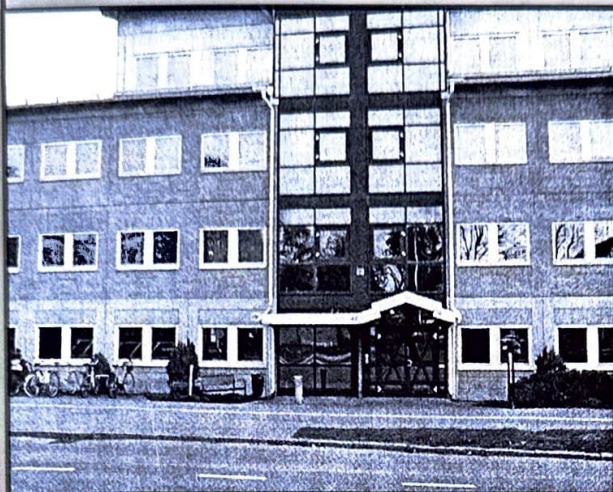


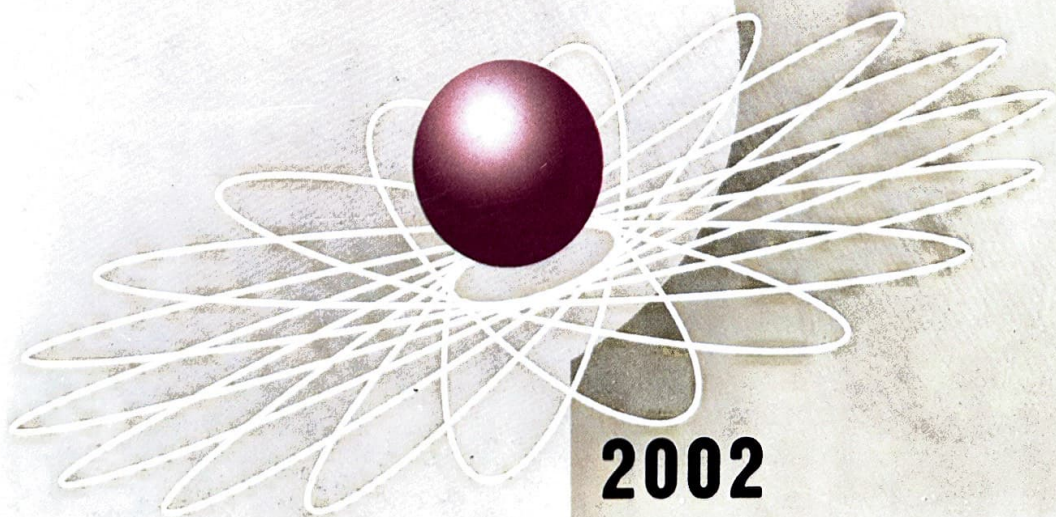


# НАУКОВІ ЗАПИСКИ

ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ



ТОМ 8



2002



КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

# НАУКОВІ ЗАПИСКИ ІНСТИТУТУ ЖУРНАЛІСТИКИ

Том 8

липень — вересень

електронна версія  
на [www.journ.univ.kiev.ua](http://www.journ.univ.kiev.ua)

Київ 2002



Свідоцтво про державну реєстрацію видано Державним комітетом інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України. Серія KB № 4298 від 13 червня 2000 року  
Засновник — Київський національний університет імені Тараса Шевченка

**Постановою ВАК України від 14.11.2001 №2-05/9 затверджено як наукове фахове  
видання з філологічних наук**

Усі права застережено. Посилання на матеріали цього видання  
під час їх цитування обов'язкові

Голова редколегії,  
головний редактор  
*Володимир Різун*, д. філол. н., проф.

Редакційна колегія:

*М. М. Розумний*, к. філос. н., доц. (заст. гол. ред.)

*В. І. Головченко*, д. політ. н., проф.

*Р. М. Єсипенко*, д. і. н., проф.

*О. В. Зернецька*, д. політ. н., проф.

*В. Ф. Іванов*, д. філол. н., проф.

*Г. Д. Казьмирчук*, д. і. н., проф.

*Ф. М. Кирилюк*, д. політ. н., проф.

*М. Ю. Козицький*, д. і. н., проф.

*А. Є. Конверський*, д. філос. н., проф.

*В. П. Крижанівський*, д. і. н., проф.

*О. Ф. Коновець*, д. і. н., проф.

*Є. А. Макаренко*, д. політ. н., проф.

*А. Г. Погрібний*, д. філол. н., проф.

*О. Д. Пономарів*, д. філол. н., проф.

*Т. В. Старченко*, к. філол. н., доц.

*М. С. Тимошик*, д. філол. н., проф.

*Б. І. Черняков*, д. філол. н., проф.

*А. А. Чічановський*, д. політ. н., проф.

*В. І. Шкляр*, д. філол. н., проф.

Над випуском працювали:

Відповідальний секретар *Ніна Вернигора*

Редактор *Ганна Дзюбенко*

Комп'ютерна верстка та редагування *Людмила Ренік*

Технічний редактор *Олена Поліщук*

Художник *Анатолій Мурга*

*Рекомендовано до друку вченою радою Інституту журналістики  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка 21 жовтня 2002 року*



---

---

# Наукова школа журналістикознавства та теорії масової комунікації

---

---

## СЛОВО ДО ЧИТАЧА

Шановні читачі!

Восьмий том НЗ ІЖ багатий на цікаві матеріали, які підготували як учені ІЖ, так і гості інституту.

Стаття проф. В. Д. Демченка з Дніпропетровського університету цілком могла б бути надрукована під рубрикою "Моніторинг ЗМК" у рамках теми, над якою працює колектив ІЖ.

Полемічною є стаття проф. І. Л. Михайлина з Харківського університету, вона присвячена актуальним питанням історії української журналістики.

У рубриці "Журналістська педагогіка" звертаємо увагу на спільну роботу проф. А. І. Мамалиги та доц. Ю. П. Єлісєвенка. Ділові ігри у підготовці журналістів є важливою метою навчання, до якої, на жаль, не всі ми вдаємося.

Цікава за формою подачі й за змістом є стаття доц. А. Г. Невалова, присвячена аналізу українських ЗМІ щодо розкриття економічної тематики. Як кандидат економічних наук, А. Г. Невалов здійснив серйозний аналіз розкриття економічної тематики.

Сподіваємося, що кожна наукова стаття НЗ ІЖ знайде свого читача!

# ЗМІСТ

|                      |   |
|----------------------|---|
| СЛОВО ДО ЧИТАЧА..... | 3 |
|----------------------|---|

## У редакційному портфелі

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| Каферла міжнародної журналістики..... | 8 |
|---------------------------------------|---|

## Гість інституту

|                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Демченко В. Д. Феномен жіночого глянцевого часопису: особливості<br>читацького сприйняття..... | 9  |
| Артемчук О. І. Екуменічна публіцистика: зародження, розвиток та історична<br>перспектива.....  | 14 |
| Михайлин І. Л. Методологічні проблеми історії української журналістики.....                    | 22 |

## Журналістська педагогіка

|                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Мамалига А. І., Єлісєвенко Ю. П. Ділова гра у педагогічно-мовленнєвій<br>підготовці магістрів журналістики.....     | 35 |
| Карпенко В. О. До питання про етичні засади в роботі журналіста.....                                                | 44 |
| Олтаржевський Д. О. Міждисциплінарні знання як основа світогляду<br>журналіста-еколога (на прикладі філософії)..... | 57 |

## Лекційний фонд

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Тимошик М. С. Види видавничої продукції. Книга як основний предмет<br>видавничої діяльності..... | 60 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## Моніторинг ЗМК

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Нєвалов А. Г. Моніторинговий аналіз економічної тематики в українських ЗМІ..... | 67 |
| Недопитанський М. І. Деякі аспекти комерціалізації вітчизняних ЗМІ.....         | 79 |
| Забіяка І. М. Шевченкіана на сторінках журналу "Киевская старина".....          | 83 |



# ТОМУ

---

## Дисертаційне дослідження

---

|                                                                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Серажим К. С. Сучасний український політичний дискурс: формування нового стилістичного канону.....                                           | 88  |
| Розумний М. М. Проблеми соціальної компетентності в сучасному світі.....                                                                     | 95  |
| Галич В. М. Українська ономастика в публіцистиці Олеся Гончара.....                                                                          | 99  |
| Афанасьєва К. О. Видавниче піратство в Інтернеті: український контекст.....                                                                  | 108 |
| Бондаренко Т. Г. Критерії виявлення мовних помилок під час редагування журналістських матеріалів.....                                        | 112 |
| Іванченко М. Ю. Імідж телебачення в контексті українського суспільства.....                                                                  | 117 |
| Копистинська І. М. Тенденції формування сучасного українського книжкового ринку.....                                                         | 121 |
| Пономарів М. О. Вплив преси Іспанії та Сполучених Штатів на ЗМІ Латинської Америки.....                                                      | 128 |
| Хоменко Т. М. Дихотомічні перцепції сучасності в публіцистичній інтерпретації Євгена Сверстюка, Мирослава Мариновича, Івана Ортинського..... | 131 |

---

## Погляд

---

|                                                                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Ярмиш Ю. Ф. Зміст і мова сучасних електронних ЗМІ.....                                                          | 141 |
| Воронова М. І. Сучасна портретистика. Проблема жанру.....                                                       | 145 |
| Порфімович О. Л. Вплив суїцидів серед окремих працівників міліції на формування іміджу системи МВС України..... | 149 |
| Тимченко О. Г. Проблеми ціноутворення в друкованих ЗМІ: ціна як чинник економічного розвитку видавництва.....   | 157 |
| Коновець О. Ф. Наукова комунікація в Україні в 20-30-х роках.....                                               | 163 |
| Ільченко В. І. "Актуалізатори" в газетному заголовку.....                                                       | 172 |



# КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Завідувач кафедри — *Володимир Івакович Шкляр*

Заступник завідувача кафедри — *Олександр Гнатювич Мукомела*

## Доктори філологічних наук

Шкляр В. І. (кІТІ)

Мелешенко О. К. (кІТІ)

## Доктор політичних наук

Чічановський А. А. (кІТІ)

## Докторант

Гриценко О. М.

## Кандидати філологічних наук

Мукомела О. Г. (кІТІ)

Гоян В. В. (кІТІ)

Петрів Т. І. (кІТІ)

Слісаренко І. Ю. (кІТІ)

## Аспіранти

Бутирський О. А.

Гресько О. В.

Дуцик Д. Р.

Котомкіна О. Ф.

Липовецький С. В.

Лівандовський М. М.

Малий М. В.

Міхалевська В. Л.

Нестеряк Ю. М.

Підлуська І. А.

Пономарів М. О.

Сафонова Н. М.

Хлистул Г. Ю.

Яхно О. М.

## Дисертаційні дослідження кафедри

**Роль мас-медіа в процесах демократизації українського суспільства (політико-культурологічний аспект):** Дис. ...д. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / О. М. Гриценко, докторант, каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. В. І. Шкляр.

**Політика держави щодо ЗМІ як фактор формування громадянського суспільства:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / Ю. М. Нестеряк, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. О. К. Мелешенко.

**Вплив ЗМІ на політичні перетворення в незалежній Україні:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / М. М. Лівандовський, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. В. І. Шкляр.

**Преса та політичні права і свободи громадян у демократичному суспільстві:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / Д. Р. Дуцик, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. В. І. Шкляр.

**Тенденції розвитку міжнародної тележурналістики на прикладі роботи Бі-Бі-Сі:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / О. В. Гресько, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. В. І. Шкляр.

**Організація роботи міжнародного відділу новин:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / М. В. Малий, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. В. І. Шкляр.

**Ідея державності в повосенній еміграційній публіцистиці:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / В. Л. Міхалевська, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник доц. О. Г. Мукомела.

**Медіа-війни, медіа-мир. Історія, теорія і практика взаємодії журналістики і дипломатії: уроки для України:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / І. А. Підлуська, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. В. І. Шкляр.

**Політика і спорт у засобах масової інформації Південної Америки:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / М. О. Пономарів, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. О. К. Мелешенко.

**Політична культура сучасних правокардинальних рухів Східної Європи в ЗМІ (на прикладі України, Росії та Польщі):** Дис. ...к. політ. н.: 23.00.03 — політична культура та ідеологія / С. В. Липовецький, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. А. А. Чічановський.

**Кореляція політичного процесу та змісту масової інформації на матеріалах загальнонаціональних преси, радіо і телебачення за 1991-2001 рр.:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / Н. М. Сафонова, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник доц. О. Г. Мукомела.

**Етичні засади діяльності засобів масової комунікації в сучасних політичних процесах:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / Г. Ю. Хлистул, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. О. К. Мелешенко.

**Партнерство України та Ради Європи: політичний та журналістикознавчий аспекти питання:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / О. М. Яхно, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. В. І. Шкляр.

**Журналістика і політика: грані взаємозалежності:** Дис. ...к. політ. н.: 23.00.03 — політична культура та ідеологія / О. Ф. Котомкіна, асп., каф. міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. А. А. Чічановський.

**Вплив німецькомовних ЗМІ на українську свідомість:** Дис. ...к. філол. н.: 10.01.08 — журналістика / О. А. Бутирський, асп., кафедра міжнародної журн. КНУ ім. Т. Шевченка; наук. керівник проф. О. К. Мелешенко.



## У редакційному портфелі

До останнього тому, дев'ятого, НЗ ІЖ за 2002 рік увійдуть статті під звичними рубриками. Цей том уже повністю сформовано і відредаговано.

Звертаємо увагу авторів на те, що з десятого тому до кожної статті необхідно буде додавати анотації українською та англійською мовами, а також двома мовами ключові слова статей.

Статті, які на думку головного редактора або членів редколегії, не відповідають вимогам щодо оформлення, а також будуть неякісними за змістом,— повертаються авторам на доопрацювання.

Кожна стаття повинна мати науковий апарат, обов'язково закінчуватися спис-

ком літератури, на який у тексті статті є посилання.

Наші адреси:

**riz@svitonline.com**

або

**rizoun@journ.univ.kiev.ua**

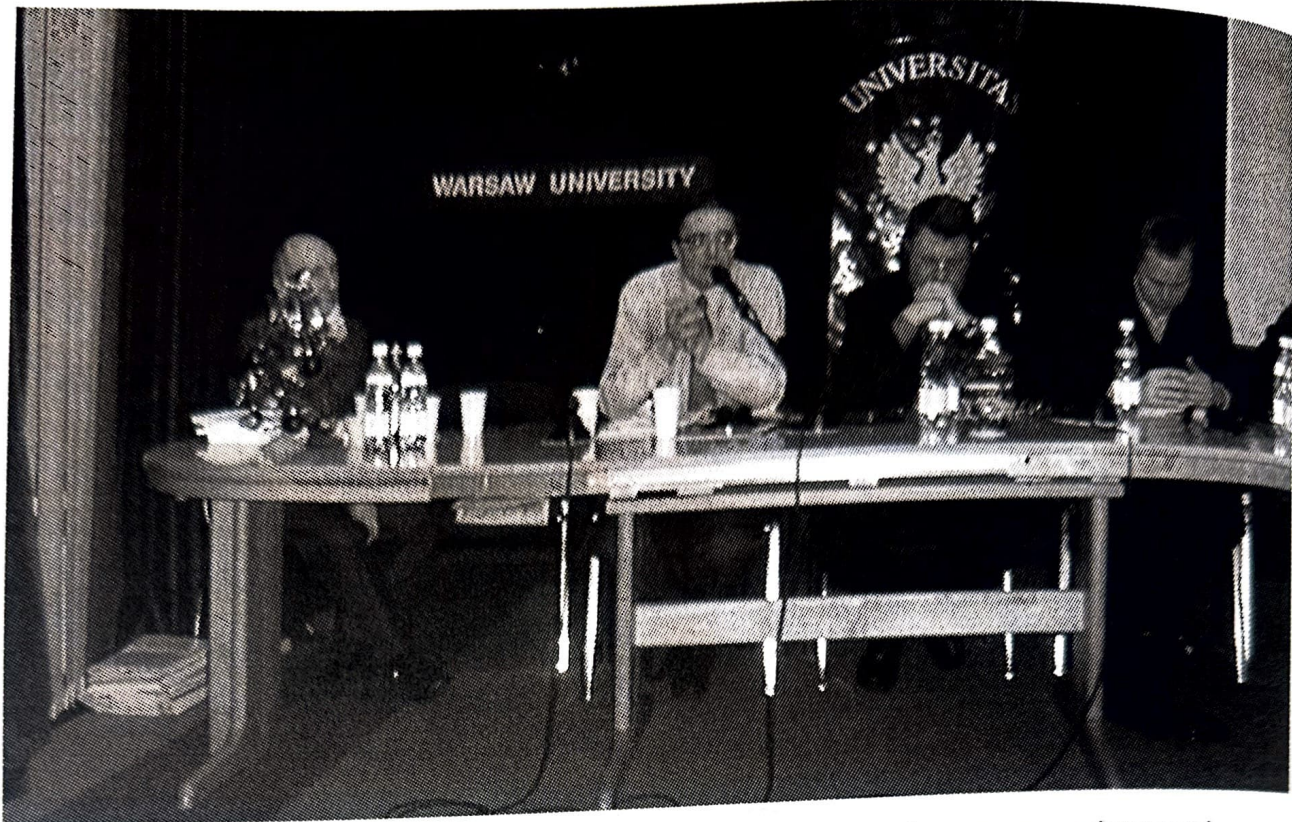
На обкладинці цього тому надруковано будинок FOJO — Інституту підвищення кваліфікації журналістів в м. Кальмар (Швеція), в якому щороку проходять перепідготовку з журналістської педагогіки наші викладачі.

З дев'ятого тому починаємо друкувати на обкладинці портрети деканів та завідувачів кафедр факультету журналістики від дня його заснування.



*Проф. В. І Шкляр (ліворуч) з викладачами факультету журналістики Московського університету та деканом факультету проф. Я. М. Засурським (праворуч) під час перерви на конференції у Варшавському університеті взимку 2001 року.*





*Доцент Т. І. Петрів (другий зліва) робить доповідь на конференції у Варшавському університеті  
взимку 2001 року.*



*На фото аспірант кафедри міжнародної журналістики О. Гресько в навчальній кімнаті FOJO (Швеція).  
Осінь 2001 року.*



В. Д. Демченко,  
Дніпропетровський національний університет  
УДК 070 (051)

## **Феномен жіночого глянцевого часопису: особливості читацького сприйняття**

Проблема особливого різновиду преси — видань для жінок, не є новою, але сьогодні вона знову набула актуальності. Це пов'язано як з дуже помітною еволюцією журналів такого типу і значним розширенням їх палітри, так і зі зростанням зацікавлення жіночими проблемами взагалі. Останнє змусило ООН оголосити 1975-1985 роки "Десятиліттям жінок", у межах якого новий імпульс дістали і традиційні, і нові складники "жіночого питання": участь жінок у громадських, політичних і соціальних процесах, розвиток феміністських настроїв, наслідки для кращої половини людства "сексуальної революції", що прокотилася Заходом, стан і зміст жіночої преси і багато інших питань, аж до питання про особливе місце і роль жінки у журналістиці.

У перші роки незалежності в Україні, як і в багатьох країнах колишнього СРСР, ця проблематика виявилася далеко на периферії. По-перше, було багато інших питань, які здавалися більш значними і важливими, а по-друге, виявилось, що ми просто не обізнані з самим явищем, яке називається жіночим журналом.

Звісно, якась друкована продукція для радянської жінки виходила, а точніше, для її "ідеологічно галузевого" різновиду, що був породжений новою спільністю людей під назвою "homo sovetscus". У цій спільності роль жінки була точно визначена знаменитою скульптурою Мухіної: уособлюючи материнськи-плідно-виробниче начало, вона, здійнявши серп, зливається в ідеологічному

екстазі з чоловіком-молотобійцем. "Крестьянка" або "Работница" не були абсолютно глухими до власне жіночого начала, але воно було сховано за суспільно значущим змістом, витриманим у відповідній виробничій орієнтації. Те ж можна було б сказати про "Советскую женщину", яку видавало АГН, і яка показувала всьому світу ідеологічно досконале втілення комуністичного ідеалу.

Падіння цитаделі тоталітаризму серед інших проблем з усією гостротою поставило і проблему повернення жінки до своєї споконвічної ролі й суті. Запитання, поставлене газетою "Известия" через деякий час після краху комуністичної системи: "У що вдягнеться радянська жінка, знявши тілогрійку?", мало глибокий підтекст, оскільки з цього універсального одягу позастатевого "homo sovetscus" треба було виходити не лише тілесно, але й духовно.

Правда, духовна сфера у нашій колишній країні належала так званим "товстим журналам", які були популярними і мали статус володарів дум. Хай не за тендерним принципом, але вони апелювали до мислячої людини, яка намагалася уберегти свій малий приватний світ від зазіхань Системи, їх читач належав до інтелігенції з гуманітарними інтересами, з уявленням про те, що існує певна традиція, певне поняття культури.

Нові суспільні реалії не лише змели пресу з робітниче-селянським ухилом, але відтіснили на другий план "Новый мир", "Знамя", "Октябрь", "Иностранную литературу" та інші "товсті" журнали, які водночас



стали "журналами-музеями" [1, 5]. На наших очах виник, розвинувся, укріпився новий навіть не різновид, а культура журналів — глянцева. Більша частина цих видань орієнтована або на жінку ("Космополітен", "Вояж", "Ева", "Наталі" і т. д. аж до "Cool Girl"), або на чоловіка ("Плейбой", "Медведь", "Андрей" і т. д.). І транснаціональні журнали, які мали солідну історію і певну репутацію, і вітчизняні аналоги, що часто створювалися за безпосередньої участі тих самих міжнародних картелів, однозначно були зараховані до розряду низькопробного читива, зневажливо прозаїчно названого "глянець", їх однаково гнівно затаврували як прибічники нових соціальних, а в Україні ще й національно-державницьких ідей, так і прибічники жіночої емансипації та рівноправ'я.

"Розбещуючими" і такими, що відволікали від створення нової держави вважає такі журнали О. Кононенко, яка дотримується тієї думки, що вони лише поглиблюють споживацькі інстинкти: "Споживацька спрямованість жіночих журналів здавалося б абсолютно не узгоджується з купівельними можливостями основної маси українських жінок. Для кого ж усе це? Для дівчат і жінок, у котрих усе в порядку!.. А хто не вміє використати симпатичне личко і поки що струнке тіло, хай звинувачують себе, а не економічну кризу або важкий спадок комуністичного минулого. Хворобливих соціальних проблем в Україні не існує: існують лише креми для обличчя ..." [2, 32].

Подібні ідеї захищає й російська дослідниця О. Вороніна, яка вважає, що такі видання розраховані на жінку, первісно приречену на роль "кухарки, пралі, прибиральниці" у сім'ї і яка поза нею сприймається лише як "сексуальний об'єкт" [3, 165].

Звичайно, можна було б розглядати такі позиції як певний курйоз, якби за цим не стояла сформована в умовах тоталітаризму стала "совкова" традиція вбачати в жінці винятково "соціальний об'єкт". А значить усе, що може відволікти увагу жінки від вироб-

ництва і суспільних інтересів, змістити її увагу в небажаний бік тендерних або внутрішньосімейних відносин, то від лукавого, заслуговує на анафему. У радянські часи, розмірковуючи на цю тему, відомий нині письменник Юз Алешковський похмуро пожував: "Якщо тут буде видаватися 'Плейбой', то це вже буде не 'Плейбой', а 'Плебей'" [4, 549].

Сьогодні абсолютно очевидно, що у зв'язку з цим відбувається підміна понять, коли певному типу видання намагаються нав'язати іншу функцію. "Глянцеві" журнали (і жіночі зокрема) насправді займають особливі ніші як на видавничому ринку, так і в масовій культурі, тому їх інтереси з іншими типами видань практично не пересікаються. І якщо "переговорена" ідеологією у радянський час сучасна жінка відвертається від такого виду читива (хай і в іншій ідеологічній упаковці), то зовсім не тому що нові видання втрутилися у чужу нішу.

До речі, з подібними проблемами раніше стикалися й західні країни. Той же "Космополітен", що сьогодні сприймається як певне ультрасучасне видання, був заснований ще 1886 року і є одним зі старіших американських журналів. За цей час він пережив чимало крутих поворотів у своїй еволюції: був і сімейним журналом, і літературним виданням, і піонером у спілкуванні на раніше заборонені теми, і виразником ідей феміністок. І лише у середині XX століття він набув свого сьогодинського вигляду, посівши надійне місце як один з провідних жіночих журналів у світі, що має 33 національних видання 21 мовою і кожного тижня спілкується з аудиторією у 27 мільйонів жінок [5].

Водночас очевидно й інше. Саме на пострадянському просторі (і жіноча аудиторія в Україні не є винятком) склалося інше, ніж на Заході, і сприйняття, і ставлення до такого роду видань. У рубриці "Лист редактора", яка з'явилася у першому російськомовному варіанті "Космополітен", було зроблено за-  
явку не лише на нове, але й неординарне для



Росії та інших республік колишнього СРСР видання: "Це журнал для молодих сучасних жінок, яких цікавить кар'єра, мода, краса, здоров'я і багато, багато іншого. Але головна тема "Cosmo" — емоційний світ жінки, її відносини з чоловіком або коханим, з друзями і колегами, дітьми та батьками" [5, 89].

Безумовно, серед українських читачок жіночих журналів є вже й такі, що представляють абсолютно нове покоління. Але і воно значно відрізняється від ровесниць на Заході своїм сприйняттям цінностей і пріоритетів, розумінням місця і ролі жінки у суспільстві, на роботі, у сім'ї. У Європі ні в кого не виникає думки виходити заміж у 18-20 років, і тим більше мати у цьому віці дітей. Треба працювати, треба навчатися, і не слід зв'язувати себе зобов'язаннями, які передусім мають матеріальну основу, брати на себе відповідальність перед іншим життям, не будучи впевненою у тому, що воно не пройде на соціальному дні. Тут немає мети — принципово вийти заміж, що визначається величезною різницею у вихованні. Звідси — і відсутність, по суті, тієї свободи вибору, про яку так точно сказала, звертаючись знову-таки до російськомовної аудиторії свого журналу "Бурда-моден", німецький видавець багатьох журналів Е. Бурда: "Жінка може і має право відмовитись від ролі дружини і матері, але взявшись за неї одного разу, повинна намагатися виконувати її достойно" [6, 43].

Ось чому, незважаючи на те, що більшість глянцевого жіночого журналу, які й визначають погоду на нашому медійному ринку, обрали манерою спілкування з читачками так звану "мову довіри", тобто надзвичайно просту, зрозумілу і доступну форму, вони все одно сприймаються як безперервна оповідь про чуже, невідоме більшості наших жінок життя. Цікавий факт: серед читачок "Космополітен" та інших подібних видань переважають представниці не того нового покоління, про яке йшла мова, а жінки старшого віку, виховані у радянській системі. Читаючи такий журнал, вони потрап-

ляють до іншого, цілком відмінного від навколишньої дійсності світу, відкривають для себе речі та поняття, з якими до того ніколи не стикалися. "Для багатьох російських жінок, — пише у зв'язку з цим І. І. Засурський, — читання журналу стало джерелом уявлень про спосіб життя" [7, 73; 8, 14].

На особливості ставлення до жіночого журналу в нашій країні, безумовно, мала вплив ще й соціально-економічна ситуація, про що цілком слушно пише у статті "Феміністська ревізія філософії: можливості та перспективи" Н. Юліна: "Перехід країни до ринкової економіки найбільш позначиться на найбільш уразливій частині населення — на жінках. Очевидно, що побутові ускладнення лягають тягарем передусім на жіночі плечі ... їй важко буде перекваліфікуватися та пристосуватися до жорстких вимог ринку, вона — перший кандидат у безробітні. Усе це впливає на стосунки у родині..." [9, 238].

Звісно, звернення до жінок у такій ситуації через особливий журнал повинно було мати й мало досить широкий резонанс. Більш чуйних читачів важко собі уявити, а місія, що її взяли на себе "Космополітен" чи "Наталі" у пострадянській дійсності, була приречена на успіх.

Світ "гламуру" (журнал для жінок, чоловіків, товсті журнали про моду тепер називають не зневажливо прозаїчним "глянець", а поетичним "гламур") виходить на терени великого мистецтва. І у нас набагато активніше, ніж на Заході. Висміяні й такі, що презирливо відкидалися як втілення нового міщанства у сучасних країнах СНД, жіночі журнали займають усе більше місця у пострадянській культурі. Вони несуть нові образи і нову ідеологію, стають напутниками для тисяч жінок, які шукають ідеалу в нашу складну епоху.

Майже в аналогічній ситуації на початку минулого століття російський неоромантик О. Грін створив навіть не образ, а як зараз говорять, міфологему величного жіночого



ідеалу: благородний принц, який пливе назустріч коханій, що його чекає на паруснику з ясно-червоними вітрилами. Багато що було відкинуто, розтоптане й повалено, а цей образ просто вкоренився у свідомості багатьох поколінь. Через майже півстоліття це підтвердив колишній ужгородський сатирик Ф. Кривін, який іронічно й безжалісно препарував застійну радянську дійсність. Вірш "Жінки у кіно" він закінчив майже по-грінівськи:

Женщины выходят из кино.

Каждая уходит с д'Артаньяном...

Замордованій побутом, часто витісненій новими соціально-економічними реаліями на узбіччя життя, нашій жінці немає коли згадувати Гріна і тим паче Кривіна ("Что он Гекубе, что ему Гекуба", — сказано ще великим Шекспіром!). А модний жіночий журнал — він з нинішнього життя, чудово вписується у нову систему моральних координат і життєвих пріоритетів. Те, що такі видання являють ідеальні образи для широкого кола читачок, які, як правило, не мають коштів для купівлі дорогих речей, що їх там рекламують, і живуть неначе в іншому вимірі, ніж явлений там світ, зазначив ще півстоліття тому французький філософ Ролан Варт [10, 473]. У пострадянському просторі (й Україна не виняток) жіночі журнали посіли місце набагато значніше, ніж у Західній Європі, звідки вони прийшли, їм судилося заповнити ідеологічну та естетичну порожнечу, що виникла після краху радянських ідеалів у світі звичайної людини.

Сучасного мистецтва в Україні мало, і воно не дуже популярне серед широких мас, оскільки у ньому забагато провокаційного мудрування. Це певною мірою забобон, але дуже стійкий. Мистецтво ж, як звук вважати начитаний обиватель (а цей прошарок у нас хоча й значно зменшився, але все ще продовжує існувати), саме і має нести красу, давати насолоду й задоволення, надавати разом з шоу-бізнесом та кінематографом (якого, щоправда, у незалежній Україні практич-

но немає) образи нових дів та богинь, ідеали сучасної краси і мужності (характерно, що жіночі журнали, разом з чоловічими, відповідають ще й за образ справжнього чоловіка).

Глянцевий жіночий журнал не обманює свою читачку, він подає ідеальні образи сучасних прекрасних жінок, які існують у чарівному світі красивих речей та інтер'єрів. У цьому світі немає старості (з нею борються і її перемагають чудодійними засобами і дотриманням правильного способу життя) та потворності (негарна жінка — це та, яка не працює над собою), немає болю, хвороб, нещастя (у глянцевиx журналах, де друкують біографії знаменитостей, усі хвороби і згубні схильності обов'язково долаються героєм).

У масового мистецтва (а жіночий журнал давно вже слід відносити не лише до відомства журналістики, але і до цієї безумовної його належності) існують свої суворі закони. Вічні теми — смерть, біль, нерв, кохання, пристрасть, злочин, приниження та образа — до його сфери не впускають. "Гламур" втішає, вчить споживати, але забороняє страждати, думати, мати сумнів і — що дуже важливо — не припускає іронічного ставлення до свого видуманого світу. Він не дозволяє засумніватися у тому, що світ вічної молодості, обов'язкового успіху і лише найприємнішого проживання життя і є справжня реальність, а не казка, вірити в яку так само дивно, як і в досягнення всесвітнього братерства, рівності й свободи на землі. Про це легко забувають і ті, хто створює світ "гламуру", і ті, хто його споживає. Однак не дарма ж великий знавець "свинцевих мерзот" життя Горький уклав в уста одного з мешканців нічліжки у п'єсі "На дні" такі примітні й у даному випадку такі, які багато що пояснюють, рядки:

Если к правде святой

Мир дорогу найти не сумеет,

Честь и слава тому, кто навесет

Человечеству сон золотой.



1. Материали круглого столу: "Толстый" и "глянцевый" // Литературная газета. — 1996. — 4 дек.
2. Кононенко Є. Їхня наука виживання серед чоловіків // Критика. — 1999. — № 6.
3. Воронина О. Свобода слова й стереотипний образ жінчини в СМІ // Знамя. — 1999. — № 2.
4. Алешковский Юз. Собрание сочинений: В 3 т. — М., 1996. — Т. 3.
5. Альперина С. И. Американское и российское издание журнала "Космополитен": сравнительный анализ // Вестник МГУ. Сер 10: Журналистика. — 2000. — № 2.
6. Ямпольская Р. М., Серкова А. С. 10-летие деятельности в России германского издательского концерна "Бурда" // Вестник МГУ. Сер. 10: Журналистика. — 1998. — № 6.
7. Засурский И. И. Масс-медия второй республики. — М., 1999.
8. Соломинская Е. Сексуальной революции мы предпочли пролетарскую (хотя ни та, ни другая не делают общество счастливым) // Литературная газета. — 1997. — 19 март.
9. Феминизм: Восток-Запад-Россия. — М., 1993.
10. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М., 1989.



## Екуменічна публіцистика: зародження, розвиток та історична перспектива

Явище церковної конфліктогенності, міжконфесійний діалог, християнська єдність та порозуміння — усі ці поняття дедалі частіше опиняються у центрі уваги українських та зарубіжних засобів масової інформації. Терміни "екуменізм", "екуменічний" вже давно вийшли за межі вузько-професійного лексикону богословів та науковців, ними активно оперують публіцисти та сучасні дослідники церковно-релігійного життя, особливо зважаючи на складність та суперечливість соціально-конфесійного контексту України.

Модерна епоха як витвір західноєвропейської цивілізації спричинила формування секуляризації плюралізму, котрий поступово виокремлюється за межі церковної сфери та опиняється на широкій соціальній арені. Як особливий напрям розвитку християнської богословської думки, екуменізм виникає у XX столітті. Грецьке слово "ойкумена", від якого походить цей термін, означає "всесвіт", "людство", "заселений світ". Як у теорії, так і на практиці екуменізм — це "позитивне світосприйняття", "позитивне мислення" і "позитивна поведінка", які передбачають високий рівень довіри до відповідальності як церковних ієрархів, так і кожного християнина зокрема. "Від попередніх пошуків богословами різних конфесій основ єдності християнського світу його відрізняло те, що негативні настанови у відносинах між Церквами, організаціями, громадами поступалися місцем позитивним, а зближення християн вбачалося на шляху діалогу, кращого взаємного пізнання,

спільного служіння" [8, 13]. Головною ознакою процесу примирення є його глобальний характер, наявність осередків та послідовників у цілому світі.

Внутрішньою діалогічністю були позначені доктрини християнства у всі часи його існування, всередині християнства завжди точилась дискусія. Як Церква, так і християнська культура назагал прямували до такого діалогу давно, протягом століть зазнаючи ін- та інтерконфесійних суперечок, боротьби з ортодоксією, ересями, інакомисленням та розколами. Проте "завдяки тому, що у саме християнство було закладено діалогічну плюралістичність, Церкві вдалося усе ж подолати цей непростий шлях" [4, 215].

Християнство, яке з епохи Костянтина поступово перетворилося на єдину релігію Європи, зазнало суттєвих внутрішніх змін під впливом середньовіччя — з його схоластикою та авторитетом католицизму; Реформації — з її піднесенням науки та появою національних держав та Відродження — з його секулярною інтерпретацією життя. Попри все Європа продовжувала володіти номінальним статусом "християнської". Однак ревізія внутрішнього сенсу людського життя модерного європейця свідчить про органічну деформацію певних соціально-духовних парадигм. Як зазначає Католикос усіх вірмен Карекян І, "наукові, промислові й технічні досягнення, домінуюча секулярна тенденція в суспільному житті створили свого роду провалля між християнським буттям у розумінні формальної прихильності до якоїсь церковної традиції і христия-



янським буттям у розумінні особистої відданості громадському життю, участі в ньому й свідчення. Десакралізація людських цінностей, поступове зникнення поняття абсолютної істини, релятивістський підхід до моральних проблем життя, що швидко поширюється... ці аспекти модерністської, чи навіть постмодерністської культури з'явилися на порядку денному наших Церков, народів, екуменічних і міжнародних конференцій, консультацій і симпозіумів" [16, 38-39].

Падіння Берлінської стіни та розвал Радянської імперії, з'ява на карті незалежних держав та усвідомлення ними своєї ідентичності, в тому числі релігійної, породили конфліктні ситуації в різних частинах Європи. "Рух за оновлення в Церквах, які перебували в стагнації протягом 70 чи 50 років радянського гніту й експлуатації, зростання харизматичних рухів, привабливість деяких нехристиянських релігій для західного суспільства, поширення сектантських груп фундаменталістської орієнтації — всі ці й численні інші пов'язані з ними тенденції європейського життя, безумовно, ставлять нас сьогодні перед новими й надзвичайно важкими завданнями невідкладного характеру. Одне слово, нова європейська карта в географічному й людському розумінні цього слова потребує нового стилю й мистецтва навігації в морі постійної розрухи та зростаючого замішання" [16, 39].

На думку відомого релігійного дослідника Мирослава Мариновича, екуменізм є "церковною візиткою" XX століття. "Започаткований з ініціативи протестантських місіонерів, підтриманий тими православними, що згодом сформували "лінію Атенагора", і врешті опертий на авторитет Другого Ватиканського Собору, екуменізм постав перед християнською спільнотою у всьому розмаїтті своїх проявів, далеко не завжди однозначно позитивних, проте повчальних. Попри всі гравітаційні збурення, спричинені впливами великої політики, вектор екуменізму незмінне залишається спрямованим у бік християнського порозуміння" [12, 26].

Екуменічне богослов'я засноване на підвалинах єдності християнства і цілісності "розірваного Христового хітону" (ів. 19, 23). Церковні поділи, хрестові походи, релігійні війни, накладання анафем і конфесійний фанатизм — все це, на думку речників екуменізму, повинне належати минулому. Християнські конфесії володіють спільною спадщиною, а тому доцільніше акцентувати увагу на тому, що об'єднує, а не на тому, що різнить. Верховною метою цих ініціатив є відновлення спілкування у Таїнствах між роз'єднаними християнськими Церквами (coinopia, communicatio in sacris) та спроба відтворення духовних обставин, в яких перебували перші християнські спільноти. Подолання відчуженості між християнами можливе в поєднанні зусиль у сфері соціального служіння та в розвитку діалогу, метою якого є аналіз богословських положень, котрі призвели до відчуження.

Ведення богословського діалогу є прерогативою вищої церковної влади та експертів. Однак досягнення у цій сфері надають можливості для співпраці між християнськими громадами різних конфесій. "Одне застереження висловлюється при цьому всіма Церквами — шлях до екуменізму є проблемою виключно внутрішньохристиянською, а тому втручання до цієї сфери будь-яких позарелігійних, світських, у тому числі й державних, чинників є неприпустимим" [8, 8].

Складність та контрверсійність завдань, до яких покликаний екуменічний діалог, породжує численні дискусії та суперечки щодо перспектив його розгортання та реальної прикінцевої мети. Рухові закидають надмірну політизацію, перетворення на зручний інструмент у міжконфесійному протистоянні. "І все ж опір екуменізму має рефлекторний, а не сутнісний характер. Цей опір є не тільки голосом консервативних кіл Христової Церкви, ретроградність позиції яких часом просто шокує. Він одночасно служить благодатним больовим синдромом, який сигналізує, що нинішні форми екуменізму несуть у собі зерна май-



бутніх протиріч, виявити які треба вже сьогодні" [12, 27].

Одним із аргументів, якими оперують опоненти екуменістів є той, що екуменізм передбачає релятивізм та означає відмову від тих речей, які та чи інша сторона вважає суттєвими. Відповідно, деякі протестантські конфесії або консервативне крило Російської Православної Церкви відкидають можливість своєї участі у цьому.

Речники екуменічного процесу акцентують на тому, що засадничими принципами теорії і практики екуменізму є рівність усіх церков у повному значенні цього поняття, визначення їхнього статусу як церков-сестер та учасниць спільного діалогу, довіра і любов між ними. На думку релігієзнавця Наталії Кочан, "противниками екуменічної концепції є, як правило, некомпетентні або незацікавлені сторони" або ж це тенденція громад "з обмеженою церковною свідомістю,... де мають місце прояви конфесійного триумфалізму або самовихваляння, егоїзму, ксенофобії, залежність від політичних сил, де зберігаються атавістичні претензії на виключність у свідченні істини... Цілком очевидно, що противники екуменізму воліли б звести все християнство до однієї — своєї власної конфесії". Виявляючи неспроможність бачити "єдність у різноманітності, цілісність у взаємодоповнюваності окремих елементів", вони агресивні щодо спільного богословського пошуку, при чому інославний світ наражається на ультиматуми, образи і звинувачення в еретичності. "Авторитаризм, агресивність є несумісні з екуменічним світосприйняттям..." [8, 15].

Екуменічна позиція Римо-Католицької Церкви історично є далеко не однозначною. З часу постанови екуменічного руху та до завершення понтифікату Папи Пія XII (1939-1958) РКЦ принципово відмежовувалася від нього, а проблему єдності трактувала виключно через унію "нез'єднаних" християн до Апостольського Престолу. У 1928 році в енцикліці "Mortalium animos" Папа Пії XII зазначив, що діалог католиків з протестанта-

ми буде безперспективним доти, доки вони не повернуться до церковної традиції, яку історично втратили.

Кардинальні зміни в католицькій інтерпретації проблем екуменізму пов'язані з рішенням Другого Ватиканського Собору (1962-1965). Православ'я та протестантизм сприйняли їх схвально, хоча й стримано, оскільки очікувалося, що католицьке середовище рішуче долатиме тиск церковних консерваторів. Під час Собору, цього найрезонанснішого зібрання Вселенської Церкви, було зруйновано чимало стереотипів, які протягом віків визначали характер взаємин католицизму з християнською спільнотою, окреслено принципи екуменічної діяльності Католицької Церкви щодо різних християнських Церков та сформульовано визначення екуменічного руху і спектр його соціального впливу: "Під "екуменічним рухом" треба розуміти ці дії та ініціативи, що постають та організуються відповідно до різних потреб Церкви та обставин часів для сприяння єдності всіх християн, як наприклад: найперше, усякі зусилля, щоб вилучити з ужитку всі слова, погляди та вчинки, що не відповідають по-правді та слушності обставинам нез'єдинених братів, і тому утруднюють взаємні відносини з ними; далі, діалог між добре вишколеними знатоками на спільних конференціях, зорганізованих між різними Церквами та громадами, в дусі релігійному, в якому кожний виклав би глибше науку власної спільноти та ясно з'ясував її характер. Бо через такий діалог усі здобуватимуть правдивіше знання вчення й життя обох громад, а з ними і слушну взаємну пошану; а також ті громади досягнуть цю ширшу співпрацю в усякого роду службі на спільне добро, що її вимагає християнська совість, та зійдуться разом, як і личить, в єдиномушній молитві. Вкінці, усі прослідять свою вірність Христові в справах Церкви, і, як треба, піднімуться мужньо праці над оновленням та реформою" [5, 192-193].

Неважко простежити причину такої радикальної зміни ставлення до екуменізму з бо-



ку РКЦ. Вона відбулася під об'єктивним тиском реалій зовнішнього світу і стала виявом відомої католицької політики "аджорнаменто" та "анпрофондіменто" — всебічного церковного оновлення відповідно до вимог часу Папи Івана XXIII (1958-1963) та його наступника Папи Павла VI (1963-1978).

