
AND ARTISTIC PERIODICALS OF THE 1960s–1980s).....18

Stepan Kost', Tetiana Slotiuk
THE UKRAINIAN QUESTION ON THE PAGES
OF THE JOURNAL "SPRAWY NARODOWOŚCIOWE" (1935-1939) 31

Ігор Паславський
ІНФОРМАЦІЙНЕ АГЕНТСТВО «ІНТЕЛЕКТ»:
ЖУРНАЛІСТИКА НОВОГО ТИПУ У ПЕРШІ РОКИ
УКРАЇНСЬКОЇ НЕЗАЛЕЖНОСТІ..... 40

Iryna Protsyk
"ZMAH" WEEKLY IN UKRAINIAN SPORTS DISCOURSE 51

THEORY AND PRACTICE OF MODERN JOURNALISM

Borys Potyatynyk
THE USE OF AI IN THE ANALYSIS OF MEDIA STREAMS:
OPPORTUNITIES AND LIMITATIONS 62

Iryna Odobetska
BETWEEN THE PRESS AND CYBERSPACE:
A COMPARATIVE ANALYSIS OF A NEWSPAPER AND A WEBSITE
ON THE «33 KANAL» 75

Iryna Tabinska
THE DIALOGICITY OF IGOR LOSIEV'S JOURNALISTIC TEXTS
IN THE PAGES OF THE NEWSPAPER "DEN" 82

Serhii Smirnov
TERMINOLOGY OF FALSEHOOD IN SOCIAL COMMUNICATIONS
(FALSEHOOD: TYPES, TERMS, USAGE IN MEDIA)..... 90

Yevhen Shkurov
MEDIA COMMUNICATIONS IN THE SOCIAL DIMENSION OF THE CITY.... 98

MASS COMMUNICATIONS ABROAD

Volodymyr Malinin
TRANSNATIONAL MEDIA CORPORATIONS AND MULTIMEDIA CONGLOMERATES IN THE ERA OF INFORMATION SOCIETY.....106

Iurii Melnyk
THE COMMUNICATION FIELD OF THIRD COUNTRIES AS A BATTLEFIELD BETWEEN RUSSIA AND UKRAINE IN 2022–2025.....119

Ihor Sklenar
THE GERMAN EDITION OF SPIEGEL ONLINE: HISTORICAL RETROSPECTIVE, MAIN SECTIONS, THE TOPIC OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR..... 130

MEDIA EDUCATION

Pavlo Aleksandrov
EDUCATIONAL GAMES AS AN INNOVATIVE METHOD IN TEACHING JOURNALISM STUDIES..... 141

Marian Zhytariuk
TRANSLATION OF SCIENTIFIC LITERATURE ON JOURNALISM AS A TYPE OF SCIENTIFIC WORK FOR JOURNALISM STUDENTS.....152

NEW MEDIA

Roksoliana Bilous
GENESIS OF GONZO JOURNALISM 164

Iryna Bogachuk
FEATURES OF THEMATIC AND VISUAL CONTENT OF THE ONLINE MAGAZINE «THE UKRAINIANS».....178

Tetyana Viytovych
DATA MEDIATION OF SOCIOLOGICAL INFORMATION IN ECONOMIC PUBLICATIONS 186

MEDIA STYLISTICS

Natalia Bilovska, Marta Stelmakh
MEANS OF PERSUASIVENESS OF HISTORICAL JOURNALISM TEXTS.....195

Viktoriia Tymofij, Nataliia Lebedenko
THE LANGUAGE OF WAR: LEXEMES FOR THE ENEMY 207

Mariya Yatsymirska
MEDIA TEXTS OF THE DIGITAL AGE 218

MEDIA RESEARCH

Maryan Lozynzkyj
UKRAINE IN THE PAST AND IN THE CONTEXT
OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR 227

Іван Магуряк, Наталія Войтович
УКРАЇНСЬКІ МЕМИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ:
СУСПІЛЬНИЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТИ 239

Соломія Онуфрів
ОСОБЛИВОСТІ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО СПІЛКУВАННЯ З ЛЮДЬМИ,
ЩО ПЕРЕЖИЛИ ТРАВМАТИЧНІ ПОДІЇ 250

Tetiana Khomenko
DYNAMICS OF THE DISSEMINATION NARRATIVES
OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR 261

SCIENTIFIC REVIEW

Наталія Гадьо
ПРАВДА В ТІНІ ВІЙНИ: АВТОРИТЕТНИЙ ГОЛОС
НА ПІДТРИМКУ УКРАЇНИ 270

Іван Крупський, Тетяна Війтович
АТОМНІ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЇ УКРАЇНИ:
ВИСВІТЛЕННЯ ЇХНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕДІА УКРАЇНИ.
ЗДОБУТКИ І ПРОРАХУНКИ ЖУРНАЛІСТІВ 275

Julia Prysyazhna-Gapchenko
MEMORY IS NOT A BURDEN, BUT OUR MOST VALUABLE TREASURE,
IT IS WHAT KEEPS US TOGETHER OR WHY THE BOOK OF MEMOIRS
«I WILL RETURN FROM THE DEPTHS OF MY THOUGHTS...»
ABOUT MYKHAILO PRYSYAZHNYI IS TIMELY.....281

Збірник наукових праць

Вісник Львівського університету

СЕРІЯ ЖУРНАЛІСТИКА

ВИПУСК 57

Виходить з 1958 р.

Редакція «Вісника» висловлює подяку працівникам відділу каталогізації Наукової бібліотеки Львівського національного університету імені Івана Франка за надання номерів УДК до матеріалів цього випуску.

Упорядкування і наукова редакція
Мар'ян Житарюк, Тетяна Хоменко
Технічне опрацювання і верстка *Ігор Полянський*
Комп'ютерний набір і коректура авторські

Підп. до друку 01.05.2025. Формат 70×100/16. Гарнітура «Таймс». Друк на різогр.
Умовн. друк. арк. 18,2. Наклад 100 прим. Зам. №.

Львівський національний університет імені Івана Франка.
79000, м. Львів, вул. Дорошенка, 41.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції.
Серія ДК №3059 від 13.12.2007 р.