Зі 60-х років минулого століття на теренах екуменізму розпочинають співпрацю православ'я, католицизм та протестантизм. У 1965 році відбулися унікальні церковно-історичні події — взаємне зняття анафем, проголошених у 1054 році Церквами Риму та Константинополя. Це стало рушієм поступового зближення між Католицькою та Православною Церквами.

Сьогодні багато дослідників говорять про кризу концепції екуменізму, спричинену різновекторністю бачень її практичної реалізації. "Якщо для протестантів єдність Церкви, в принципі, ніколи не втрачалася — вона існує тому, що всі ми християни,... то для православ'я... дуже важливою є проблема схизми, відходу від Церкви (на зустрічі Всесвітньої Ради Церков у Найробі православна сторона чітко сформулювала, що православ'я не є однією з багатьох конфесій — це і є Церква як така). Про Римо-Католицьку Церкву можна говорити приблизно в тих самих тонах, хоча Другий Ватиканський Собор багато що змінив: з'явилась, наприклад, теорія Церков-Сестер" [13, 8].

За Миколою Заболоцьким, екуменічний рух покликаний зцілити хвороби християнського розділення шляхом синагогії, койнонії та симфонії. "Шлях цей можна було б назвати "динамікою кафолічності" або "динамічною кафолічністю", по-слов'янському ж — соборністю" [7, 3]. Визначаючи роль Російської Православної Церкви, він стверджує, що вона не лише не стояла осторонь прагнень християнської єдності, а й задовго до формального залучення до екуменічного руху робила практичні кроки в напрямі подолання християнського розділення.

Радикальним несприйняттям екуменізму як явища позначені численні праці право-

славних авторів, деякі з яких вже у своїх назвах містять рішучу безкомпромісність, як, наприклад, "Почему православному християнину нельзя быть экуменистом". Так званий "істинний православний екуменізм" як "вселенськість святої Православної Церкви" — єдиноприйнятний підхід для ортодоксальної свідомості. "Ми сміємо стверджувати, що цілком належимо до цього древнього і вічно нового справжнього екуменізму, тобто до вселенськості святої Православної Церкви. Між цим православним екуменізмом і сучасним женецьким "екуменізмом" існують принципові протиріччя і глибокі, неподолані догматичні розбіжності. З цієї причини ми не можемо бути "екуменістами" в сучасному значенні слова... Як не можна належати до двох різних віросповідань — наприклад, неможливо, будучи істинно православним, бути одночасно протестантом, — так не можна, будучи членом святої Православної Вселенської Церкви, брати участь в екуменічному русі, котрий — особливо в останній час — все наполегливіше нав'язує свої погляди, глибоко чужі Православ'ю" [1, 5].

Екуменізм охарактеризовано як рух загинбельний і для інославно, і для православних, в якому інославно не здобувають істину, а православні віддаляються від неї. Контроверсійним є той факт, що всередині самого православ'я (зокрема, між Московським та Константинопольським патріархатами) існують серйозні розбіжності щодо інтерпретації цього явища. "Сама Константинопольська патріархія — перша представниця Православ'я — зробила з приводу ВРЦ заяву, в котрій екуменічному рухові дано найвищу оцінку. Замість того, аби розірвати з екуменізмом і бути вірною православним догматам і канонам, патріархія угідливо й нерозумно іменує його "одним зі шляхів, обраних Господом, аби людям стала ближчою нова заповідь про любов, аби Церква приділила більше уваги Його заповіді про примирення та єдність" [1, 28].



У "Декларації до всіх християн світу", прийнятій на Раді автокефальних православних церков, скликаній у Москві в липні 1948 року, зазначено: "Ми вважаємо, що екуменічний рух це нова спроба побудови Вавилонської вежі, як ознака чергової помилки людства... Ми маємо право вважати, що екуменізм — спокуслива помилка, заснована на гріху гордині. Його принцип — єднайтесь, єднайтесь, що б там не було, на будь-якій основі, але єднайтесь! Це принцип насильницького уніоналізму, за яким неминуче може йти лише церковний тоталітаризм" [1, 108].

Олексій Шуба, автор праці "Релігія в етнонаціональному розвитку України" слушно зауважує, що сьогодні багато тих, хто вважає православну релігію "єдино істинною" і "найбільш правильною". На їхню думку, лише православ'я зберегло християнство у чистоті та недоторканності, без відхилень і домішок, що утворює, таким чином, його істинність та дає винятково правдиву основу для церковного життя [20, 48].

Реалії сучасного екуменічного руху, як і кожного руху, який має світовий характер, є доволі контроверсійними. Це зумовлене низкою різних причин, зокрема, заплутаністю історичного контексту, сильною політизацією церковно-релігійної сфери, авторитетними впливами окремих ієрархів та політиків.

Ініціатива міжконфесійного примирення набуває виразних етносоціальних ознак, і, скажімо, екуменізм в Європі й так званий "український екуменізм" — це два принципово різні явища за суспільним резонансом, дійовими особами, швидкістю та ефективністю розгортання, сферами впливу, рівнем подачі та інтерпретації самої концепції, місцем і роллю держави у цьому процесі тощо. Не можна недооцінювати важливості геополітичного та геокультурного чинників, відкидати проблему канонічності та канонічної територіальності, а також наявність чи відсутність соціального тоталітарного досвіду. Окрім того, визначаль-

ним є рівень громадської та особистої відповідальності клиру й мирян та розуміння ними специфіки складних глобалізаційних умов сьогодення.

Світова екуменічна публіцистика, яка чутливо реагує на будь-які зміни міжконфесійного контексту, має реальні важелі впливу на хід та наслідки процесу порозуміння, стоїть біля витоків формування громадської думки та часто є відповідальною за соціальний резонанс церковно-релігійних подій.

Аналізуючи концепцію екуменічного макротексту, слід зосередитись на визначенні поняття самої публіцистики, рівень якої є "найяскравішим свідченням духовного розвитку суспільства, його демократичності та прогресивності. Вільне слово, підтримане силою фактів та образністю мови, не може залишати байдужим свідомих громадян, а отже виступає могутньою зброєю для формування суспільної думки... від того, якими моральними приписами керується преса, яку мету переслідує, залежить весь суспільно-історичний процес як в окремих державах, так і загалом у світі" [15, 278].

Своє бачення цього явища як процесу "дозрівання громадської думки", який "завершується світоглядом суспільства, переворотом його провідної верстви, і філософією її інтелектуальних верхів" пропонує у своїй праці "Новочасна потуга" Микола Шлемкевич [19, 6]. Як "авангард духу" вона "живе патосом інтелектуального неспокою... мріє про відкриття і тужить за ними, і за загальноприйнятими речами і думками підозріває існування несподіванок і таємниць духа" [19, 107]. За Шлемкевичем, публіцист — співробітник у сфері духовної культури. Публіцистика — це "розтоплена і незрізнікована ще лява життя, в якій уже застигли ясні кришталі наукових стверджень, мистецьких оформлень, релігійних символів. Звідси в публіцистиці стільки неясного, нечистого, незрілого, але одночасно стільки живого і скерованого в будучину. Публіцистика це зачатки нових кристалізацій духа і



дійсності, їх передбачення і передчуття, вкладені в слово. Це ембріональні зав'язки будучих оформлень тієї лави, схоплені першими враженнями і першими їх інтерпретаціями в щоденниках, тижневиках. Після цього слідує спокійніше розроблення тих вражень і відповідей у журнальних оглядах, студіях, етюдах, есеях, аж до більших творів світоглядкової публіцистики, що стоять уже на межі філософії" [19, 115].

На думку В. Буряка, саме художньо-публіцистичне мислення наближене до системності мислення відображеного факту. "У контексті нової парадигми часу публіцистичне мислення структурно і видово змінюється... Інтелектуальну сутність нового типу мислення і визначає самопізнання або раціоналізм, що утворив певний стиль розмірковувань, який не обмежився лишень межами теорії пізнання, а розповсюдився на аналіз усіх сфер... Звідси — новий рівень концептуалізму як системи сприйняття та інтерпретації факту вищого інтелектуального рівня (література, мистецтво, публіцистика), яка вводить у горизонт свого відображення весь свідомісно-інформаційний спектр людського буття — науковий, філософський, релігійний. Тобто література, мистецтво, публіцистика як горизонти інформаційної свідомості набирають суперознак модуль-свідомісної системи, що визначає рівень осмислення буття світовою свідомістю, свідомістю етносу, народу" [2, 161]. Закономірністю є і синхронізація внутрішньоконцептуальних процесів публіцистичного мислення, що відображується передовсім в "оригінальності концептуального бачення дійсності, в новій стилістиці його вираження, у появі нових суперособистостей (модульних свідомостей типу створювач, що володіє не лише концептуальною оригінальністю, а й здатністю прогнозувати соціально-політичні процеси суспільства)" [2, 162].

На сучасному етапі виникає оригінальне тлумачення світоглядної публіцистики, яка є "словесною сферою моделювання свідомості, виявом незгасної активності, ди-

намізму людського духу, політичним й морально-філософським освоєнням історії та актуальної суспільної практики, всеохопним засобом формування особистості, площиною вияву інтересів та вартостей людей, соціальних груп і націй, втіленням їх культурної ідентичності" [9, 38]. Однією з її головних ознак є всеохопність та дотичність як до матеріальних, так і до духовних субстанцій, а також те, що "життєва прив'язаність до правди в ній поєднується з метафоричністю, здогадністю; вона — цілком ідентифікована інтелектуальна реальність, яка фіксує динаміку життя, мислення і психології" [10, 9]. Слово публіциста-апологета морального типу мислення є високоякісним "словом-важелем, словом-рушієм, словом-вчителем" [10, 23-24].

Аналізуючи генезу публіцистичності, деякі автори виходять із засад, згідно з якими "публіцистика як така, аналітична публіцистика зокрема, виникли з текстів релігійного змісту. Першими публіцистами минулого були релігійні діячі, які на підставі релігійного досвіду тлумачили різноманітні життєві колізії. Згодом суспільні події у творах, про які йдеться, висувались на перший план, а релігійні ідеї, переконання ставали маргінальними або використовувались лише як засіб аргументації" [18, 74]. У цьому випадку можемо стверджувати про певну історичну тяглість процесу зародження саме екуменічної публіцистики, котра претендує на роль найорганічнішого стильового утворення серед сучасного жанрового розмаїття. "Зазвичай публіцистичні твори і твори теологічні, релігійні вивчалися, досліджувалися осібно, хоча впродовж століть більшість таких творів поєднували у собі релігійний зміст у публіцистичній формі. Ці твори змінювали і формували тисячолітні цінності людської спільноти, впливали на цивілізаційні процеси, формували громадську думку і те, що зветься ментальністю. Вони і нині ще не отримали конкретної оцінки як твори передусім публіцистичні, як суб'єкти журналістської науки" [18, 74].



Таким чином, під власне екуменічною публіцистикою ми розуміємо світський та конфесійний макротекст, котрий, апелюючи до масової свідомості, моделює екуменосферу, виконує роль медіатора церковної та суспільної структур, а також містить теологічний і соціально-філософський аналіз проблем міжрелігійного порозуміння та морального про- чи регресу світової людської спільноти — "ойкумени". Щодо екуменосфери, то це сфера взаємодії церкви і суспільства, в межах якої людська діяльність у напрямі творчого діалогу і порозуміння, метою яких є зближення на засадах спільних цінностей та ідеалів, стає визначальним чинником розвитку людства.

Можемо також говорити про певну інформаційно-медійну ротацію екуменічного процесу, за якого міжцерковне порозуміння (як на глобальному, так і на локальному рівнях) впливає на публіциста, який, у свою чергу, є творцем екуменічної публіцистики, що має певний соціальний резонанс, впливаючи, таким чином, на першопочатковий процес міжцерковного порозуміння.

Виєлика відповідальність за хід та наслідки екуменічного процесу лежить на засобах масової інформації, їх конструктивній позиції та критико-аналітичному підході до висвітлення проблем конфліктності. Важливу роль відіграють авторитетні персоналії окремих журналістів — фахівців з питань церковно-релігійного життя, їх чітка моральна та громадянська позиція, глибоке професійне зацікавлення та максимум докладених творчих зусиль у вирішенні міжконфесійних суперечок на теренах сучасної України. Інколи деякі автори "не можуть розрізнити свою позицію від емоційного забарвлення своєї позиції, не можуть розрізнити думку і ту емоційну обгортку, якою супроводжують свою думку" [17, 12]. Іншою, не менш важливою проблемою є те, що релігійна журналістика припинила розвиватися у співпраці зі світськими виданнями. "1993-1995 роки відзначаються тим, що у релігійній пресі відчувалася хви-

ля творчого пошуку. Численні релігійні видання, що виникли на хвилі відродження Церкви, притягували до себе авторів із нерелігійних видань, які, очевидно, разом із бажанням працювати привносили в релігійну журналістику певні журналістські навички, здобуті у виданнях нерелігійних" [6, 100]. Над висвітленням релігійної проблематики часто працюють журналісти, котрі не мають відповідної богословської підготовки і не є практикуючими християнами. Натомість "журналіст-християнин має особливе пророче покликання: він повинен чітко висловлюватися проти фальшивих ідолів сьогодення — матеріалізму, гедонізму, споживацького мислення, вузьколобного націоналізму, керуючись ідеалами людської гідності, любові до ворогів і абсолютної поваги до кожного людського життя" [11, 271]. Покликання журналістики "займатися філософією буття, філософією соціуму. Базою для неї має бути інформація, що є вічною для всіх поколінь, а не така, що має ситуативну популярність" [3, 279].

Лише за таких умов усі аспекти життєдіяльності церковного організму будуть позбавлені нездорових нашарувань міжконфесійної ворожнечі, а екуменічна публіцистика розвиватиметься гармонійніше, поступово позбуваючись політизації зовні й хаотичності всередині. Публіцистичний екуменічний макротекст ще повинен пройти складний еволюційний шлях до статусу медіатора у соціально-церковній сфері, характерними ознаками якого є діалогічність та творча конструктивність.

1. Архим. Серафим (Алексієв). Архим. Сергій (Язаджієв). *Чому православному християнину не можна бути екуменістом*. Пер. с болгар. — СПб., 1992.

2. Бурак В. Генеза концептуальності сучасного публіцистичного мислення у контексті свідомісної парадигми ХХ століття // *Вісн. Львів. ун-ту. Сер.: журналістика*. — 2001. — № 21.

3. Бурак В. Етнічний компонент несе позитивну інформацію // *Світло*. — 2001. — Ч. 7-8.



4. Возняк Т. Зауваги до філософських аспектів екуменічного діалогу // Незалежний культурологічний часопис "І". — 2000. — № 19.

5. Декрет про екуменізму / Документи Другого Ватиканського Собору. — Львів: Свічадо, 1996.

6. Дідула П. До питання аналітичного жанру в сучасній релігійній пресі УТКЦ // Стосунки між Церквою і державою: протистояння, "стіна розмежування" чи співпраця? — Л.: Львівська Богословська Академія. Інститут релігії та суспільства, 1998.

7. Заболоцький М. Щоб усі були одно (ів. 17, 21) // Журнал Московской Патриархии. — 1994. — № 4.

8. Кочан Н. Екуменізм: до характеристики явища і поняття // Знаки часу: До проблеми порозуміння між церквами / Упоряд. З. Антонюк, М. Марінович. — К.: Сфера, 1999.

9. Лось Й. Бачити великі істини (Публіцистика і тенденції розвитку світу) // Вісник Львів. ун-ту. Сер. журналістика. — 2001. — № 21.

10. Лось Й. Правда слова / Публіцистика і тенденції розвитку світу: Збірник наук. статей. — Л., 1999.

11. Лось Й. Слово має визволяти, а не поневолювати // Світло. — 2001. — Ч. 7-8.

12. Маринович М. Екуменічна хартія Міжнародної Християнської Спільноти і місце українських Церков в екуменічному русі // Еку-

менізм в історії Церкви: здобутки, втрати, перспективи: Матеріали III наукової студентської конференції. — Л.: Інститут релігії та суспільства ЛБА, 2001.

13. Місце українських Церков в екуменічному процесі. — Л.: Львівська Богословська Академія. Інститут релігії та суспільства, 1998.

14. Папство и его борьба с православием. — М., 1993.

15. Полянський І. Дослідницька публіцистика журналу "Шпигель" та сучасні проблеми Європи // Вісн. Львів. ун-ту. Сер.: Журналістика. — 2001. — № 21.

16. Слово Його Святості Карекяна I, Католикоса усіх вірмен // Примирення: Україна в Грaці. — Л.: Свічадо, 1999.

17. Толерантність у релігійній пресі. — Л.: Львівська Богословська Академія. Інститут релігії та суспільства, 1999.

18. Хоменко Т. Публіцистика думання і пошуки істини: проповідництво у сучасній українській публіцистиці // Публіцистика і тенденції розвитку світу: Збірник наук. статей. — Л., 1999.

19. Шлемкевич М. Новочасна потуга // Верхи життя і творчості. — Нью-Йорк; Торонто, 1958.

20. Шуба О. Релігія в етнонаціональному розвитку України. — К.: Криниця, 1999.



## Методологічні проблеми історії української журналістики

Зрілість кожної науки вимірюється її внутрішньою структурованістю. Чим давніша наука, тим більше внутрішніх дисциплін у своєму складі вона має. Так, наприклад, у межах філософії (візьмімо для прикладу цю найдавнішу галузь людського знання), як відносно самостійні наукові дисципліни, існують онтологія та гносеологія (епістемологія), етика та естетика, аксіологія та філософська антропологія, історія філософії та філософія науки і т. д. Усталився погляд, згідно з яким обов'язковими елементами внутрішньої структури поважної науки (особливо гуманітарної) є теорія та історія предмета. Тому зазвичай у навчальні плани відповідних спеціальностей у вищих навчальних закладах включені такі дисципліни, як теорія літератури та історія літератури, загальне мовознавство та історія мови, філософія та історія філософії. Ці предмети належать до базових, фундаментальних дисциплін, без яких стає проблематичною повноцінна підготовка фахівців у даній галузі. І це зрозуміло, адже без теорії предмета неможлива його історія і, навпаки, без історії предмета неможлива його теорія.

Журналістика як наука (журналістикознавство) теж має два найважливіші складники: теорію журналістики та історію журналістики. Тому далі взаємодію теорії та історії предмета пояснимо на прикладі нашої науки. Між ними існує якнайтісніший зв'язок. Як і в інших галузях гуманітарного знання, це суміжні, взаємозалежні дисципліни, кожна з яких може розвиватися лише на ґрунті іншої.

Історія журналістики — це наука про розвиток масово-інформаційної діяльності від зародження до наших днів, включаючи всю множинність явищ (як друкованих, так і електронних органів масової інформації). Але праця історика журналістики неможлива без використання основних положень, термінологічного апарату, головних засад теорії журналістики, вироблених у межах цієї дисципліни наукових засад вивчення і оцінки історичних явищ.

Теорія журналістики — це наука про сутність і специфіку журналістики, її місце в структурі суспільства і громадської свідомості, її функції та засади, природу журналістської творчості, метод журналістики та її загальні жанрологічні проблеми, шляхи аналізу окремих явищ та журналістського процесу в цілому. Теорія журналістики виростає на ґрунті вивчення її історії і є узагальненням безкінечного числа явищ до кінцевого числа найважливіших законів.

Проте журналістикознавство від інших суміжних дисциплін відрізняє його безсумнівна молодість. Журналістська освіта, яка, власне, й викликала його до життя, — набуток ХХ століття. Саме відкриття факультетів журналістики в провідних університетах світу зумовило розвиток науки про масово-інформаційну діяльність. Незважаючи на нагромаджений у цій галузі досвід, у світі існує стале переконання, що журналістика як наука перебуває все ж у плешковому стані. "Науку про журналістику, — зазначено в авторитетному дослідженні, — слід вважати доволі молодою галуззю



знань — настільки молодою, що на Заході до сьогодні відсутнє навіть загальновизнане визначення її предмета" [1]. Однак це твердження фіксує не стільки реальну відсутність досліджень з журналістикології в західному світі (іх якраз не бракує), скільки наявність у цій галузі значної кількості суб'єктивних, зроблених на рівні публіцистики, спостережень, неможливості звести позиції дослідників до спільного знаменника.

Україна потрапила в розвитку журналістознавства в специфічні умови, що мусять бути охарактеризовані в двох аспектах:

— по-перше, виникнення журналістської освіти припало на 1920-ті роки, тобто на радянський час, коли журналістика розвивалася в Східній Україні лише під знаком комуністичної партійності, а в Західній Україні взагалі не існувало центрів підготовки журналістів. Радянське журналістознавство сьогодні слід розглядати, за деяким винятком, у цілому як псевдонауку, непридатну для використання в умовах громадянського суспільства;

— по-друге, світовий досвід у справі розвитку журналістознавства залишався тривалий час несприйнятим Україною унаслідок перебування її за радянською "залізною завісою", тобто в цілковитій ізоляції від решти світу. У нас тоді не перекладалися й не видавалися класичні зарубіжні праці, присвячені проблемам масової комунікації, не передплатувалися найбільш масові західні газети, що нагромадили значний досвід масово-інформаційної діяльності, а також не перекладалася класика світової журналістики й публіцистики, бо, заснована на загальнолюдських цінностях, вона була здебільшого ворожою комуністичній ідеології тоталітарного спрямування.

Унаслідок цих обставин, проголосивши в 1991 році державну незалежність, Україна опинилася без науки про журналістику. Склалася ситуація, за якої практично вся робота має розпочатися спочатку, досвід радянської науки мусить бути майже цілком

відкинутий як непридатний для використання в громадянському (нетоталітарному) суспільстві, а натомість повинна бути створена нова наука про журналістику, причому в обсязі всіх трьох її компонентів: теорії, історії і практики журналістики. Це завдання й розв'язують зараз українські науковці, що працюють на факультетах і відділеннях журналістики вищих навчальних закладів. Слід сказати, що розв'язують успішно і працюють досить інтенсивно.

Унікальною молодістю нашої науки породжено чимало проблем, які в інших гуманітарних дисциплінах уже зняті з порядку денного в історично віддалені періоди. Українська наука мусить винести їх на обговорення сьогодні, маючи на увазі, що їх продуктивне розв'язання — це єдиний спосіб просування вперед. Тут слід мати на увазі такий епістемологічний закон: без розв'язання загальних питань не варто братися за окремі; невирішені на початковому етапі розвитку науки загальні проблеми негативно позначаються на численних конкретних дослідженнях. Кожний науковець (у тому числі й аспірант-початківець) буде натикатися на них, не в змозі сам упоратися з ними, або ігноруватиме їх, що зробить беззахисною його наукову позицію.

Висловлене в однаковій мірі стосується як теорії, так й історії української журналістики. Але надалі предметом нашого розгляду стануть методологічні проблеми останньої дисципліни, оскільки їх обговорення вже розпочалося в нашій науці з дискусії завідувача Науково-дослідного центру періодики Львівської наукової бібліотеки ім. В. Стефаника Мирослава Романюка з методологічним розділом моєї книжки "Історія української журналістики: Підручник. Частина перша: Від журналістики в Україні до української журналістики" (Харків, 2000). Звернімо увагу на те, що в теорії журналістики українська наука може спертися на міжнародний досвід, а в розв'язанні проблем історії вітчизняної журналістики нам чекати сторонньої допо-



моги не доводиться; це наші проблеми й вирішити їх належить нам самим.

Протягом року М. М. Романюк тричі опублікував під різними заголовками у незначних текстових варіантах свою працю, що містить полеміку з моїми поглядами [2]. І оскільки сумарний тираж його праць уже істотно перевищив кількість примірників моєї книжки, то й уявлення про мої методологічні ідеї можуть сформуватися "за М. Романюком". Я б не вступав із шановним опонентом у публічну полеміку, якби його позиція виявилася достатньо слушною. Я належу до людей достатньо толерантних до чужої думки. Але справа ускладнюється тим, що у викладі М. Романюка моя позиція є цілковито сфальсифікованою. Це й спонукає мене, подякувавши шановному опоненту за примноження мого індексу цитування, викласти в поважному науковому виданні, розрахованому на всіх журналістознавців України, свою автентичну концепцію. Зрештою, було б цілком неправильно, якби розв'язання програмових питань залежало від нас двох. Мета цієї статті — винести їх на обговорення. В Україні теж повинен існувати ринок ідей, а перемагати повинна та з них, яка буде підтримана більшістю поважних науковців.

Вважаю за потрібне повідомити також, що з Мирославом Миколайовичем Романюком я особисто знайомий. Ми познайомилися на шостій конференції "Українська періодика: історія і сучасність", що проходила у Львівській науковій бібліотеці ім. В. Стефаника в травні 2000 року. Свою полеміку зі мною він виклав у доповіді на пленарному засіданні. Я глибоко вдячний голові засідання директорів бібліотеки доктору Л. І. Крушельницькій за надану можливість тоді ж виступити з роз'ясненням своїх позицій, які конференція сприйняла прихильно.

Але полеміка перемістилася на сторінки наукових видань, що спонукає мене на цьому рівні висловити свої заперечення М. Романюкові. Додам, що я глибоко шаную в його особі відомого всій Україні науковця,

який не лише сам є автором низки ґрунтовних досліджень, але й зумів організувати єдиний у нашій державі центр з вивчення української преси, де налагодив працю в справі бібліографічного опису видань, створення "матеріалів до енциклопедичного словника" "Українська журналістика в іменах", започаткував видання "Збірника праць науково-дослідного центру періодики". Центр мало не щороку проводить Всеукраїнські конференції "Українська періодика: історія і сучасність". Я не маю щодо цього чоловіка інших почуттів, окрім захвату його величезною працею, і полемізую з ним виключно як науковець, в ім'я спільного пошуку істини.

З трьох наукових праць М. Романюка я обираю книжку "Українське пресознавство на порозі ХХІ століття", оскільки тут представлено найповніший текст його дослідження. Питання, у поглядах на які ми з п. М. Романюком розійшлися, можуть бути зведені до певних рубрик, які й пропоную далі читачам.

**Перше.** М. Романюк приписує мені "нерозуміння того, що видання будь-якої праці із згаданої проблеми під заголовком "Історія..." не повинно мотивуватися призначенням конкретній аудиторії, а покликане насамперед виявити в процесі дослідження особливості преси на певних етапах її розвитку та відповідно визначати ці етапи чи періоди" [3].

Це звинувачення мене особливо здивувало. Справді, на відміну від М. Романюка, я вважаю, що наукові праці мусять писатися з урахуванням свого призначення й аудиторії, на яку розраховані. З огляду на це для науковців має бути створено дослідження одного типу, з належним науковим апаратом, висвітленням історії питання, якомога докладнішим розкриттям порушених проблем, але для широкого кола читачів потрібна інша книжка, яка б у простий спосіб виклала глибоку наукову проблематику. У зв'язку з цим стилістика розрізняє стилі власне науковий і науково-популярний.



Таке розуміння відповідає основному положенню теорії комунікацій. Тут існує закон: "Повідомлення завжди зорієнтоване на відповідного адресата" [4]. Далі Г. Г. Почепцов роз'яснює: "Комунікація — це завжди розмова з кимсь. У випадку масової комунікації автор орієнтується на відповідні інтереси масової аудиторії. У випадку щоденникових записів автор має за адресата самого себе, тільки в іншій координаті часу й простору" [4]. Згідно з теорією комунікацій, взагалі не існує безадресних повідомлень. "Дієвість комунікативного процесу визначається наявністю згоди між комунікаторами, — переконливо доводить В. В. Різун. — Згода між комунікаторами може виникати в результаті повного або часткового порозуміння. Ступенем порозуміння визначається ефективність комунікативного процесу" [5]. Згода і порозуміння можуть виникнути лише внаслідок врахування комунікантом інтересів комуніката. На цій zasadі будуються наукові та науково-популярні праці в усіх науках.

Якщо ми візьмемо наукову дисципліну, багатшу за історію української журналістики, наприклад історію української літератури, то зауважимо наявність тут різних типів видань. Існує "Історія української літератури" у восьми томах (К., 1967 - 1971). Ця праця створена колективом учених академічної установи — Інституту літератури ім. Т. Шевченка НАН України. Призначена вона науковцям, аспірантам, викладачам української літератури у вищих навчальних закладах. Але поруч з цим існують окремі навчальні книжки з історії української літератури певних періодів, призначені одні для студентів університетів та педагогічних інститутів, інші — для учнів середніх шкіл. Є навіть підручник для підготовчих відділень. Чим багатша наука, тим більше враховує вона читачку спеціалізацію.

Журналістикознавство тут істотно відстає. У нас немає ніякої праці під назвою "Історія української журналістики", адекватної до сучасних завдань. Праця А. Животко

"Історія української преси" [6] була створена понад півстоліття тому (перше видання — 1946) і хоч є класичним надбанням нашого пресознавства, але наука мусить рухатися далі. А "Історія української дожовтневої журналістики" [7] авторського колективу львівського журфаку писалася в такий час, коли автори не могли не стояти на засадах комуністичної партійності, а це виключало наукову об'єктивність. І от лише сьогодні ми нарешті можемо описувати й досліджувати справжню, реальну історію, але ми ще не маємо жодної "Історії". Нам ще належить її створити.

Проте її створення мусить відбуватися з цілковитим усвідомленням мети і адресата. Ця істина повинна стати набутком усіх, хто причетний до досліджень у галузі історії української журналістики. Нашим ідеалом, а можливо, і мрією має стати написання і багатомної академічної "Історії" і однотомного підручника для вищих навчальних закладів, створення глибоких наукових досліджень про окремі явища й періоди української журналістики і виготовлення популярного синтетичного нарису історії, який зможе читати широке коло читачів, зі школярами включно; наступним кроком на шляху розвитку нашої науки мусить стати створення підручників з окремих періодів історії журналістики і підручника зі спецкурсу для гуманітарних ліцеїв і гімназій. Слід зрозуміти, що чим розмаїтішим буде ринок наукових і науково-популярних пропозицій, тим краще будуть задоволені запити споживачів: творчої інтелігенції, науковців, аспірантів, викладачів історії журналістики, студентів, які цей предмет вивчають, школярів, що слухають спецкурси з журналістики, та просто допитливих громадян, які прагнуть знати культуру свого народу. Такого розмаїття слід прагнути, а не заявляти, що видання "Історії" "не повинно мотивуватися призначенням її конкретній аудиторії" (с. 18).

Друге. Предметом наших з М. Романюком розбіжностей у поглядах стали методологічні засади створення періодизації та й



самої історії української журналістики. Цей аспект тісно пов'язаний з попереднім, адже й тут мова йде про науковий плюралізм і толерантне ставлення науковців один до одного і до пропонованих ними концепцій.

Не деталізуючи особливо цей пункт, викладу основне. Я виходив з того, що між інтересами академічної і навчальної науки існують відмінності. Можливо, я й справді вжив для їх позначення не зовсім доречне слово — "суперечності".

"Викладені коротко, — писав я, — вони полягають у тому, що академічна наука має переслідувати мету найбільш повного опису історії преси в якомога повнішому (можливо, багатотомному) дослідженні, а навчальна наука переслідує мету створення підручника, розрахованого на викладання обширного матеріалу протягом обмеженої кількості годин, передбачених на вивчення цієї дисципліни навчальним планом" [8].

Виходячи з цих завдань, я визнав за незручне користуватися занадто деталізованою, "академічною" періодизацією М. Романюка, яка нараховувала 14 періодів, і запропонував свою періодизацію, що включала лише 4 складові. Перший період я описав у запропонованій першій частині свого підручника. Решта має бути описана у книжках такого ж обсягу. Таким чином, уся "Історія української журналістики" повинна вкластися в підручник обсягом біля 60 друкованих аркушів. Це також багато, але під силу освоїти студентам, особливо якщо врахувати, що йдеться про базову навчальну дисципліну, знання якої обов'язкове для становлення спеціаліста в галузі журналістики.

Це не тільки не перешкоджає М. Романюкові та його відділу створити дослідження за періодизацією цього автора, а навпаки, передбачає, що воно повинне бути створено. "Ідеальним варіантом, — писав я у своєму підручнику, — була б така послідовність: створення спочатку багатотомної академічної історії української журналістики, а потім виготовлення на її базі компактного й зручного для користування навчального

підручника. Але журналістська вища освіта існує в Україні давно і не може чекати тривалого процесу написання академічної історії журналістики, хоча, зрозуміло, її поява спричинить до появи нових навчальних книжок. Та вже сьогодні вищі навчальні заклади України, що здійснюють підготовку журналістів, потребують навчальної літератури. Отож, не чекаючи завершення академічної праці, науковці-викладачі мусять уже зараз братися за створення підручника з історії української журналістики" (с. 20).

Останній заклик я адресував собі. Головною мотивацією для написання підручника були студенти. Вони наївними очима зустрічали мене в аудиторії, і я не міг їм аргументовано пояснити, чому з мого предмету на дванадцятому році незалежності України не створено досі якісного сучасного підручника. І я зрозумів, що за нього треба братися.

Іван Франко писав 14 листопада 1883 року у листі до Уляни Кравченко: "Я собі звичайний чоловік і сам дуже добре почуваю свої хиби, але почуваюся до обов'язку працювати, що можу, працювати не для того, що я потрафлю якусь річ зробити добре, але для того, що другі або зовсім нічого не роблять, або роблять ще гірше від мене" [9].

Я теж узявся за цю величезну й важку працю не тому, що міг зробити її найкраще, а тому, що цього, окрім мене, ніхто не робив. Це сумна констатація факту, а не докір нашим науковцям. Адже на викладання цієї архіважливої дисципліни відводилася раніше й відводиться зараз за навчальним планом досить скромна кількість годин. На мій погляд, це неправильна позиція. Рівновагу журналістознавства повинні утримувати два крила: теорія та історія журналістики. Практичне навчання студентів має бути зрівноважене турботою про становлення творчої особистості журналіста, що можливе лише за наявності в його підготовці низки фундаментальних дисциплін, до яких у першу чергу належать вищезгадані.



У радянський час історія української журналістики не могла відбутися як наука. З неї викидалося все, що слугувало ідеї української державності, становленню й піднесенню національної свідомості й самосвідомості українського народу. А отже, могутня, повновода ріка української журналістики, що протікала через усю нашу новітню історію і вбирала її в себе, перетворювалася за допомогою радянських інтерпретаторів на вузький струмочок, точну характеристику якому дав С. Кость, зазначивши: "Комуністично-радянська преса була лише україномовною, але не українською за змістом і духом" [10, 111]. Для викладання історії журналістики в радянських вищих навчальних закладах залучалося занадто мало науково-педагогічних сил, щоб вони своєю працею змогли підняти таку обширну за предметом наукову дисципліну. У сучасних навчальних планах вже відбулося розширення годин на вивчення історії української журналістики, і цей процес має тривати далі в міру опанування нашою наукою глибшого рівня осмислення свого предмета. На цьому терені повинно працювати й більше науковців, які пропонуватимуть свої концепції матеріалу. Не слід боятися, що вони будуть відрізнятися. Ми живемо не в радянський час, щоб прагнути до єдиновірного вчення. Наше завдання зараз — створити ринок наукових ідей і поглядів, а час покаже, які з них витримають іспит на зрілість. Тому немає нічого ні дивного, ні страшного в проголошенні істини: академічна й навчальна науки — це два відгалуження одного явища, вони мусять користуватися нетотожними методами й прийомами викладу матеріалу.

**Третє.** М. Романюк заперечив саму періодизацію, запропоновану мною для підручника історії української журналістики. І якщо в попередньому пункті йшлося про мотивацію мого підходу, то тут мова заходить про саму сутність поняття "період". Відмінність між нашими позиціями можна стисло окреслити так: я прагну виділити

максимально об'ємні проміжки часу, у межах яких слід розглядати всю множинність послідовних і паралельних журналістських явищ; М. Романюк прагне максимально подрібнити періодизацію і кожне явище в ній назвати "періодом".

Для з'ясування істини загляємо до "Словника української мови", аби визначити зміст поняття. "Період, — прочитаємо тут, — проміжок часу, обмежений певними датами, подіями і т. ін." [11]. Це головне значення цього слова. Є ще й інші, але для нас актуальне це, перше. Зрештою, і наступні значення обертаються навколо первісного: період — це проміжок часу між певними датами, подіями, явищами.

Від загальновживаного слова "період" походить і термін "періодизація". Тут найкраще скористатися визначенням цього терміна в інтерпретації С. Костя. "Періодизація, — пише він, — це членування історичного процесу (і дослідницький прийом) з метою визначення часових проміжків (тобто окремих періодів) цього процесу; кожен із цих проміжків якісно відрізняється від попереднього і наступного, є цілісним, завершеним, але разом із тим органічним складником загального історичного процесу" [10, 122].

Поглянемо під кутом зору цих окреслених наукових понять на періодизацію М. Романюка. Я не розглядатиму всі 14 періодів, а лише методологію їх виокремлення. Для зручності я спинюся на кінцевій частині періодизації.

Одинадцятий період М. Романюк кваліфікує так: "Преса в Україні після Другої світової війни. Тоталітарна журналістика (1945 - 1990 рр.): її антинаціональний характер" (с. 15). Дванадцятий період визначений у такий спосіб: "Українська преса поза межами України. Преса української діаспори (1945 - 1990 рр.): преса в таборах переміщених осіб; українська преса нової повоєнної політичної еміграції" (с. 15-16). Тринадцятий період описаний так: "Українська підпільна і неформальна преса самвидаву (1960 - 1990 рр.): умови виникнення; публі-



цистика; громадянська поезія; напівлегальні видання (1957 - 1990 рр.), неформальні культурологічні видання; преса неформальних об'єднань і організацій" (с. 16).

Погляньмо уважно, про що тут ідеться. Про один період, що розміщений у проміжку часу між 1945 - 1990 роками і обмежений кінцем другої світової війни на початку і створенням Української незалежної держави в кінці. Цей період визначався єдиною політичною домінантою: відсутністю Української держави, маріонетковою сутністю УРСР, придушенням у ній виявів української самобутності, витісненням свідомого українського елементу в підпілля (дисидентство), на еміграцію. Ці процеси й зафіксував М. Романюк. Зафіксував цілком справедливо: цей період і справді складається з таких структурних одиниць і його вивчення можливе лише за названими напрямками. Але це не окремі періоди.

Розмірковуючи над хибами концепцій сучасних українських дослідників, С. Кость зазначив: "Запропоновані варіанти, схеми періодизації науково необґрунтовані, і, скоріше, нагадують не завжди переконливий і повний зміст історичних періодів. Автори констатують наявність певних груп, видів української преси. Це, зрештою, не періодизація, а класифікація журналістського матеріалу, структура монографічного дослідження" [10, 113]. І з ним важко не погодитись.

У своїй періодизації я намагався виділити великі за обсягом часу періоди, розуміючи те, що вони будуть містити в собі певну кількість паралельних історико-журналістських явищ, мати спільні сектори, хронологічно наштовхуватися один на одного. Унаслідок надзвичайної розмаїтості самої журналістики, особливостей її розвитку в Східній і Західній Україні та на еміграції, гнучкість періодизації мусить полягати в тому, що ми повинні змиритися з тим, що межі періодів будуть "плавати" залежно від конкретного матеріалу. Я не наполягаю й на тому, що мені вдалося відшукати для них найкращі назви.

Так, перший період я назвав "Російсько-українським" і поклав йому за кінцеву хронологічну межу Валуєвський циркуляр 1863 року, після якого існування української журналістики в Росії унеможливилось. Але другий період, названий мною "Австро-українським", оскільки Західна Україна стає головним центром розвитку української журналістики, розпочинається не в 1864 році, а в 1848 році, бо з цієї дати, з "Весни народів" здійснюється справжнє становлення тут української журналістики. Так само "плавають" межі й інших періодів, їх треба окреслити приблизно, визначивши сутність історико-журналістських епох, а не розпочинаючи запеклу дискусію з приводу кожної конкретної дати.

Зрештою, слід поставити собі головне запитання: для чого потрібна періодизація? Вона — наукова проблема і інструмент аналізу історичного процесу. Вона — наукова проблема, тому що вдало окреслений період служить найкращим інструментом аналізу історичного процесу. Найкращим її виправданням є перетворення періодизації на інструмент, тобто створення відповідно до неї наукових досліджень з історії журналістики. Лише в процесі застосування періодизація доводить свою продуктивність. Без застосування на практиці вона перетворюється на абстрактну, схоластичну, мало кому цікаву проблему.

Я створив свою періодизацію для того, щоб написати згідно з нею підручник (навчальну книгу, не академічне дослідження) з історії української журналістики. У ньому будуть описані усі ті явища, які виділяє й М. Романюк, але я не надаю їм статусу періодів, вважаючи періодом проміжок часу між певними датами і/чи подіями, в якому може існувати множинність послідовних чи паралельних явищ.

**Четверте.** З великим здивуванням прочитав у книжці М. Романюка його характеристику проробленої мною праці. "Зміст першої книги автора засвідчує, — твердить мій опонент, — що мова йде не про історію жур-



налістики, а радше про історію іншомовних періодичних видань" (с. 19).

Ще в 1923 році на сторінках журналу "Бібліологічні вісті", що видавався Українським науковим інститутом книгознавства, відбулася дискусія про засади вивчення історії української преси, у процесі якої був спростований етнографічний принцип її дослідження, а утверджено територіальний, тобто запропоновано вважати частиною нашої культури видання всіх народів і всіма мовами, що виходили на території України. Не хотілося, щоб ми знову поверталися до вже обговореної й розв'язаної проблеми.

Відтоді розглядати історію української журналістики на етапі її становлення неможливо без врахування тієї очевидної істини, що бездержавність української нації спричинилася до пізнього виникнення нашої журналістики і певного періоду її існування іншими мовами.

З розгляду французьких, польських, німецьких, російських видань починаю і я історію української журналістики, ступаючи по шляху численних дослідників української преси цього періоду: В. Г. Дмитрука, Ів. Кревецького, П. Я. Лещенка, А. М. Ніженець, П. М. Федченка, авторів "Історії української дожовтневої журналістики"; до них ще раніше російськомовну журналістику розглядали як неминучий елемент української культури М. Драгоманов, І. Франко, С. Єфремов, М. Зеров. "Піонером української журналістики" вважав Аркадій Животко "Украинский вестник" [6, 40]. А другий видатний дослідник української журналістики в діаспорі Ю. Тернопільський писав так: "Початки української преси — це 1816 р. (поява у Харкові часопису "Украинский вестник", що друкувався російською й українською мовами)" [12].

А отже я написав не "історію іншомовних періодичних видань", а історію української журналістики, яка в той початковий період мала саме такий вигляд. Тут уже нічого не поробиш. Упослідованість українства як національної спільноти призвела саме до та-

кого становища: до своєї української за мовою й духом журналістики треба було пройти тернистим шляхом навчання в сусідів і виборювання свого права публічно вживати українське слово. Це я й показую в своїй книзі.

Але це питання засадничо ще більш об'ємне. Не тільки в початковий період в українській журналістиці були представлені видання іншими мовами. Хіба "Киевская старина" не мусить бути предметом вивчення в нашій історії преси? Хіба не в ній друкувалися І. Франко, С. Єфремов, В. Винниченко, В. Науменко, М. Коцюбинський, І. Нечуй-Левицький, Панас Мирний? Але ж цей журнал видавався російською мовою. Усім науковцям повинно бути відомо чому. І цей журнал упродовж усієї історії свого існування боровся за право друкувати твори українською мовою і домогся цього. Це був орган свідомого українства, незважаючи на те, що вимушено він виходив російською мовою.

Хіба не входить до предмета історії української журналістики німецькомовний журнал "Ukrainische Rundschau" ("Український огляд"), що видавався на початку XX століття у Відні й спричинився до популяризації української культури й національної ідеї в світі? Запитання риторичне.

М. Романюк зауважує мені: "потрібно було б проаналізувати не тільки російськомовні видання, а й періодику іншими мовами" (с. 19). Звичайно, потрібно, але не в підручнику, а в академічному дослідженні. Я ж спинився на тих найголовніших виданнях, у яких відбувався безупинний рух до народження української національної свідомості й української журналістики. А це відбувалося в "Украинском вестнике", а не в "Dzenniku patriotycznych politykow" ("Щоденникові патріотичних політиків"). Тому перше видання докладно аналізується, а друге лише згадується. Адже це підручник, де повинне міститися лише найважливіше.

Трохи далі М. Романюк зауважує: "За логікою історичного розвитку, то в історії



української преси мали бути й польсько-, румунсько-, чехословацько-українські періоди" (с. 20). Періоди — ні, а явища — так. І вони мусять справді вивчатися в історії української журналістики. Наприклад, журнал "Пороги" — часопис для українців у Чеській республіці — мусить вивчатися в новітній історії нашої журналістики як чесько-українське явище. Тут недоречна іронія, а потрібен об'єктивний науковий підхід, як і до інших питань. Ці явища залежно від їхнього масштабу можуть бути висвітлені або ні в підручнику з історії журналістики, але академічна наука мусить знати про них і мати їх у колі свого предмета.

**П'яте.** М. Романюк зауважує: "Однак чи можна альманахи однозначно відносити до періодики — питання дискусійне" (с. 19). Тож я хочу висловити свій погляд на це дискусійне для М. Романюка питання.

Воно також розв'язане в нашій науці. Традиція розглядати альманахи 30-50-х років і пізнішого часу в історії української журналістики складалася в працях усіх перелічених мною вище авторів. З яких методологічних уявлень вони виходили? Передусім з тих, що альманахова форма існування була неминучою для української журналістики в умовах сталого її переслідування в царській Росії й почасти в Австрії в XIX столітті.

Альманахи в цих умовах стали плацдармом згуртування культурних сил на українському ґрунті, забезпечили можливість реалізації саме журналістських потягів українства. Їх упорядники демонстрували рух у напрямку до налагодження періодичності виходу, видавали альманах у кількох томах, спираючись в основному на російську мову, дбали про присутність українських творів та досліджень з української історії та культури. Погляньмо на "Утреннюю звезду", "Молодик", "Записки о Южной Руси" — це живі праобрази журналів.

В іншій, більш багатій, національній історії журналістики, можливо, й доречним було б не включати до її предмета альмана-

хи, але в нашій ситуації об'єктивність наукового підходу вимагає це зробити. Що й позначилося на всіх без винятку дослідженнях початкового періоду історії української журналістики. І на моєму також.

**Шосте.** М. Романюк приписує мені таке: "І. Л. Михайлин пропонує не "припинюватись" до бібліографії преси" (с. 21). Справді, слова "не припинюватись" є в моєму тексті, але йдеться там зовсім про інше. І я хочу це ще раз пояснити читачам, які не читали мою книгу.

Ідею запровадити в історію журналістики поняття "предмет бібліографії", "предмет критики" і "предмет історії" я запозичив у Пантелеймона Куліша. Якось, рецензуючи в "Основах" недолугі книжечки українських авторів типу якогось Придніпрянця і Марка Онука — хто сьогодні пам'ятає ці імена? — він зауважив, що їхні "писані теревені" не є предметом критики, а є лише предметом бібліографії. Малося на увазі, що критика як мистецтво інтерпретації не має що робити з відверто графоманськими творами.

Історія літератури весь час користується (свідомо чи несвідомо — інше питання) виділеними поняттями. Одні її явища, будучи дуже слабкими в художньому відношенні, залишаються фактами бібліографії, про них навіть критиці нічого сказати. Критика ж має справу з сучасним літературним процесом і за допомогою аналізу відділяє зерно від половини, встановлює корпус класики, яка стає предметом вивчення вже в історії літератури.

Історія журналістики засадничо має справу з більшою кількістю фактів, ніж історія літератури, тому науковий аналіз історико-журналістського процесу неможливий без правильно застосованого принципу відбору: якісь видання взагалі не будуть згадані в історії журналістики як малозначущі явища (факти бібліографії), якісь будуть розглянуті лише в оглядових розділах (факти критики), а окремим виданням будуть присвячені цілі розділи з докладним дослідженням їхніх матеріалів, літературного та публіцистичного



складу, редакторського та авторського колективів, що працювали в них і т. д. (факти історії).

Лише таке розрізнення дозволить відбутися історії журналістики як науці. Якщо вона, не розрізняючи головного й другорядного, доленосного й приватного візьметься описувати все, то навіки залишиться емпіричною наукою, нездібною створити власну теорію матеріалу.

"Варто зазначити, — писав я в своїй "Історії", — і в цьому питанні розбіжності завдань академічної й навчальної науки. Перша мусить орієнтуватися на вичерпність, домагатися повноти освоєння історико-журналістського процесу. Друга, навпаки, не відбудеться без свідомого обмеження, без вибірковості, а відтак повинна зупиняти свою увагу переважно на останній групі явищ, звертаючись при потребі й до аналізу другої групи і ніколи не принижуючись до першої" (с. 23). От у такому розумінні я писав про неможливість принижуватися до фактів бібліографії.

Щоб мене зрозуміли остаточно, вдамся до такого прикладу. На Харківщині існує двадцять сім районних і міськрайонних газет. Чи можливо й чи потрібно розглядати кожну з них окремо в підручнику з історії української журналістики? Ясна річ — ні. Досить узяти одну найкращу газету (а в нас така є "Голос Лозівщини" — рекордистка на всю Україну по тиражу серед аналогічних видань) і на її прикладі показати типові процеси і явища, що характерні для районної преси. Це не виключає можливості й необхідності створення монографічного дослідження на тему "Районна преса Харківщини", в якому розглядові буде піддано кожну газету окремо. Але це й буде в першому випадку навчальний, а в другому — академічний підхід.

Тепер усім має стати очевидним, що п. М. Романюк виклав зовсім не мої погляди, приписав мені те, чого в моєму тексті не існувало. Навпаки, я з глибоким пієтетом ставлюся до бібліографічної роботи. Але не

вважаю, що написання історії журналістики, особливо підручника, якого потребують усі факультети й відділення журналістики, має бути відкладено до завершення бібліографічної роботи. Ці процеси можуть і повинні йти паралельно.

**Сьоме.** М. Романюк пише: "Дискусійним є питання, що історія журналістики, на переконання автора (тобто моє. — І. М.) повинна охоплювати саме такі складові: власне історію періодичних видань, критики, публіцистики, документалістики, літератури і науки" (с. 21). Хочу додати до цього те, що мені бачиться засадничо важливим: "З деякою метафоричністю, — писав я в підручнику, — можна твердити, що історія журналістики тотожна історії цивілізації" (с. 25).

Роз'яснити мою позицію мені допоможе щойно виданий бібліографічний покажчик дисертаційних досліджень, що захищалися в спеціалізованій раді Інституту журналістики Київського національного університету ім. Т. Шевченка, дбайливо упорядкований професором Б. І. Черняковим [13]. Я просто вибірково назву, користуючись ним, дисертаційні дослідження останніх років з кожного названого мною напрямку.

Отже, історія

— періодичних видань представлена в докторській дисертації Н. М. Сидоренко "Українська таборова преса першої половини XX століття: проблеми національно-духовного самоствердження" (2000);

— літературної критики розкриває кандидатська дисертація С. М. Квіта "Літературно-критична й журналістська діяльність Михайла Рудницького у 1910 - 1930-х роках" (1997);

— публіцистики висвітлена в кандидатській дисертації Б. В. Залізняка "Прогностичне спрямування проблем духовного і політичного самоздійснення нації у публіцистиці часопису "Листи до Приятелів" (1997);

— документалістики є предметом кандидатської дисертації З. А. Безверхої "Жанрові та лескико-стилістичні особливості матеріа-



лів преси з проблем Чорнобильської аварії на ґрунті їх кваліметричного та семантичного аналізу" (1997);

— літератури входить як складова частина до докторської дисертації М. М. Веркальця "Художня та науково-публіцистична орієнтація А. Кримського у контексті літературного й культурного процесу України II пол. XIX — поч. XX ст." (1997);

— науки (тут мені легше скористатися не довідником, а прикладом праці, виконаної в Харківському національному університеті ім. В. Н. Каразіна) представлена в кандидатській дисертації В. В. Бездрабко "Журнал "Краснзнавство" та його роль у розвитку історичних регіональних досліджень 1920 — 1930-х років" (2000).

Тепер кожному видно, що я нічого не вигадав, а лише спирався у своїх висновках на вже наявну практику історико-журналістських досліджень.

На цьому я вичерпав усі аспекти, які викликали заперечення М. Романюка, але ще дві теми не дають мені спокою і я висловлюся щодо них.

**Восьме.** Щонайважливішим питанням є пошук загальноприйнятого критерію, на підставі якого створюється періодизація історії української журналістики.

"Критична оцінка вже напрацьованих варіантів періодизації історії української журналістики, — пише про це М. Романюк, — висунула перед науковцями актуальне завдання: шукати нові більш органічні і властиві предметові вивчення критерії (принципи) періодизації. І одним із таких може бути хронологічно-проблемний (тематичний) принцип, відповідно доповнений принципом регіональним, що дасть можливість відтворити національно-етнічну специфіку української преси" (с. 13).

Зовсім недавно в обговоренні цієї проблеми узяв слово С. А. Кость, запропонувавши вважати ідею державності критерієм періодизації журналістського процесу. Не вдаючись до детального викладу його аргументації, наведемо його завершальні су-

дження. "Цей критерій, — твердить дослідник, — історично вагомий (містить найвищий національний ідеал), універсальний (стосується усіх ділянок життєдіяльності українського народу в усі часи), історично неперервний (навіть за втрати державності ідея існувала в історичній пам'яті народу), однорідний, однозначний і внутрішньо несуперечливий. Отже, ідея державності має всі підстави для того, щоб нею користуватися як методологічним принципом періодизації журналістського процесу" [10, 124].

Запропонований С. А. Костем варіант і є наповненням конкретним змістом доволі абстрактної хронологічно-проблемної (тематичної) засади М. Романюка. Я, пропонуючи свою періодизацію історії української журналістики, не був ознайомлений з науковими пошуками С. Костя, але внутрішньо орієнтувався саме на цінність української державницької ідеї й опанування її українським народом. Тому моя періодизація принаймні не суперечить цьому критерію. А реальне створення історії української журналістики відповідно до неї засвідчить продуктивність саме такого підходу до осмислення журналістського процесу.

**Дев'яте.** Розмірковуючи над методами створення історії журналістики, М. Романюк називає їх три.

Перший — бібліографічно-описовий, "характерний для початкової стадії наукового опрацювання періодики" (с. 32).

Другий він називає комплексно-аналітичним методом, даючи йому таку кваліфікацію: "Це поєднання різних методів: системно-хронологічного, історико-описового й аналітичного, проблемно-тематичного, жанрового, біографічного, бібліографічного" (с. 32). Якщо заплітати очі на останню "бібліографічну" складову другого методу, яка невідомо чим відрізняється від першого, а також на "жанровий" елемент у ньому (?), то цей комплексно-аналітичний метод можна зрозуміти як універсальне поєднання всіх можливих аспектів дослідження історії журналістики.



Але на вершині методичної піраміди М. Романюк розміщає третій, "дуже перспективний", "монографічний метод", розуміючи під ним "дослідження преси певних регіонів, окремих видань, що посіли чільне місце в історії української журналістики" (с. 32).

Хто мені пояснить, що таке "монографічний метод"? Такого немає. Є жанри наукових досліджень: статті, дисертації, монографії, доповіді і т. д. Але поки ми будемо уявляти, що існує "монографічний метод", ми будемо ще довго блукати в методологічних хащах.

Читаючи останнім часом непоодинокі дослідження з історії української журналістики, я помічаю, що нашої науці найбільше загрожує емпірика, безкрила описовість, засилля дрібязковості, невміння бачити головне. Ми перебуваємо в лабетах позитивізму. Він і є провідним методом багатьох праць з історії української журналістики. Причина такого стану — величезний обсяг матеріалу і складність вироблення в таких умовах узагальнюючих ідей і теорій. Тим більше слід цінувати синтетичні дослідження, первісно спрямовані не на вивченні одиничного, а на пошук загального, концептуального дискурсу.

Метод, який покладено в основу моєї "Історії", я кваліфікую як старий, випробуваний часом культурно-історичний метод. В науці його виникнення пов'язують з ім'ям Іпполіта Тена і зводять до тріади: "раса", "середовище", "момент". Але свого часу я довів притаманність цього методу літературно-критичному мисленню Миколи Костомарова на ціле покоління раніше, ніж він був сформульований французьким істориком літератури [14]. Ним користувався Пантелеймон Куліш. У застосуванні до літератури сутність цього методу полягає в розгляді явищ у широкому контексті історії та культури, в оголошенні предметом науки самого літературного процесу, сприйнятого еволюційно; в дослідженні національного характеру як головного героя літератури.

У застосуванні до історії української журналістики цей метод означає сприйняття її явищ на широкому тлі суспільного розвитку, розуміння журналістики як елемента культури, могутнього чинника пробудження національної свідомості, сприйняття суб'єктів журналістської творчості як громадських діячів, що словом (Словом!) створювали дім української державності. Цей метод дозволяє зрозуміти подвійну функцію журналістики: з одного боку, пасивну, як дзеркала громадського життя, а з другого боку, активну, як творця й учасника історичного процесу.

Я вважаю його плідним і продуктивним, а можливо, в чомусь і найзручнішим у справі вивчення такого розмаїтого й міцно пов'язаного з суспільним життям предмета, яким є журналістика.

На закінчення приведу такі методологічні роздуми. На відміну від природничих наук, де не може існувати двох редакцій одного закону, у гуманітарних науках наявність кількох можливих (і достовірних) моделей предмета — явище звичайне і зрозуміле. За найкращий приклад тут знову може правити літературознавство. Адже такий предмет, як історія української літератури, має свої моделі в "Історіях української літератури" Михайла Грушевського, Дмитра Чижевського, Сергія Єфремова (назва — "Історія українського письменства"), Богдана Лепкого (назва — "Начерк історії української літератури") та інших авторів. Наука тільки виграє від наявності багатьох авторських концепцій матеріалу, а сукупне, суспільне розуміння предмета стає внаслідок цього глибшим, виразнішим. До такого рівня мусить рухатися й історія журналістики, не лякаючись а прагнучи, щоб у ній з'явилася модель Мирослава Романюка і Наталі Сидоренко, Ігоря Михайлина і Михайла Нечиталюка, Володимира Владимірова і Степана Костя, й інших авторів. Множинність поглядів і плюралізм інтерпретацій мусить стати нормою нашого наукового життя.



1. Буржуазные теории журналистики (Критический анализ). — М.: Мысль, 1980. — С. 102.
2. Романюк Мирослав. Українська історико-журналістська наука на порозі XXI століття // Українська періодика: Історія і сучасність / Доп. та повід. шостої Всеукр. наук.-теорет. конф. 11 - 13 трав. 2000 р.; за ред. М. М. Романюка. — Л., 2000. — С. 9-41; він же. Українське пресознавство на порозі XXI століття. — Л.: Б. в., 2000. — 110 с.; він же. Українське пресознавство: наукові принципи і методи досліджень // Збірник праць кафедри української преси. — Л., 2000. — Вип. 3. — С. 281-293.
3. Романюк Мирослав. Українське пресознавство на порозі XXI століття. — Л.: Б. в., 2000. — С. 18. (Далі в тексті при посиланні на це видання зазначаються сторінки).
4. Почепцов Георгій. Теорія комунікації: 2-ге вид., доп. — К.: РВЦ "Київський університет", 1999. — С. 59.
5. Різун В. В. Природа й структура комунікативного процесу (лекція друга). — К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2000. — С. 25.
6. Животко А. П. Історія української преси / Упоряд., авт. іст.-біогр. нарисів та приміт. М. С. Гімошик. — К.: Наша культура і наука, 1999. — 368 с.
7. Історія української дослідницької журналістики. — Л.: Вища школа, 1983. — 511 с.
8. Михайлин І. Л. Історія української журналістики: Підручник. Ч. 1: Від журналістики в Україні до української журналістики. — Х.: ХІФТ, 2000. — С. 19. (Далі в тексті при посиланні на це видання зазначаються сторінки).
9. Франко І. Я. До Уляни Кравченко. Від 14 листопада 1883 року // Франко І. Я. Збір творів. У 50 т. — К., 1986. — Т. 48. — С. 371.
10. Кость Степан. До питання про періодизацію західноукраїнського процесу першої половини XX ст. // Збірник праць кафедри української преси. — Л., 2000. — Вип. 3. — С. 111.
11. Словник української мови. — К.: Наукова думка, 1975. — Т. 6. — С. 325.
12. Тернопільський Ю. Українська преса з перспективи 150-ліття. — Джерзі Ситі, 1974. — С. 10.
13. Українське журналістознавство. Дисертаційні дослідження, 1982 — 2000 рр.: Бібліографічний покажчик / Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики. Укладач Б. І. Черняков. — К., 2000. — 63 с.
14. Михайлин Ігор. Методологічні пошуки в українській критиці та історії літератури XIX ст. // Літературознавство: Матеріали III конгресу Міжнародної асоціації україністів (Харків, 26 - 29 серпня 1996 р.). — К., 1996. — С. 51-59.



А. І. Мамалига,

д. філол. н., проф.

Ю. П. Єлісєнєнєв,

к. пед. н., проф.

УДК 070 (371. 132; 81'233)

## Ділова гра у педагогічно-мовленнєвій підготовці магістрів журналістики

*"Гра... наділена двома най-  
благороднішими якостями,  
що їх ми здатні розрізняти в  
речах: ритмом і гармонією"*

[1, 17].

Вагомість ігрових компонентів у педагогічній практиці підтверджена не лише практично, але й теоретично. Особливо це стало відчутним у зв'язку із запровадженням в останні десятиліття широкої палітри оновлених і новітніх форм організації навчального процесу.

Перехід української освітньої системи на рейки європейської багатоступеневої освіти зобов'язує і вітчизняну науково-педагогічну громадськість наполегливо працювати над пошуком, упровадженням нового у навчальну і виховну роботу.

Ділова гра в контексті сучасних педагогічних реалій належить до інноваційних форм, хоча з огляду на історію самої гри, як такої, подібне твердження здається трохи парадоксальним.

Немає сумніву в тому, що ділова гра може розглядатися з різних позицій, під будь-яким кутом зору і до того ж фахівцями різноманітних спеціальностей. Нас цікавлять її педагогічні та філологічні засади у процесі педагогічно-мовленнєвої підготовки магістрів журналістики. Звичайно, чимало залежить від місця ділової гри в системі на-

вчальних форм, від дидактичної мети та проблемних завдань, які розв'язуються за її допомогою. Відповідно до цього ділова гра сприймається як форма, спосіб чи власне засіб досягнення певних дидактичних і виховних цілей, результатів, наслідків. А тому подібна варіативність її родового визначення є цілком обґрунтованою та логічною.

Принциповою особливістю ділової гри є її проблемно-ситуативний характер, бо вона передбачає визначення певних професійних завдань і спонукає до пошуку правильних варіантів їх виконання. Саме таким чином, через гру, відбувається включення майбутніх фахівців у сферу їхньої професійної діяльності.

Звернемо увагу на важливий науковий висновок, який свого часу зробив Т. А. Міннібаєв. Він, зокрема, наголошує: "...активні (ігрові) методи навчання здійснюють більш мобілізуючий вплив на працездатність студентів, аніж інформаційні" [2]. Отже, для формування у майбутніх фахівців потрібних професійних якостей ділова гра може бути більш ефективною, аніж деякі традиційні компоненти лекції чи семінару.

Важливими, з нашого погляду, є також психологічні аспекти ділової гри. Вони, безумовно, багатопланові, але слід звернути особливу увагу хоча б на деякі з них. По-перше, це стан певної психологічної готовності до розв'язання у процесі гри тих чи



інших фахових завдань. Унаслідок цього формується і професійна готовність майбутніх фахівців як вища форма фахової зрілості й спроможність вести самостійну діяльність. По-друге, важливе значення має чуттєво зумовлений настрій учасників ділової гри, оскільки він сприяє подальшому зростанню їхньої пізнавальної активності. По-третє, набутий ними у процесі гри реальний практичний досвід сприяє закріпленню знань, навичок, умінь, а також появі на основі пережитих почуттів своєї власної професійної зацікавленості та впевненості.

Безсумнівним є факт, що ділова гра дає можливість не лише сформувати, розвинути й поглибити професійні здобутки, але й виявити фонові знання, їх міжпредметні зв'язки, діапазон фахового використання.

На жаль, різноманітні дидактичні аспекти ділової гри недостатньо використовуються у сучасній вітчизняній педагогічній практиці. Не вистачає також і фундаментальних досліджень, які б узагальнили і поширили прогресивний досвід застосування цієї визнаної у світі й значущої навчально-технологічної форми. Вона широко використовується в університетах Європи, Америки, а за останні десятиліття спостерігаємо відчутне зацікавлення нею в країнах Прибалтики [3], Росії [4], України [5].

Сьогодні ділова гра пропонується науковцями і педагогами як ефективна форма навчальної роботи [6], засіб формування професійних навичок і вмінь [7], розвитку і вдосконалення мовленнєвих здібностей студентів [8], етики спілкування [9; 10] тощо.

Наведені посилання на наукові джерела свідчать також, що значна активізація уваги до ділових ігор пов'язана з уведенням до навчальних планів дисциплін ділової комунікації та розширенням кола предметів лінгво-риторичного циклу.

Розглянемо конкретний зміст та науково-методичні засади розробленої нами ділової гри "DOCENDO DISCIMUS" (крилатий латинський вислів: "Навчаючи, вчимося"). Її дидактичні цілі можна сформулювати так:

1. Виявити рівень здобутих педагогічних та фонових знань, сприяти їх розвиткові та закріпленню.

2. Прищепити студентам (магістрантам) навички використання навчальних ігрових форм та засобів активізації в цих умовах уваги аудиторії під час викладання фахових дисциплін.

3. Удосконалити навички вербального і невербального спілкування.

Виховна мета: Сприяти вихованню у магістрантів таких рис, як активність, самостійність, відповідальність, толерантність, моральність тощо.

Запропонована ділова гра призначена для використання як різновид практичного заняття або як одна з форм тренування та перевірки знань з курсу "Педагогічна майстерність". За умови включення інших завдань для конкурсів, що пропонуються, вона може бути запроваджена у процесі вивчення будь-якої іншої дисципліни, у тому числі фахової.

Ділова гра "DOCENDO DISCIMUS" проводиться між двома командами, але передбачає не лише групові, а й індивідуальні змагання. Для створення чітких конкурсних засад, справжньої змагальної атмосфери потрібно організувати роботу журі та тих, хто буде здійснювати ведення програми. До участі в журі можна запросити викладачів, а програму мають вести самі магістранти.

Місцем проведення гри може бути як навчальна аудиторія, так і актовий зал. У будь-якому випадку потрібен певний ігровий простір. Зрозуміло, що сцена є найбільш бажаним і зручним місцем для цього, але за певних умов підійде і лекційна або просто навчальна аудиторія. Необхідно, звичайно, у цьому випадку уточнити вибір місця для вболівальників і глядачів.

Час проведення цієї гри орієнтовно може бути пов'язаний із вивченням курсу "Педагогічна майстерність", початком чи завершенням педагогічної практики тощо.

Тексти для тих, хто буде вести гру, можуть бути підготовлені організаторами чи



мати довільний характер. Якщо вони готуються організаторами гри заздалегідь, то запис їх слід подавати у діалогічній формі з відповідними ремарками. Наприклад, вступна частина гри може мати приблизно такий вигляд:

Зал святково прибраний. За 5-10 хвилин до початку запрошують до нього гостей, членів журі, вболівальників, глядачів. У визначений час, без запізньєв, на сцену піднімаються двоє магістрів у мантиях і конфедератках.

Магістр І: Добрий день, любі друзі!

Магістр ІІ: Ми раді вітати вас на нашому змаганні у діловій грі "DOCENDO DISCIMUS" — "НАВЧАЮЧИ, ВЧИМОСЯ".

М. І: Ваші світлі, усміхнені обличчя будуть надихати нас на успіхи.

М. ІІ: Дякуємо вам, що завітали до нас на гру, ми разом з вами спробуємо зараз створити в цьому залі справжній святковий настрій.

М. І: Нам приємно бачити тут і керівництво інституту, і членів журі, і наших славних викладачів.

М. ІІ: Ми з великою повагою ставимося до вас і готові цієї ж миті поступитися місцем на сцені.

М. І: Просимо Вас, Володимире Володимировичу!

На сцену піднімається директор інституту. Магістри йдуть за лаштунки або відступають на другий план і тримаються ближче чи до порталів, чи до країв ігрового простору.

Директор у своїй промові вітає майбутніх магістрів із початком (закінченням) педагогічної практики і, називаючи їх колегами, зичить успіхів на педагогічній ниві. Після привітання директор повертається до залу.

На сцену виходять магістри, які ведуть програму.

М. ІІ: Дякуємо, Володимире Володимировичу, за привітання — нам особливо приємно було почути його від Вас.

М. І: Як це чудово звучить — колеги!

М. ІІ: Для нас у цьому слові ніби здійснення мрії.

М. І: А ще — відповідальність, серйозність, готовність до самостійної педагогічної праці.

М. ІІ: Упевнитись у цьому нам допоможе ділова гра "DOCENDO DISCIMUS" — "Навчаючи, вчимося", як говорили давні римляни.

М. І: На сцену запрошуються команди магістрантів.

Лунає музика. Під оплески вболівальників команди виходять на сцену і займають свої місця ближче до правового і лівого порталів відповідно.

М. ІІ: Отже, вітаємо команду "Софія"! (Оплески.)

М. І: І команду "Мельпомена"! (Оплески.)

\* \* \*

Ділова гра "DOCENDO DISCIMUS" складається з кількох типів змагань. Найпершим пропонується конкурс "Моя візитка". У ньому члени команди представляються у такий спосіб: називають своє ім'я, прізвище, навчальний предмет, який будуть викладати, додають коротке гасло свого творчого кредо або надзавдання своєї педагогічної практики. Наприклад: "Нести розумне, добре, вічне."; "Завжди і скрізь боротися з нудьгою!"; "Шануймося, бо ми того варті!"; "Прийшов, побачив, переміг!"; "Плекати мистецтво у всьому, а головне в собі та людях" тощо.

М. ІІ: Запрошую капітанів команд узяти участь у жеребкуванні.

Їм пропонується два конверти із записками такого змісту: "Ми починаємо", "Ми продовжуємо".

М. І: Прошу відкрити конверти і оголосити результати жеребкування. Отже, починає команда ...

М. ІІ: (Після представлення останнього члена цієї команди.) Дякуємо вам! Запрошуємо команду ...

М. І: (Після представлення останнього члена цієї команди.) Дякуємо! Просимо журі оцінити візитки команд.



Журі ставить оцінки кожній команді по одному балу за вдалу візитку, але не більше 5 балів на кожну команду.

М. II: У наступному конкурсі ми намагалися поєднати педагогічний зміст із журналістською формою.

М. I: А тому й назвали його — "Ваш коментар".

М. II: У ньому вам, звичайно, знадобиться і студентська кмітливість, оперативність.

\* \* \*

Привертає навіть мимовільну увагу викарбуваний над дверима Лондонської біржі великий напис: "Мое слово — закон". Коли ми запитали студентів, як його можна розтлумачити в цій ситуації, то почули різні відповіді. Це був один із тестів на доцільність уведення в ділову гру рубрики "Ваш коментар".

\* \* \*

М. I: Запрошуємо капітанів команд отримати матеріал для коментарю.

Поки капітани вибирають конверт із завданням, магістр II повідомляє умови конкурсу.

М. II: Цей конкурс буде оцінюватися за п'ятибальною системою.

\* \* \*

Зауважимо, що матеріал для коментарю складається з висловів відомих мислителів, педагогів, учених про навчання, виховання, етику, мораль. Наводимо чималу добірку таких прикладів, а щодо їх кількісного і тематичного складу вирішувати організаторам.

Мистецтво виховання має ту особливість, що майже всім воно здається ділом знайомим і зрозумілим, а деяким навіть ділом легким, — і тим зрозумілішим і легшим здається воно, чим менше людина з ним знайома, теоретично чи практично. Майже всі визнають, що виховання потребує терпіння, але далеко не всі дійшли переконання, що, окрім терпіння, природжених здібностей і навичок, необхідні ще й спеціальні знання, хоча численні наші педагогічні блукання могли б усіх переконати у цьому.

УШИНСЬКИЙ

Протиотрутою невігластву є освіта, якою в школах повинні бути насичені душі молодих людей. Але ж освіта мусить бути істинною, повною, ясною і міцною. Вона буде істинною, якщо викладаються ті предмети, що є корисними для життя, щоб опісля не довелося чути скарг на кималт. "Ми не знаємо необхідного, бо ми його не вивчали". Вона буде повною, якщо розум обробляється для мудрості, язик для красномовства, руки для майстерного виконання необхідних в житті дій. Ці три речі — розум, дія і мовлення — і є сіллю життя. Освіта буде ясною, а тому міцною і ґрунтовною, якщо все те, що викладається і вивчається, буде не темним і плутаним, а світлим, роздільним і розчленованим, як пальці руки.

КОМЕНСЬКИЙ

Поки жива мова народна в устах народу, до того часу живий і народ.

УШИНСЬКИЙ

Хто добре запалився, той добре почав, а добре почати — це наполовину завершити.

СКОВОРОДА

Без будь-кого з нас Батьківщина може обійтися, але будь-хто з нас без Батьківщини — ніщо.

СУХОМЛИНСЬКИЙ

Розвиток і освіта жодній людині не можуть бути подані або повідомлені. Кожен, хто бажав до них залучитися, повинен досягти цього власною діяльністю, власними зусиллями, власною напругою. Іззовні він може одержати лише збудження... Тому самодіяльність — засіб і водночас результат освіти.

ДІСТЕРВЕГ

Старих шануй, як отця, а молодих — як братів.

МОНОМАХ



*І виховання, і навчання є неподільними.  
Не можна виховувати, не передаючи знань,  
будь-яке ж знання діє виховуючи.*

Л. ТОЛСТОЙ

*Кожен день, в який ми не поповнили своєї  
освіти хоча б маленьким, але новим для нас  
шматком знань... вважайте безповоротно  
для себе втраченим.*

СТАНІСЛАВСЬКИЙ

*Є мільйони людей з вищою освітою, які  
все знають, але нічого не мають — нічого  
святого.*

В. МОРОЗ

*...Хама, самовдоволеного і розперезаного,  
обтяженого рабським комплексом зневаги  
до слабших і залежних, позбавленого мо-  
ральних обов'язків, — не дай, Боже, наділи-  
ти його силою, правами і владою пана.*

Є. СВЕРСТЮК

*Якщо ти навчаєш, намагайся бути стис-  
лим, щоб розум слухняний відразу зрозумів  
слова і чітко зберіг би їх у пам'яті. Все, що  
надмірне, нами збереженням бути не може.*

ГОРАЦІЙ

*У шкільній нудьзі приховується джерело  
більшості дитячих провин, і навіть пороків:  
витівок, лінощів, капризів, відрази до на-  
вчання, хитрощів, лицемірства, обману і  
таємних гріхів.*

*Знищить шкільну нудьгу, і вся ця сморідна  
хмара, що призводить до відчаю педагога і  
отруєє світлий потік дитячого життя,  
зникне сама собою.*

УШИНСЬКИЙ

*Нема ні мистецтва без управ, ні вправ  
без мистецтва.*

ПРОТАГОР

*Чи може щось ширше розлитися, як  
думки!..*

СКОВОРОДА

*Найбільше позбавляє бесіду не розум, а  
взаємна довіра.*

ЛАРОШФУКО

*Людина народжується на світ не для  
того, щоб зникнути безвісною пилинкою.  
Людина народжується, щоб лишити по собі  
слід вічний.*

СУХОМЛИНСЬКИЙ

*Велич людини в її здібності мислити.*

ПАСКАЛЬ

*Лиш храм збудуй, а люди в нього прий-  
дуть.*

Л. КОСТЕНКО

*Що може бути шкідливіше за людину, ко-  
тра володіє знанням найскладніших наук,  
але не має доброго серця.*

СКОВОРОДА

*Я вважаю людей, ініціали котрих почина-  
ються на літеру "М", щасливчиками — ад-  
же вони ніби природжені магістри.*

ЛІХТЕНБЕРГ

\*\*\*

М. І: Назва наступного конкурсу говорить  
сама про себе.

М. ІІ: Отже, вслухайтесь: "До творчості  
народної додаю свою краплину".

М. І: Звісно, хотілося, щоб то була крап-  
лина меду, а не дьогтю.

М. ІІ: А проте, побачимо, що з цього  
вийде.

М. І: Зараз ви отримаєте низку прислів'їв  
та приказок. Спробуйте своєрідно посилити  
їхню виразність завдяки жартівливому  
поєднанню компонентів між собою. Напри-  
клад: "Не плюй у криницю, вилетить — не  
піймаєш".

М. ІІ: "Хочеш їсти калачі — не рубай сук,  
на якому сидиш".

М. І: "Скільки вовка не годуй — своя со-  
рочка ближче до тіла" і т. ін.

\*\*\*

Матеріали для цього конкурсу черпають-  
ся із скарбниці української народної твор-  
чості. Яким буде склад таких прислів'їв та  
приказок вирішать самі організатори гри,



виходячи з кількості учасників, відведеного для підготовки цього конкурсу часу та очікуваного результату. Так, якщо командам треба буде створити по п'ять нових висловів, то кожній з них для підготовки треба запропонувати десь у три рази більше прикладів. Наводимо добірку різних за тематикою і мовною структурою прислів'їв та приказок: "Без муки нема науки", "Гарний хлопець на натуру, добре грає на бандуру", "Вивченого пса нічим не підкупиш", "Без одного Гриця вода освятиться", "Нащо гроші, коли ми й самі хороші", "Шовкова борідка, та розуму рідко", "Аби чоловіка розпізнати, треба його за серце взяти", "За морем і синиця птиця", "Не місце чоловіка красить, а чоловік місце", "Дурень любить хустину, розумний — людину", "З коханою наговорився, як меду наївся", "Хто серцем любить, той словами голубить", "Без муки нема науки", "Чим більша любов, тим більша рана після зради", "Слухай вухом, а не брюхом", "Жінки каються, а дівчата заміж збираються", "Слова ласкаві, та думки лукаві", "Розкажи курці, а вона всій вулиці", "Бджола жалить жалом, а чоловік — словом", "Скільки води не пий, а п'яним не будеш", "Вино й горілку полюбив — честь загубив", "Козак не без долі, співає по волі", "Кому щастя, того не бере трясця", "Кому щастя, тому й півень несеється", "Хлопська правда колюча, а панська на всі боки гнуча", "Краще синиця в жмені, ніж журавель у небі", "Синиця слави народила, а море не запалила", "Не вчи солов'я співати, а орла літати", "Нарядилась як пава, а кричить як гава", "На чужий роток не накинеш платок", "Хто, що знає, тим хліб заробляє", "Не вмієш шити, так і не пори", "Дуже грамотний: слово "корова" пише з м'яким знаком", "Що на умі, те й на язичі", "Як не вмієш, то й не берися", "Вигнався з дуба, а розуму з зуба", "Хто пише виразно і чітко, той одержує і відповіді швидко".

\* \* \*

Команди готують свої варіанти приказок.

М. II: Добре, якщо запропонований вами новий вислів, буде вдалим, доречним, зро-

зумілим і навіть таким, що викликає сміх.

М. I: Адже сміх є не лише ознакою сили, а й сам сила-силенна.

М. II: Пам'ятайте, що сміх є могутньою зброєю, але особливість її у тому, що вбиває вона лише гідне сміху.

М. I: А взагалі комічне збуджує у нас почуття власної гідності, вважав Чернишевський.

М. II: А це почуття, так само, як і почуття гумору, ще нікому не завадило.

М. I: Справді.

М. II: Погодьмося з Ренаром, адже гумор — це, врешті-решт, розум.

М. I: І молоді його не бракує.

М. II: (Звертаючись до команд.) Гадаю, що ви вже встигли підготувати свої варіанти, а тому капітанів команд запрошую до жеребкування.

До магістрів підходять капітани команд. Магістр I пропонує їм два конверти, в одному з яких записка з текстом: "Починає наша команда".

М. I: Отже, право представити нам свої варіанти висловів з оновленим змістом має команда ... Слухаємо вас!

Представники команди виразно зачитують підготовлені ними варіанти.

М. II: Зі своїми вкрапленнями до творчості народної ознайомить нас команда ... Прошу!

Представники другої команди по черзі зачитують підготовлені ними варіанти приказок.

М. I: Прохання до журі оцінити цей конкурс.

Журі виставляє оцінки командам за конкурс "До творчості народної додаю свою краплину".

М. II: Отже, за цей конкурс команда "Софія" має ... балів.

М. I: Команда "Мельпомена" ... балів.

М. II: Наступний конкурс ми назвали "Що в імені тобі моєму?" і сподіваємося, що він допоможе перевірити ваші фонові знання, а саме в галузі літератури.

М. I: Підготувати і провести його люб'яз-



но погодилася завідувачка кафедри історії літератури і журналістики.

М. II: Просимо Вас, Тамаро Володимирівно!

На сцену піднімається завідувачка кафедри історії літератури і журналістики.

\* \* \*

Для цього конкурсу є чимало матеріалів — із творів вивчених у курсах української та зарубіжної літератури, — зокрема, Т. Шевченка, І. Франка, Л. Українки, О. Кобилянської, О. Вишні, І. Світличного, Л. Костенко, О. Бальзака, Е. Золя, А. Франса, Ч. Дікенса, Д. Джойса, М. Твена, Г. Маркеса, А. Чехова, Ф. Достоевського, М. Булгакова та ін.

М. I: Кожна команда отримує окреме завдання.

М. II: А спільним буде те, що, прослухавши текст, потрібно визначити його автора та назву твору.

Наприклад, можуть прозвучати такі фрагменти:

Ідоли, обслинені, обціловані,

Ішли величаві в своїй ході.

А поруч вставали некороновані

Корифеї і справжні вожді.

Вставали Коперники і Джорджоне,

Шевченко підводив могутнє чоло,

І біля вічного їхнього трону

Лакузи жодного не було.

Бо щире високе небо

Не підмалюєш квачем,

Бо величі справжній не треба

Спиратись на плечі нікчем [15].

Правильно, це Василь Симоненко, а твір називається — "Монархи". (Лунають оплески.) Слухаємо далі.

"Недалеко од Богуслава, коло Росі, в довгому покрученому яру розкинулось село Семигори. Яр в'ється гадюкою між крутими горами, між зеленими терасами. На дні блищать рядками ставочки в очеретах, в осоці, зеленіють левади. Греблі обсажені столітніми вербами. Два рядки білих хат попід горами біліють, неначе два рядки перлів на зеленому поясі..."

Правильно, Іван Нечуй-Левицький, "Кайдашева сім'я".

Тамара Володимирівна повертається до залу. На сцену виходять магістри, які ведуть програму.

М. I: Просимо журі оцінити цей конкурс.

Журі ставить оцінки командам.

М. II: Дякуємо! А зараз команди запрошуються на бліц-турнір.

М. I: Він передбачає конкретні та блискучі відповіді на поставлені запитання.

М. II: Отже, починаємо. Назвіть метафоричну назву малоефективного педагогічного спілкування, при якому викладач зосереджується або на сильних, або на слабких учнях. (Такий спосіб педагогічного спілкування називається "локатор".)

М. I: Послідовний виклад педагогом певного теоретичного навчального матеріалу, розділу, теми називають ... (Лекція.)

М. II: Назвіть галузь педагогіки, що досліджує закономірності викладання, вивчення певного навчального предмета. (Методика.)

М. I: Кому належить правило переконливості, що стверджує: якщо хочете переконати, починайте із сильних доказів, а закінчуйте найсильнішими? (Правило Гомера.)

М. II: Назвіть український відповідник крилатого латинського вислову: "Ars longa, vita brevis". ("Життя коротке, мистецтво вічне".)

М. I: Назвіть український відповідник крилатого латинського вислову: "Veni, vidi, vici". ("Прийшов, побачив, переміг".)

М. II: Як називається головна всеосяжна мета, що притягує до себе всі без винятку завдання та слугує тим, заради чого відбувається дія, у тому числі педагогічна? (Надзавдання.)

М. I: Назвіть різновид уваги, що є найбільш ефективним у навчанні. (Після довільна увага.)

М. II: Як називається метод усного викладу навчального матеріалу, метою якого є його аналіз, тлумачення й доказ різних положень? (Пояснення.)



М. І: Назвіть одну з основних форм теоретичного мислення (поряд із поняттям і судженням), що є способом логічного зв'язку висловлювань. (Умовивід.)

М. ІІ: Назвіть український відповідник крилатого латинського вислову: "Verba volant, scripta manent". ("Слова відлітають, написане залишається".)

М. І: Назвіть український відповідник крилатого латинського вислову: "Historia est magistra vitae". ("Історія — вчитель життя".)

М. ІІ: Дякуємо за блискавичні відповіді, а тепер просимо журі оцінити блиц-турнір.

М. І: Отже, за блиц турнір команда "Софія" має ... балів, команда "Мельпомена" ... балів.

М. ІІ: На черзі останній конкурс сьогоднішнього змагання — музичний.

М. І: На сцену запрошується команда "Софія".

Члени команди виконують музичний номер, певною мірою пов'язаний з темою гри, і після оплесків залишають сцену.

М. ІІ: Запрошуємо команду "Мельпомена".

Члени команди виконують музичний номер, і після оплесків залишають сцену.

М. І: Просимо членів журі оцінити останній у цій грі - музичний конкурс.

М. ІІ: Дякуємо! А тепер запрошуємо команди на сцену.

М. І: Отже, ви, напевно, здогадалися, що настав час підбити підсумки ділової гри "DOCENDO DISCIMUS"...

\*\*\*

Як можна було пересвідчитися, запропонована ділова гра значною мірою реалізує поставлені перед нею цілі й завдання. У нашому випадку вона переважно наповнена змістом педагогічного спрямування і зосереджена на вдосконаленні педагогічно-мовленнєвої підготовки майбутніх магістрів. За умови використання інших варіантів завдань, форма цієї гри може бути застосована у процесі вивчення будь-яких гуманітарних дисциплін. І ті, хто спробує скористатися нею, легко в цьому переконаються.

Не слід боятися того, що гра розхитає серйозне наукове підґрунтя навчання. Відомий нідерландський вчений Йоган Гейзінга писав: "Будь-яка гра за всіх часів була спробою цілком захопити гравців. Протилежність "гра — серйозне" завжди лишається нестійкою. Нижчість гри раз у раз переростає у відповідну вищість її серйозності. Гра обертається серйозним, а серйозне — грою. Гра може підійматися до вершин прекрасного й священного, лишавши серйозне далеко внизу" [1, 15].

Безсумнівно, позитивною рисою сучасної вітчизняної освіти є відхід від морально застарілої надмірної муштри та зубріння. Поява і впровадження нової парадигми, що передбачає широке застосування прогресивного світового досвіду, зокрема ігрових форм і методів навчання, додає надії щодо поліпшення результатів засвоєння знань тими, хто навчається, і встановлення найбільш доцільних стосунків з ними тих, хто навчає. Гасло нових часів — "Навчатися граючи!" До цього часто-густо закликали і видатні педагоги. Поєднання вагомого науково-педагогічного змісту зі сприятливими ігровими умовами створює гарне підґрунтя для безпосереднього виявлення феномену "HOMO LUDENS", справжньої радості людини, що грається, коли вона, захоплено напружуючи інтелект та емоції, відкриває в собі нові величезні можливості щодо опанування, закріплення, застосування на практиці знань, здобутих у процесі навчання.

1. Гейзінга Йоган. *HOMO LUDENS*: Пер. з англ. О. Мокровольського. — К., 1994.

2. Миннинбаев Т. А. Изучение функционального состояния организма студентов при разном методе обучения // *Гигиена и санитария*. — 1985. — № 4. — С. 44—47.

3. Тарасов В. К. *Персонал-технология: отбор и подготовка менеджеров*. — Л., 1989.

4. Смелкова З. С. *Деловой человек: культура речевого общения: Пособие и словарь-справочник*. — М., 1997.



5. Педагогічна майстерність: Підручник / За ред. І. А. Зязюна. — К., 1997.
6. Золотухін Г. О., Литвиненко Н. П., Місник Н. В. Фахова мова медика: Підручник. — К., 2001.
7. Молдован В. В. Судова риторика: Навч. посібник. — К., 1998.
8. Єлісєвєнко Ю. П. Ораторське мистецтво: Навч. посібник. — К., 2002.
9. Ботвина Н. В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділового спілкування: Навч. посібник. — К., 2000.
10. Корніяка О. М. Мистецтво гречності: Чи вміємо ми себе поводити? — К., 1995.
11. Коржє Н. Г., Луцька Ф. Й. Скарбниці античної мудрості: Словник. — К., 1994.
12. Народні прислів'я та приказки / Упоряд., передмова М. Дмитренка. — К., 1999.
13. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник. — К., 1997.
14. Словник іношомовних слів / Уклад.: С. М. Морозов, Л. М. Шкаранута. — К.: Наук. думка, 2000.
15. Українське слово: Хрестоматія української літератури та літературної критики XX ст. / Упоряд. В. Єременко (Україна), Є. Федоренко (США). — К.: Дніпро, 1993. — С. 271.



## До питання про етичні засади в роботі журналіста

### 1. ЕТИКА І ПРАВО: У ЧОМУ СПІЛЬНОСТЬ, У ЧОМУ РІЗНИЦЯ

**МОРАЛЬНІСТЬ** — чеснота, яка найбільше цінується людством у будь-яких життєвих сферах. Вона ґрунтується на поняттях добра і зла. Моральні норми життя людського сконцентровано подані у Святому Письмі як Заповіді Божі. Саме християнські духовні цінності лежать в основі моралі значної частини людства.

Етичні засади особливо важливі для засобів масової інформації взагалі та працівників пера зокрема. Адже у цій сфері моральність (чи аморальність) не є суто особистою справою журналіста, а, виходячи на масового споживача інформації, може масово впливати позитивно чи негативно на суспільну свідомість.

Тому варто передусім розібратися в поняттях етики і права, які мають спільне поле дії в тому, що регулюють взаємини людей у суспільному житті.

**ЕТИКА** (з грецької — звичай) має два близьких за змістом значення:

1) наука про мораль, її походження, розвиток і роль у суспільному та особистому житті людей;

2) норми поведінки, сукупність моральних правил якого-небудь класу, суспільної організації, професії.

**ПРАВО** — здійснювана державою форма законодавства.

Як уже зазначалось, і етика, і право (по-іншому — мораль і закон) регулюють людські взаємини в суспільстві, тобто взаємини між окремими людьми, між людиною і громадою,

людиною і державними інституціями тощо. Тільки регулювання це досягається різними засобами. Якщо етика — це узвичаєні моральні норми, яких люди доброхотіть дотримуються у повсякденні, то право — це законодавчі акти, які чітко формулюють, що громадянин має право робити, а що робити йому заборонено. Звідси випливають норми поведінки і відповідальності. Якщо дотримуватися принципів моральності — справа добровільна, то дотримуватися закону — обов'язкова. Якщо за порушення моралі людину може очікувати громадський осуд, несхвалення, у крайньому випадку — ігнорування спілкування з нею інших людей на особистісному рівні, то за порушення закону людину чекає відповідне покарання через судову систему аж до ізоляції на певний час або й довічно від суспільства, а в багатьох країнах — навіть смертна кара.

Звичайно, сфери дії права і моралі часто накладаються чи перетинаються, а самі поняття переходять одне в одне. Наприклад, при порушенні принципу християнської моралі "не кради" у більшості країн набуває чинності закон — злодія судять і відправляють до в'язниці. Як правило, будь-яке порушення закону, встановленого суспільством, вважається аморальним. Тоді як далеко не кожен відступ від моральності є предметом уваги права: наприклад, перелюбство вважається порушенням християнської моралі, але не є підсудним.

У права та етики ще й та спільна основа, що вони мають безпосереднє відношення до демократії. Демократія регулюється правом



(законодавством). Чим кращі закони, тим більше демократії. Що вище рівень демократії, то незалежніша журналістика. Що незалежніша журналістика, то вона моральніша. Звідси випливає висновок, що рівень професійної етики журналіста безпосередньо залежить від рівня демократії в країні. Як вважають дослідники сучасної журналістики, "різниця між диктатурою та демократією у роботі журналіста полягає в тому, що за диктатури журналіст боїться міністра, а за демократії — міністр боїться журналіста" [1]. Справді, важко говорити про моральність, якщо журналістові доводиться боятися. А якщо ж доводиться боятися, то про яку демократію може йтися?

Доступ журналістів до інформації, відкритість, привселюдність чесної інформації — прикметна риса свободи слова, що в свою чергу засвідчує рівень демократичності суспільства. На жаль, в Україні, де провідні засоби масової інформації знаходяться в руках владних структур та олігархічних кланів і де практично не існує контролю та впливу громадськості на їхню роботу, може бути лише видимість демократії. Бо ці засоби масової інформації є не стільки об'єктивними інформаторами суспільства, скільки рупорами ідей та позицій своїх господарів, чий інтерес здебільшого вони змушені захищати, немов сторожові пси. Продавши свій талант, професіоналізм, совість. Видимим об'єктивізмом лише прикривається, мов фіговим листком, оголена продажність.

## 2. ЕТИЧНА ПОЗИЦІЯ ТА МОРАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЖУРНАЛІСТА

Та не все так безнадійно аморальне у нашій журналістиці, як може здатися на перший погляд. Якби наша журналістика була всуціль продажною, то не було б такого сильного тиску на ЗМІ з боку влади та олігархічних кланів, не було б жорстоких репресій проти преси та терору проти журналістів. Все це якраз і викликане вірністю вітчизняної журналістики, чи принаймні

значної її частини, принципам демократії і свободи, рішучим опором порушенню прав людини, насильству та аморальності, особливо характерній для періоду дикого нагромадження капіталу.

І тут якраз багато залежить від позиції засобів масової інформації та журналістів, рівня їх соціальної відповідальності, етичних принципів і засад, яких завжди намагаються дотримуватися справді демократичні журналісти.

До речі, навіть у часи сталінських репресій та під час сумновідомого застою, коли вся преса вважалася партійною справою, а партія, як відомо, була одна — комуністична, — навіть тоді, ризикуючи не лише своїм становищем у суспільстві та кар'єрою, але й свободою і життям, кращі українські журналісти намагалися в міру тодішніх можливостей бути об'єктивними і принциповими.

Сьогодні нерідко згадують принципову позицію "Вечірнього Києва" у часи горбачовської перебудови, який чи не першим в Україні, звичайно, в межах тодішньої демократизації, незважаючи на шалену протидію і тиск на редакцію партійних органів, повів послідовну критику компартійних порядків та номенклатурних привілеїв. На мою долю випало тоді редагувати цю газету і я з вдячністю пригадую, з яким ентузіазмом, незважаючи на ризик, колектив підтримував нову лінію газети. Саме завдяки однастайності та самовідданості журналістів газеті вдалося здобути незалежність від компартії — нечуваний випадок! — ще тоді, коли та була при владі.

Звісно, від позиції редактора, на якого найбільше сипалися удари від компартійної влади, залежало багато. А редактор став на журналістську стежку ще наприкінці 50-х років, коли всяка жива думка придушувалася. Але й тоді були люди, які намагалися навіть у тих жорстоких умовах відстоювати правду, бути принциповими, захищати журналістську честь і людську гідність. Для ілюстрації розповім про один характерний випадок.



Редактором снігурівської районної газети на Миколаївщині у ті часи був Олександр Шарандак, до речі, юрист за фахом, який тягнувся до літератури, писав прозу і підтримував найменші творчі іскри у працівників керованої ним районки. Людина неординарна, принципово колюча, він був досить незручним для тодішньої партійної еліти районного масштабу.

Шарандак і запросив мене, сільського хлопчика, який був сількором, дописував до газети, на постійну роботу до редакції прямо зі шкільної партії. Він особисто опікав мене: давав завдання, вичитував і редагував підготовлені матеріали, ненав'язливо, більше власним прикладом, ніж дидактикою, навчав не тільки, як треба писати для газети, але й як поводити себе.

Якось О. Шарандак доручив мені підготувати (в номер!) критичну замітку про хід скиртування соломи — були саме жнива і в районі намітився розрив між обмолотом хлібів і прибиранням з поля соломи. Побачивши розгубленість на моєму обличчі — бо як можна підготувати критичну замітку в номер, як немає змоги побувати на місці? — пояснив: "Не обов'язково для цього виїжджати. Ось тобі статистичне зведення, подивися, яке господарство відстає, потелефонуй і розпитай, хто там керівники, скільки людей працює, і для критичної замітки цілком досить".

Я так і зробив. Найгірше йшло скиртування в колгоспі ім. Карла Маркса, головою якого зовсім недавно і несподівано був обраний перший секретар райкому комсомолу Григорій Агеєнко, він же — член бюро райкому партії. Замітку я підписав псевдонімом. Вона викликала бурхливу реакцію амбітного голови, який розцінив її, як підрив власного авторитету. Про це наскаржився першому секретареві райкому партії Масленникову Павлу Парамоновичу — найбільше Агеєнка обурило те, що за таким прізвиськом він не знає кореспондента і що цей кореспондент у колгоспі навіть не бував.

Масленников на засіданні бюро райкому партії зробив зауваження редакторів: не го-

диться, мовляв, так — не побувавши на місці, наводити критику. Тим більше, що Агеєнко є членом бюро райкому партії і зовсім недавно обраний головою — підтримати треба, а не відбивати бажання працювати.

Редактор мовчки проковтнув гірку пігулку: хоча всі факти, наведені в замітці, відповідали дійсності, та крити було нічим — кореспондент на місці таки не побував. Прийшовши в редакцію, викликав мене, стисло передав суть розмови в райкомі й сказав: "Хоч у замітці все правильно, але на місці ніхто не був. Тому сідай на мотоцикла, їдь у колгосп, побувай на полях, поговори з людьми, розберися в чому причина відставання і пиши вже не замітку на 40 рядків, а критичну кореспонденцію на всі 140".

Я так і вчинив. Організація праці на жнивах у цьому колгоспі була незадовільна, люди простоювали, гаряче харчування їм не забезпечили, тому свого невдоволення вони не приховували. Поки я їхав в іншу бригаду, на першу, як потім з'ясувалося, прибув голова Агеєнко. Люди ж, висловивши свої зауваження, відразу поділилися: у нас був кореспондент з району, розпитував про роботу та чи задоволені, мовляв, новим головою (це вони від себе вигадали, бо цього я не питав).

Наздогнав мене Григорій Агеєнко, коли я викотив мотоцикла на паром (колгосп був на правому березі Інгульця і з лівим його зв'язувала паромна переправа) і паромщик устиг відплисти метрів на п'ять від берега. Голова вискочив з "газика" і, розлючений, розмахуючи кулаками, закричав, перемішуючи свої вигуки добірним матом: "Щоб твоєї ноги, такий-сякий, у колгоспі не було!.. Пабачу, так-перетак, у річці втоплю!"

Годі й говорити, з яким гнітючим настроєм я розповідав про це редакторів, повернувшись з колгоспу. Той вислухав уважно й каже: "Звісно ж, голова неправий, треба ставити грубіяна на місце. Сідай і пиши доповідну записку на бюро райкому партії". Знову ж таки я розгубився: замітки в газету я вже навчився писати, а в жанрі доповідних



жодного досвіду не мав. Шарандак, зрозумівши причину мого збентеження, заспокоїв: "Нічого складного, отак, як мені розповів, і напиши".

Редактор при мені виправив доповідну, я переписав на чистовик, а він відніс до райкому. На письмові звернення тоді прийнято було реагувати, і Масленников доручив секретареві з ідеології розібратися і доповісти. Оскільки жодного вигаданого слова в моїй записці не було, так і доповіли Масленникову. На черговому засіданні бюро секретар спокійно зробив зауваження Агєєнкові: так, мовляв, не годиться, Гришо, брутальність не прикрашає керівника, а обматюкати кореспондента — то вже геть в ніякі ворота не йде...

На цьому справа була закрита. Та повернувшись з райкому, редактор покликав мене і сказав, що на бюро розглядалася моя записка, але жодних заходів до грубіяна не вжито. А це не правильно. Тому сідай і пиши листа до "Перця". "Але ж я ніколи до журналів не писав..." "Не святі горшки ліплять. Пиши як було, принесеш, прочитаємо разом."

Критичного листа до республіканського сатиричного журналу було відправлено. Через два тижні отримую конверта із зображенням червоного перця, в листі відповідь: шановний товаришу, вашого листа про грубість голови колгоспу направлено в райком партії, звідти вам повідомлять про вжитті заходи".

І ось мене, сімнадцятирічного юнака, навіть не члена партії, запрошують на бюро райкому. Шарандак заспокоїв: нічого, правда на нашому боці, тому говори все так, як було.

Коли я зайшов до кабінету Масленникова, де сиділо багато людей, секретар подивився пильно на мене і запитав:

- То це ти будеш Карпенко?
- Так.
- Ти в редакції працюєш?
- Так.
- З бюрократизмом борешся?
- ?

— Ну, ти за бюрократизм чи проти?

— Проти...

— Отже, борешся?

— Так...

— То навіщо ж ти сам розводиш бюрократизм? Узяв понаписував у "Перець"?...

— Мене ж голова обматюкав...

— Ми ж на бюро це питання розглянули...

— Але ж заходів не вжили...

— Як так не вжили? Товариша Агєєнка попередили, що так не можна, що це не гарно. Чи треба було його на шибеницю за це? Ти хочеш, щоб його повісили?

— Ні...

— От бачиш, не хочеш. Значить вважаєш, що попередження досить?

— Так...

— От і домовились. То ти в редакції працюєш?

— Так...

— З бюрократизмом борешся?

— Так...

— То тобі не треба давати письмової відповіді? Достатньо усної?

— Так...

— Ну, то йди і працюй.

Ця історія має щасливий кінець: секретар Масленников виявив стільки ж мудрості й людяності, з гумором поставившись до неї, скільки Шарандак принциповості й неупустливості. Але для молодого, початкуючого журналіста це була добра школа того, як треба відстоювати власну гідність, спираючись на принципи моралі й справедливості. На закінчення скажу, що Шарандака, зрештою, звільнили з посади редактора при першій нагоді, але в моїй пам'яті він закарбувався назавжди гуманною, високоморальною та принциповою людиною, яка у своїй нелегкій журналістській роботі завжди дотримувалася етичних засад. Певно, щось від нього залишилося і в моєму характері. Добре, коли на початку журналістського шляху трапляються такі люди.

Висока моральність завжди необхідна в кожному суспільно корисному виді діяльності, та чи не найбільше вона потрібна в



журналістиці. Адже засоби масової інформації орієнтовані саме на масову комунікацію і тому як моральність, так і аморальність тисячократно множаться, поширюються і доходять до споживача. Неважко прикинути, як благотворно може вплинути на аудиторію заряд високої моральності зі сторінок газети, і наскільки згубно на суспільній свідомості може позначитися розтиражоване все те, що класифікується як аморальність: безпринципність, брехливість, бруд тощо.

Громадянин тільки тоді правильно й усвідомлено діє (наприклад, голосує під час виборів), коли повно, об'єктивно та правдиво проінформований про політичні, економічні, соціальні та інші реалії у суспільстві. Тому проблема журналістської етики висувається на перший план у нашій комунікативній діяльності, стає важливим чинником журналістської праці, безпосередньо впливає на творчість журналіста й ефективність підготовлених ним матеріалів.

З етичної позиції журналістики загалом і окремих її представників зокрема впливає моральна відповідальність за кожне слово, адресоване споживачеві інформації. Тому кожному, хто вирішив присвятити себе цій велетрудній професії, слід у навчальному процесі не менше концентрувати зусилля та увагу на виробленні високих критеріїв моральності, чітких етичних орієнтирів, ніж на опануванні суто професійними навиками і удосконаленні журналістської майстерності. Цього вимагають сформовані впродовж тисячоліть норми народної звичаєвості, дух загальнолюдських цінностей та авторитет журналістського фаху.

### 3. СКЛАДНИКИ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ

Поняття журналістської етики, звісно ж, спирається на підвалини вселюдських цінностей, впливає з наріжних засад гуманістичної християнської моралі. Оскільки ці засади надто широкі та всеохопні, то й тлумачення професійних етичних принципів у

журналістиці різними авторами помітно різняться, здебільшого в деталях. Однак загальні тенденції у цій справі можна простежити. Насамперед, це поняття при змістовому наповненні слід поділити на дві частини. До першої можна віднести ті риси моральності, які диктуються наріжними загальнолюдськими духовно-етичними принципами, можуть бути властивими людині будь-якого фаху; до другої — ті етичні норми, які найбільше враховують особливості та специфіку саме журналістської професії і найбільше її стосуються. Скажімо, такі риси, як чесність, порядність, вірність, любов до ближнього тощо, прикрасять будь-яку людину, в тому числі й журналіста. А от, скажімо, властивість говорити тільки правду для журналістів має складати їхню сутність завжди і постійно, тоді як, наприклад, лікарі можуть свідомо не сказати хворому правду, а то й відверто сказати неправду, виходячи саме з гуманістичних міркувань в інтересах того ж таки хворого. Тому зупинимося на тих складниках фахової журналістської етики, які більшою мірою або цілком стосуються саме нашої професії, та обов'язкові для неї.

**ГРОМАДЯНСЬКІСТЬ.** Свідомо цю рису, необхідну кожному працівникові пера, називаю серед етичних засад журналістської професії першою. Безсумнівно, в основі загальної етики лежать загальнолюдські моральні цінності, але відчуття громадянськості не суперечить їм, а впливає з них і конкретизує їх. Абстрактного громадянства не буває, воно завжди конкретне: на нинішньому етапі розвитку цивілізації кожна людина належить до спільноти конкретної держави. Тому журналіст, який покликаний служити цій спільноті, забезпечуючи її інформаційні потреби, мусить серцем відчувати своє громадянство і керуватися інтересами суспільства, організованого в державу. Громадянськість є не що інше, як патріотизм — любов до свого народу, до своєї землі, до своєї Вітчизни, відповідальність за її долю, готовність служити їй вірою і правдою



(патріот в перекладі з грецької — земляк, співвітчизник).

Поняття громадянин тісно пов'язане з поняттям держава — це особа, що належить до населення певної держави. А якщо держава тоталітарна, якщо режим антинародний, то як тоді розуміти етичний принцип громадянськості? Чи не означає це, що журналіст, який керується цим принципом, мусить відстоювати інтереси тоталітаризму тому, що він є громадянином тоталітарної держави? Зовсім ні. Вітчизна і держава — це не одне і те ж. Вітчизна — це батьківщина, рідний край, а держава — це апарат політичної влади в суспільстві. Влада може бути добра чи погана, її можна сприймати чи не сприймати, підтримувати її чи опонувати їй, а Вітчизну треба тільки любити. Тому де б журналіст не працював — у своїй країні чи за її межами — він мусить керуватися інтересами своєї Вітчизни, свого народу.

**СУМЛІННІСТЬ** — суттєва етична норма будь-якого фаху, та для журналістики має неперехідне значення. Добре робити свою справу — це не лише особиста справа журналіста, але й суспільна вимога. Якщо кравець допустить брак і зіпсує костюм, то про цю прикрість знатиме тільки замовник та ще, можливо, кілька людей, яким він поскаржиться на бракороба. Якщо ж несумлінно поставиться до виконання професійних обов'язків журналіст і допустить брак у своїй роботі, то це стане надбанням багатьох. Недобросовісність швеця може зіпсувати настрої окремії особи, травмувати до певної міри її психіку, а таке ж ставлення до виконання своїх обов'язків журналіста негативно впливає на уми сотень і тисяч споживачів інформації, може негативно позначитися на суспільній свідомості. Бракороб-швець своєю несумлінністю викликає недовіру в замовників тільки до себе, несумлінний журналіст підриває довіру людей до журналістики взагалі.

Сумлінність журналіста є якісною характеристикою його праці. Для того, щоб сумлінно виконувати свої обов'язки, не-

обхідно насамперед набути високого рівня професійної майстерності, виробити в собі такі необхідні для цього риси, як чітка організованість, жорстка самодисципліна, вміння швидко орієнтуватися в конкретній ситуації. Діяти сумлінно — значить, передусім, керуючись чинним законодавством, зібрати необхідні факти та документи, що якомога повніше і всебічніше розкриватимуть тему та незаперечно свідчитимуть про точність, правдивість і об'єктивність пропонуваного споживачеві матеріалу.

**ПРАВДИВІСТЬ** — ремесло журналіста. Правда завжди має лежати в основі журналістики як суспільної інституції, що здійснює інформаційне забезпечення людської спільноти. Якщо цього немає — а в житті трапляється, на жаль, нерідко, коли журналістику використовують від супротивного (для дезінформації) — то це вже не журналістика, а її спотворене відображення у суспільному житті. Не можна собі уявити давнього літописця, який би замість правдивої фіксації для нащадків того, що відбувалося чи відбувається, писав які-небудь вигадки — то вже було б що завгодно, тільки не літопис. Журналіст, як збірний образ, об'єктивно є своєрідним літописцем свого часу. Тому він покликаний і зобов'язаний писати правду і тільки правду. Відступ від правди може завдати великої шкоди окремим людям, країні, суспільству в цілому — тому то найбільший гріх для журналіста. Правдивість завжди асоціюється зі справжністю, істинністю, чесністю, справедливістю. Тому справжньому талантові завжди притаманна правдивість, талант має служити правді. Коли талановита особистість стає на стезю брехні — то вже професійний гріх у квадраті, оскільки в геометричній прогресії множить зло.

**ОБ'ЄКТИВНІСТЬ** за змістом тісно приймає до правдивості, часто вживається як її синонім, однак має свої нюанси. Об'єктивність, яка завжди ґрунтується на правді, на відміну від правдивості, що, як правило, конкретизується на рівні фактажу, — понят-



тя ширше і загальніше. Абстрагуючись від філософського значення об'єктивності як реальності, що існує незалежно від людської свідомості, зупинимось на змістовому насиченні поняття, яке безпосередньо стосується журналістики.

У нашому випадку об'єктивність як етична норма журналістської професії означає неупередженість, відповідність об'єктивній дійсності, протилежність суб'єктивності.

На практиці ця норма реалізується у формі науково-діалектичного підходу до дослідження реальної дійсності. Однак об'єктивність не є об'єктивізмом, який обмежується сухою констатацією фактів, явищ і подій без аналізу їх часово-причинних зв'язків і діалектичного розвитку. Якщо приміряти ці поняття до журналістської практики, то об'єктивність не виключає світоглядної позиції журналіста і не протиставляється їй, тоді як об'єктивізм — це підкреслена безсторонність, яка виключає живу думку журналіста, а називає тільки факти — мовляв, читач (телеглядач, радіослухач) не дурний, розжовувати йому не треба, сам розбереться. Насправді ж, під одежиною об'єктивізму найчастіше криються занепокоєність, певна спрямованість інформації, так само, як під правдивість часто лаштується правдоподібність.

Отже, об'єктивність — золоте правило журналістики. Воно не тільки не виключає чіткості світоглядних принципів журналіста, його морально-етичної позиції, а навпаки, передбачає і вимагає їх.

**ПРИНЦИПОВІСТЬ** — риса, яка не завжди і не всім подобається, надто опонентам, але завжди свідчить, по-перше, про наявність у журналіста чіткої світоглядної позиції; по-друге, про готовність та вміння захищати цю позицію, незважаючи на спроби підкупити його чи тиснути на нього за допомогою різних важелів. Тому принциповість, як правило, асоціюється з правдивістю та переконаністю у власній правоті майстра пера, його непоступливістю у важливих питаннях, непідкупністю та мужністю, коли

доводиться відстоювати власну позицію і точку зору. Принциповість — це передусім наявність чітких моральних принципів, вона є своєрідним стрижнем поведінки і творчості журналіста. І якщо журналіст іноді змушений поступатися в дрібницях, щоб відстояти головне, то на компроміси у кардинальних питаннях принциповий журналіст ніколи не піде.

Ці загальні етичні засади, як й інші змістові поняття журналістської творчості, слід розглядати в діалектичній єдності та розвитку, вони не є статичними, раз назавжди застиглими, а взаємодіють і доповнюють одна одну. Адже не буває правдивості без об'єктивності, не може навіть мова йти про сумлінність у людини безпринципної. А саме наявність таких рис, як сумлінність, правдивість, об'єктивність, принциповість, свідчить про рівень громадянськості людини, висоту її патріотизму.

Водночас слід пам'ятати, що існує чимало моральних норм, необхідних для журналістського фаху, які є, так би мовити, ситуативними, робочими, регулюють його дії, його поведінку в певних ситуаціях, що виникають чи можуть виникнути під час або в результаті виконання ним своїх професійних обов'язків. Різні журналістські об'єднання, різні засоби масової інформації створюють власні етичні кодекси, встановлюють правила поведінки, яких обов'язково мають дотримуватися члени цих об'єднань та працівники редакцій. Наприклад: Моральний кодекс товариства професійних журналістів США, ухвалений 21 вересня 1996 року; Кодекс професійної етики українського журналіста, затверджений IX з'їздом СЖУ 1997 року; Заява газети "USA TODAY" (США) щодо етики та ін. Варто бодай побіжно згадати найхарактерніші з цих правил і норм. Вони полягають у тому, щоб:

— не вдаватися до протизаконних, некоректних способів одержання інформації;

— не використовувати своє службове становище в особистих цілях;



— не приховувати достовірної та не поширювати брехливої інформації;

— ні за яких обставин не брати додаткового заохочення у будь-якій формі від осіб, зацікавлених у поширенні певної інформації;

— не розголошувати джерел інформації, якщо цього не хоче джерело цієї інформації і якщо до цього не зобов'язує судове рішення;

— скористатися правом і відмовитися від оприлюднення підготовленого матеріалу, якщо його зміст після редакційної правки зазнав істотних змін, що суперечать переконанням журналіста або пов'язані з порушенням норм професійної етики;

— при оприлюдненні неправдивої інформації, у якій перекручено факти або ж зведено наклеп чи завдано моральної образи людині, слід визнати свою провину, попросити вибачення і виправити помилки в найближчому випуску ЗМІ;

— дати можливість особі, яку піддано критиці, висловити свою позицію, якщо вона не згодна з критикою і має слушні аргументи на свою користь;

— уникати в публікаціях образ щодо національних, расових, етнічних та релігійних поглядів і почуттів людей, протидіяти екстремізму та обмеженню громадянських прав за будь-якими ознаками;

— утримуватися від натяків або коментарів, що стосуються фізичних вад чи хвороб людини;

— уникати вживання образливих висловів, які можуть завдати людині моральної шкоди;

— уникати плагіату — привласнення чужих творів, матеріалів частково чи повністю, тобто використовувати їх, як свої, не посилаючись на джерела;

— не піддаватися тискові владних структур при їхньому намаганні нав'язати хибну думку, чи орієнтувати на фальшування фактів;

— поважати і відстоювати професійні права колег, дотримуватися норм і правил поведінки у редакційному колективі;

— не уникати дискусійності, вести суперечку чесно;

— бути гранично делікатним, повідомляючи про самогубство чи про спробу самогубства, не забувати про почуття рідних і про недоторканність приватного життя людини;

— з граничною обережністю повідомляти про жертви злочинних вчинків, не забувати про їхній важкий психологічний стан;

— не виносити звинувачувальний вирок, доки його не винесуть судові органи;

— не згадувати імен всує, щоб не зашкодити людині; краще випустити ім'я, якщо його оприлюднення не вимагають інтереси громадськості; це стосується і осіб, котрі підозрюються у злочинах, а також засуджених.

Цей далеко не повний перелік можна продовжувати і конкретизувати — певні ситуації вимагають відповідного морального регулювання. Однак і з наведених норм і правил випливає, що журналіст несе не лише юридичну, а й моральну відповідальність перед суспільством за правильність повідомлень і справедливості суджень, поширених за власним підписом, під псевдонімом чи анонімно. Він мусить дорожити власним іменем, авторитетом та репутацією.

#### 4. ТИПОВІ ПОРУШЕННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ЕТИКИ

На жаль, у нинішніх українських реаліях порушення етичних норм журналістами — явище досить поширене і, на жаль, масове. Ціла низка таких порушень викликана економічною залежністю засобів масової інформації, жебрацькою зарплатою журналістів та втручанням влади у підконтрольні ЗМІ (політична цензура, нав'язування вигідної владі точки зору тощо).

Аналізуючи нинішній стан української журналістики, можна дійти сумного висновку — справді незалежних засобів масової інформації у нас практично немає.

**ДЕРЖАВНІ ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ** (залишки нерозпроданих телеканалів, газети і журнали Верховної Ради,



Кабінету Міністрів, міністерств та відомств, регіональних рад народних депутатів) фактично не контролюються громадськістю. Тому тут спостерігається владний диктат, чинити опір якому дуже складно. Найяскравіше це було помітно по телеканалу УТ-1 часів Вадима Долганова, коли пересмикувалися, фільтрувалися факти, велася одностороння критика (очорнення) опозиційних сил, позиція яких не оприлюднювалася, переслідувалися журналісти УТ-1, які не згодні були з аморальністю дій свого керівництва. Ціла низка громадських організацій і навіть Прем'єр-міністр ставили вимогу перед Президентом оздоровити атмосферу на державному телебаченні — тільки під тиском цих вимог Долганова було відлучено від керівництва Держтелерадіокомпанією.

Або чого варте припинення роботи практично всіх центральних телеканалів у першу половину дня 16 вересня 2002 року — саме того дня, на який опозиційні сили намітили початок акції "Повстань, Україно!" — під приводом нібито профілактики. Насправді ж, об'єктивно вийшло так, що суспільство було позбавлено в цей час будь-якої інформації про акцію та її розгортання. Хоча б хто як ставився до дій опозиції, але й сліпому видно в таких діях влади порушення права людей на інформацію.

Можна наводити скільки завгодно фактів і прикладів, коли владні структури (податкова адміністрація, служба безпеки, прокуратура, міліція) грубо втручалися у справи засобів масової інформації: необгрунтовані перевірки, обшуки без санкції, переслідування редакторів і журналістів, вилучення віддрукованих книг (наприклад, 20 тис. прим. книги Дмитра Чобота "Нарцис"), готових тиражів газет ("Свобода" Олега Ляшка) та інш. На сайті Інституту масової інформації є спеціальний розділ "Барометр свободи слова", де дається детальний перелік цих та інших незаконних дій влади щодо преси. Про це свідчать уже самі назви рубрик: "Вбиті журналісти", "Арешти, за-

тримки журналістів", "Замахи, побиття, залякування, погрози", "Цензура, перешкоджання виконувати обов'язки", "Позови проти ЗМІ" [2].

**ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ, ЯКІ НАЛЕЖАТЬ ОЛІГАРХАМ.** За відсутності демократичних традицій та протипаг, які б застерігали від втручання засновників у технологічні процеси, від опікування політичною лінією засобу масової інформації, чесному журналістові важко зберегти свою незалежність і принциповість. Тому й доводиться телеканалам "1+1", "Інтер", ICTV, "Новому" бути чутливими, як флюгерам, до зміни політичних вітрів і протягів. Особливо це виявилось під час парламентських перегонів 2002 року. Досить згадати бодай демонстрацію "Інтером", а потім і каналом "1+1", спрямованого проти Віктора Ющенка телефільму "PR".

**УКРАЇНСЬКА ДЕМОКРАТИЧНА ПРЕСА, яка гине.** Це здебільшого малотиражні нині газети, які в умовах дикого ринку не можуть економічно вижити самостійно. Тому й доводиться йти з простягнутою рукою до грошових мішків, щоб хоч якось продовжити своє існування. Звичайно ж, за це доводиться розплачуватися: уникати негативної інформації про своїх "благодійників" та подавати виключно позитивну. Найхарактерніший приклад шанованої колись принципової, національно орієнтованої газети "Літературна Україна": на її шпальтах ніні та й з'являються сірі інтерв'ю з представниками влади чи керівниками одіозних фондів. А в одному з березневих чисел 2002 року було вміщено аж 5 фотографій тодішнього глави Адміністрації Президента, лідера передвиборного блоку "За єдину Україну" Володимира Литвина — явний перебір!

Чи не найбільші порушення не тільки журналістської етики, але й законодавства виявлялися під час таких масових політичних кампаній, як президентські вибори 1998 року, так званий референдум "за народною ініціативою" 1999 року, парламентські вибори-2002. Розглянемо найтипівіші з них.



ТИСК АДМІНРЕСУРСУ на ЗМІ, щоб перешкодити опозиційним лідерам дійти до електорату, спостерігався як у центрі, так і в регіонах. Наприклад, у Миколаївській області за п'ять хвилин до початку прямого ефіру за участю лідера блоку "Наша Україна" Віктора Ющенка, грізного конкурента провладного блоку "За єдину Україну" — телевізійний ефір було вимкнено і мешканці Миколаївщини протягом 20 хвилин спостерігали на екранах телевізорів на всіх каналах одне мерехтіння. Донецьку радіостанцію "Вечірня свобода" відключили від ефіру, оскільки у програмі було заплановано інтерв'ю з опозиційною Юлією Тимошенко. Свого часу були заблоковані податківцями рахунки і накладені великі штрафи на газету "Сільські Вісті", яка підтримувала соціалістів і критикувала владу. Можна називати багато інших подібних випадків. Звичайно, все це не вкладається в норми елементарної моралі, але журналісти у цих випадках винні найменше.

**ІНФОРМАЦІЙНА БЛОКАДА** опозиційних сил у державних та олігархічних друкованих і електронних засобах масової інформації під час виборчої кампанії стала явищем типовим. Це було видно неозброєним оком, але пошлемося на дані з моніторингу, проведеного Європейським інститутом засобів масової інформації (ЄІЗМІ).

Державний національний канал УТ-1 четвертий раз поспіль (у 1994, 1998, 1999 та 2002 роках) не зміг зайняти під час виборів неупереджену позицію. УТ-1 продемонстрував очевидну заангажованість на користь "партії влади" — блоку "За єдину Україну", присвятивши більше ніж 50 % ефірного часу в новинах висвітленню подій, пов'язаних із цим блоком. Блок "За єдину Україну" отримав в чотири рази більше ефірного часу, ніж будь-який інший суб'єкт виборчого процесу. Новини про цей блок та інші проурядові партії висвітлювалися у позитивному ключі, тоді як новини про опозиційні блоки "Наша Україна" та "Блок Юлії Тимошенко" презентувалися у негативному тоні...

"Студія 1+1" відмовилася надати Юлії Тимошенко можливість узяти участь у дебатах з Наталією Вітренко, які завчасно анонсувала...

Вуличне телебачення ("Народна платформа" на "Інтері") відображало погляди громадян (хоча деякі експерти вважають, що відбір точок зору редагувався для того, щоб показати деякі партії або блоки в кращому світлі)...

Більшість національних газет також виявилася значно заангажованою на користь тієї чи іншої політичної партії або блоку. Здебільшого вони підтримували проурядові партії та блоки. Лише невелика кількість друкованих ЗМІ підтримувала обрану ними опозиційну партію...

Державна газета "Урядовий Кур'єр" продемонструвала очевидну заангажованість на користь блоку "За єдину Україну!", який отримав в 14 разів більше друкованої площі, ніж інші партії на сторінках цієї газети. Незначна кількість інформації про "Блок Юлії Тимошенко" була майже вся негативною. Парламентська газета "Голос України" була більш справедливою щодо різних партій та блоків, хоча так само найчастіше згадувала блок "За єдину Україну!" у позитивному ключі. Блок "Наша Україна" та "Блок Юлії Тимошенко" були відповідно на другому та третьому місцях і отримали переважно нейтральні оцінки. Соціалістична партія України — єдина партія, яку критикувала газета...

Приватна газета "Факти" приділила більшість уваги "Команді озимого покоління". Висвітлення "Озимих" та блоку "За єдину Україну!" було позитивним, тим часом, як блок "Наша Україна" та "Блок Юлії Тимошенко" згадувались майже завжди критично...

"Київські Ведомості" висвітлювали діяльність СДПУ(о) та "Нашої України" частіше, ніж діяльність інших партій та блоків, вихваляючи першу та принижуючи другу. В здебільшого нейтральному дусі висвітлювався блок "За єдину Україну!".



"Блок Юлії Тимошенко" зазнавав лише критики [3].

З цих фактів випливає, що суб'єкти виборчого процесу не мали рівного доступу до засобів масової інформації. Не могло б бути жодних претензій, якби ці ЗМІ були суто партійними, а оскільки вони або державні, або приватні, то покликані здійснювати об'єктивне інформаційне обслуговування своєї аудиторії. Те ж, що відбувалося, свідчить про їхній суб'єктивізм та заангажованість, іншими словами — відбувалась своєрідна дезінформація суспільства. Тому годі й говорити про моральність редакцій цих ЗМІ взагалі й окремих журналістів (наприклад, телеведучих на каналах "Інтер", "1+1"), які явно "підігравали" одним і намагалися подати негативізм про інших.

ВИКОРИСТАННЯ ЖУРНАЛІСТІВ У ЧОРНОПІАРІВСЬКИХ ТЕХНОЛОГІЯХ було досить поширеним. Можна ще раз послатися на показ антиющенківського фільму "PR" на каналах "Інтер" та "1+1" — такий заангажований підхід керівництва цих каналів важко назвати високоморальним. Та найяскравішою ілюстрацією цієї думки може бути історія з так званим "касетним скандалом-2". Виконавцем цієї аморальної справи став відомий журналіст, колишній прес-секретар чорноволівського Народного руху України Дмитро Пономарчук, який озвучив незаконно підслухану телефонну розмову двох відомих політиків. Підглядати в замкову щілину (підслуховувати) в усі часи вважалося аморальним, а ще ганебнішим — переказувати те, що побачив (почув). Подійкували, що зробив це Пономарчук, спокусившись на солідну грошову суму, яку нібито отримав за це. Та хоч би як там було, але його вчинок був обурливим і неетичним. Колеги по перу засудили за це Пономарчука і, власне, продемонстрували свою зневагу до його вчинку. Знаючи Дмитра особисто, я також не зміг промовчати і написав статтю "Хто ризикне подати руку Пономарчуку?" [4].

Ще один промовистий приклад. У листопаді 2001 року в пресі з'явилося повідомлен-

ня: керівником департаменту засобів масової інформації блоку "Наша Україна" призначено відомого журналіста Володимира Рубана [5]. Очолював він пресовий департамент опозиційного блоку недовго — буквально лічені тижні. Але вже у вересні 2002 року УНІАН поширило інформацію, що Володимир Рубан призначений розпорядженням Президента України завідувачем відділу президентської адміністрації [6]. Та хоча б якими були причини таких метаморфоз, що сталися з журналістом, його поворот на 180 градусів, перекинення з опонуючого табору у структури, яким опонувала "Наша Україна", не вкладаються у рамки ні професійної етики, ні загальнолюдської моралі.

## 5. ВІД ЧОГО ЗАЛЕЖИТЬ ЕТИЧНА ПОЗИЦІЯ ЖУРНАЛІСТА

Основні принципи загальнолюдської християнської моралі, викладені у Святому Письмі, впродовж двох тисячоліть залишаються незмінними. Хоча, виходячи з інтересів певних класів чи соціальних груп, робилися спроби трактувати їх по-різному. По своєму ставилась до моралі, наприклад, марксистсько-ленінська теорія, насаджуючи думку, що моральне все те, що в інтересах робітничого класу, а це спотворювало соціальну мораль. Виходячи з цього, у часи радянщини пріоритетними в журналістській етиці вважалися партійність, комуністична ідейність, народність, масовість, критика і самокритика. Як бачимо, все це суперечить нинішнім об'єктивним поняттям професійної журналістської етики, яка, включаючи в себе класичні християнські моральні цінності, водночас акцентує увагу саме на професійних їх особливостях.

Ці особливості мають історичний характер, змінюючись і трансформуючись залежно від розвитку суспільної свідомості, рівня демократії та особливостей суспільного ладу. Тому журналістські об'єднання та організації багатьох країн і окремі засоби масової інформації виробили свої професійні



етичні кодекси та моральні норми, які мають суттєві відмінності в деталях. Приміром, у країнах західних демократій неприйнятною є ідеологічна, політична, релігійна чи комерційна заангажованість журналіста, якщо вона й допускається, то тільки у рекламних розділах та під спеціальними рубриками "політична реклама", а висловлення власної думки журналіста відділяється від інформації. У нас же, навпаки, ціниться жива журналістська думка, чітка ідеологічна позиція. Однак принципи об'єктивності, надання аудиторії можливості ознайомитися з різними поглядами є ознаками доброї журналістики в усьому світі.

Поняття журналістської етики, як і поняття моральності чи аморальності, у різних людей можуть бути різними. Наприклад, те, що для однієї особи є ознакою честі, інша може сприймати, як вияв безчестя. У кодексах журналістської етики в багатьох країнах декларується повага до приватного життя людини, куди журналістам зась. Однак приватне життя публічних людей — політиків, відомих митців, акторів тощо — може зачіпати громадські інтереси, тому має бути відкритим для публічного обговорення.

Як же визначити, де ж та грань, яка розділяє моральність та аморальність? Справа не така проста, як може здатися на перший погляд. Тому на Заході визнають, що преса — це не тільки джерело інформації та дискусійна трибуна, але також і засіб суспільного контролю за владними структурами. Водночас створюються також системи нагляду за роботою ЗМК, так звані установи щодо забезпечення соціальної відповідальності мас-медіа.

Щоб стати висококласним професійним журналістом, уникнути прикрощів, пов'язаних з порушенням етичних норм, треба виробити в собі органічне розуміння і відчуття народної моралі. Моральна позиція не є умоглядною, вона є органічною, всмоктаючою з материнським молоком. Етичні підвалини характеру закладаються в дитинстві, утверджуються не тільки через по-

вчання, а й особистим прикладом батьків та оточення за принципом "роби, як я". Саме виховання в родині є надійним механізмом передачі від покоління до покоління народної звичаєвості та моральності. Отже, від сімейної атмосфери, домашнього виховання залежить, якою виросте дитина, яких життєвих принципів дотримуватиметься.

Однак тільки цього недостатньо, щоб мати чітку і несхибну моральну позицію, виробити високе почуття соціальної відповідальності за свої дії і за своє слово, адресоване багатьом людям. Для цього необхідна ціла низка чинників, зокрема таких, як формування світогляду, рівня освіченості, ерудиції, високої культури, відчуття нерозривного зв'язку зі своїм народом та зі своєю землею. Залежність тут пряма і безпосередня. Закладені в дитинстві моральні засади під впливом освіти, опанування знаннями і досвіду свого та інших народів, вироблення відповідного світовідчуття та розширення світоглядних горизонтів допомагають виробити морально-етичну позицію, перевести її зі стану інтуїтивного відчуття до усвідомленого розуміння.

Таким чином виробляються риси морального обличчя журналіста, відчуття ним моральної відповідальності, що виявляється у повсякденній професійній діяльності та впливає на його творчість, починаючи від вибору теми та збирання матеріалу до його осмислення, мотивації і переплавлення у готовий журналістський твір. Все це складає, по-перше, систему необхідних у житті моральних і творчих принципів автора, по-друге, звід етичних норм і правил, яких слід дотримуватись у журналістській праці.

Та, як ми знаємо, роль журналіста як комуніканта реалізується не тільки в засобі масової інформації, через який він доносить своє слово та думку до комуніката, а й у журналістському колективі, в якому доводиться працювати. Тому в практичній діяльності слід враховувати інтереси, звичаї, атмосферу, що склалися в колективі. У взаєминах з колегами журналіст має керуватися



певними етичними правилами. Культура, ввічливість у спілкуванні, повага та доброзичливе ставлення до колег також є невід'ємними рисами високomorальної людини.

## 6. РЕЗЮМЕ

Суспільство виробило ефективні засоби регулювання людських взаємин — право як законодавчі акти, які чітко формулюють, що громадянин може робити, а що робити заборонено, та етика як узвичаєні моральні норми, яких люди дотримуються повсякденно. Ці поняття стосуються й журналістики і спираються на ту спільну рису, що мають безпосереднє відношення до демократії: що вище рівень демократії, то незалежніша журналістика; що незалежніша журналістика, то вона моральніша.

Висока моральність завжди необхідна в кожному суспільно корисному виді діяльності, та чи не найбільше вона потрібна у журналістиці. Адже засоби масової інформації орієнтовані саме на масову комунікацію і тому як моральність, так і аморальність тисячократно множаться, поширюються і доходять до споживача.

Тому й вироблено етичні засади і принципи журналістської діяльності, які включають у себе загальнолюдські моральні цінності та специфічні професійні правила і норми.

Щоб стати високопрофесійним журналістом, треба виробити в собі органічне

розуміння і відчуття народної моралі. Етичні підвалини характеру закладаються в дитинстві, утверджуються не тільки через повчання, а й особистим прикладом батьків та оточення, але закріплюються освітою, знаннями, ерудицією, культурою, набутими в ході здобуття професії та практичної діяльності.

Отже, так формується моральне обличчя журналіста, виробляється відчуття ним моральної відповідальності, що виявляється у повсякденній професійній діяльності та впливає на його творчість, починаючи від вибору теми та збирання матеріалу, до його осмислення, мотивації і написання твору у відповідному журналістському жанрі. Все це складає, по-перше, систему необхідних у житті моральних і творчих принципів автора, по-друге, звід етичних норм і правил, яких слід дотримуватись у журналістській праці.

1. Віято Мішель. Щоденна робота журналіста. — К., 1999. — С. 23.

2. ІМІ — <http://www.imi.com.ua/barom/index.htm>.

3. Попередній звіт з моніторингу у висвітленні засобами масової інформації виборів до Верховної Ради України у березні 2002 року: <http://www.vybory2002.kiev.ua/news/2002/04/04>.

4. Слово Просвіти. — 2002. — 18 січ.

5. Інтернет-видання "Українська правда", [www.pravda.com.ua](http://www.pravda.com.ua). — 2001. — 26 лист.

6. Там само. — 2002. — 12 верес.



## Міждисциплінарні знання як основа світогляду журналіста-еколога (на прикладі філософії)

Останнім часом термін "міждисциплінарні знання" став вельми популярним у науковому світі. І це цілком зрозуміло. Адже сьогодні знання настільки взаємопов'язані та уніфіковані, що між ними стираються грані.

Журналістика — це, напевне, єдина сфера людської діяльності, яка має стосунок чи не до кожної з можливих фундаментальних наук, але сама не є такою. Складність цього фаху саме і полягає в тому, що при вивченні тих чи тих питань доводиться спиратися на інші фундаментальні науки. До цього схилиються й провідні українські журналісти-теоретики:

"Сучасна газета наповнена філософським, психологічним, економічним, політологічним змістом, матеріалами, взятими з точних наук тощо. Наука про пресу теж не може бути відокремленою від суміжних суспільних і гуманітарних наук. Ігнорування досягнень суміжних наук може призвести до ремісництва і цеховщини. Вивчення преси вимагає об'єднання зусиль філософських, історичних, лінгвістичних і літературознавчих дисциплін і використання їх методів" [1].

Екологічна тематика вимагає від журналіста додаткової підготовки, створення й розширення спеціального кругозору. Екожурналісту важливо мати "універсальний" набір фундаментальних знань, який дасть змогу більш кваліфіковано і впевнено підходити до висвітлення обраної теми. Цей набір можна запозичити із різних галузей, насамперед соціології, філософії тощо. Саме за-

глиблення в інші сфери знань дає життя новим видам знань, узагальненням, надто, коли йдеться про ще недостатньо розвинену наукову базу екожурналістики. Спробуймо розглянути цю тезу на прикладі філософії.

Філософія обертається навколо "вічних" проблем, до яких належить і проблема взаємовідносин людини й природи, що нині набуває особливої актуальності. Вона в різні часи непокоїла багато поколінь мислителів різних світоглядних орієнтацій. Тож їхній сконцентрований досвід, методи аналізу, помічені ними зв'язки з іншими сферами людського життя — це підґрунтя для розгортання журналістських досліджень.

Негативні наслідки антропогенної діяльності, що виявились в останні десятиріччя, примушують пильніше вдивитися в систему екологічних взаємовідносин, замислитися над проблемою їх гармонізації. І тут є що сказати філософу вустами журналіста. Спираючись на роботи філософів, журналіст може творчо презентувати продумані ідеали етично зрілих, духовно осмислених стосунків зі світом, робити на їх підставі свої висновки. Філософія здатна також зробити внесок у підготовку інтелектуально-психологічного клімату для прийняття і втілення таких ідеалів, сходячи з газетних шпальт, стимулювати пошук безконфліктних форм взаємодії з природою і поступового пом'якшення існуючих жорстких установок ставлення людини до екології. З іншого боку, збагачуючи свій світогляд відповідними філософськими знаннями, журналіст, який



пише на екологічну тематику, і сам має стати потужним носієм певної екофільної ідеології.

Одразу зауважимо, що широта і різноплановість порушеної проблеми, а також обмеженість обсягу даної роботи не дозволяють провести аналіз всіх її сторін. Однак навіть загальний огляд деяких позицій, які зачіпають філософські аспекти взаємовідносин людини і природи, свідчить, що ця тема є надзвичайно важливою для представників "четвертої влади".

Видатний сучасний філософ-еколог Едвард Голдсміт писав: "Наше ставлення до навколишнього середовища більш ніж поверхневе, адже для постійного задоволення своїх егоїстичних потреб нам не вигідно змінювати соціальні та економічні структури, від яких ми прямо залежимо, — ми лише пристосовуємо їх до нинішнього становища..." [2].

Це наочний приклад того, наскільки великою помилкою було б вважати, що екологічну кризу можна подолати лише за допомогою економічних заходів. Проте ця теза останнім часом виходить на передній план у більшості публікацій вітчизняної преси. Через бідність західних регіонів України, пишуть вони, активно вирубується ліси, що в свою чергу призводить до катастрофічних повеней. Через фінансову скруту промислові підприємства не можуть закупити ефективне очисне обладнання, тому рівень забрудненості індустріальних міст досягає критичних значень. Чи насправді проблеми довкілля пов'язані тільки з економічними чинниками? Розрахунки свідчать, що жодні природоохоронні заходи при всій їх абсолютній необхідності самі по собі не здатні розв'язати проблему стосунків людини і природи. Потрібна потужна ідея, яка б спонукала цивілізацію до пошуку компромісних рішень, змінила свідомість суспільства.

Слід зазначити, що сучасні українські науковці вже зверталися до аналізу світового філософського надбання у зв'язку з еко-

логією. Отож, маємо на що спиратися у роботі цієї теми для потреб журналістики. Ось як оцінює внесок філософів і природознавців В. А. Толстоухов [3]:

"Найвагоміші результати в дослідженнях, присвячених осмисленню екологічної проблеми як глобальної екологічної кризи і шляхами виходу з неї представлені:

У сучасних західних філософських дослідженнях: творчість діячів Римського клубу — Д. Медуза, Дж. Форрестера, А. Печчеї, Б. Гаврилишина (осмислення екологічної проблеми як глобальної, прогнозування поведінки екологічних систем, глобальної моделі розвитку людства і природи в їх єдності); Б. Коммонер (екологічні закони взаємодії суспільства і природних систем); Ю. Одум (суттєві ознаки сучасної екологічної ситуації та її кризового стану); Р. Уїттекер (закономірності існування екосистем); М. Харруел (екологічні наслідки ядерної війни); А. Гор, Г. Коль, Ф. Міттеран (політичні аспекти розв'язання екологічних проблем); Р. Фоулі (екологічні аспекти еволюції людини).

У сучасних українських і російських філософських і наукових працях: В. Вернадський (концепція біосфери-ноосфери); М. Будико, П. Водоп'янов, Е. Гірусов, Ф. Гіренок, Г. Художник, І. Круть, В. Лось, М. Моїсеев (осмислення суттєвих ознак сучасної екологічної ситуації як кризової, проблема збереження природи, управління екологічною ситуацією як регіональне природокористування); Г. Бачинський, М. Голубець, А. Гродзинський, В. Горшков, В. Зубаков, М. Реймерс, К. Ребане (розгляд природи і суспільства як єдиної соціоекосистеми і наукові дослідження загальних принципів її функціонування); В. Андрущенко, В. Бар'ятар, Ф. Канак, М. Кисельов, В. Крисаченко, С. Мороз, Л. Сидоренко (роль природного довкілля у самовизначенні людини — особистісному і національному, особливе місце природного довкілля у формуванні екологічної культури українського етносу, становлення екологічної свідомості і еко-



логічної культури, проблеми екологічної безпеки)".

Тільки сьогодні, в умовах надзвичайного загострення глобальних проблем сучасності, стають зрозумілими пророчі слова Вернадського про необхідність мислити і діяти в планетному — біосферному — аспекті. Тільки зараз руйнуються ілюзії технократизму, підкорення природи і з'ясовується єдність біосфери і людства. Відтак твори видатного українського вченого — це невичерпне джерело загальної канви для проблемних статей на екологічну тематику, на основу якої можна накладати яскраве розмаїття подій, власних пошуків. Його теорія ноосфери має великий "термін придатності", що дає змогу використовувати її як певний фундаментальний підсумок існування людини на Землі. Тож, узяти її собі на озброєння для журналіста - означає опанувати узагальненням величезного філософського, соціального, екологічного масштабу.

Важко переоцінити значення для розвитку сучасної філософської думки й діяльності Римського клубу. Ще в квітні 1968 року в Римі на заклик італійського промисловця, економіста і філантропа Ауреліо Печчея утворилася міжнародна група з тридцяти осіб, метою якої стало формування нового розуміння глобальної системи, в якій всі ми живемо, системи, яка складається із різних, але взаємозалежних складників — економічних, політичних, природних, соціальних. Висновки, зроблені у науковій праці Деніса Л. Медоуза "Межі росту. Доповідь Римському клубу", мають глибокий філософський характер і змушують замислитися про майбутнє Землі. За прогнозами Медоуза, людство крокує назустріч катастрофі, уникнути якої можна, лише вживши заходів

щодо обмеження та регулювання росту виробництва та зміни критеріїв прогресу.

У праці наочно втілена головна заповідь журналістської діяльності: завжди надавати читачеві право вибору між різними думками. Так, стосовно екологічного майбутнього нашої планети сьогодні існує безліч думок: від апологетики уседозволеності до рецептів тотального знищення людства для виживання Землі. Однак це — крайні точки зору, а відповіді на ці запитання, очевидно, лежить десь посередині. Така позиція викладена у "Межах росту" Медоуза, який скористався правилом "золотої середини", і яким у своїй творчості обов'язково має керуватися кожен сучасний журналіст.

Цілком закономірною і суспільно корисною виглядатиме така схема взаємодії: філософія, спираючись на свій величезний досвід, формує екологічно справедливі засади розвитку людства, а журналістика "прищеплює" ці засади людству, доповнюючи і розвиваючи прикладними дослідженнями. Цей процес включатиме в себе формування екологічної свідомості як самостійної форми суспільної свідомості, а також внесення екологічного аспекту у всі інші її форми (політичну і правову свідомість, мораль, мистецтво, філософію тощо). Адже в цьому і полягає високе суспільне призначення екожурналістики.

1. Москаленко А. З. Вступ до журналістики: Підручник. — К.: РВЦ "Київський університет", 1998. — С. 32

2. Голдсміт Едвард. Шлях: екологічний світогляд (глави з книги). — К.: ІА "Ехо-Схід". 1995. — С. 33.

3. Толстоухов В. А. Філософсько-світоглядні засади оптимального управління екологічною ситуацією в Україні. — К., 1999. — 18 с.



М. С. Тимошик,  
д. філол. н., проф.  
УДК 002. 2: 094. 1

# Види видавничої продукції. Книга як основний предмет видавничої діяльності

## 1. Поняття "видавнича продукція"

Головною метою діяльності будь-якого видавництва чи видавничої організації є підготовка і випуск у світ **в и д а в н и ч о ї** п р о д у к ц і ї. Основу її складає сукупність різноманітних за формою, змістом, зовнішнім виглядом, обсягом, характером інформації, структурою, періодичністю та призначенням видань. Своєрідність і особливість будь-якого окремого виду видавничої продукції полягає в тому, що, з одного боку, за цілим рядом ознак він має свої специфічні особливості, а з іншого — йому притаманно немало й спільних рис, властивих будь-якому виданню.

Початкуючому видавцеві варто навчитися на перших порах чітко уявляти все це розмаїття палітри друку, глибоко засвоїти перелік видань передусім за основними їх видами, легко розпізнавати й виокремлювати її складники. Адже від цього залежить як організація та спосіб роботи чималого цеху видавців і поліграфістів, так і величина матеріальних затрат на шляху всього складного й відповідального процесу творення того чи іншого видавничого продукту — від його задуму до тиражування та розповсюдження серед споживачів. Крім того, кожен вид, відповідно до існуючих у тій чи іншій державі стандартів, потребує свого зовнішнього та внутрішнього оформлення, своєї структури. Іншими словами — загального стилю представлення.

Незнання цієї специфіки призводить до того, що видавничий продукт з'являється на

світ, з точки зору культури видання, примітивно-самодіяльним і професійно несерйозним. Тому він переконливо характеризує рівень професіоналізму й майстерності самого видавця.

Спробуємо виокремити основні види видавничої продукції за цілим рядом узагальнених ознак.

## 2. Видавнича продукція за цільовим або соціально-функціональним призначенням

Значним масивом цього розділу є **офіційні та нормативні видання**.

Офіційними вважаються такі видання, які складаються з текстів документів, вироблених і затверджених офіційними органами чи організаціями різних рівнів — державними, відомчими, громадськими, політичними. Це передусім закони, постанови, укази законодавчих і виконавчих органів влади, стенограми засідань, доповіді та матеріали з'їздів, пленумів, інших офіційних зібрань. Сюди належать також різноманітні інструкції, преїскуранти, стандарти, технічні умови, статuti. Друкуються вони окремими назвами, серійними виданнями та зібраннями томів, що продовжуються. Такими є, зокрема, "Відомості Верховної Ради України", "Закони України", "Кодекс законів про працю", "Матеріали I з'їзду Народного руху України" тощо. Видання такого виду вимагають особливо ретельної редакційної підго-



товки з точки зору їх абсолютної відповідності (навіть граматичної і стилістичної) з оригіналом.

Інший значний за обсягом блок складають *наукові видання*.

В основі текстового матеріалу — результати теоретичних чи експериментальних досліджень одного або групи авторів в тій чи іншій галузі знань. Сюди належать також історичні документи, першо- чи передруки пам'яток культури, науки, літератури та мистецтва, доповнені, як правило, науковими примітками, коментарями, атрибуцією текстів. (Характерний приклад із недавніх надбуків українського книговидання — популярні серед читачів серії "Пам'ятки історичної думки України", "Літературні пам'ятки України".)

Наукові видання мають такі підвиди: монографії, автореферати дисертацій, препринти, збірники наукових праць, тези доповідей та повідомлень на різних наукових зборах (конференціях, з'їздах, симпозіумах).

Близькими до попередніх є науково-популярні видання. Оскільки призначені вони здебільшого для широкого кола читачів, які не є спеціалістами конкретної галузі знань, головною вимогою для їх створення є доступний, популярний стиль викладу. Звідси й назви серійних видань — "Популярно про складне", "Бесіди про науку", "Еврика".

#### *Навчальні видання*

Це особливий вид видань, створений у відповідній формі та покликаний допомогти широкому загалу конкретного користувача (учня, студента, аспіранта, викладача) в оволодінні ним конкретним навчальним предметом. Зовнішньою ознакою навчального видання є зазначення на його вихідних даних рекомендаційного грифа відповідного освітнього міністерства, відомства, навчального чи наукового закладу, а також проходження визначеного порядку рецензування.

Навчальні видання мають кілька підвидів із чітко зумовленими характеристиками й вимогами, які важливо розрізняти під час підготовки рукопису до друку: підручник,

навчальний посібник, методичний посібник, наочний посібник (таблиці), хрестоматія, робочий зошит, самовчитель, задачник, практикум, курс лекцій, навчальна і робоча програми.

#### *Довідкові видання*

У доступній читачеві формі подають стислі й найголовніші відомості щодо того чи іншого поняття, предмета, терміна, події, персоналії. Матеріали довідкових видань мають зручну форму розміщення, здебільшого за алфавітним принципом (суцільним, або проблемно-тематичним), що дає можливість швидко віднаходити їх і не потребує суцільного читання.

Підвиди цього блоку: словник (правописний, етимологічний, орфографічний, термінологічний, тлумачний, перекладний, біографічний, бібліографічний, частотний), словник-довідник, довідник, енциклопедія, розмовник, путівник.

#### *Літературно-художні видання*

Об'єднують усі твори художньої літератури, різноманітні за жанрами, часом і місцем їх появи у світ. Це художні, документально-художні твори, альманахи, антології, пісенники.

#### *Рекламні видання*

Цільове призначення цього виду видавничої продукції — від імені конкретного виробника, рекламодавця чи спонсора якнайкраще (щодо змісту тексту та його оформлення) представити потенційному споживачеві чи покупцеві товари, ідеї, послуги.

Масив цієї продукції складають проспекти, каталоги, путівники, афіші, плакати, рекламні оголошення і повідомлення для засобів масової інформації.

Особливістю підготовки до друку цього виду видань є те, що за їх зміст і форму відповідає замовник. Вкладаючи власні, до того ж, чималі кошти за продукування таких текстів, часто створених поза видавництвом, він нерідко виступає проти будь-якого видавничого втручання в текст. Тому-то значна їх кількість з'являється на світ, м'яко кажучи, недосконалою не лише за граматично-



стилістичним виконанням, а й смислом. Тolerантний і небайдужий видавець завжди мусить знайти спосіб порозуміння з рекламодавцем для поліпшення такого тексту.

### **3. Видавнича продукція за адресністю читача**

*Для широкого кола читачів (масове видання)*

Цей тип видання розрахований практично на необмежене ні віковими, ні професійними, ні освітніми рамками коло читачів чи споживачів. Як правило, друкується значними накладками (на початку 90-х років минулого століття наклад українських бестселерів історичної тематики складав одним або кількома заводами 100-500 тисяч примірників). У нинішніх умовах кризи вітчизняного книговидавництва масовими стали видання від 20-ти і більше тисяч примірників.

*Для дітей та юнацтва*

Відповідно до специфіки читацької аудиторії ці видання потребують особливого художнього оформлення, поліпшеного поліграфічного виконання (шрифт, папір, ілюстрації) та специфічного формату. Це можуть бути казки, художні, науково-популярні твори тощо.

*Бібліотечні видання*

Розраховані на поповнення фондів існуючої мережі державних і відомчих бібліотек. Формуються відповідно до наявних чи нових бібліотечних серій. З-поміж найпопулярніших — "Бібліотека школяра" (художні твори за шкільною програмою), "Золота бібліотека школяра" (науково-популярні та пізнавальні твори), книги за держзамовленням, включені до Національної програми соціально значущих видань, ювілейні видання тощо.

*Видання для службового користування*

Значний за обсягом масив друкованої продукції передусім відомчого характеру, який містить у собі інформацію, призначену для певної категорії користувачів (фізичних осіб чи закладів, установ). Замовники таких видань не зацікавлені в їхньому поширенні,

про що зазначається відповідним грифом на титульній сторінці чи її звороті. Видання цього виду оформляються довільно, без дотримання вимог державних стандартів, з-поміж яких — ISBN, ББК, УДК тощо.

*Бібліофільські видання*

Здебільшого це репринтні відтворення раритетних видань або поліпшені художнім і поліграфічним виконанням із специфічним форматом видання окремих книжкових шедеврів. Їхній наклад є незначним, а ціна — малодоступна для пересічного читача. Показовими прикладами є відтворення першого видання "Енеїди" І. Котляревського, "Кобзаря" Т. Шевченка. Напередодні святкування 1000-ліття хрещення України-Руси канадські українці здійснили 1983 року у Вінніпезі перевидання Острозької Біблії. Зараз в Україні робляться спроби представити читачеві Пересопницьку Євангелію.

*Видання для сліпих*

Специфічний вид видань, призначений для сприйняття незрячими текстів завдяки створеній французьким педагогом Л. Брайлем рельєфно-крапковій системі письма, так званого шрифту Брайля, який читається з допомогою дотику пальцями рельєфно-крапкового зображення літер і малюнків. Для цієї категорії читачів видаються також рельєфно-графічні посібники, в яких методом пресування полімерної плівки створюються рельєфні рисунки, карти, плани і схеми. В Україні підготовку і видання цієї літератури здійснює спеціально створене державне видавництво.

### **4. Видавнича продукція за знаковою природою інформації**

Найпоширенішими у цьому блоці друкарами є текстові видання.

Формою і основним засобом передачі їхнього змісту є словесний, цифровий, формульний чи змішаний текст.

Головним знаковим матеріалом нотних видань є нотні знаки, за допомогою яких фіксуються музичні твори для збереження їх і навчання іншими користувачами.



*Картографічні видання*

Творються у відповідній проекції зменшеного і узагальненого зображення поверхні землі чи якогось іншого небесного тіла за допомогою певної системи умовних знаків. Підвидами цієї продукції є карти, карти-схеми, глобуси. У зв'язку з підвищенням останнім часом попиту на цей вид видань його прагнуть освоїти більше видавництв. Серед спеціалізованих видавництв цього профілю, які міцно утвердилися нині на ринку, — "Мапа України", "Картографія".

*Зображальні видання*

Складають ту частину друкованої продукції, де домінує зображальний матеріал у вигляді репродукцій творів мистецтва чи фото, а текст виконує лише допоміжну, пояснювальну функцію. Можна виділити такі підвиди: альбом (художній, технічний, фотоальбом), атлас (анатомічний, ботанічний, географічний, зоологічний, мовознавчий, медичний), гравюра, естамп, екслібрис, етикетка, літогравюра, ксилографія, офорт, художня листівка, художній плакат.

## 5. Видавнича продукція за формою і матеріальною конструкцією

*Книжкові видання*

Це найпоширеніший вид друкованої продукції, що складає основний предмет діяльності переважної більшості видавництв. Являє собою неперіодичне видання у вигляді скріплених у корінці друкованих аркушів (кодексу), обтягнутих оправою або обкладинкою.

*Журнальні видання*

Періодичні ілюстровані видання кодексного типу певного формату і обсягу, що містять у собі відповідну кількість оригінальних творів, рефератів і документів, об'єднаних певним тематичним змістом. Журнали умовно можна розділити на такі підвиди: суспільно-політичний, науковий, науково-популярний, літературно-художній, виробничо-практичний, реферативний, дитячий.

*Газетні видання*

Періодичні ілюстровані видання у вигляді одного або кількох, як правило, не зшитих аркушів паперу, що містять різножанрові, специфічні для журналістики, матеріали інформаційного й аналітичного характеру. Мають свою розвинену типологію.

*Буклетні видання*

Переважно багатокольорові аркушеві друки, складені в два або кілька згинів. До такого виду друкованої продукції найчастіше звертаються туристичні агенції, виробники промислових і продовольчих товарів, організації та установи в період відзначень ювілеїв, подій чи проведення інших знакових заходів.

До блоку видавничої продукції за ознакою форми чи матеріальної конструкції слід віднести і різноманітні плакати, листівки, календарі та календарики, книжки-іграшки.

## 6. Видавнича продукція за належністю до видавця, автора чи спонсора

*Власне видання*

Видання, випущене у світ коштом видавництва. У випадку, коли видання фінансується автором, або спонсором, причетність їх до появи друкованого продукту, згідно із договором, обумовлюється на вихідних даних. Зміст цієї інформації є довільним. Для прикладу: "Видання здійснено коштом автора" або "Видання здійснено за сприяння (такого-то) спонсора".

*Спільне видання*

Це результат співпраці двох або кількох видавництв. Міра участі кожного з них у творенні спільного продукту може бути різною: поступка авторських прав на перевидання, переклад, фінансова допомога, підготовка певної частини тексту. Зовнішньою ознакою спільного видання є обов'язкове зазначення відповідної інформації у вихідних і реквізитних даних. Форма співробітництва щодо випуску спільного видання і всі деталі оформлення вихідних даних обумовлюється у двох-чистотресторонньому договорі.



### *Піратське видання*

Видання, що з'являється у світ із порушенням законодавства про авторські та суміжні права. Поширений приклад: видана одним видавництвом популярна книга з'являється на книжковому ринку з вихідними даними іншого видавництва, яке змінило у виданні лише обкладинку, оперативну і з найменшими витратами розтиражувавши готовий книжковий блок. Часто видавці додруковують наклад видання, що користується попитом у читачів, без інформування про це автора і виплати йому додаткової авторської винагороди. Такі порушення можуть ставати предметом судових позовів.

До цього блоку варто додати ще відомче видання (випускається відомством для своїх потреб, в якому переважає інформація про діяльність цього відомства), посмертне видання (здійснюється незабаром після смерті автора), прижиттєве видання (з'являється у світ за життя автора), ювілейне видання (приурочене конкретній ювілейній даті), меморіальне видання (друкується на відзначення пам'ятної події в житті держави).

Характерним прикладом останнього виду видання є багатотомна "Книга пам'яті України", в якій, у межах кожної області, подано прізвища всіх громадян України, які загинули на фронтах Великої Вітчизняної війни.

### **7. Видавнича продукція за рівнем художнього оформлення і способом поліграфічного виконання**

#### *Мініатюрне видання*

Випускається нестандартними форматами. Відповідно до світової книговидавничої практики, такими книгами прийнято вважати видання, висота і ширина яких менше 80 міліметрів, у Росії — у межах 100 мм. Найменша на земній кулі книга — українська. Її створив київський майстер Микола Сядристий: його "Кобзар", скріплений звичайною павутиною, має розмір 0,6 кв. мм. Перегорнути її можна кінчиком загостреної волосинки, а прочитати — з допомогою мікроскопа. Мініатюрна кни-

га, як вид видання, особливо популярна серед бібліофілів.

#### *Подарункове видання*

Випускається в поліпшеному художньому і поліграфічному оформленні та призна-чається для подарунків. Часто буває нестан-дартних форматів і дорогим за ціною.

#### *Факсимільне видання*

Це перевидання значної історичної і ху-дожньої пам'ятки в такому варіанті, який по-вторює всі особливості оригіналу: формат, гатунку паперу, обкладинку, графічно-стилістичну специфіку тексту. Подібним до цього є репринтне видання, яке здійсню-ється шляхом фотографічного відтворення всіх сторінок видання без найменшого ре-дакторського втручання в текст.

### **8. Видавнича продукція за кількістю видань**

#### *Перше видання*

Твір, що з'являється у світ вперше.

#### *Стереотипне видання*

Це практично нове відтворення поперед-нього видання без жодних змін.

#### *Перевидання*

Повторний випуск видання, яке вже поба-чило світ. Має кілька підвидів: доповнене видання (додані автором чи видавництвом нові глави, параграфи чи навіть абзаци); ви-правлене видання (усунені виявлені грама-тичні і фактологічні помилки, неточності); перероблене видання (значна частина тексту зазнала суттєвих змін), розширене видання (виклад матеріалу розширений за рахунок урізноманітнення тематичного блоку, кількості прикладів тощо).

### **9. Видавнича продукція за періодичністю випуску**

Варто розрізняти: неперіодичні, періоди-чні, серійні видання.

### **10. Видавнича продукція за способом укладання текстів**

Цей вид має таку класифікацію:  
*однотомне видання,*



*багатотомне видання,  
академічне видання,  
вибрані твори,  
повне зібрання творів,  
серійні видання.*

## 11. Книга як основний предмет видавничої діяльності

Зорієнтувавшись у цій різноманітній палітрі друкарської продукції, навчившись її розрізняти за цілим рядом перелічених вище ознак, видавець може приступати до створення й реалізації власної видавничої програми.

За винятком суто спеціалізованого газетно-журнального та етикетково-пакувального видавничо-поліграфічного комплексу в усіх інших випадках головним предметом діяльності й видавця, і поліграфіста стає підготовка та випуск у світ к н и ж к о в о ї п р о д у к ц і ї. Осягнути всю повноту цього складного, відповідального і тривалого в часі процесу не можна без з'ясування сутності, форм, функцій та інших особливостей книги як основного предмета видавничої діяльності.

Точне і повне визначення поняття "книга" й досі залишається проблемою для дискусій у світовому книгознавстві. Існуючі десятки тлумачень "книги" як терміна не є досі загальноприйнятими, бо не змогли в короткій, місткій і переконливій формі окреслити ні глибинної її сутності, ні меж, які відрізняють її від інших засобів збереження і передачі інформації. Пояснюється це, з одного боку, еволюцією матеріальної форми книги в історичному розрізі, а з іншого — її універсальними особливостями та багатофункціональним призначенням.

Складною і багатозначною є етимологія слова "книга" в різних мовах. Доведено, що в слов'янських народів воно походить від кореня кна (киен), що означало обрубок або вирізку з дерева. Правдоподібність такої етимології підсилює зв'язок цього слова з буковим деревом у ряді романо-германських мов (англійське book, німецьке buch, гол-

ландське boek). Саме на вирізках з цього дерева писали перші в Європі книги. У найдавнішій українській рукописній пам'ятці "Остромирова Євангелія" слово "книга" вживається в значенні письмо, буква. Існують припущення, що в слов'янські мови це слово могло прийти через тюркські від китайського ку ен — буквально сувій паперу, шовку. Давньомонгольська назва книги бісіг означає загострений предмет для писання, а готське boka виводить на конкретну букву алфавіту. Отож, у всіх випадках у багатьох народів первинним значенням для поняття "книга" ставав або матеріал для нанесення на нього письма, або якийсь писемний елемент, або пристрій, із допомогою якого цей елемент наносився.

Віддавна формувалася і головна функція книги як чинника збереження та поширення в часі та просторі інформації певного змісту.

У цьому контексті напрошується важливість розуміння подвійної природи книги. З одного боку, це викінчений матеріальний предмет, що має свою форму і конструкцію, з іншого — це носій зафіксованої людиною писемної чи графічної інформації, це своєрідний світ знань, поглядів і образів її творців.

Залишаючи поза межами цього матеріалу творення чергового визначення поняття "книга", звернемо увагу на існування двох його офіційних дефініцій. Перша впливає з рекомендацій ЮНЕСКО, поширених для книговидавничого світу в 1964 році. Відповідно до рекомендацій цієї міжнародної організації у сфері культури, к н и г а — це друкowana неперіодична публікація, яка містить не менше 49 сторінок, не враховуючи обкладинки, і призначена для читацької аудиторії.

Відповідно друкований текст обсягом до 5 сторінок називається л и с т і в к о ю, а від 5 до 48 сторінок — б р о ш у р о ю.

Чітко окреслене поняття книги і в Державному стандарті України. Книга — це видання у вигляді блоку скріплених у корінці аркушів друкованого матеріалу будь-якого



формату в обкладинці чи оправі обсягом понад 48 сторінок.

Як матеріальний предмет і як культурна цінність, книга просторово та змістовно організована. Іншими словами, вона має свою внутрішню й зовнішню конструкцію, ієрархічно підпорядковані великі й малі її складники, численні художні й шрифтові елементи, вироблені століттями її творцями неписані закони творення.

1. Тимошик М. Її величність — книга. — К.: Наша культура і наука, 1999. — 308 с.

2. Тимошик М. Заочний університет видавця. Заняття четверте. Видавнича продукція та її види // Друкарство. — 2001. — № 5. — С. 84-86.

3. Тимошик М. Державні стандарти з видавничої справи // Вісник книжкової палати. — 2001. — № 12. — С. 9-13.

4. Видання. Основні види: терміни і визначення. ДСТУ 3017-95. — К.: Держстандарт України, 1995. — 46 с.

5. Пикок Джон. Издательское дело: Пер. с англ. — М.: ЭКОМ, 1998. — 400 с.

6. Книга для авторов / Сост О. И. Слуцкий. — М.: Издательский дом "Дашков и К", 2001. — 384 с.



А. Г. Нсвалов,

к. е. н.

УДК 331. 213. 3

## Моніторинговий аналіз економічної тематики в українських ЗМІ

Проводячи моніторинг економічної тематики в українських ЗМІ, необхідно виділити кілька чинників, що безпосередньо впливають на ефективність подачі економічного інформаційного матеріалу в ЗМІ:

- глибина розкриття;
- оперативність подачі;
- візуалізація текстового матеріалу;
- навантаження текстового матеріалу числовими даними;
- діапазон аналітики;
- тематичне спрямування;
- географічна спрямованість аналітики.

Оцінювання економічної тематики відповідно до зазначених чинників (критеріїв) здійснено за такими показниками:

- глибина розкриття — системність та комплексність економічного інформаційного матеріалу;
- оперативність подачі — швидкість та актуальність економічного інформаційного матеріалу;
- візуалізація текстового матеріалу — кількість табличного, графічного та діаграмного матеріалу (співвідношення кількості показників динаміки та складу до обсягів їх візуалізованого оформлення) та їх якості;
- насиченість текстового матеріалу числовими даними — концентрація текстового та цифрового матеріалу (співвідношення тексту з числами);
- діапазон аналітики — широта розкриття матеріалу (тиждень, місяць, квартал, рік, 1-5 років, 5-10 років і більше 10 років);
- тематичне спрямування — питома вага

галузей економічного інформаційного матеріалу (фінансової аналітики, маркетингу, теорії та практики управління, статистичного аналізу та господарського законодавства) в його загальному обсязі;

- географічна спрямованість аналітики — питома вага регіону дослідження (Україна, близьке закордоння, Європа, Схід, Азія, Африка, Австралія та Америка) у загальному обсязі економічного інформаційного матеріалу.

Моніторинг здійснювався на основі формалізованих методів вивчення ЗМІ (контент-аналізу).

З метою забезпечення об'єктивності зведення та аналізу результатів контент-аналізу діапазону аналітики, тематичного спрямування та географії дослідження використовувалися такі статистично-математичні характеристики: середньоарифметичне значення оцінки, медіана, мода, найменше та найбільше значення в загальній сукупності ЗМІ.

Визначення середньоарифметичного значення питомих ваг ( $M_j$ ) здійснювалось за формулою:

$$M_j = \frac{\sum Z_{ji} m_{ji}}{\sum m_{ji}}, \quad (1)$$

де  $j$  — номер об'єкта оцінювання;  $i$  — номер інтервалу питомих ваг;  $Z_{ji}$  — середньоарифметичне значення відповідного інтервалу питомих ваг  $j$ -того об'єкта;  $m_{ji}$  — частота повтору значення  $i$ -тої питомих ваг  $j$ -того об'єкта.

Ця оцінка питомих ваг є загальносередньою для того чи іншого питання. Але вона



не характеризує більшість ЗМІ. Тому для більш повного аналізу потрібно було розраховувати ще такі статистичні характеристики, як моду ( $M_o$ ) та медіану ( $M_e$ ).

Мода ( $M_o$ ) характеризує значення отриманої питомої ваги одиниць даної сукупності. Її значення визначається за формулою:

$$M_o = X_{M_o} + k \cdot \frac{m_{M_o} - m_{l-1}}{2m_{M_o} - m_{l-1} - m_{l+1}}, \quad (2)$$

де  $X_{M_o}$  — початкове значення модального інтервалу;  $m_{M_o}$  — частота повтору питомої ваги модального інтервалу;  $m_{l-1}$  — передмодальна частота;  $m_{l+1}$  — післямодальна частота;  $k$  — розмір інтервалу.

Медіана ( $M_e$ ) дає оцінку, яка відповідає середній в ряді упорядкованих за зростанням питомих ваг та не залежить від значень крайніх. У порівнянні з середньоарифметичною питомою вагою та модою медіана є найбільш сталою.

Для розрахунку розміру медіани ( $M_e$ ) застосували таку формулу:

$$M_e = X_{M_e} + k \cdot \frac{0,5 \cdot \sum m_j - S_{M_e-1}}{m_{M_e}}, \quad (3)$$

де  $X_{M_e}$  — нижня межа медіанного інтервалу;  $S_{M_e-1}$  — нагромаджена частота інтервалу, передмедіанного інтервалу;  $m_{M_e}$  — частота медіанного інтервалу.

Дослідження економічної тематики проводилось комплексно на матеріалах українських центральних видань (газетах) як спеціалізованих на фінансово-економічній аналітиці, так і суспільно-громадських, за 6 місяців (жовтень 2001 — березень 2002 року).

Для більшої наочності матеріал систематизовано в таблиці, а аналіз наведено у формі діаграм та графіків.

Таблиця 1  
Глибина розкриття економічного інформаційного матеріалу

| ЗМК                            | Посередня | Задовільна | Добра | Відмінна | Переважаюча |
|--------------------------------|-----------|------------|-------|----------|-------------|
| 2000                           |           |            | *     |          |             |
| KYIV POST                      |           |            |       | *        |             |
| Бизнес                         |           |            |       |          | *           |
| Вечерние Вести                 |           |            | *     |          |             |
| Вечірній Київ                  |           | *          |       |          |             |
| Галицькі контракти             |           |            |       |          | *           |
| Голос України                  |           | *          |       |          |             |
| Деловая Украина                |           |            |       | *        |             |
| День                           | *         |            |       |          |             |
| Дзеркало тижня                 |           |            |       |          | *           |
| Зеркало                        |           |            | *     |          |             |
| Известия — Украина             | *         |            |       |          |             |
| Інвестиції: практика та досвід |           |            | *     |          |             |
| Киевские ведомости             |           | *          |       |          |             |
| Київський вісник XXI століття  |           |            |       | *        |             |
| Компаньон                      |           |            |       |          | *           |
| Контракты                      |           |            |       | *        |             |



|                                |   |   |  |  |   |
|--------------------------------|---|---|--|--|---|
| Новий час                      | * |   |  |  |   |
| Правда України                 | * |   |  |  |   |
| Президентський вісник          |   | * |  |  |   |
| Сьогодні                       | * |   |  |  |   |
| Україна — бізнес               |   |   |  |  | * |
| Українська інвестиційна газета |   |   |  |  | * |
| Урядовий кур'єр                |   | * |  |  |   |
| Факты и комментарии            | * |   |  |  |   |

Таблиця 2

## Оперативність економічного інформаційного матеріалу

| ЗМК                            | Посередня | Задовільна | Добра | Відмінна | Переважуюча |
|--------------------------------|-----------|------------|-------|----------|-------------|
| 2000                           |           |            | *     |          |             |
| KYIV POST                      |           |            | *     |          |             |
| Бізнес                         |           |            |       | *        |             |
| Вечерние Вести                 |           |            |       |          | *           |
| Вечірній Київ                  |           | *          |       |          |             |
| Галицькі контракти             |           |            |       | *        |             |
| Голос України                  |           | *          |       |          |             |
| Деловая Украина                |           |            |       | *        |             |
| День                           | *         |            |       |          |             |
| Дзеркало тижня                 |           |            |       | *        |             |
| Зеркало                        |           |            |       | *        |             |
| Известия — Украина             | *         |            |       |          |             |
| Інвестиції: практика та досвід |           | *          |       |          |             |
| Киевские ведомости             | *         |            |       |          |             |
| Київський вісник XXI століття  |           |            | *     |          |             |
| Компаньйон                     |           |            |       | *        |             |
| Контракты                      |           | *          |       |          |             |
| Новий час                      |           |            | *     |          |             |
| Правда України                 | *         |            |       |          |             |
| Президентський вісник          |           | *          |       |          |             |
| Сьогодні                       |           | *          |       |          |             |
| Україна — бізнес               |           |            |       | *        |             |
| Українська інвестиційна газета |           |            |       |          | *           |
| Урядовий кур'єр                |           | *          |       |          |             |
| Факты и комментарии            |           |            | *     |          |             |



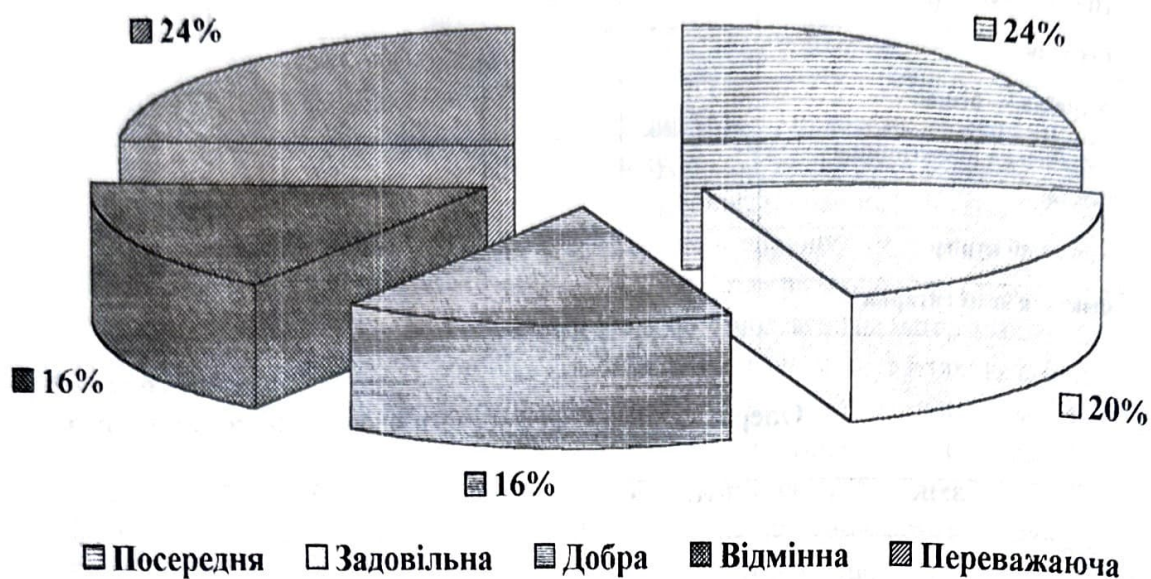


Рис. 1. Аналіз глибини розкриття економічного інформаційного матеріалу

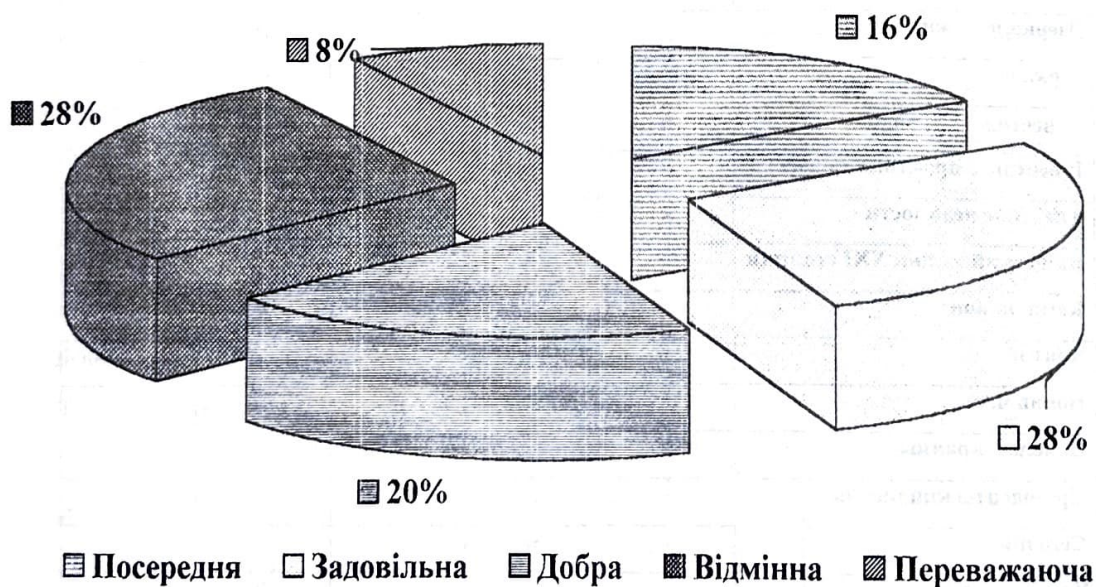


Рис. 2. Аналіз оперативності економічного інформаційного матеріалу



Таблиця 3  
Візуалізація економічного інформаційного матеріалу

| ЗМК                               | Посередня | Задо-<br>вільна | Добра | Відмінна | Перева-<br>жаюча |
|-----------------------------------|-----------|-----------------|-------|----------|------------------|
| 2000                              |           | *               |       |          |                  |
| KYIV POST                         |           |                 | *     |          |                  |
| Бизнес                            |           |                 |       | *        |                  |
| Вечерние Вести                    |           | *               |       |          |                  |
| Вечірній Київ                     |           | *               |       |          |                  |
| Галицькі контракти                |           |                 |       | *        |                  |
| Голос України                     | *         |                 |       |          |                  |
| Деловая Украина                   | *         |                 |       |          |                  |
| День                              | *         |                 |       |          |                  |
| Дзеркало тижня                    |           |                 | *     |          |                  |
| Зеркало                           |           | *               |       |          |                  |
| Известия – Украина                | *         |                 |       |          |                  |
| Інвестиції: практика та досвід    |           | *               |       |          |                  |
| Киевские ведомости                |           | *               |       |          |                  |
| Київський вісник XXI століття     |           | *               |       |          |                  |
| Компаньйон                        |           |                 | *     |          |                  |
| Контракты                         |           |                 | *     |          |                  |
| Новий час                         | *         |                 |       |          |                  |
| Правда Украины                    | *         |                 |       |          |                  |
| Президентський вісник             | *         |                 |       |          |                  |
| Сегодня                           | *         |                 |       |          |                  |
| Україна – бізнес                  |           |                 |       | *        |                  |
| Українська інвестиційна<br>газета |           |                 |       | *        |                  |
| Урядовий кур'єр                   | *         |                 |       |          |                  |
| Факты и комментарии               |           | *               |       |          |                  |



Таблиця 4  
Навантаження текстового інформаційного матеріалу числовим

| ЗМК                               | Посередня | Задо-<br>вільна | Добра | Відмінна | Перева-<br>жаюча |
|-----------------------------------|-----------|-----------------|-------|----------|------------------|
| 2000                              |           |                 |       | *        |                  |
| KYIV POST                         |           | *               |       |          |                  |
| Бизнес                            |           |                 | *     |          |                  |
| Вечерние Вести                    |           |                 |       | *        |                  |
| Вечірній Київ                     |           |                 |       | *        |                  |
| Галицькі контракти                |           |                 |       |          | *                |
| Голос України                     | *         |                 |       |          |                  |
| Деловая Украина                   |           | *               |       |          |                  |
| День                              | *         |                 |       |          |                  |
| Дзеркало тижня                    |           |                 |       | *        |                  |
| Зеркало                           |           |                 | *     |          |                  |
| Известия — Украина                |           |                 |       | *        |                  |
| Інвестиції: практика та досвід    |           |                 |       |          | *                |
| Киевские ведомости                |           |                 |       | *        |                  |
| Київський вісник ХХІ століття     |           |                 | *     |          |                  |
| Компаньйон                        |           |                 |       |          | *                |
| Контракти                         |           |                 | *     |          |                  |
| Новий час                         | *         |                 |       |          |                  |
| Правда Украины                    |           |                 |       | *        |                  |
| Президентський вісник             |           | *               |       |          |                  |
| Сегодня                           |           |                 | *     |          |                  |
| Україна — бізнес                  |           |                 |       |          | *                |
| Українська інвестиційна<br>газета |           |                 | *     |          |                  |
| Урядовий кур'єр                   | *         |                 |       |          |                  |
| Факты и комментарии               |           | *               |       |          |                  |



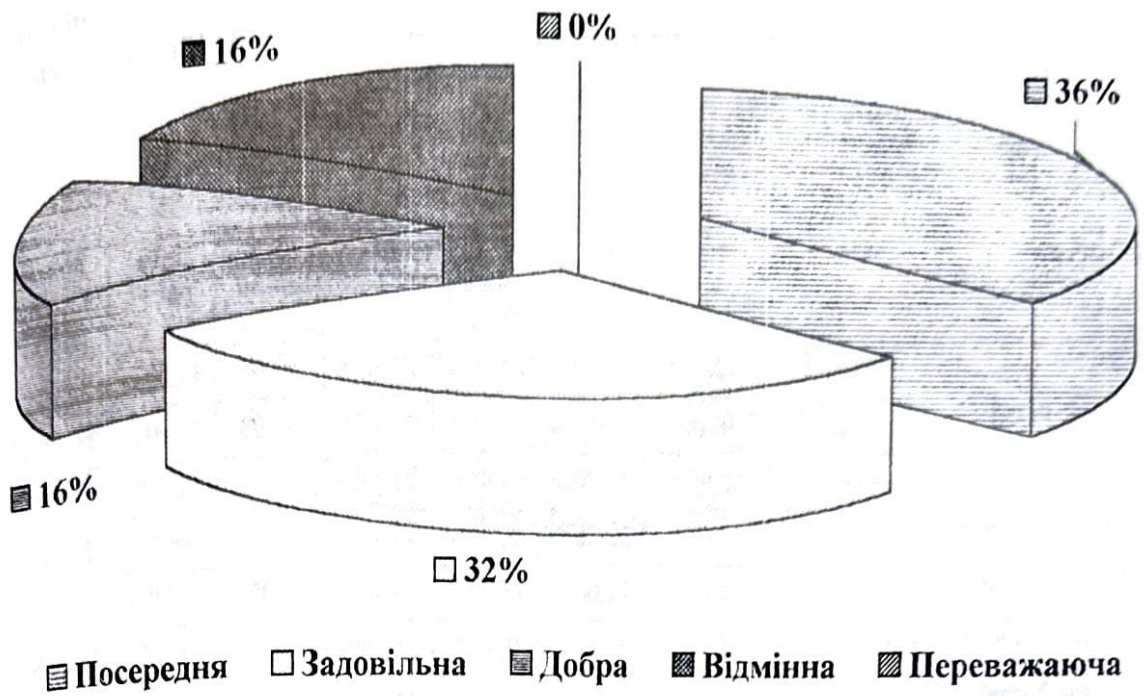


Рис. 3. Аналіз візуалізації економічного інформаційного матеріалу

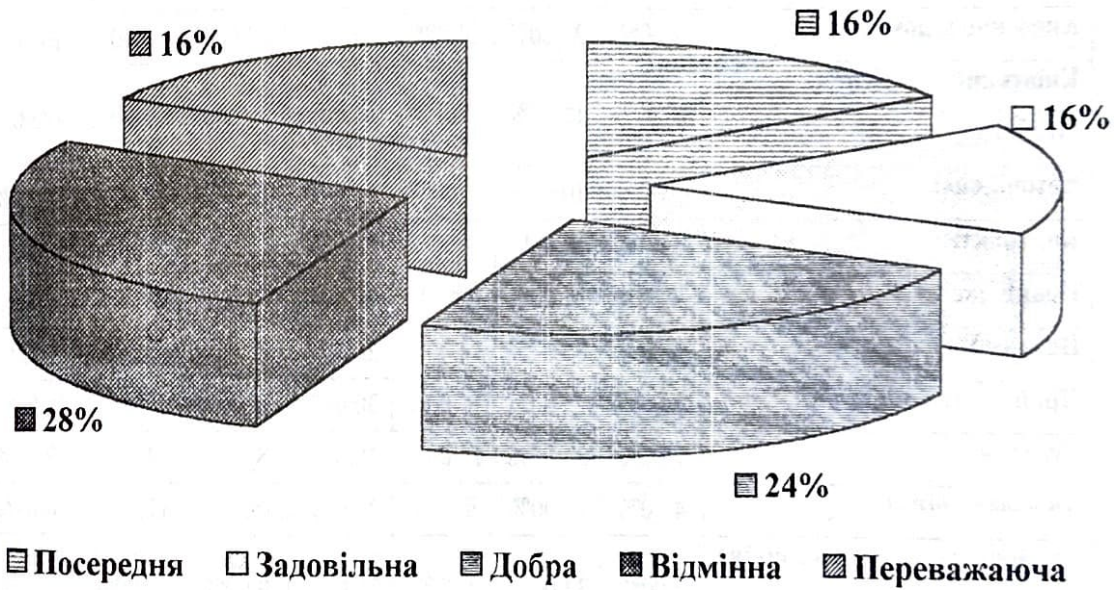


Рис. 4. Аналіз навантаження текстового економічного інформаційного матеріалу числовими даними



Таблиця 5  
Діапазон аналітики економічного інформаційного матеріалу

| Газета                         | тиж-<br>день | місяць | квар-<br>тал | рік    | 1-5<br>років | 5-10<br>років | біль-<br>ше 10<br>років |
|--------------------------------|--------------|--------|--------------|--------|--------------|---------------|-------------------------|
| 2000                           | 12,50%       | 22,00% | 12,00%       | 18,50% | 15,00%       | 11,00%        | 9,00%                   |
| KYIV POST                      | 10,00%       | 14,50% | 9,00%        | 22,50% | 19,00%       | 14,00%        | 11,00%                  |
| Бизнес                         | 5,00%        | 19,00% | 7,00%        | 20,00% | 18,00%       | 14,00%        | 17,00%                  |
| Вечерние Вести                 | 3,00%        | 32,00% | 5,00%        | 40,00% | 6,00%        | 9,00%         | 5,00%                   |
| Вечірній Київ                  | 4,00%        | 24,00% | 13,00%       | 30,00% | 9,00%        | 10,00%        | 10,00%                  |
| Галицькі контракти             | 5,00%        | 9,00%  | 9,00%        | 21,00% | 20,00%       | 20,00%        | 16,00%                  |
| Голос України                  | 3,00%        | 14,00% | 10,00%       | 22,00% | 20,00%       | 21,00%        | 10,00%                  |
| Деловая Украина                | 4,00%        | 11,00% | 12,00%       | 19,00% | 20,00%       | 24,00%        | 10,00%                  |
| День                           | 6,00%        | 10,00% | 12,00%       | 18,00% | 19,00%       | 23,00%        | 12,00%                  |
| Дзеркало тижня                 | 13,00%       | 12,00% | 7,00%        | 16,00% | 15,00%       | 23,00%        | 14,00%                  |
| Зеркало                        | 8,00%        | 11,00% | 9,00%        | 25,00% | 15,00%       | 25,00%        | 7,00%                   |
| Известия — Украина             | 4,00%        | 23,00% | 14,00%       | 29,00% | 10,00%       | 10,00%        | 10,00%                  |
| Інвестиції: практика та досвід | 7,00%        | 10,00% | 10,00%       | 21,00% | 18,00%       | 20,00%        | 14,00%                  |
| Киевские ведомости             | 4,00%        | 23,00% | 14,00%       | 29,00% | 10,00%       | 10,00%        | 10,00%                  |
| Київський вісник XXI століття  | 10,00%       | 15,00% | 9,00%        | 25,00% | 13,00%       | 16,00%        | 12,00%                  |
| Компаньйон                     | 3,00%        | 10,00% | 9,00%        | 23,00% | 19,00%       | 20,00%        | 16,00%                  |
| Контракти                      | 5,00%        | 14,00% | 7,00%        | 25,00% | 21,00%       | 16,00%        | 12,00%                  |
| Новий час                      | 3,00%        | 14,00% | 10,00%       | 25,00% | 19,00%       | 20,00%        | 9,00%                   |
| Правда Украины                 | 4,00%        | 30,00% | 14,00%       | 26,00% | 8,00%        | 10,00%        | 8,00%                   |
| Президентський вісник          | 5,00%        | 25,00% | 10,00%       | 30,00% | 12,00%       | 8,00%         | 10,00%                  |
| Сегодня                        | 2,00%        | 32,00% | 14,00%       | 18,00% | 8,00%        | 14,00%        | 12,00%                  |
| Україна — бізнес               | 4,00%        | 15,00% | 9,00%        | 21,00% | 18,00%       | 17,00%        | 16,00%                  |
| Українська інвестиційна газета | 5,00%        | 32,00% | 5,00%        | 35,00% | 8,00%        | 10,00%        | 5,00%                   |
| Урядовий кур'єр                | 10,00%       | 6,00%  | 3,00%        | 40,00% | 12,00%       | 18,00%        | 11,00%                  |
| Факты и комментарии            | 5,00%        | 27,00% | 10,00%       | 30,00% | 9,00%        | 10,00%        | 9,00%                   |



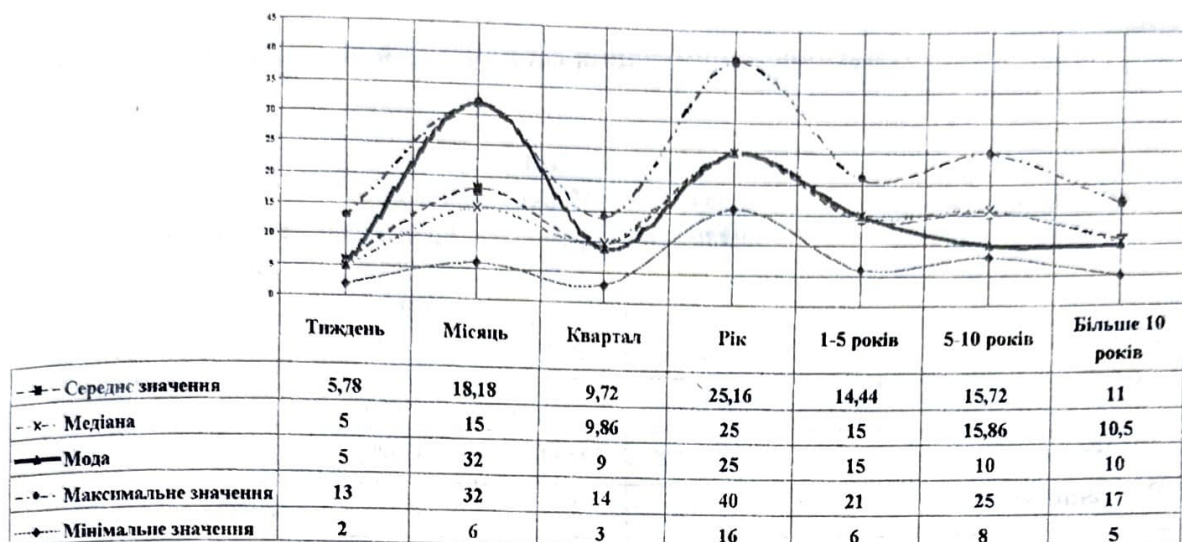


Рис. 5. Статистично-математичний аналіз діапазону аналітики економічного інформаційного матеріалу

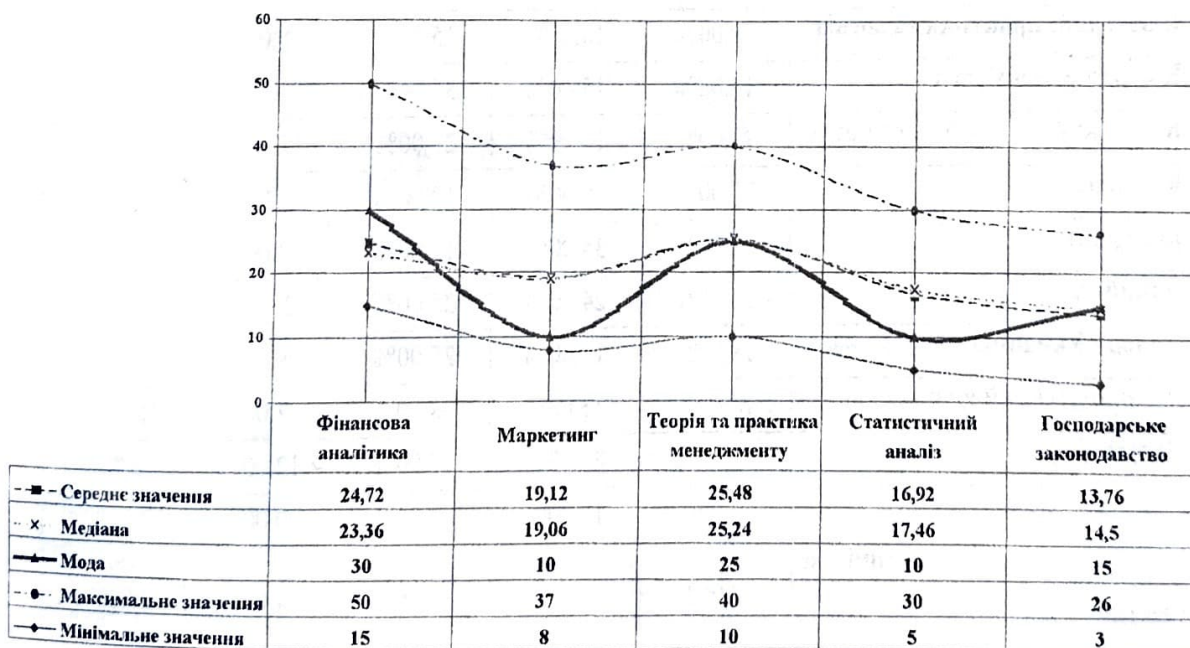


Рис. 6. Статистично-математичний аналіз тематичного спрямування економічного інформаційного матеріалу



Таблиця 6  
Тематичне спрямування економічного інформаційного матеріалу

| Газета                            | Фінансова<br>аналітика | Марке-<br>тинг | Теорія та<br>практика<br>менедж-<br>менту | Статис-<br>тичний<br>аналіз | Господар-<br>ське<br>законо-<br>давство |
|-----------------------------------|------------------------|----------------|-------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------|
| 2000                              | 31,00%                 | 28,00%         | 10,00%                                    | 16,00%                      | 15,00%                                  |
| KYIV POST                         | 35,00%                 | 35,00%         | 10,00%                                    | 10,00%                      | 10,00%                                  |
| Бізнес                            | 22,00%                 | 24,00%         | 25,00%                                    | 9,00%                       | 20,00%                                  |
| Вечерние Вести                    | 18,00%                 | 17,00%         | 26,00%                                    | 18,00%                      | 21,00%                                  |
| Вечірній Київ                     | 16,00%                 | 25,00%         | 28,00%                                    | 12,00%                      | 19,00%                                  |
| Галицькі контракти                | 27,00%                 | 29,00%         | 27,00%                                    | 12,00%                      | 5,00%                                   |
| Голос України                     | 19,00%                 | 10,00%         | 26,00%                                    | 20,00%                      | 25,00%                                  |
| Деловая Украина                   | 17,00%                 | 9,00%          | 35,00%                                    | 14,00%                      | 25,00%                                  |
| День                              | 20,00%                 | 18,00%         | 25,00%                                    | 15,00%                      | 22,00%                                  |
| Дзеркало тижня                    | 31,00%                 | 22,00%         | 14,00%                                    | 23,00%                      | 10,00%                                  |
| Зеркало                           | 26,00%                 | 21,00%         | 24,00%                                    | 15,00%                      | 14,00%                                  |
| Известия — Украина                | 25,00%                 | 17,00%         | 24,00%                                    | 24,00%                      | 10,00%                                  |
| Інвестиції: практика та досвід    | 30,00%                 | 10,00%         | 15,00%                                    | 25,00%                      | 20,00%                                  |
| Киевские ведомости                | 15,00%                 | 15,00%         | 35,00%                                    | 30,00%                      | 5,00%                                   |
| Київський вісник XXI століття     | 30,00%                 | 10,00%         | 27,00%                                    | 18,00%                      | 15,00%                                  |
| Компаньйон                        | 31,00%                 | 28,00%         | 10,00%                                    | 16,00%                      | 15,00%                                  |
| Контракти                         | 35,00%                 | 35,00%         | 10,00%                                    | 10,00%                      | 10,00%                                  |
| Новий час                         | 22,00%                 | 24,00%         | 25,00%                                    | 9,00%                       | 20,00%                                  |
| Правда Украины                    | 18,00%                 | 17,00%         | 26,00%                                    | 18,00%                      | 21,00%                                  |
| Президентський вісник             | 16,00%                 | 25,00%         | 28,00%                                    | 12,00%                      | 19,00%                                  |
| Сегодня                           | 27,00%                 | 29,00%         | 27,00%                                    | 12,00%                      | 5,00%                                   |
| Україна — бізнес                  | 19,00%                 | 10,00%         | 26,00%                                    | 20,00%                      | 25,00%                                  |
| Українська інвестиційна<br>газета | 17,00%                 | 9,00%          | 35,00%                                    | 14,00%                      | 25,00%                                  |
| Урядовий кур'єр                   | 20,00%                 | 18,00%         | 25,00%                                    | 15,00%                      | 22,00%                                  |
| Факты и комментарии               | 31,00%                 | 22,00%         | 14,00%                                    | 23,00%                      | 10,00%                                  |



Таблиця 7

Географічне спрямування економічної аналітики за ринком дослідження

| Газета                         | Україна | Бли-<br>зьке<br>закор-<br>доння | Євро-<br>па | Схід  | Азія  | Аф-<br>рика | Авст-<br>ралія | Аме-<br>рика |
|--------------------------------|---------|---------------------------------|-------------|-------|-------|-------------|----------------|--------------|
| 2000                           | 48,00%  | 25,00%                          | 10,00%      | 5,00% | 3,00% | 2,00%       | 0,00%          | 7,00%        |
| KYIV POST                      | 43,00%  | 21,00%                          | 24,00%      | 0,00% | 1,00% | 1,00%       | 1,00%          | 9,00%        |
| Бизнес                         | 52,00%  | 24,00%                          | 14,00%      | 1,00% | 2,00% | 1,00%       | 0,00%          | 6,00%        |
| Вечерние Вести                 | 60,00%  | 18,00%                          | 8,00%       | 2,00% | 2,00% | 1,00%       | 1,00%          | 8,00%        |
| Вечірній Київ                  | 68,00%  | 20,00%                          | 8,00%       | 2,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 2,00%        |
| Галицькі контракти             | 56,00%  | 26,00%                          | 7,00%       | 1,00% | 1,00% | 1,00%       | 0,00%          | 8,00%        |
| Голос України                  | 60,00%  | 18,00%                          | 8,00%       | 2,00% | 2,00% | 1,00%       | 1,00%          | 8,00%        |
| Деловая Украина                | 75,00%  | 15,00%                          | 5,00%       | 0,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 5,00%        |
| День                           | 61,00%  | 22,00%                          | 10,00%      | 0,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 7,00%        |
| Дзеркало тижня                 | 55,00%  | 22,00%                          | 14,00%      | 2,00% | 0,00% | 1,00%       | 1,00%          | 5,00%        |
| Зеркало                        | 73,00%  | 18,00%                          | 7,00%       | 1,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 1,00%        |
| Известия - Украина             | 70,00%  | 15,00%                          | 5,00%       | 2,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 8,00%        |
| Інвестиції: практика та досвід | 71,00%  | 15,00%                          | 7,00%       | 1,00% | 1,00% | 0,00%       | 0,00%          | 5,00%        |
| Киевские ведомости             | 80,00%  | 12,00%                          | 2,00%       | 0,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 6,00%        |
| Київський вісник XXI століття  | 74,00%  | 15,00%                          | 5,00%       | 1,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 5,00%        |
| Компаньйон                     | 72,00%  | 18,00%                          | 6,00%       | 2,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 2,00%        |
| Контракты                      | 75,00%  | 20,00%                          | 3,00%       | 1,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 1,00%        |
| Новий час                      | 88,00%  | 10,00%                          | 2,00%       | 0,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 0,00%        |
| Правда Украины                 | 64,00%  | 20,00%                          | 7,00%       | 1,00% | 1,00% | 1,00%       | 0,00%          | 6,00%        |
| Президентський вісник          | 67,00%  | 23,00%                          | 7,00%       | 1,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 2,00%        |
| Сегодня                        | 49,00%  | 25,00%                          | 18,00%      | 1,00% | 1,00% | 1,00%       | 0,00%          | 5,00%        |
| Україна - бізнес               | 60,00%  | 25,00%                          | 10,00%      | 2,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 3,00%        |
| Українська інвестиційна газета | 68,00%  | 25,00%                          | 5,00%       | 0,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 2,00%        |
| Урядовий кур'єр                | 63,00%  | 24,00%                          | 7,00%       | 2,00% | 1,00% | 0,00%       | 0,00%          | 3,00%        |
| Факты и комментарии            | 71,00%  | 12,00%                          | 8,00%       | 4,00% | 0,00% | 0,00%       | 0,00%          | 5,00%        |



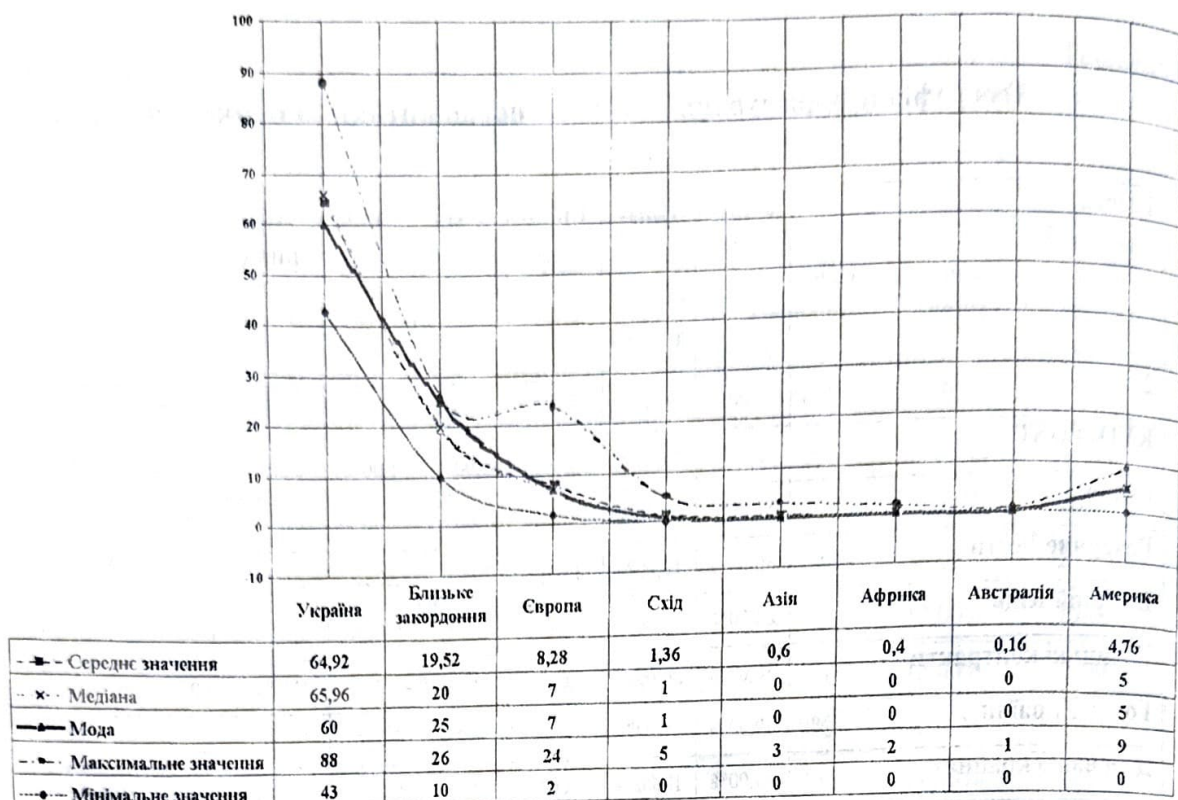


Рис. 7. Статистично-математичний аналіз географічного спрямування економічного інформаційного матеріалу

1. Вовчак А. В. Маркетингові дослідження — К.: КНЕУ, 2001.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг: Підручник для вузів. — К.: Лібра, 1998.
3. Жарикова Т. А. Контент-аналіз — соціологічний метод: Предпринт / Інститут історії, археології та етнографії народів Дальнього Востока ДВО АН СРСР. — Владивосток, 1990.
4. Іванов В. Ф. Контент-аналіз: Методологія і методика дослідження ЗМК: Навч. посібник / Наук. ред. А. З. Москаленко. — К.: ІСДО, 1994.
5. Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губернський, В. Ф. Іванов. — К., 1999.
6. Соціологія масової комунікації — К.: ЦВП, 1999.
7. Федотова Л. Н. Контент-аналітические исследования средств массовой коммуникации и пропаганды: Учебн.-метод. пособие по курсу "Методика конкретно-социологических исследований и журналистика". — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1988.



## Деякі аспекти комерціалізації вітчизняних ЗМІ

Становлення інформаційного ринку в Україні відбувається суперечливо. Головна причина — суспільство ще не усвідомило значущості інформації як товару. Даються також взнаки застарілі журналістські стереотипи, економічна криза. Та все ж певний досвід маємо. Він вартий аналізу, щоб просуватися далі.

### Брендинг

Комерціалізація привносить в українські мас-медіа нові явища й тенденції, які стимулюють подальший розвиток інформаційного ринку. Серед них — формування позитивного образу окремо взятого засобу інформації, що іменується в західній ринковій практиці брендом (первісне значення з англійської — тавро, клеймо).

Бренд віддзеркалює якісний рівень продукту. На відміну від торгової марки (знак торгової ідентифікації, що має юридичний захист) бренд передбачає налагодження емоційного зв'язку між продуктом і споживачем. Бренд твориться в підсвідомості споживача інформації. Мало лише виробити якісний товар, важливо ще й подати його в привабливому світлі.

Формування бренду — справа не одного дня. Але його сила настільки велика, що коли кон'юнктура торгової марки з тих чи інших причин знижується, то завдяки раніше створеному позитивному образу, продукт ще певний час, мов за інерцією, може бути конкурентоспроможним. Так, інформаційна якість газети "Киевские ведомости" нині значно поступається іншим масовим виданням, але її колишній новаторсь-

кий імідж досі втримує велику аудиторію. Врешті, під час купівлі-продажу газету оцінюють не за кількістю редакційних стільців та комп'ютерів, а за тим, настільки вона популярна.

В українському медіа-бренді найпомітнішими є три його сегменти: іміджевий, стильовий і графічний.

І м і д ж е в и й сегмент. Він передбачає формування цілісного уявлення про інформаційну структуру, що досягається не за допомогою реклами, а пабліситі. Тобто образ створюється технологічними засобами. Найкращий досвід тут демонструє телеканал "1+1", що позиціонує себе як національний, збалансований, інтелігентний ЗМІ.

Барви українськості іміджу "1+1" надає національна спрямованість його інформаційного продукту. Зокрема, ретельне відстеження мовного режиму, загальнонаціональний стрижень тематики, залучення яскравих представників національної еліти, висвітлення зразків етнічної ментальності. Відносна незаангажованість каналу допомагає збалансовано подавати інформацію, вдаватися до експертування, розвивати діалогічні формати програм. Виважені акценти й естетика, культурологічне розмаїття — все це формує неповторну ауру телеканалу.

"1+1" вдається переконувати аудиторію у своїй творчій самодостатності як шляхом виробництва власного продукту, так і здатністю творити "зіркову" команду. "Зірки" "плюсів" — це нове явище в українській журналістиці. "Зірковий" підхід



дуже вдало увиразнює бренд каналу, підсилює емоційний зв'язок з аудиторією — глядач більше довіряє "розкрученому" журналісту.

Іміджева цілісність інформаційної структури формується системно. Аудиторію важко звабити деклараціями, обіцянками. Часто ЗМІ полюбують оголошувати себе "сімейними улюбленцями": наш канал (газета) для всієї родини! Зрозуміло, що непогано було б (надто з комерційної точки зору) прикути до себе увагу цілої сім'ї. Однак, якщо в дійсності така заявка є лише віддаленою перспективою, то про довіру говорити не доводиться.

Стильовий сегмент. Стиль як складова бренду охоплює не лише мову та жанрові особливості, а й систему побудови заголовків (над- й підзаголовки), рубрик, характер анонсування тощо. Обраний газетою стиль дисциплінує журналістський колектив, програмує його на одну творчу хвилю. Виникає творче споріднення журналістів: кожен чітко засвоює, в якому темпі слід викладати фактаж, якою має бути архітектоніка заголовка, навіть кінцівка матеріалу підсвідомо вимальовується відповідно до прийнятого редакцією брендового стандарту. У підсумку видання набуває інформаційної неповторності, його легко можна розрізнити з-поміж інших "наосліп", тобто не маючи перед очима логотипа.

Прикладом вдалої стилістики може слугувати досвід "Сільських вістей". Публікації виконані тут здебільшого в розповідній формі. Газетні герої схильні до відвертості, їхні оповіді відзначаються ліризмом і задушевністю, що асоціюється з поняттям "український сентименталізм".

У стилістиці "Сільських вістей" вчувається певна патріархальність, близька і зрозуміла українській глибинці. Можна стверджувати, що видання виростило свою аудиторію, яка допомогла йому вистояти в ринковій стихії, справитися з "наїздами" влади, зміцнити свій вплив у політиці та інформаційному середовищі.

Графічний сегмент. Графічне обличчя, як відомо, має на меті візуально прикути увагу аудиторії до ЗМІ. Наразі в газетно-журнальному світі править бал ціна — купують насамперед дешеве, а не якісне. Однак ринкова перспектива за яскраво оформленими, різнокольоровими виданнями, бо яскравість, майстерний дизайн створюють сильніші враження, ніж чорно-біле оформлення.

Особливо велике значення має графічний сегмент у телевізійному брендингу. Оскільки ТБ у нас безплатне, то аудиторія вільна вибирати телепрограми за своїми смаками. Кольорова гама кожного каналу повинна мати певний емоційний підтекст, спрямований на підсвідоме сприйняття його цілісного образу. Так, ефір ICTV віднедавна насичено жовтогарячою гамою, через що подекуди канал стали називати "помаранчевим". За задумом дизайнерів, такий колір має позитивно впливати на глядачів, підсвідомо асоціюватися з теплом, сонцем, літом тощо.

Телеканал "1+1" надає перевагу голубій барві в поєднанні зі світлими відтінками. Так, жовто-голуба гама обрамлює ранковий ефір, що створює відчуття сонця і води. Вечірні програми наповнені ненав'язливим, легким і строгим біло-голубим кольором.

Найважче оформлювати новинні програми. Подієва насиченість новин вимагає глибокого символізму, асоціативності. Оформлення кожної програми, рубрики є штрихом до образу всієї інформаційної структури.

Отже, бренд шляхом формування позитивних емоцій викликає в аудиторії мотивацію до вибору інформаційного продукту. Брендова енергетика доповнює цінність інформації як товару.

### Медіа-холдинг

Насамперед доводиться констатувати: повноцінних медіа-холдингів в Україні наразі не існує. Влада всіляко протистоїть економічній самодостатності ЗМІ. Влада не зацікавлена в існуванні сильної, мобільної та впливової інформаційної структури. Інакше для неї виникає ризик суспільно-



політичного дискомфорту, зміцнення опозиційних тенденцій. Тому в Україні відсутні законодавчі передумови холдингізації ЗМІ.

Однак розвиток ринкових відносин невинно підштовхує процес. Час від часу в бізнесовому середовищі виникає спокуса ризикнути і вигідно вкласти капітал у медіасферу. Вже заявлено про існування кількох вітчизняних медіа-холдингів, але насправді жоден з них не здатен поки що претендувати на повноцінне утворення. Холдингова вивіска швидше використовується з рекламною метою.

Щоб усвідомити доцільність холдингової форми організації медіа-бізнесу, потрібно з'ясувати її методологічні переваги. Ось деякі з них:

1. Формування спільної інформаційної бази. Приміром, телевізійники стверджують, що технологічно лівова частка добутої ними інформації лишається поза кадром, особливо в репортерів новинних програм. Її можна було б використати в радіoproграмах, на газетних шпальтах. Існування різних видів ЗМІ в межах однієї структури дозволило б ефективніше використовувати інформаційний потік з комерційною метою.

2. Розширення аудиторії. Чим більше матиме холдинг різних видів ЗМІ, тим ширше охоплюватиме аудиторію. Це важливо для рекламодавців, зацікавлених у залученні якомога більшої кількості потенційних споживачів свого товару.

3. Зниження собівартості виробничих витрат. Холдингова форма організації праці передбачає безперервний цикл експлуатації технічного обладнання, що істотно здешевлює виробництво.

4. Зниження адміністративно-управлінських витрат. Кожен підрозділ холдингу керується з одного управлінського центру. Таким чином можна заощадити на штатному розкладі персоналу, оргтехніці, канцелярських витратах.

5. Розподіл ризиків. Наявність лише кількох видів ЗМІ дає більше можливостей для менеджерського маневру. Зокрема, мож-

ливість експериментувати з новими, попервах неприбутковими, проектами. Реалізовувати задуми, які не дають безпосередньої економічної вигоди, але цінні в іміджевому плані. Так, за рахунок рейтингового, отже прибуткового, розважального продукту підтримуються затратні проекти, особливо культурологічного напрямку.

6. Перехресна взаємовиручка. Аносування газетних публікацій в ефірі і, навпаки, телепрограм — на газетних шпальтах істотно розширює аудиторію та сприяє утвердженню бренду всієї інформаційної структури.

### Інвестування

Інвестиційна проблема українських ЗМІ тісно пов'язана з загальною ринковою ситуацією. Вітчизняний капітал остерігається активності в інформаційній сфері. Поки що інвестування підпорядковане політичній кон'юктурі — ЗМІ утримуються як інструмент політичного впливу, а не джерело прибутку. Змінити ситуацію пробує іноземний капітал. Його частка в українських мас-медіа незначна, але відчутна, бо охоплює ряд масштабних проектів.

Щоб оцінити вплив зовнішнього інвестування, поділимо його умовно на два види: західне і східне. Перший вид походить із Заходу. Сьогодні вести мову про розмах західного капіталу в українській медіа-сфері не доводиться. Маємо лише один великий і доволі успішний проект — телеканал "1+1", що інвестується відомою американською компанією СМЕ (Централ медіа ентерпрайзес). Канал має загальнонаціональний статус, але спочатку створювався як продакшн-студія з іноземними інвестиціями. Західний стиль інформаційного менеджменту вивів її на провідні позиції, завдяки чому виник до певної міри еталон журналістської діяльності. Позитив проекту полягає також у підтримці як загальнолюдських, так і національних цінностей, що дуже важливо в період становлення незалежної Української держави.

Другий вид інвестування — східний — російського походження. Московський



капітал значно активніше, ніж західний, просувається в нашу інформаційну сферу. Він контролює ряд найвпливовіших електронних ЗМІ: "Інтер", "СТБ", "Новий канал". Заради справедливості слід зазначити, що благодетельність впливу російських інвестицій насамперед полягає в поглибленні творчої конкуренції. Ментальна спорідненість мотивує активізацію продукування цікавих ідей, нових інформаційних форматів, реалізацію спільних проєктів. Усе це взаємозбагачує журналістику, стимулює розвиток ЗМІ.

Водночас аналіз східного інвестування через призму загальнонаціональних інтересів фіксує ряд суперечностей, зокрема пов'язаних з відомою мовною ситуацією. Контрольовані російським капіталом ЗМІ також відверто втручаються в колізії українського політикуму, розставляють вигідні Кремлю акценти під час висвітлення суспільно-політичних подій.

Змінити таку ситуацію можна лише правовим шляхом, насамперед ретельним відстеженням дотримання законодавства. Так, мовна квота в телебаченні (співвідношення 50 % українською — 50 % російською мовами) деякими телеканалами грубо порушується. Це очевидно навіть без моніторингового дослідження, але влада всіляко замовчує проблему. На часі розробка закону, який регулював би позиціонування ЗМІ щодо національних інтересів України.

Загалом, інвестиційний клімат у медіасфері України визнано несприятливим. Особливо на цьому наголошують західні інвестори. Їх, зокрема, не задовольняє 30 % квоти в акціонуванні підприємства. Бізнесмени воліють 50 % квоти, що, на їхню дум-

ку, значно знизить інвестиційний ризик. Однак, з іншого боку, збільшення акціонерної квоти ставить під загрозу національні позиції в інформаційній сфері, ширше розчиняє двері для чужої ідеології, підживлює тенденційність.

Попри всі суперечності, інвестування є рушієм інформаційного ринку.

*По-перше*, інвестиція дисциплінує журналістів, бо передбачає якісний результат, комерційний успіх.

*По-друге*, виробничо-творчі відносини в редакції організовуються на основі економічної доцільності, а значить, весь інформаційний процес набуває чіткої структурованості й плановості.

*По-третє*, відбувається інтенсивність продукування творчих ідей, запозичення сучасних і ефективних методів роботи.

*По-четверте*, з'являється можливість модернізації технологічного рівня виробництва.

Найголовніша цінність інвестування — привнесення в українські ЗМІ сучасних журналістських стандартів, утвердження передових цінностей, прилучення до інформаційної глобалізації.

1. Майн Х. Средства массовой информации в Федеративной Республике Германии. — Издание "Колоквиум" в научном изд-ве Фолькер Шпис ТОО, 1996. — 158 с.

2. Прингл Х., Томпсон М. Энергия торговой марки. — СПб: Питер, 2001. — 288 с.

3. Хант Ли. Основы телевизионного брендинга и эфирного промоушн. — М.: Галерея, 2001. — 175 с.

4. Этиксон Дж., Уилсон Й. Стратегический маркетинг: ситуации, примеры: учеб. пособие. — М.: 2001. — 471 с.



## Шевченкіана на сторінках журналу "Киевская старина"

Насамперед варто зауважити, що до початку 80-х років XIX століття ім'я Тараса Шевченка не так уже й часто можна було побачити на сторінках української періодики. І найбільше це стосується Києва. Тому цілком справедливо автор "Письма в редакцию" до газети "Труд" Перебендя (ймовірно, О. Кониський) запитував, що "заважає Києву вшанувати пам'ять Шевченка?". Узагалі — нічого. Треба було лише організуватися і провести в день 20-ї річниці смерті поета низку таких заходів: відслужити обідню й панахиду в університетській церкві, а найліпше це зробити в Братському монастирі; у київських газетах надрукувати статті, спогади, якщо буде засідання Київської думи, — хай вона вшанує пам'ять Шевченка; надати його ім'я одному з міських училищ; товариства Нестора-літописця, церковно-археологічне, юридичне та інші хай проведуть збори, прочитають реферати про Шевченка; у залі думи провести благодійний літературно-музичний ранок за творами Т. Шевченка; увечері — дати виставу в драматичному товаристві, поставивши п'єсу "Назар Стодоля"; терміново одержати дозвіл на проведення літературних заходів українською мовою; нарешті, у газеті відкрити збирання пожертв на відкриття школи імені Т. Шевченка в Каневі, а краще — у Моринцях, і перший вносити 25 руб. сріблом. "Что ж! — підсумовує автор. — За чем дело стало?" [1]. Наприкінці листа розміщено й "От редакции", де досить дипломатично мовиться: "Горячо сочувствуя предложению, выраженному в этом письме, и уверенные, что рано или поздно, в

такой или иной форме, будет почтена память великого поэта, мы со своей стороны готовы содействовать скорейшему осуществлению давнего намерения почитателей таланта Т. Г. Шевченка" [1]. А напередодні 26 лютого (25-го), гадаємо, цілком свідомо редакція газети "Труд" уміщує в рубриці "Иностранные известия" інформацію про те, як Франція відзначала вісімдесятиліття від дня народження ще живого Віктора Гюго: "Люди всевозможных положений, состояний и политических партий соединились, чтобы достойным образом почтить поэта..." [2]. Французький уряд теж відреагував на ювілей: "Накануне юбилея министр-президент Ферри явился в квартиру Гюго и привез ему от имени правительства великолепную севрскую вазу; поднося ее поэту, министр сказал: "Дорогой учитель! Прошу позволения поднести вам то, что мы нашли самого прекрасного в наших национальных мануфактурах". Міністр-президент також повідомив, що на честь ювілею на території Франції та Алжиру відмінено в школах усі покарання. Булиця, на якій мешкав поет, прикрашена прапорами, навпроти будинку споруджена естрада, біля під'їзду стояв золочений бюст республіки, з 10-ї до 15-ї години повз будинок пройшло майже 200 тисяч людей, дотримуючись зразкового порядку. Народні гуляння, читання творів поета, спів пісень на його слова, в театрах пройшли святкові вистави. Ювілей поета Франції — це було державне свято. "Газеты справедливо говорят, — пише кореспондент, — что такое чествование писателя при жизни его



не маєє примера в историн; перед ним бледнеєт празднєство, устроєнное этим же Парижем в честь Вольтера" [2].

Не маю намірів проводити паралелі, вони очевидні, а тим більше робити з них висновки, які також промовисті. Основне, на чому слід наголосити, — це те, що редакція газети "Труд" цілком серйозно поставилася до висвітлення теми "Т. Шевченко" (яка, до речі, ще потребує окремого дослідження). На її шпальтах були вміщені не лише власні статті, а й матеріали з інших газет. Але найбільшою заслугою газети є те, що вона вперше на теренах України надрукувала уривки прозових творів Т. Шевченка, зокрема, повісті "Прогулка с удовольствием и не без морали" [3]. Фактично цим самим газета відкрила шлях російським прозовим творам Т. Г. Шевченка на території України, що їх згодом практично всі було надруковано журналом "Киевская старина".

За даними покажчика, укладеного під керівництвом І. Ф. Павловського [4], на сторінках журналу "Киевская старина" Т. Шевченкові присвячено 168 матеріалів. За нашими ж даними, таких — 291. Умовно їх можна розділити таким чином — це художні твори (поезія, проза, драма) самого Т. Шевченка і твори (статті, спогади, документи, інформації) різних авторів про нього.

Перші публікації на сторінках журналу "Киевская старина", присвячені Т. Шевченкові, ще не засвідчують того, що редакція мала конкретну концепцію щодо цієї теми. Якраз навпаки: складається враження — просто друкувала все, що стосувалося поета. Тому й відкривається Шевченкіана повідомленням про виключення його після арешту зі складу співробітників "Временной комиссии для разбора древних актов" за те, що Шевченко без погодження відлучився з Києва. Його було арештовано 5 квітня 1847 року, а постанову комісії підписана 1 березня.

Справедливим, очевидно, буде зауваження й про те, що на початку 80-х років XIX століття не так уже й багато було зроблено для увіковічення пам'яті Шевченка, насам-

перед збирання документів, спогадів, його речей тощо. Від часу смерті до початку 80-х років, тобто 20 років, цей період нагадує або шоківий стан, від якого протягом цих двох десятиліть не могли отямитися, або неусвідомлення величчя Шевченка, значення його для українського народу, або ж елементарне невігластво, з яким вело боротьбу так мало людей, що ця тема була просто цілиною. Безперечно, не йдеться про публікацію поетичної спадщини Шевченка, яка все-таки в тій чи іншій мірі й кількості виходила у світ. Ідеться насамперед про матеріали, які стосувалися біографії Шевченка, окремих її епізодів, періодів, етапів, не кажучи вже про аналіз його поетичної та прозової творчості. Тому вважаємо знаменною подією появу книжки М. Чалого "Жизнь и произведения Тараса Шевченка (свод материалов для его биографии) с портретом" (К., 1882), яку Михайло Корнійович укладав багато років, відгук на цю книжку надруковано в журналі. М. Чалий був одним із перших, хто відразу після смерті Шевченка закликав "поспешить обнародованием мельчайших подробностей из жизни нашего самобытного народного поэта" [5]. Праця М. Чалого не залишила байдужими тих, хто ще пам'ятав Шевченка живим. Наступним був відгук протоієрея Петра Лебединцева [6], який уже доповнював і уточнював матеріали М. Чалого.

За 1882 рік уміщено ще один досить важливий матеріал: "Взгляд народа на Шевченка", який уже стосується збереження його імені в народній пам'яті, захисника інтересів бідного селянства. Для народу Шевченко був характерником [7].

Микола Михайлович Білозерський у своєму дослідженні [8] "Тарас Григорьевич Шевченко, по воспоминаниям разных лиц (1831-1861 г.)" уже розбив ці спогади на окремі періоди життя поета — це перебування його у Варшаві, Києві, Борзні, Седневі, на заслання, повернення до Петербурга, приїзд після цього до Києва, смерть і поховання в Каневі. Окремо досить коротко описав пор-



треті та малюнки Шевченка. Публікація мала суто інформаційний зміст.

Отже, за перший рік видання журналу "Киевская старина" тут було вміщено п'ять матеріалів. Із них чотири, можна з упевненістю сказати, мали концептуальний характер, започаткували біографічну Шевченкіану, дали поштовх до її розвитку. Цей напрям редакція розвивала і в подальших своїх випусках, певною мірою його розширювала, поглиблювала, уточнювала, виступала на захист поета.

Якщо 1882 рік щодо публікацій в журналі "Киевская старина" ми схильні вважати початком біографістики Т. Шевченка, то 1883 рік — його епістолярної спадщини. Протягом січня, березня і квітня було надруковано 16 листів Шевченка до польського художника й історика Броніслава Залеського. Листи надруковані не з автографів, супроводжені передмовою, в якій публікатор більше говорить про польське питання в житті Т. Шевченка. У цілому на сторінках журналу "Киевская старина" за весь період його видання вміщено 36 матеріалів в яких надруковані листи Т. Шевченка і частково листи до нього.

Публікація прозових творів Т. Шевченка — це надзвичайно важливий період як у виданні журналу, так і в історії української літератури. За 1884-1887 роки було надруковано такі повісті: "Княгиня" [9], яку сам автор називав оповіданням, "Варнак" [10], "Наймычка" [11], "Близнецы" [12], "Художник" [13], "Капитанша" [14], "Прогулка с удовольствием и не без морали" [15] і "Музыкант" [16].

У передмові до повісті "Княгиня" публікатор визначив її місце порівняно з поезією Шевченка. Він писав: "Простой этот рассказ принадлежит к несродной Шевченку области творчества и оценка его может касаться только идеи и направления, а в этом отношении Шевченко всегда оставался верным самому себе" [9]. До самого тексту публікатор поставився надзвичайно відповідально: "Сохраним не только все особенности литературной речи поэта, но и

его малорусское правописание, очевидно приспособленное для читателей столичного журнала. В рассказе, кроме малорусских терминов, встречаются сведения, ставшие уже достоянием истории: те и другие мы сочли нужным объяснить в подстрочных примечаниях" [9]. Отже, вже перша публікація прозових творів Т. Шевченка заклала академічні принципи видання художньої літератури.

Однак ще й до цього часу невідомо, хто ж усе-таки був їх публікатором, хто готував до друку, переписував з автографів? Спеціальні дослідження не дають відповіді на це запитання, в академічних виданнях творів Т. Шевченка її теж немає. Зі свого боку, з великою ймовірністю припускаємо, що їх публікатором (можливо, не всіх) був Василь Горленко. Він перший в Україні надрукував фрагменти повісті "Прогулка с удовольствием и не без морали", отже, мав можливість користуватися автографами Шевченка. З іншого боку, В. Горленко готував до видання прозові твори Т. Шевченка. Чи ним підготовлені, чи ні, але в 1888 році вони були видані окремою книжкою. Принаймні причетність В. Горленка до підготовки цього видання знаходимо в його листі до М. Чалого: "Позволю надеяться, что Вы не откажете мне ценными советами Вашими и указаниями при окончательном редактировании 2-го тома Шевченка (повестей) — котор[ый] я имел смелость взять на себя" [17]. Але це питання потребує окремого дослідження, оскільки згадане видання вийшло "з відхиленням від автографів" [18], і вимагає встановлення міри і причини (якщо вони були) цих відхилень. З передмови до першої повісті ми бачимо, що публікатор не допускав такого. Але це було в 1884 році. А в 1886 році в передмові до всіх інших прозових і поетичних творів Шевченка про принцип передачі немає жодного слова, бо її написано, мабуть, самим редактором Ф. Лебединцевим, тому що майже в кінці її читаємо: "Считаем долгом заявить при этом, что собралием всего этого материала и предостав-



ленням нам можливості поместити оний на сторінках нашого издания мы обязаны заботам и любезному вниманию В. Л. Беренштаму" [19]. У електронному варіанті текстів журналу "Киевская старина" помітно, що вже друковані тексти повістей Шевченка піддавалися редагуванню. Ким і коли це робилося? Одразу після публікації чи для підготовки одного із радянських академічних видань творів Т. Шевченка?

Окремо варто сказати і про публікації на сторінках журналу "Киевская старина", що стосуються мистецької спадщини Т. Шевченка. Відкривається вона одразу двома дослідженнями В. Горленка [20]. В них він поки що тільки окреслював цю тему, закликав звернути увагу на альбоми Шевченка, молодим художникам — на його твори. У наступній публікації В. Горленко (на той час про Шевченка-художника ніхто не писав у журналі) розширює діапазон цієї теми: торкається питання автобіографічності повісті "Художник", характеризує окремі його ілюстрації [21]. Отож, працю В. Горленка "Картины, рисунки и офорты Шевченка" [22] можна вважати першим концептуальним дослідженням про Шевченка-художника, де автор не лише аналізував окремі малярські роботи Шевченка, а й хронологічно систематизував їх за двома списками: картини Шевченка олійними фарбами та його офорти. В. Горленко зазначив місце зберігання більшості праць художника, а також закликав тих осіб, у кого є ще Шевченкові мистецькі твори, поділитися інформацією. Розпочату ним справу продовжили інші автори — В. Науменко, А. Стороженко, О. Русов, М. Шугуров, кілька невідомих. У більшості публікацій автори не лише давали інформацію про Шевченка, а й намагалися відстоювати його як українського художника, а не російського, яким і вважався він офіційно.

Шевченкіана на сторінках журналу "Киевская старина" — це велика тема, яку в одній статті всю не розкрити. Але, як нам здається, це не лише тема, а й проблема.

Більшість найвагоміших публікацій про Шевченка було здійснено за час редагування "Киевской старины" Ф. Лебединцевим, інші — тривали за інерцією. Але згодом ці матеріали друкувалися переважно в розділі "Документы, известия и заметки", що, звичайно ж, свідчило насамперед про низький рівень не лише цих матеріалів, а й самої автури, і, що найважливіше, — яку тему вони порушували. Без сумніву, на той час, що був періодом нагромадження документальних свідчень, а як тепер зрозуміло, це має особливе значення, й понині будь-який факт, документ, епізод, пов'язаний з ім'ям творчості Шевченка, має національну вагу. Та все ж прикро, що після першої хвилі (початок 80-х років XIX століття) активного дослідження творчості Шевченка, українська аналітична думка перейшла переважно в інформаційну площину. І тільки на початку XX століття вона трохи прокинулася завдяки зусиллям двох осіб — М. Комарова, який уклав перший бібліографічний покажчик матеріалів для вивчення життя і творів Т. Шевченка [23], та В. Доманицького [24], котрий започаткував наукове коментування текстів Шевченка, власне текстознавство творів Т. Шевченка, як, мабуть, і українське текстознавство в цілому.

Очевидно, так буде завжди, що погляд на Шевченка, його твори, окремі інтерпретації як їх, так і самого життя особливо набуває певні перехідні періоди. І тут важлива кожна деталь, кожна думка, якщо вона справді ґрунтується на традиціях українського народу, на тому минулому, що не потьмарене ніякими спотвореннями, чисте духовно, чисте в намірах. Від кого це залежить? Та тільки від нас, спадкоємців ідей Шевченка, тих, хто повинен їх реалізувати. Нам справді треба твердо усвідомити, що за нас цього ніхто не зробить, а якщо й почне робити, то "поблікнуть і поблекнуть" наші апостоли "правди і науки" і довго нам доведеться їх відбілювати, промарнувавши багато часу. Хто в цьому зацікавлений? Ні Шевченко, ні Україна.



1. *Перебендя. Письмо в редакцию* // Труд. — 1881. — № 3. — 23 февр. — С. 2.
2. *Там само.* — № 4. — 25 февр. — С. 3.
3. В. Г-ко. Из нежданной повести Т. Г. Шевченка // Труд. — 1881. — № 122. — 11 дек. — С. 1; Приложение 19. — 17 дек.
4. Систематический указатель журнала "Киевская старина". (1882 - 1906) / Составлен членами комиссии: И. Ф. Павловским, В. А. Щепотьевым, А. А. Явойским и студентом Киевского университета Б. Д. Чигринцевым. — Полтава: Издание Полтавской ученой комиссии, 1911. — 219 с.
5. Н. П. Жизнь и произведения Тараса Шевченка (свод материалов для его биографии) с портретом / Составил М. К. Чалый. Киев, 1882 // Киевская старина. — 1882. — Август. — Библиография. — С. 350.
6. Пр. П. Л-в. Тарас Григорьевич Шевченко. (Некоторые дополнения и поправки к его биографии) // Киевская старина. — 1882. — Сентябрь. — Известия. — С. 560-567.
7. Смоктий А. Взгляд народа на Шевченка // Киевская старина. — 1882. — Август. — Известия и заметки. — С. 371-373.
8. Белозерский Н. Тарас Григорьевич Шевченко, по воспоминаниям разных лиц (1831-1861 г.) // Киевская старина. — 1882. — Октябрь. — С. 66-77.
9. Княгиня. Рассказ Т. Г. Шевченка 1853 года. (Посвящается Б. Ф. Засецкому). [Предисловие, с. 371 - 392] // Киевская старина. — 1884. — Март. — С. 391-422.
10. Неизданные произведения Т. Г. Шевченка. Варнак // Там само. — 1886. — Июль. — С. 410-442.
11. Неизданные произведения Т. Г. Шевченка. Наймычка. (Повесть) // Там само. — 1886. — Август. — С. 577-612; Сентябрь. — С. 1-36.
12. Неизданные произведения Т. Г. Шевченка. Близнецы // Там само. — 1886. — Октябрь. — С. 199-251; Ноябрь. — С. 409-444; Декабрь. — С. 589-626.
13. Неизданные произведения Т. Г. Шевченка. Художник. (Автобиографическая повесть) // Там само. — 1887. — Январь. — С. 1-35; Февраль. — С. 193-236; Март. — С. 385-411.
14. Неизданные произведения Т. Г. Шевченка. Капитанша // Там само. — 1887. — Апрель. — С. 589-625; Май. — С. 1-25.
15. Дармограй К. Неизданные произведения Т. Г. Шевченка. Прогулка с удовольствием и не без морали // Там само. — 1887. — Июнь и июль. — С. 269-334; Август. — С. 589-626; Сентябрь. — С. 55-89.
16. Шевченко Т. Музыкант. (Повесть Т. Гр. Шевченка) // Там само. — 1887. — Декабрь. — С. 627-695.
17. Институт рукопису НБУВ. — Ф. 92. — № 19.
18. Шевченківський словник: У 2 т. — К.: УРЕ, 1978. — Т. 2. — С. 145.
19. Киевская старина. — 1886. — Июнь. — С. 309.
20. В. Г-ко Т. Шевченко. Гайдамаки. Издание, иллюстрированное художником А. Г. Слассеном. — Спб., 1886 // Там само. — Февраль. — Библиография. — С. 371-375; Горленко В. Альбомы и рисунки Шевченка в собрании В. В. Тарновского // Там само. — Известия и заметки. — С. 402-409.
21. В. Г-ко. Иллюстрации Шевченка // Там само. — 1888. — Январь, февраль и март. — Документы, известия и заметки. — С. 8-11.
22. В. Г. Картины, рисунки и офорты Шевченка // Там само. — 1888. — Июнь. — С. 80-85.
23. Т. Шевченко в литературе и искусстве. Библиографический указатель материалов для изучения жизни и произведений Т. Шевченка / Составил М. Комаров. — Одесса, 1903. — 143 с.
24. Доманицький В. Критичний розслід над текстом "Кобзаря" Шевченка // Киевская старина. — 1906. — Сентябрь. — С. 21-82; Октябрь. — С. 198-268; Ноябрь. — С. 331-564.



К. С. Серажим,  
к. філол. н., доц.  
УДК 372. 461

## Сучасний український політичний дискурс: формування нового стилістичного канону

Докорінні політичні зміни в Україні кінця ХХ століття супроводжувались радикальними змінами і в суспільно-політичній свідомості, що вплинуло на систему мови в цілому, і на мовні засоби, що вживаються у політичному дискурсі зокрема. Нові умови функціонування ЗМІ сприяють формуванню нового стилістичного канону, під яким ми розуміємо єдність структурних та змістових принципів організації мовних одиниць. Його основу складають норми відбору й сполучення мовних елементів у тексті відповідно до завдань комунікації. Терміни "стилістична норма" і "стилістичний канон" вживаються як синонімічні. Квасісинонімічним щодо них є термін "стилістичний узус", що позначає сукупність реальних газетних слововживань конкретної мікроепохи: в його основі лежить деяка абстрактна модель — сукупність стилістичних норм газетних слововживань — "стилістична норма" або "стилістичний канон".

Під час характеристики сучасної стилістичної норми газети слід виділити структурний (способи відбору й комбінації мовних одиниць) і змістовий аспекти. Ці стилістичні параметри норми істотно розрізняються в плані стабільності / мінливості. Більш загальні, абстрактні принципи організації мовних одиниць складають специфіку газетної мови як такої. Специфіка мікроепохи полягає в характері виявлення загальних параметрів норми.

На зміни в мові преси першим, ще на початку епохи перебудови, звернув увагу М. Панов, який виявив такі основні ознаки тогочасної мови преси: діалогічність; посилення особистісного начала; стилістичний динамізм; явища "перейменування" (у широкому сенсі); сполучення різко контрастних стилістичних елементів не тільки в межах тексту, але й у межах словосполучення (словосполучення будуються як семантичні та стилістичні контрасти, що "зрушує, змінює значення слова. Воно стає метафоричним, метонімічним, звужує або розширює своє значення") [6, 23]. Особливо важливим, на нашу думку, є висновок, до якого приходять автор, порівнюючи попередній період із сучасним: "У 30-60-ті роки панувало таке ставлення до літературної мови: норма — це заборона. Норма категорично визначає придатне від неприпустимого. Тепер ставлення змінилося: норма — це вибір. Вона радить узяти з мови найбільше придатне в даному контексті" [6, 27]. Тенденції, виявлені М. Пановим, знайшли своє відображення у подальших дослідженнях інших лінгвістів.

На ритуалізацію політичної мови в радянські часи цілком слушно вказують А. Баранов і Є. Казакевич. На їхній погляд, ритуалізація мови є неодмінною умовою функціонування політичної культури, основаної на тому, що супер-его "народ" займає в політичному дискурсі, тобто в ситуації



політичної комунікації, одночасно два місця — і суб'єкта ("від імені якого усе робиться"), й адресата ("в ім'я якого усе робиться"). У політичній культурі такого типу "досягнення згоди відсувається на задній план, а то й зникає взагалі — домовлятися ні з ким" [2, 14]. Іншими словами, в доперебудовні часи політична мова не виконувала функції засобу комунікації, отже, повноцінного політичного дискурсу як такого не існувало. А. Баранов і Є. Казакевич формулюють цей факт так: "у політичному дискурсі "народ" як супер-его був поданий у вигляді окремих неавтономних псевдополітичних суб'єктів, що не перебували в реальному діалозі, але імітували його, мимоволі ритуалізуючи політичну комунікацію [2, 15-16]. Справжній політичний дискурс став можливим лише у посттоталітарну добу.

Негнучкість і формульність як визначальні ознаки радянського політичного дискурсу визначає Є. Какоріна; за її спостереженнями, радянський політичний дискурс (особливо в період від середини 60-х — до середини 80-х років) становив собою неприродно стабільну систему. Коло тем було заздалегідь задане, оцінки були соціально санкціоновані, існувала вироблена система фразеологічних засобів, використовувалися відібрані в ході становлення традиції способи — кліше [3, 18].

Аналіз мови преси останніх років свідчить про зміни загальних параметрів стилістичної норми.

По-перше, чинник теми повідомлення поступово втрачає релевантність, тобто зі змістової структури тексту усувається основний стилетвірний центр. У радянські часи саме тема задавала спосіб породження текстів відповідно до газетної норми, тобто вона визначала функціонально-комунікативний тип тексту (основну інтенцію та мовні засоби її втілення).

По-друге, основу стилістичної норми мови радянської преси творила схема розподілу мовних засобів (парадигма "трьох стилів": високе — нейтральне — знижене).

"Верхнім" полюсом була "передова стаття" і всілякі офіційні інформації, а "нижчим" — фейлетон. Нова система успадкувала від зруйнованої старої лише її "нижчий" полюс. Ознаки фейлетону сьогодні поширені на всі функціонально-комунікативні типи текстів. Фейлетон як самостійний жанр майже цілком зникає з газети; "фейлетонні" правила побудови тексту застосовуються для всіх типів текстів.

По-третє, різні чинники (перехід на новий код, комунікативний намір автора) спричинили відродження такої органічної риси газетного тексту, як стилістична багатомірність (втрачена в радянський час). Це стилістичне явище відповідає "плюралізму" (розмаїттю індивідуальних лексиконів, поданих у газетній мові без попередньої модифікації, правки (йдеться, звичайно, не про літературну редакцію, а про уніфікацію, "унормування").

І. Лисакова у своїх соціолінгвістичних дослідженнях радянської преси зазначає, що монополія однієї партії на пресу призвела до переважання офіційно-ділового стилю в усіх виданнях. Вже до кінця першого десятиліття радянської влади, у міру зміцнення командно-адміністративної системи, у всіх газетах з'явилися директивно-імперативні інтонації, нівелювався стиль різних видань. У пресі затвердилася казенна мова, що було не стільки наслідком невмілості журналістів, скільки результатом тоталітаризації політичної системи. Жорстка ідеологічна цензура призвела до переваження стандарту над експресією у всіх типах видань, породила "канцелярит" — особливий радянський бюрократичний стиль спілкування [4, 17; 5, 83-86]. Основними його ознаками, як свідчать наші спостереження, були: рясність штампів, мовних кліше й "чергових" метафор (*від імені й за дорученням, цінні вказівки, нові обрії, світле майбутнє*); схематизм та "воєнізовані" образи (*битва за врожай, завоювання соціалізму*); плакатність з відтінками вимоги та обов'язку (*необхідно поглибити, підвищити роль*);



брак особистих оцінок та коментарів, "розмитість" (існує думка, партія вважає, порадилися і вирішили).

Після 1987 року поступово почали зникати пропагандистські формули радянської епохи — на тлі руйнації політичної системи відбувалася дестандартизація мови преси. Прагнення мови задовольнити нові суспільні вимоги, пристосуватися до нових умов найяскравіше виявилось у появі семантичних неологізмів (*перебудова, гласність, омонівець, роздержавлення*), поверненні в обіг "застарілих" лексичних одиниць (*комерційний банк, гімназія*), а також в активному запозиченні іншомовної лексики (*маркетинг, бартер, спонсор*).

Для мови наших днів характерним є розвиток тенденцій, що з'явилися у період перебудови. Комунікація стає адресною, діалогічною. На зміну "розмитому" "ми" приходить конкретне "я". Повертаються лексеми, що у радянський період вийшли зі щоденного вжитку у зв'язку зі зникненням реалій, які вони позначали в українському минулому (*віче; правиця* (праве крило парламенту)). Актуалізації "застарілої" лексики великою мірою сприяє відродження духовних традицій, культурних цінностей і суспільних реалій, які були втрачені чи забороновані у добу тоталітаризму. З іншого боку, значна частина політичної лексики, що донедавна становила поняттєву основу політичного дискурсу, перейшла у розряд потенційних історизмів, які позначають явища радянського минулого (*політбюро, соціалістичний табір*).

Важливою рисою сучасної газетної мови є тенденція до масового поглинання, асиміляції чужорідних елементів (іноетимологічних і/чи іншомовних): "...*прем'єр запропонував депутатам своє ноу-хау*" (Щербак М. Віктор Ющенко. Восьмий прем'єр епохи змін // В&П. — 2000. — 16-22 черв.); "...*ані рік тому, коли критику уряду в ейфорії ігнорували всі*" (Маркосян О. Скромна чарівність громадськості // В&П. — 2001. — 24 квіт.); "...*серед безперечних аутсайдерів*

*процесу довиборів до парламенту... "Громада"... по жодному з округів власного кандидата не виставлятиме..."* (Волошин В. 10 мандатів як "ласий шмат" для більшості // В&П. — 2000. — 18-24 квіт.); "...*неприбуткових структур, які виконують, по суті, лобістські функції*" (Податкове законодавство не стимулює діяльність недержавних організацій // День. — 2001. — 10 квіт.).

Лексичне наповнення текстів того чи іншого періодичного видання сьогодні часто стає диференціальною ознакою його політичного спрямування. Так, скажімо, принципове використання у даному ЗМІ лексики, якою, зазвичай, послуговується українська діаспора (так звана "законсервована" мова 20 - 30-х років ХХ століття), вживання літери "г" не за сучасним українським правописом, а за правописом Г. Голошкевича, безумовно, вказує на національно-патріотичну орієнтацію часопису. Щоправда, така політика мовної дерусифікації як форма вияву політичних поглядів іноді зводиться до автоматичної заміни поширених у сучасній українській мові слів (особливим "недоліком" багатьох з них вважається існування морфологічно ідентичних відповідників у російській мові) словами-синонімами, які є сьогодні менш поширеними, "призабутими", "питомо українськими" (*прогрес — поступ, розвиток — розвій, тому що, оскільки — позаяк; незважаючи на — попри, брати за приклад, робити за аналогією — взоруватися*). З одного боку, це сприяє розвитку синонімічного багатства сучасного газетного узусу (якщо у текстах цими словами справді послуговуються як синонімами), з іншого боку, якщо видання надає абсолютну перевагу лише одній — менш поширеній сьогодні — лексемі з синонімічного ряду слів, газетна мова знову таки збіднюється, уніфікується. Окрім того, журналісти не завжди враховують той факт, що ці синоніми майже ніколи не є абсолютними і мають своє стилістичне навантаження, що вносить у текст не завжди бажаний стилістичний ефект — зовсім не доречними



в офіційному, емоційно-нейтральному тексті звучать слова, що звичайно використовуються у художньому чи ораторському мовленні.

З огляду на це, у результаті спостережень за сучасним газетним узусом можна виділити два основних типи періодичних видань:

1) газети, що тяжіють до використання старого стереотипного фонду (таких часописів небагато — "Комуніст", "Товариш");

2) газети, для яких характерне включення нової лексики в старі серії фразеологізмів та формування нового стереотипного фонду мовних одиниць (більшість сучасних видань).

Використання старих серій, кліше має сьогодні різко обмежений характер. Нова стилістична норма, що зародилася в кінці 80-х — на початку 90-х років й утвердилася в наступні роки, передбачає ліквідацію із узусу більшої частини старого мовного багату, оскільки накопичений на даний момент, експлуатований протягом десятиріч й "скомпрометований часом" мовний фонд газети пов'язується у свідомості носіїв мови із віджилою системою ідеологічних та культурних цінностей.

Особливої стилістичної значущості набувають стилістичні "стикування", мовні одиниці, які об'єднують старі й нові тенденції слововживання. Так, механічне об'єднання у сполучення слів зі старого й нового узусу, логічно правильне, семантичне узгоджене, може бути визнане стилістично дефектним слововживанням, якщо воно стилістично немотивоване. Включення "нових" слів у старі серії фразеологізмів, кліше як особливий мовний прийом використовується у більшості сучасних видань ("*Яблоко*" *дозріло; дріжджі для рекламного пирога; зброя масового зваблення; боротьба зі стереотипами*).

Згідно з В. Костомаровим, універсальність значень (результат використання слова в будь-якому контексті) та серійне впорядкування засобів вираження (системність газетної фразеології) задають ти-

пові способи реалізації головного конструктивного принципу мови газети в конкретну мікроспоху. "Серійне впорядкування актуалізованих засобів вираження... приводить до того, що в сполученні опорними стають всі компоненти. Структура ж сполучення, особливо образно-змістова, стає функцією взаємодії серій, до яких належать компоненти, а не результатом даного конкретного їх зіткнення. Так, можливим стає сполучення "хвороби здоров'я"... тому що ці слова мисляться як представники певних сформованих й впорядкованих рядів універсалізованих вживань" [1, 56].

У результаті взаємодії серій утворюються логічно немотивовані, але функціонально дієві сполучення типу: *логіка абсурду, елітні вбивці, бронепоезд безправ'я, контрольний постріл кувалдою*, які стають "звичайними" в мові газет нашого часу.

Стилістична норма, як відомо, стереотипізується в конкретних мовних фактах. Стереотипи та аномалії (запрограмовані семантико-стилістичні відхилення від загальномовних правил слововживання) можна розглядати як два полюси стилістичної норми (специфічних правил вживання мови). У цьому сенсі аналіз типових для сучасної функціонально-мовної системи аномалій (ненормативних фактів) й типових стереотипів (нормативних фактів) є способом виявлення властивостей, ознак норми.

Нова стилістична система породжує новий тип аномалій. У сучасному газетному узусі це, насамперед, семантико-стилістичні "зриви", контрасти, які виявляються не формальним, конструктивним засобом (структура відступає на другий план, виявляє функціональність), а внутрішньо виправданим, семантично наповненим елементом системи.

Причинами виникнення аномалій у сучасному узусі є: синтагматичні сполучення семантично й стилістично різнопланових слів (*нафтова дієта, залізні обійми*); порушення граматичних правил сполучення слів — одночасна реалізація прямого й перенос-



ного значень (*гарячий телефон, очищення брудом*); дублювання значень (*друга альтернатива, корумпована мафія, постаналгія за минулим, єдиний пріоритет, не забудьте запам'ятати, амнезія пам'яті*).

Постійне джерело аномалій — зміна значень й стилістичних параметрів слів (і семантичні, і стилістичні характеристики слова дуже рухливі). З іншого боку, саме семантико-стилістична взаємодія слів всередині мінімальної синтаксичної структури стає імпульсом для зміни значень або для переміщення слова за стилістичною шкалою.

Всі типи аномальних сполучень функціонують як стереотипи, клішовані сполучення слів. Знову відбувається збігання полюсів "аномалія" — "стандарт", що може бути застосовано до поняття стилістичної норми газети. В концепті норми імпліцитно закладено принцип існування "не норми", але експліцитно передбачається нерівність цих понять. Отже, ситуація "узаколювання" відхилень повинна бути визнана нестабільною.

Попередній газетний узус (особливо періоду середини 60-х — середини 80-х років), навпаки, представляв неприродно стабільний, "мертвий" стан газетної мови: заздалегідь задане коло тем, наперед відомих, "вбудовані" у предметне значення слова оцінки, газетні образи — кліше / штампи: *"...На полях країни розпочалися битви за врожай..."*. Це примушувало журналіста проводити в нескінченних пошуках розмаїття й експресії неприродні мовні експерименти. Як результат, створювались номінації, які суперечили "здоровому глузду", мовній інтуїції й загальномовним традиціям слововживання. Це були пошуки варіативності в рамках "мертвої системи", яка була неспроможна генерувати й виражати нові значення.

Попри визначення багатьма дослідниками функціональної виправданості, "корисності" стереотипів у газетній мові, питання ролі стереотипів (особливо в його відношенні до питання про норму) залишається

дискусійним. Т. Винокур визнає позитивну роль стереотипів у газеті, хоча й звертає увагу на відчутні негативні наслідки такого слововживання. "Сполучення двох умов — абстрактно-граматичної настанови лінгвістичного усвідомлення та його автоматичності — призводить до того, що звичайні й основні типи газетної інформації (телеграма, інтерв'ю, хроніка) будуються за готовим вже шаблоном, обумовлені виробленими вже в процесі газетного виробництва мовними штампами, пристосованими вже словесними формулами, мовними кліше. Штампованість й шаблонність газетної мови ... виправдовується соціально-культурними умовами, в яких це мовлення твориться, і відіграє в ній, безперечно, позитивну роль... Але ніхто не буде заперечувати, що механізованість й штампованість газетного мовлення становить небезпеку" [7].

У сучасному газетному узусі оголеним, експлікованим є факт соціально-психологічної та концептуальної обумовленості мовленнєвого стереотипу. В попередній період творча енергія автора газетного тексту була спрямована виключно на словесне варіювання заздалегідь заданої, одиначної моделі. Це варіювання було чітко обмежено, насамперед, прагматичними чинниками й жорсткими стилістичними правилами. Мовна компетенція журналіста визначалася здібністю маніпулювати вже відібраним набором словесних формул, спустошених семантично. При характеристиці газетного узусу 60-х років В. Костомаров виходить з ідеалізованої схеми: газетна мова — вся мова, "тільки "специфічно підкріплена", деформована або видозмінена особливим типом функціонально-стильової конструкції". Т. Винокур змальовує реальну ситуацію: "словниковий запас газетного мовлення невеликий... словник газети завжди має характер фразеології, тобто суми зафіксованих умовних формул зі заздалегідь відомим, механізованим значенням". У сучасній ситуації відбулося не лише оновлення концептуального світу носіїв мови, членів соціуму:



формування, накопичення нових стереотипів/стандартів, але й оновлення стилістичних правил їхньої актуалізації у мові.

Проаналізуємо один із таких найбільш загальних концептуальних стереотипів на основі конкретних мовленнєвих фактів із узусу 1) 60-х років; 2) кінця 80-х — початку 90-х років; 3) 1999 — 2001 років. Концепт "дім" можна розглядати як концепт-стереотип, оскільки він характеризується усталеністю в діахронічному плані й великою кількістю варіативних мовленнєвих реалізацій у синхронному плані.

1. Приклад типової мовленнєвої реалізації цього концепту з узусу 60-х: *"...наша держава, як дім новий — є це будівельне сміття по куточках, але ж це стружкою пахне! В стіну ткнеш — дзвенить! А у них там уже блоциці завелися..."* (Ленінська молодь. — 1961. — 10 лют.).

Стилістична система газети накладала на мовне оформлення образу-концепту такі обмеження: "піднесений" характер образу, лише позитивна оцінка, локалізація негативних оцінок у сфері "чужого" (а у них там), контрастна побудова образу, межа якого проходить суворо між сферами "своє" — "чуже", стереотипність мовленнєвого втілення (*будівельне сміття по куточках*) та ін. Загалом образ може розглядатися як варіація на тему: "Ми наш, ми новий світ збудуємо".

Варто вказати також, що для позначення політичних перетворень у 1985 році був обраний термін "перебудова" (а не "революція", наприклад), який є похідним від концепту "дім".

2. Мовленнєві реалізації концепту "дім" із узусу кінця 80-х — початку 90-х років (уявлення "два різних дома" змінилося "уявленням" про "багато різних квартир в одному домі"): *загальноєвропейський дім; національні квартири; федеральний гуртожиток; скандал у комунальці*.

Варіативний мовленнєвий ряд із даного узусу стає відкритим, обмеження з стилістичної системи — мінімальні. Парадигма

"дім, гуртожиток, квартира, комунальна кухня." — ряд елементів одного семантичного поля, що ґрунтується не на формальній тожності компонентів, а на спільності семантичної ознаки.

3. Мовленнєві реалізації концепту "дім" із узусу 1999-2001 років: *офіс для нас — рідний дім; домашні апартаменти; новосілля під кредит; будівельна фірма: з новим домом!; ваш портрет в інтер'єрі вашого дому; євроремонт рідного дому*.

Перетворення стилістичної системи проходить під знаком функціоналізації мовлення. Система нормативного містить функціональні стереотипи (нові концепти, нові мовленнєві кліше) й звільняється (перешкоджає виникненню) від дисфункціональних стереотипів. Такими для нової системи є старі концепти, стара фразеологія, нові штампи у "прямому" вживанні.

Нову стилістичну норму лише частково можна вважати новим наповненням старого стилістичного канону. Незмінними залишаються лише загальні характеристики стилістичної системи. Часткові його виявлення в газетному узусі та їхня функціонально-стилістична роль стають іншими. Обмежується використання стереотипів, які раніше були центральною ланкою, основою системи. У межах нової норми існують чинники, які перешкоджають десемантизації, дисфункціональному вживанню стереотипів (немає тематичної обмеженості й фіксованості оцінок). Газета має змогу постійно оновлюватися, за фазою накопичення стереотипних засобів, переважно, йде фаза їхнього оновлення, швидкість змін різко зросла, система мови преси набула динамічності.

Центральне місце в новій системі займають контрасти, які тепер виконують глибшу семантичну функцію (їхня формальна, структурна роль, яку задала попередня традиція, відступає на другий план). Семантизація контрастних слововживань пов'язана, значною мірою, з прагматичними чинниками (зіткнення концептуальних стандартів, динаміка соціальних явищ).



Отже, підґрунтям для формування нової стилістичної норми газети є стара стилістична норма, що опирається на опозицію "своє" — "чуже". Новим елементом у формуванні нової стилістичної норми стала опозиція "нове" — "старе", що передбачає повноцінне функціонування області "своє" в межах національної політики. Незважаючи на те, що нова норма формується на тлі старої, проте відбувається руйнація старої стилістичної системи, що зумовлене її непридатністю для сучасного газетного узусу. Центром у новій стилістичній нормі стає особистість журналіста, який формує новий тип журналістського тексту, без старих стереотипів та кліше.

1. Арнольд И. В. Основы научных исследований в лингвистике — М.: Высшая школа, 1991.

2. Баранов А. Н., Казакевич Е. Г. Парламентские дебаты: традиции инновации. Советский политический язык (от ритуала к метафоре). — М.: Прогресс, 1991.

3. Какорина Е. В. Стилистические заметки о современном политическом дискурсе // Облик слова: Сб. ст. [памяти академика Д. Н. Шмелева]. — М., 1997.

4. Лысакова И. П. Пресса перестройки. — Спб.: Наука, 1993.

5. Лысакова И. П. Социолингвистическая интерпретация эволюции публицистического стиля (русская пресса 1917-1994) // Русский язык в переломное время: 1985-1995 гг. — Мюнхен, 1996.

6. Панов М. В. Из наблюдений над стилем современной периодики // Язык современной публицистики. — М.: Русский язык, 1988.

7. Wodak R. Discourse Analysis: Problems, Findings, Perspectives // Text. — N. Y., 1990.



## Проблеми соціальної компетентності в сучасному світі

Одним із малосподіваних наслідків технократичної революції у світі стало загострення проблеми соціальної компетентності. Ця категорія давно входить до апарату соціальної психології і в цьому розумінні відображає передовсім рівень адаптованості індивіда до конкретних соціальних умов. Провідні західні фахівці, зокрема, зазначають різке зниження адекватності свідомості та самосвідомості пересічного члена розвинутого постіндустріального суспільства та його здатності до самореалізації [1].

Якщо ж підійти до проблеми соціальної компетентності з точки зору інформаційної природи соціуму та розглянути характерні для сучасного суспільства процеси самоорганізації та самоуправління, то проблема соціальної компетентності набуває нового змісту. Суть її можна коротко означити так: в умовах сьогодення індивід, група, а нерідко й державний провід опиняються віч-на-віч із величезним обсягом інформації, що характеризується високою невпорядкованістю, часто виявляє непередбачені смислові зв'язки, контексти і прагматичні підтексти.

Прийняття рішень за цих умов є надзвичайно трудомісткою процедурою, котра полягає в з'ясуванні справжніх параметрів ситуації, пошуку відсутніх інформаційних масивів, зіставленні даних, визначенні критеріїв оптимальності рішення, з'ясуванні й узгодженні інтересів, прогнозуванні наслідків, корекції вихідних даних і уявлення про оптимум, зрештою, прийнятті рішення, його донесенні до виконавчих структур і управлінському супроводі

(при потребі — корекції наслідків та їх інтерпретації).

Усі ці заходи являють собою серйозний виклик для сучасного суспільства, його мобілізаційного, інтелектуального, інформаційно-технічного ресурсів.

У даному випадку слід звернути увагу лише на один з аспектів проблеми. Процес прийняття суспільних рішень, їх підстави і мотиви стають дедалі менш прозорими і зрозумілими для більшості громадян.

Натомість їм пропонується сурогат проблеми й уявні шляхи її розв'язання — лише з метою здобуття прогнозованого результату на виборах, плебісцитах, у виявах громадської думки. Отже, класичні норми демократії як механізми реалізації колективної волі й колективного інтелекту перетворюються на своєрідні ритуали, виконання і використання яких є предметом спеціальних технологій і окремою професійною сферою.

На посткомуністичному просторі проблеми некомпетентності громадян вперше була чітко окреслена в понятті "закрите суспільство" [2]. Поняття, очевидно, спроектоване з ключового елемента сучасної ліберальної ідеології та агітації, однак, на противагу "відкритому суспільству" в розумінні Поппера-Сороса, у концепції Р. Ривкіної йдеться про функціональні елементи суспільної організації, а не про визначальну характеристику соціальної системи.

Різниця принципова. Адже предметом розгляду є не старе "тоталітарне" суспільство ідеократів-історичистів, а про продукт ліберального реформування. Більше того,



певні аспекти закритості російського, в даному випадку, суспільства безпосередньо сформувалися під дією лібералізації — типової "революції згори", коли мотиви еліти й адаптаційні винаходи соціуму розвивалися симетрично, але в різних комунікативних мережах.

Під новітньою закритістю Р. Ривкіна розуміє незнання людьми того суспільства, в якому вони живуть. А саме — закритість пострадянського суспільства щодо Заходу, його ізольованість від власної держави, а також, що особливо симптоматично, непрозорість суспільної організації для самих громадян. Такий, позбавлений ідеологічних кліше, інформаційний підхід дозволяє рельєфно окреслити аспекти подібної закритості, що, в даному розумінні, цілком збігається з проблемою некомпетентності громадян.

Доречність подібного підходу є особливо наочною при порівнянні реалій пострадянських із виявами розгубленості й соціального непорозуміння, що дедалі частіше супроводжують поворотні й знакові події Заходу — вибори президента Дж. Буша, реакція на події 11 вересня, запровадження євро.

Стає дедалі очевиднішим, що громадська думка перманентно "не встигає" за тими рішеннями, які змушена приймати керівна еліта, не розуміє певних подій і явищ, не виробляє щодо них певного ставлення і залишає їх вирішення на розсуд Великого Інквізителя в особі всесильного CNN.

Отже, у глобальних масштабах проблема соціальної некомпетентності спричинила, на нашу думку, кілька цивілізаційних феноменів:

1. Відхід у минуле ідеократичних традицій, ідеологічних домінант у політичній ідентифікації та стратифікації.

2. Утвердження нового принципу формування соціальної ієрархії: за ознакою соціальної компетентності — близькістю до реальних важелів і механізмів прийняття соціальних рішень.

3. Поява спеціальних професій, пов'язаних із соціальною презентацією та репре-

зентацією. Компетентність стає не функціональною, а символічною вимогою до особи.

До певної міри, соціальну некомпетентність можна вважати побічним наслідком виникнення так званого інформаційного суспільства, найбільш об'єктивним показником якого є, за спостереженням М. Маклюєна, різке зростання обсягів інформації, що перебуває в цивілізаційному вжитку.

Однак говорити про пряму чи радше механічну залежність тут не доводиться. Міра некомпетентності зростає не пропорційно до міри інформатизованості того чи іншого соціуму, а скоріше залежно від міри нестабільності й невизначеності суспільних зв'язків. Посткомуністичні суспільства тут серйозно програють як розвиненому Заходу, здатному в критичні моменти повертатися до архаїчних смислових і ціннісних фундаментів, так і дволикому Сходу, який, стрімко модернізуючи виробництво, цих соціальних фундаментів ніколи не втрачав з поля зору.

Будуючи інформаційне суспільство, Захід формує для себе специфічні проблеми, закорінені в його власні інтелектуальні традиції. Очевидно, за аналогією з принципами побудови Світової павутини, дослідники інформаційного суспільства прогнозують зміни не лише в комунікації, але й в управлінні. Організаційні структури нового суспільства, як очікується, будуть замінені більш гнучкими, децентралізованими моделями, що реформують суспільство, функціонування економіки, приватний бізнес і державні інститути.

При цьому звертається увага й на певні проблеми, переважно соціально-психологічного характеру. Оскільки людська діяльність, включаючи роботу, дозвілля, контакти з керівництвом, банком, здійснюватиметься здебільшого за допомогою телекомунікацій, вона, на думку прогнозистів, буде базуватися переважно на уявленнях про реальність, що призводить до психологічного перенапруження і конфліктів [3].

Однак питання про те, чи здатне інформаційне суспільство забезпечити належний



рівень освіти, розвитку й поінформованості кожному своєму члену, щоб ці нові гнучкі системи діяли узгоджено, досі не поставлене, а тим більше — не розв'язане. Можна припустити, що на нього існує мовчазна і не зовсім вигідна в очах західних суспільств відповідь: узгодження — справа вузького кола професіоналів, посвячених у жорсткі алгоритми соціального управління.

У цьому контексті вважаємо доречним порушити такі питання.

1. Яким чином формується і самоусвідомлюється технократична меншість, яка бере на себе контроль і відповідальність за результати соціального управління?

2. Яким чином формується інструментарій соціального управління, якою є його методологічна база, світоглядна основа, які механізми винаходу, апробації та впровадження нових технологій?

3. Які нові стереотипи соціальної поведінки й соціально-психологічної адаптації при цьому виробляє і засвоює некомпетентна більшість?

*Аналіз цивілізаційних процесів приводить нас до висновку про наявність двох основних напрямів розв'язання проблеми некомпетентності:*

1. Рівномірне підвищення рівня компетентності всіх членів суспільства. На перешкоді стає складність і внутрішня суперечливість цього завдання. Адже стає дедалі очевиднішим, що підвищення рівня компетентності окремого індивіда здійснюється в більшості випадків за рахунок іншого індивіда. У суспільних відносинах все менше йдеться про загальну користь, і все більше про пріоритети і домінування.

2. Нова стратифікація, оформлення і самоусвідомлення еліт як носіїв компетентності та її критеріїв. Стратифікація за ознакою компетентності, за прогнозами, відбуватиметься як всередині розвинутих суспільств, так і в плані міжнародного поділу праці. Пропорція 20/80, яку для цієї тенденції вивели західні аналітики, не залишає сумнівів щодо долі більшості громадян і

країн у суспільстві інформаційних технологій [4].

Найближчою до здійснення видається та модель, у якій 20 % країн (власне, "золотий мільярд") зможуть забезпечити своїм 80 % громадян загальне підвищення рівня компетентності за рахунок технічно-фінансових переваг і результативної пропаганди. Значною мірою тут ми маємо певний сурогат компетентності, оскільки свідомість західного обивателя захищена від багатьох дестабілізуючих впливів і для того, щоб підтримувати в ній відчуття контролю над ситуацією, інформаційну ізоляцію доведеться ще більше посилити.

Уже сьогодні інформаційні потоки з Півночі на Південь у сотні разів перевищують обсяги зворотної комунікації. Це означає, що "розвинутий світ" не хоче (!) чути інших, і саме в цьому полягає секрет його так званої відкритості. Але доведення цієї практики до граничних форм призведе до остаточної ізоляції уявного "світу" західних суспільств від реальності. "Глобалізований" у такий спосіб інформаційний простір надаватиме його користувачам відчуття захищеності й осмисленості буття, але це буде звичайнісінька комп'ютерна гра, основними операторами якої стануть західні медіа, а розробниками — вузьке коло посвячених фахівців.

Отже, і в цій квазідемократичній моделі певна ієрархізація неминуха і вона відбувається на наших очах. Чого вартий лише проект адміністрації Буша щодо створення всеосяжної Спецслужби, яка замінить легендарні ЦРУ і ФБР, але крім того, вочевидь, матиме значно ширше коло повноважень, чи то пак, компетенції.

Що ж до решти світу, то в ньому ієрархізація відбуватиметься набагато відкритіше і брутальніше.

Річ у тому, що є інформація (знання) і є пропаганда (вплив). І якщо "згори" йде максимум пропаганди і мінімум інформації, то "знизу" — якраз навпаки.

Для підтримання власних систем у стані адекватності, а також з метою збереження



контролю над ситуацією й, зокрема, ефективного використання наявного ресурсу, країнам "вищої ліги" доведеться організувати надходження з усього світу величезних обсягів інформації, необхідної для вироблення власної політики, стратегій, рішень і т.п. Тому їм необхідно мати в цих країнах певне коло "контактерів", що володіють тим самим кодом, а отже, і відповідним рівнем компетентності. Але на відміну від західних суспільств, де елітарні групи підтримують у своїх громадян ілюзію компетентності, аутсайтери собі цього дозволити не можуть та й не мають на те серйозної мотивації.

Відокремлення псевдоеліти "контактерів" від маси аборигенів є елементом її самосвідомості чи, якщо хочете, елементом її посвячення. Тому стосовно власного народу нею здійснюється протилежна до західної стратегія: свої 80 % сприймаються як апіорно некомпетентні, відсталі й взагалі "не такі". Водночас сам критерій компетентності зводиться для цих еліт до відповідності коду "господаря": ти повинен мати певні погляди, вживати певні поняття, визначати певні символи, володіти певними технологіями. Все, що вибивається за межі цього стандарту, приречене на маргіналізацію (через дискредитацію і замовчування).

Даний механізм вирішення проблеми соціальної некомпетентності ставить під загрозу благоденство "золотого мільярда" в тому сенсі, що для нього ентропійні "прірви", в які дедалі частіше зривається масова свідомість, можуть виявитися надто небезпечними. Якщо маргінали глобалізації, до яких впевнено ввійшла Україна, приречені в цій моделі на інтелектуальний параліч і поступове виснаження творчої енергії, то панівні суспільства Заходу опиняються на порозі інформаційної катастрофи.

Сценарій такої катастрофи нам відомий з власного досвіду — з досвіду руйнування

"другого світу" і переходу його в статус "третього". Справа в тому, що аналогічна до тієї комунікативної моделі, яку формує сьогодні Захід під назвою глобалізації, свого часу була прийнята до вжитку російськими більшовиками. Відколи всі суспільні справи став вирішувати "авангард", а масова "компетентність" стала прикриттям тотальної маніпуляції, доля радянської системи була вирішена.

Зіткнення зі зовнішнім світом така система не витримує в принципі. Природа людини комунікативна, закритість є завжди прелюдією до поразки.

Уже сьогодні те "царство тіней", яке творить "цивілізоване людство" на руїнах інформаційних війн, психологічних операцій та інших заходів уніфікації суспільної свідомості, набирає критичної маси. Не виключено, а скоріше цілком закономірно, що з цього всесвітнього смітника ідей, символів і пророків котрийсь із "привидів" таки вибереється на волю (скажімо, в Інтернет) і вкаже всім шлях до "нового і прекрасного світу". І світ цей матиме одну обов'язкову характеристику: в ньому не стоятиме проблема компетентності...

1. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация: Пер. с англ. — М.: "Когито-Центр", 2002. — 396 с.

2. Рывкина Р. В. Теневизация российского общества: причины и последствия // Социс. — 2000. — № 12. — С. 5-12.

3. Гриценко О. Правові проблеми інформаційного суспільства // Актуальні питання масової комунікації. — 2001. — Вип. 1. — С. 42-43.

4. Мартин Г.-П., Шуманн Х. Западня глобалізації. Атака на процвітання і демократію: Пер. с нем. — М.: Издательский дом "Альпина", 2001. — 335 с.



## Українська ономастика в публіцистиці Олеся Гончара

У публіцистиці Олеся Гончара, видатного українського письменника, як і загалом у всьому літературному здобутку митця, вагоме місце посідають ономастичні мовні засоби. Особливості стилю мовлення й жанрового різновиду публіцистичного твору (стаття, рецензія, інтерв'ю, нарис, есе, вступне слово, передмова, виступ на радіо й телебаченні) зумовили специфіку функціонування в них власних назв, особливість їх системно-ієрархічних та динамічних асоціативно-сміслових зв'язків. Ономастичний простір публіцистики Олеся Гончара складається з численних власних назв українського ономастикону й іншомовних пропріативів. Найбільш частотними у ньому є антропоніми (прізвища й особові імена) — виразні засоби матеріалізації історико-філософської концепції дійсності й життєвого ідеалу письменника. Вони дозволяють простежити діалектику національного й загальнолюдського в художньо-образному мисленні прозаїка, мотивувати інтертекстуальні перегуки публіцистичності мемуаристики й естетичного змісту художніх творів прозаїка та його публіцистики як сфери громадської діяльності.

Уже в ранній довоєнній прозі Олеся Гончара окреслилась одна з рис його іменотворчості — навантаження антропоніма глобальними часо-просторовими вимірами. Так, в "Оповіданні командира" (1938) двадцятирічному авторові значною мірою саме через підтекстове значення імені героя Альоша Микитович Силак удалося відтворити обстановку загальної підозрілості, котра панувала тоді, у час розгулу політичних

репресій. Художнє висвітлення катастрофічних наслідків повальної колективізації на селі, що в повній силі знайшло своє відтворення в романі "Твоя зоря" (зокрема в образах Винника, Куцолапа, Духа та ін.), уже мало витоків в першій довоєнній повісті Олеся Гончара "Стокозове поле" (1941), де у прихованому естетичному змісті прізвища героя — Стокіз — звучить виклик тодішній політичній системі. У наш час переосмислення історичних цінностей початковий період у творчості Олеся Гончара особливо важливий в усвідомленні витоків гуманістичної спрямованості його творів, оцінці громадянської сміливості письменника-початківця, який у поезії "Україні" (1941) писав, що за Україну він "по краплі, всю, до дна готовий кров свою віддати" [1].

Антропоніми, як і топоніми та гідроніми, — це документальні факти у публіцистиці Олеся Гончара, "дискретні шматочки дійсності" [2]. Пропущені через свідомість і сферу чуття письменника, вони передають часо-просторовий зріз відтворених подій, несуть у собі відбиток складної діалектики об'єктивного й суб'єктивного в мисленні автора, баченні й оцінці ним змальованих суспільних явищ.

У щоденникових записах воєнних літ численні топоніми України, ойконіми — Харків, Кобеляки, Полтава, Кременчук, Бородаївка, Матронівка, Кіровоград, Калинівка, Семенівка, Первомайськ, Соколівка, Степанівка, Зелені Кошари, Шкарбінка, Малий Козачий Яр, Катеринівка — та гідроніми — Дніпро, Ворскла, Інгул, Дінець, Буг — з до-



кументальною достовірністю передають рух наступаючої армії, у складі якої перебував Олесь Гончар. Вони важливі в змалюванні картин горя і страждань, які приніс німецький фашизм на українську землю.

Прізвища побратимів по зброї — Гупало, Худенко, Гарбуз, Теличко, Вакула, Юрченко, Брова, Федорець, Рибак та ін. — це своєрідні "конспекти почуттів" з "окопного університету" [3]. Частина з них (Хасцький, Сагайда, Мукоїд, Черниш) стануть іменами прототипів героїв роману "Прапорonosці". "Мені довелося побувати з І. Стаднюком у Чехословаччині, — згадує П. Загребельний, — де пролягли його фронтові дороги, як і автора та героїв "Прапорonosців". Ми відвідали містечко Зволен на річці Грон... Біля цього населеного пункту — величезні поля поховань, братські могили наших воїнів. І ось там серед полеглих ми знайшли імена і гвардії майора Воронцова, і гвардії молодшого лейтенанта Черниша... Отже, письменник не вигадав своїх героїв, а брав справжні прізвища загиблих, щоб обезсмертити їх" [4]. Українські прізвища досить вагомі в реалізації творчого задуму Олесь Гончара створити велике епічне полотно, в якому увічнити подвиг загиблих однополчан, щоб відстояти гідність і честь солдата-українця, захистити свій народ від "вірусів наклепів і пліток" [5, 300], "зняти з українців тавро колаборантів, якими зображала офіційна пропаганда всіх тих, хто мав нещастя опинитися в окупації або в полоні", "показати, що українці не гірше за інших виявили себе в боях проти фашизму" [6].

Серед бійців 2-го Українського фронту "почти сплошь украинская речь, усаые украинцы — потомки запорожцев, бодрые, мягкие, по-мужицки вежливые и предупредительные" [7, 64], — занотовує письменник 25.06.1944 року. У "Катарсисі" український солдат відтворений як людина, що самовіддано виконувала щоденну тяжку ратну справу, серед жорстокості війни не втратила людських якостей, не розучилася й у тяжких обставинах мріяти, не згубила по-

чуття оптимізму, здатності до дотепного гумору. Таким він зображений і в романах "Прапорonosці", "Людина і зброя", "Циклон". Динаміка антропонімних змін у тексті "Прапорonosців" (Івашина — Гай, Мукоїд — Маковій) [8] поглиблює лірико-романтичну тональність твору, його глибокий філософський підтекст — антигуманність війни, згубність її для всього живого, прекрасного.

Публіцистична майстерність Олесь Гончара у використанні ономастичних одиниць виявляється у створенні такого збірного факту-образу явищ, ситуацій, соціального типу, який фіксується в суспільній свідомості як загальноприйнятий образ суспільної поведінки й водночас як критерій її оцінки. Частина власних назв з "розкриленою" автором-публіцистом семантикою, стає не тільки художнім здобутком митця, а й національної культури народу.

Подорожуючи по Україні, де б не перебував письменник — на півдні республіки чи Галичині, у Криму чи Закарпатті, — натренованим оком художника він вихоплює з дійсності антропоніми-факти, що породжують сьогоденні роздуми, і фіксує їх у щоденнику. Таких записів чимало: Афанаска, Серафима, дід Психій (подільські особові імена), Ригор Няхай, Барсук, дід Мина, Цуккер, Долинюк Євгенія Олексіївна (записи 50-х років), Шабовта, Дзюндзя, Шнарковський, Кушнірук, Надія Титівна й Сильвестр Васильович, Муся (записи 60-х років) та ін.

У нотатці від 18.06.1959 року, в якій йдеться про розмову з директором Мелітопольської садівної станції М. Ф. Сидоренком, згадується якийсь Репенчук, що в голодний 1933 рік, сортуючи "горожан", які прийшли найнятися збирати достиглі черешні, якимось порятунком від смерті, виділяє тих, хто "більше з'їсть, ніж заробить", і лише на вимогу свого начальника роздав цим людям кошики. Тоді день від дня стали кращати дівчата, "порум'яніли й самі вже — без хліба, на самих черешнях!.. В світі не було красивіших, як оті дівчата наші



черешневі, черешнями врятовані!..." [9]. Письменника зацікавила розповідь відомого садівника, а реальне прізвище Репенчук, очевидно, стало фактом-узагальненням "хохла репаного" із заскорузлою душею.

З такою ж узагальнюючою функцією використовується й ім'я письменника (Собко) в іншому записі: "Неможливо собі уявити, щоб твір художника однаково сприймався людиною, що виросла в монгольській юрті, і людиною, що виросла на Вацлавському наместі в Празі. Різні не просто смаки, різне художнє мислення, вся система образів і уявлень... І жахливо було б, якби все це було уніфіковано. Саме ця різність дає Бертольда Брехта і, скажімо, Лу Сіня, а так був би один довжелезний Собко" [10, 109].

Занотовуючи свої думки про Олександра Довженка, "художника-мислителя, художника-філософа", та враження від зустрічей і розмов з ним, Олесь Гончар використовує художній прийом, естетичну вартість якого вже випробував у прозі, — семантичне обігравання лексичного значення кореня прізвища "довг", тлумачачи його як "великий", "високий" духом, силою волі й творчого обдарування: "З таких, як він, у давнину ставали чаклуни, ворожбити, а може, й пророки" (запис від 29.06.1956), "Він справді йшов по землі як сівач, щедрий і добрий... Довженко не любив сидіти за столом. Він любив ходити і проповідувати... Ходячий вогонь. Ходячий вулкан... Оце людина на голову вища інших, справді велика в думках своїх, в силі художнього бачення світу" (Запис від 26.11.1956) [10, 106-107].

"І коли він, високо піднявши білий прапор, повертався вже в нашу зону, в спину йому було відкрито вогонь. Парламентер упав, обливаючись кров'ю. Відкрити вогонь по беззбройному парламентеру — так могли вчинити тільки фашисти. Розбоєм вони починали, розбоєм і кінчали. З давніх-давен у всіх війнах парламентири користувались правом недоторканності. А тепер вони підпливали кров'ю на правому і на лівому боці Дунаю, в передмістях європейської сто-

лиці" [11, 261] — це рядки роману "Прапороносці", в яких відтворені фронтгові враження й роздуми письменника про подвиг посланця миру. Спочатку безіменним з'являється він на сторінках твору (справжнє ім'я історичної особи — капітана-парламентера Остапенка — з'являється через чотири сторінки тексту). В естетизації художнього образу, побудованого на документальному факті, письменник йде від образу до факту, чому сприяє стилістична фігура безіменності. Зворотний процес узагальнення явищ дійсності від факту до образу, характерний для професійної публіцистики, Олесь Гончар проілюстрував у статті "Последний выстрел", згадуючи пам'ятник капітанові Остапенку в Будапешті. У романі "Прапороносці" цей художній прийом пов'язаний з творчим задумом письменника — протиставити вандалізм фашистів і гуманність армії, офіцери якої ціною власного життя намагалися врятувати історичні пам'ятники Будапешта, позбавити місто численних жертв. Прозаїк-романтик переслідує тут мету (у тому числі й реабілітаційну щодо українського воїна), відштовхуючись від життєвої правди, створити образ-символ уособлення всього високого й благородного, що збереглося біля серед крові та жорстокості війни.

У публіцистиці Олесь Гончар можна знайти багато прикладів того, як оніми Україна, Дніпро, семантизуючись, стають уособленням рідної землі, держави, символом таланту й непокірного духу українського народу.

У статті "Час для єдності", в основі якої лежить виступ письменника на I конгресі Міжнародної асоціації українців 27 серпня 1990 року, десемантизований у реальній ономастиці топонім Чорнобиль, переосмислюючись, набирає значення "духовний Чорнобиль", "духовна деформація суспільства": "Чорнобилеві поліському, ядерному передував Чорнобиль руйнування культури, Чорнобиль репресій, терорів, масових депортацій, якими диктатура розтерзувала Україну впродовж десятиріч. Трагедія визріва-



ла вже там, де підкрадалися динаміти під наші тисячолітні храми, де хвиля за хвилю винищувалася національна інтелігенція, розтоптувалася наука й народна мораль" [5, 84].

Прізвища-композиції — нечасте явище у публіцистиці Олесь Гончара. У формуванні семантичної структури й акцентуації на стилістичній значущості таких складних антропонімів письменник скористався художніми прийомами, які апробував у прозі, та багатющим досвідом іменотворчості народу, в антропоніміці якого саме такі імена характеризують його національну своєрідність, стали знаками ментальності. Специфіка структури (кілька коренів у складі антропооснови), морфологічні ознаки та особливості лексичних значень апелятивів-етимонів визначили багатство естетичних ресурсів складних прізвищ. Подібні антропоутворення в спадщині митця посилюють звучання актуальних проблем: Семибаламут (прізвище) й Тритузний, Карнаух — у повісті "Бригантина" матеріалізують тему виховання дітей у спецшколі; Ясногорська ("Прапороносці") — указує на духовну й моральну чистоту людини, перегукується з наскрізним у творчості видатного епіка концептуальним образом Світла; Маковій ("Прапороносці"), Крутипорох ("Берег любові") — важливі в реалізації одвічного мотиву війни й миру; Куцолап ("Твоя зоря") і Стокіз ("Стокозове поле") — підкреслюють засудження автором актів повальної колективізації на селі; Нечуйвітер (прізвище Лободи-батька в "Соборі") — наголошує на проблемах зв'язку поколінь й історичної пам'яті.

У слові на відкритті установчої конференції Товариства української мови імені Т. Г. Шевченка (11 лютого 1989 року) Олесь Гончар вжив ім'я-композицію Неуважайкорито як лаконічний й емоційний засіб багатобічної характеристики суспільних явищ мовного нігілізму та бюрократичного свавілля: "А ще згадаймо: хіба потерпів бодай один хто із людей службових... за нищення

пам'яток культури, за те, що нема в містах українських дитячих садків, за те, що можна публічно, з хамовитою легкістю образити, висміяти старого колгоспника, якщо він звернувся рідною мовою в метро, в магазині чи ще де — міщанське Неуважайкорито добре знає, що йому всюди дозволено ображати національні почуття трудової людини" [12].

Зазначимо, що в статті "Феномен незнищеності", уміщеній у збірнику публіцистики О. Гончара "Чим живемо" (1992) [5, 68], в основі якої виступ письменника на згаданій конференції, ім'я-композиція написана з малої літери. Це могло б бути недоглядом редактора чи упорядника, однак, знаючи, як Олесь Гончар завжди уважно перерахував й редагував свій твір при перевиданні, можна припустити, що таку правку міг внести й сам автор. Отже, що від цього втратив, а що здобув текст? Власна назва Неуважайкорито, ужита в даному мікроконтексті, до свого семантичного поля вбирає лексеми нищити, образити, висміяти, що вказують на соціальну поведінку референта. Негативне емоційно-експресивне забарвлення лексичного значення двох коренів-етимонів служить засобом оцінки й образної характеристики руйнівників духовності та суспільних явищ відступництва від національної культури й історичних коренів народу, що особливо великого розмаху набрали в останні десятиліття. Прописна буква пропріатива, утвореного за типом прізвища-композиції від форми наказового способу дієслова й іменника (не уважай + корито), виступає своєрідним оптичним сигналом, котрий наголошує на особливій підтекстовій семантиці слова, що вже називає не людину, а узагальнене абстрактне поняття. Це вказівка на те, що власна назва перейшла до розряду асоціонімів. Зміна великої літери на малу, хоча й служить більшому узагальненню, позбавляє лексему графічного виділення й емоційного та логічного наголосів. Олесь Гончар, такий уважний до семантичних відтінків мови, особливістю індивідуального



стилю якого було широке використання в творчості асоціонімів (ми нарахували в прозі митця понад 60 подібних художніх тропів — Майстер, Художник, Мадонна, Кар'єра, Світло, Вільна Любов та ін.), не міг цього зробити. Очевидно, це технічний недогляд.

У публіцистиці письменника асоціоніми як складні з погляду семантичних трансформацій метафори, утворені шляхом переходу загальної назви у власну, — нечасте явище, проте вони, як і в художніх творах, засвідчили пошуки митцем неординарних засобів передачі складних реалій сучасності, суперечностей навколишньої дійсності, відтворення неоднозначного внутрішнього світу людини наших днів. Цей художній засіб тут виявляє себе різнопланово за узагальнюючим змістом. Так, окремі асоціоніми виступають узагальненням суспільно-політичних явищ (Система, Центр, Розстріляне Відродження), інші ж репрезентують явища літературного процесу (Кайданник, Весна життя, Великий Вартовий) або пов'язані з глобальними екологічними проблемами людства (Мати-природа).

Використання відантропонімних форм множини, утворених від українських та іншомовних власних назв — особливість індивідуального стилю письменника. Вживаються вони й у публіцистиці митця, оскільки категорія числа в такому специфічному лексико-граматичному розряді власних імен, як антропоніми, стає важливим стилістичним засобом формування стислого й змістовно вагомого вислову, що дуже важливо на шляху узагальнення фактів буття. У щоденникових записах Олеся Гончара різних років такі художні тропи посилюють публіцистичність змісту нотаток, виявляють активну життєву позицію автора. У зв'язку з цим прокоментуємо записи від 20.05.1991, 10.01.1992 та 29.09.1993 років: "Ось якийсь знавець пише про мене: "...весь час перебував на вершині системи". Так це декому уявляється. А хто ж був для цієї системи упродовж десятиріч білою вороною?

За чийм життям постійно стежив, мабуть, цілий взвод донощиків-сексотів? На кого пашіли злобою ватченки та щербицькі, вважаючи, що "его пора сажать". Вічне підслуховування телефонних розмов, вічний піднадзорний — нічого собі "на вершині системи...". Ворогові не побажаю такого "комфорту" [13, 8]; "... Купка якихось озлобленців, що видає в Житомирі рептильний журнальчик, який пробує знову — в котрий уже раз! — доруйнувати те, що не вдалося ватченкам та грушецьким... І ціляться в саме серце, в саму душу..." [13, 9]; "Помічено сумну річ: в нашій літературі дедалі частіше з'являється образ жінки вульгарної, підступної агресивної хижачки, що не вагаючись іде на будь-яке приниження, аби б тільки добутись влади, припасти до керівного корита... Де ті цнотливі й поетичні Наталки Полтавки, Шури Ясногорські!" [13, 10].

Уживання великої й малої літери у формі множини виділених антропонімів у публіцистиці Олеся Гончара пов'язане з емоційним планом сприйняття імені, позитивними чи негативними експресіями. Очевидно, тут знаходять своє відображення традиції символічного використання в художній літературі великої букви на позначення величного, прекрасного в людській особистості, а мала літера відтворює негативне ставлення автора до позначуваних явищ дійсності. До того ж, при переході власної назви в загальну до мотиву узагальнення ще й долучається відтінок презирства.

У двох перших уривках лексеми ватченки, щербицькі й грушецькі, утворені від імен реальних осіб, уособлюючи керівників української республіки, де порушувалися права громадян на свободу слова, стають символами доби застою.

У публіцистичному тексті, наведеному вище, власні назви Наталки Полтавки й Шури Ясногорські, які походять від імен героїв української класики, втілюючи поетичність й цнотливість українських дівчат, ще з більшою силою підкреслюють негативне явище в сучасній літературі — появу об-



разів вульгарної жінки, які не збігаються з народним уявленням матері й дружини, що свідчить про духовну кризу в суспільстві. Зовсім інших позитивних конотацій набирають оними Наталки Полтавки й Петри у художньому творі Олесь Гончара — повісті "Земля гуде": "Ночі були чисті та сині, як море, вони були вкриті зорями й дихали всіма пахощами цнотливої вірної молодості, по всьому Подолу, аж до самої Ворскли, співали та вигукували сотні Наталок Полтавок та горлали сотні безжурних Петрів" [14]. Імена героїв славнозвісної п'єси І. Котляревського, так майстерно вплетені О. Гончаром в архітектоніку твору, не лише актуалізують фонові знання читача, збуджують його емоційно-образну уяву, передають різнобічну еліпсовану інформацію (співали, вигукували не просто дівчата й хлопці, а молоді люди української національності, полтавчани, закохані одне в одного), а й, ужиті в пейзажному описі мирного спокійного вечора напередодні Великої Вітчизняної війни, вони ще з більшою силою акцентують увагу на трагізмі невідворотних історичних подій.

Проілюструємо ще один приклад стилістично вмотивованого вживання антропоніма в формі множини в публіцистиці письменника. "Бути дбайливим, рішуче захищати від сучасних кон'юнктурників усе цінне для нашої культури, вберегти від зневаги подвижницьку працю покоління Яновських і Рильських — це ж наш спільний святий обов'язок" [15], — пише Олесь Гончар у листі до В. Базилевського від 6.06.1993 року, захищаючи українську класику від "нігілістичного гвалту" та "вогтузні примітивних ревізорів", новочасних переписувачів літератури.

У художній прозі Олесь Гончара використовуються особові імена, частовживані в національному антропоніміконі та в українській класичній літературі й фольклорі як виразний засіб узагальнення й символізації різного плану, здебільшого як уособлення типового представника ук-

раїнської нації, для якої характерні високі моральні якості. Таким є чоловіче особове ім'я Іван, що походить з д.-євр. Yochanan й означає буквально: Божа благодать; дар богів [16], яке відзначалося високою частотністю в реальному іменнику з часів прийняття християнства й до початку ХХ століття. Це пов'язано з історико-культурними й релігійними традиціями українського народу, для якого наймення, обране з церковного календаря (а ім'я Іван поминалося в ньому 79 днів на рік) [17], виконувало сакральну функцію, прилучало людину до релігії. У художніх творах Олесь Гончара особове ім'я Іван, відтворюючи хронотоп змальованих подій, озвучує публіцистичні мотиви спадкоємності поколінь, історичної пам'яті, уславлення подвигу "трудівника війни" — українського солдата: "У найдавших гаванях світу вже знають його (Івана Дорошенка. — В. Г.) в обличчя, і, коли прибуває, тамтешні називають його жартома "Іван з України" [18, 121]; "Для неї, для Вітчизни, долав ревуці сорокові широти, і для неї ж він просто, по-буденному, дбав про порядок на судні, і вся його оця особиста підтянутість, тактовність, культурність — це, певне, теж набувалося передусім ради неї, бо ти ж "Іван з України", ти мусиш будьде гідно репрезентувати її..." [18, 123]; "Дітям приїзд офіцерів, видно був за святом. Вигуками й красномовними жестами вони розповідали, що тут уже були руські, серед них якийсь веселий загадковий Іван Непитай; Іван теж кував коня... а потім поїхав доганяти своїх" [11, 130]; "Фріц нетямиться, думає, що без мостів не доженемо. А наш Іван і через пекло пройде" [11, 123]; "Саме ці рештки мосту, що досі іржавіють над проваллям, як ми дізналися від Івана Івановича, й були останніми свідками тієї операції, в якій загинув наш брат, що для партизанів був комісар Іван і на знак дружби з яким цей словенець і взяв собі його ім'я, назвавшись Іваном Івановичем" [19].

У щоденникових записах Олесь Гончара воєнних літ ім'я Іван позбавлене урочисто-



піднесеної патетики. Воно вживається не раз у нотатках письменника від 12 травня, 10 липня, 5 жовтня 1945 року, здійснених уже після Дня Перемоги, ніби передає настрої армії-переможниці й водночас матеріалізує мотив суворості й жорстокої правди війни: "Навстречу длинными колоннами идут пленные немцы. Молчаливые, с тупой покорностью в глазах, с большими мешками барахла. Идут сами или конвоируемые чешскими партизанами... Что их ожидает впереди? С чего начинали и чем кончают! Некоторые пораззувались и босые идут по шоссе. Так гнали наших в 1941. А наш Иван едет вперед — на танках, на машинах, кто на велосипеде, кто на клячей галопом и с умной простотой душевной улыбается чехам, трогает девчат, спрашивает ликеру и рассуждает о политике" [7, 102].

У наведеному прикладі в "нашому Іванові", змальованому в гумористичному стилі очевидцем й учасником подій другої світової війни, автором "Катарсису", вгадується дотепний подoliaк чи красивий у своїй простоті душевний полтавець, кіровоградець, вінничанин або уманець, милі говірки яких поряд з українськими прізвищами як документальний факт письменник теж фіксує в щоденнику. У трьох же інших записах особове ім'я Іван набирає досить таки іронічного звучання, втілюючи далеко не кращі риси солдата, якогось безнаціонального "русского", що міг налякати мирних жителів угорського містечка, "иногда ворвавшись, как ветер, в эти стоячие воды, накуралесит ночью, напугает и уйдет" [7, 109], котрий шукає в Будапешті хвилинної розваги з жінкою-іноземкою ("На улице подходит наш солдат, заикается, едет в госпиталь, а спрашивает — где бы найти... Неугомонный человек, наш Иван" [7, 115]), якого в об'язі молодшого сержанта поряд з вишуканою мадярочкою на обкладинці книги "Давайте разговляти", укладач котрої доктор Барном Балогом пропонує нашому Іванові забути всі тривоги війни й говорити з жінкою "только на языке цветов" [7, 117].

І зовсім інших соціальних конотацій набирає це ім'я в публіцистиці Олеся Гончара 80-х років. У виступі на Всесоюзній творчій конференції в Ленінграді 1 жовтня 1987 року письменник, порушуючи національно-культурні проблеми, уживає антропонім Івани у формі множини із значенням "непомнящие родства" як уособлення української та всесоюзної бюрократії, лояльних ортодоксів, "доморожденных посідачів крісел", з вини яких закривались українські школи, урізалися програми з національної історії та літератури, скорочувалися години місцевих радіопередач, списувалися в розряд "безгосподарних" унікальні пам'ятки культури, викривлювалася історія народу: "Антиконституційні дії, дрімучі, міщанські, своєю озлобленістю вельми схожі на типово чорносо-тенські нападки на мову нації, на її культуру, довгий час навіть заохочувалися впливовими Іванами, "непомнящими родства", і в цьому свавіллі вбачалися мало не прикмети "прискороного злиття всіх і всього", про що кабінетний "дбайливець" хотів би першим рапортувати, що все уже причесано, всюди запанував убогий канцелярський "суржик" [5, 50].

Олесь Гончар з вершини свого часу сказав майже те ж саме, про що думав ще 1935 року Володимир Винниченко: "Іванище — це велетенське Страховище з мільярдами помачок, клітинок, найскладніших органів і всевидячих очей, всечуючих ух, всемогутнє, всеблагє, всемстивє й всеправдивє і всебrehливє. Воно є найвище знання і найдурніша забобонність, святість і гріх, ганьба і чеснота. Воно є джерелом всіх цінностей, всіх якостей, всіх приваб і огидностей життя. Воно є джерелом життя і смерті людини. Тож Іванища нема: порожнеча, нуль... Насильством б'ючи по насильству, свободи не дали. Із самодержавства, множеного на самодержавство, не вийшло демократії. Із примусу, збільшеного в тисячу разів, не стало більшої ініціативи. Брутальність, помножена на лицемірство, не породила правдивості й щирості. Безвідповідальність, безкон-



трольність, накладені на безсердечність, не створили людяності..." [20].

Обидва письменники, намагаючись знайти найбільш точне й лаконічне слово образного відтворення явища бюрократії у колишньому Радянському Союзі з його лицемірством, хамством, раболіпством, улесливістю й брехливістю, зі своєї пам'яті добувають ім'я Іван, століттями апробоване у своїй різнолікій семантиці в уснопоетичній творчості народу й українській літературі. Тільки один з них для увиразнення глобальності цього соціального зла використав форму множини (Івани), а інший — аугментатив (Іванище). Асоціоніми Страховище в контексті щоденникового запису В. Винниченка 30-х років та Зло в письменницьких нотатках О. Гончара 90-х років ("Хотілось би прозирнути в майбутнє тисячоліття. Чи буде там Україна, яка нині так знемагає, відборо-няючи себе перед силами Зла? Як мало в нас лицарів! Як багато дрібних, знікчелених!..." [13, 10]), ужиті як синоніми до антропонімів Івани й Іванища, ще більше посилюють підтекстовий їх зміст, наголошуючи на масштабах цього явища та його живучості й нездоланності.

Цікаво поміркувати над питанням, чому в щоденникових записах і публіцистиці Олесь Гончара ім'я Іван використовується з негативними конотаціями, тоді як у художніх творах — частіше з позитивними? На наш погляд, це пов'язано з жанром літературного твору, публіцистичного зокрема. Коли до щоденника занотовуються безпосередні враження й голі факти без попереднього обдумування та чорнових записів, оскільки ведуться вони для себе, то в публіцистичному виступі чи статті автор ретельно продумує всі художні деталі як засобу впливу на сферу чуття й розуму мільйонної аудиторії слухачів або читачів (саме тому тут обираються більш складні прийоми метафоричних трансформацій у семантичній структурі антропоніма). Активна громадянська позиція Гончара-публіциста зумовлює використання

для письменницьких обсервацій найбільш чистих, найогидніших суспільних явищ — звідси й негативні конотації в імені Іван, котрі надають ще більшої злободенності й соціальної гостроти порушуваним суспільним проблемам.

Позитивні ж конотації імені Іван у художніх творах прозаїка зумовлені бажанням автора дати більше світла й краси читачеві як приклад для наслідування, про що він не раз наголошував у своїх літературно-публіцистичних статтях.

Отже, ономастика публіцистики Олесь Гончара — це не лише "дзеркало", в якому відтворилися реалії суперечливої дійсності з її позитивними й негативними проявами, а й своєрідне мірило духовності й моральності суспільства. Зіставлення ономастичних одиниць у художніх творах, мемуаристиці письменника й професійній публіцистиці допомогло виявити спільне й відмінне в їх функціонуванні, дозволило зробити висновок про те, що вони забезпечують цілісність художнього мислення митця в осмисленні злободенних проблем сьогодення. Переборення семантичної спустошеності оніма стає естетично значущим як у художній, так і в публіцистичній творчості видатного прозаїка. Відкритість семантичної структури власної назви в художній публіцистиці митця змінюється на "відносну відкритість" у професійній публіцистиці. При цьому полісемія художнього слова, що формується зі значень різних лексичних полів, змінюється на багатозначність публіцистичного слова в межах одного лексичного поля, оскільки завданням публіциста є мобілізація у своєму творі зусиль розуму й чуття аудиторії в річище вирішення якоїсь однієї важливої суспільної проблеми. Перевага з-поміж усіх класів власних назв саме антропонімів у публіцистиці Олесь Гончара свідчить про те, що в основі його концепції буття неодмінно перебуває людина з її багатограним духовним світом.



1. Гончар Олександр. Поетичний пунктир походу. — К.: Просвіта, 2000. — С. 7.
2. Мастерство журналіста / Под ред. В. М. Горохова, В. Д. Пельта. — М.: Изд-во Моск. ун-та, 1977. — С. 69.
3. Гончар О. Твори: В 6 т. — К.: Дніпро, 1979. — Т. 6. — С. 530, 532.
4. "Прапороносці" Олександра Гончара і зображення людини на війні: Матеріали творчої конференції. — К.: Дніпро, 1985. — С. 4.
5. Гончар Олександр. Чим живемо. На шляхах до українського Відродження. — К.: Український письменник, 1993.
6. Гончар О. Лист до А. Ф. Юрчука від 29.01.1995 р. // Приватний архів Я. Г. Оксютки.
7. Гончар Олександр. Катарсис. — К.: Український світ, 2000.
8. Гончар О. Стрілка на Захід (перший варіант трилогії "Прапороносці"). — Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України. — Відділ рукописів. — Ф. 96/1; Альби (другий варіант першої частини трилогії "Прапороносці"). — Там само. — Ф. 96/2; Прапороносці. Трилогія. — Виправлене видання. — Там само. — Ф. 96/3.
9. Гончар Олександр. Із записників // Дніпро. — 2001. — № 9-10. — С. 117.
10. Гончар Олександр. Із записників // Дніпро. — 2001. — № 7-8.
11. Гончар О. Твори: В 6 т. — Т. 1.
12. Гончар О. Саморозквіт нації // Літературна Україна. — 1989, 16 лют.
13. Гончар Олександр. "Віриться, Україна перетриває й це... То буде уже без нас, без нас..." Із щоденників // Слово і час. — 1998. — № 4-5.
14. Гончар О. Твори: В 6 т. — Т. 2. — С. 50.
15. Гончар О. Лист до В. Базилевського від 6. 06. — 1993 р. // Родинний архів В. Д. Гончар.
16. Скрипник Л. Г., Дзятківська Н. П. Власні імена людей: Словник-довідник. — К.: Наукова думка, 1996. — С. 61.
17. Масенко Л. Т. Українські імена і прізвища. — К.: Знання, 1990. — С. 11.
18. Гончар О. Твори: В 6 т. — Т. 5.
19. Гончар О. Білі ночі // Далекі вогнища. — К.: Радянський письменник, 1987. — С. 191.
20. Винниченко В. Щоденники // Київська старовина. — 2000. — № 6. — С. 92.



## Видавниче піратство в Інтернеті: український контекст

Досі проблема захисту та дотримання авторських прав безпосередньо зачіпала інтереси лише незначної групи професіоналів. Однак із появою цифрових технологій, що значно спрощують копіювання, поширення і відтворення інформації, їх кількість значно зросла. Відповідно збільшилась і кількість проблем, пов'язаних із труднощами чи неможливістю застосування законодавства про авторські права до нових, нетрадиційних способів передачі та відтворення інформації.

Актуальність проблеми очевидна. Сьогодні українські, як утім і закордонні сайти переповнені статтями та книгами, що розміщені тут без згоди авторів. "Переходячи" з одного сайту на інший, матеріали, як правило, втрачають імена своїх авторів, а часто присвоюються іншим. Власники домашніх веб-сторінок мотивують розміщення матеріалів використанням їх для особистих цілей, що за законом не потребує згоди автора та виплати йому винагороди. Тоді як бути з безперервним процесом перетворення друкованих матеріалів у періодичних виданнях на статті та повідомлення без зазначення автора на веб-сторінках? А цей метод збагачення власного сайту, до речі, дуже поширений серед Інтернет-редакторів. До того ж, і самі друковані ЗМІ не нехтують розміщенням статей з мережі на шпальтах своїх видань та копіюванням фото, що потім видаються за знімки власних кореспондентів. І якщо авторство на друкований твір ще можна довести, то з величезним інформаційним простором — Інтернет — ситуація значно

гірша. На жаль, чинне українське законодавство у галузі авторського права поки що не сприяє поліпшенню цього становища.

### Чи потрібне "мережне" законодавство?

Очевидним є те, що законодавство залишилося на багато кроків позаду від інформаційного поступу суспільства, а тому практично неможливим стало поширення чинних законодавчих норм на правовідносини, що виникають у цифрових мережах. Специфіка використання об'єктів, що охороняються за допомогою цифрових мереж, суттєво відрізняється від інших засобів використання творів, таких як передача в ефір, доведення до загального відома по кабелю та ін. Мережна комунікація відкриває нові засоби використання творів та об'єктів суміжних прав. Це означає, що і в законі повинні з'явитися нові поняття. Сьогодні трьома етапами використання об'єктів, що охороняються в цифровій мережі (запис на сервері — поширення — поява на екрані монітора користувача), у чинному законодавстві відповідають лише дві правоможності (відтворення — доведення до загального відома — відтворення). Це спричиняє двоякість у трактуванні багатьох понять і на практиці дає змогу несумлінним користувачам обертати цю обставину на свою користь і уникати відповідальності за свої порушення.

На відміну від нашого законодавства, у багатьох європейських країнах, а також практично в усіх існуючих міжнародних конвенціях майнові права автора сформульовані досить широко, що дозволяє



співвідносити з ними на практиці різні види використання творів та враховувати не лише технічні можливості сьогодення, але й ті, що можуть з'явитися в майбутньому.

Не менш важливою проблемою є створення у мережі Інтернет електронних бібліотек. Відомо, що Закон України про авторське право дає певні пільги на використання творів бібліотеками, зокрема відповідно до статті 16 бібліотека має право без згоди автора і виплати йому гонорару здійснювати репрографічне відтворення, під яким розуміємо (стаття 4) відтворення шляхом фотокопіювання або іншими технічними засобами, ніж видання. Однак ця стаття не дозволяє ні запис в електронній формі, ні тим більше розміщення твору на сайті. До того ж, такі бібліотеки формуються приватними особами шляхом "стягування" на сайт будь-яких творів, що сподобалися. При цьому автор не отримує за розміщення матеріалу ні копійки.

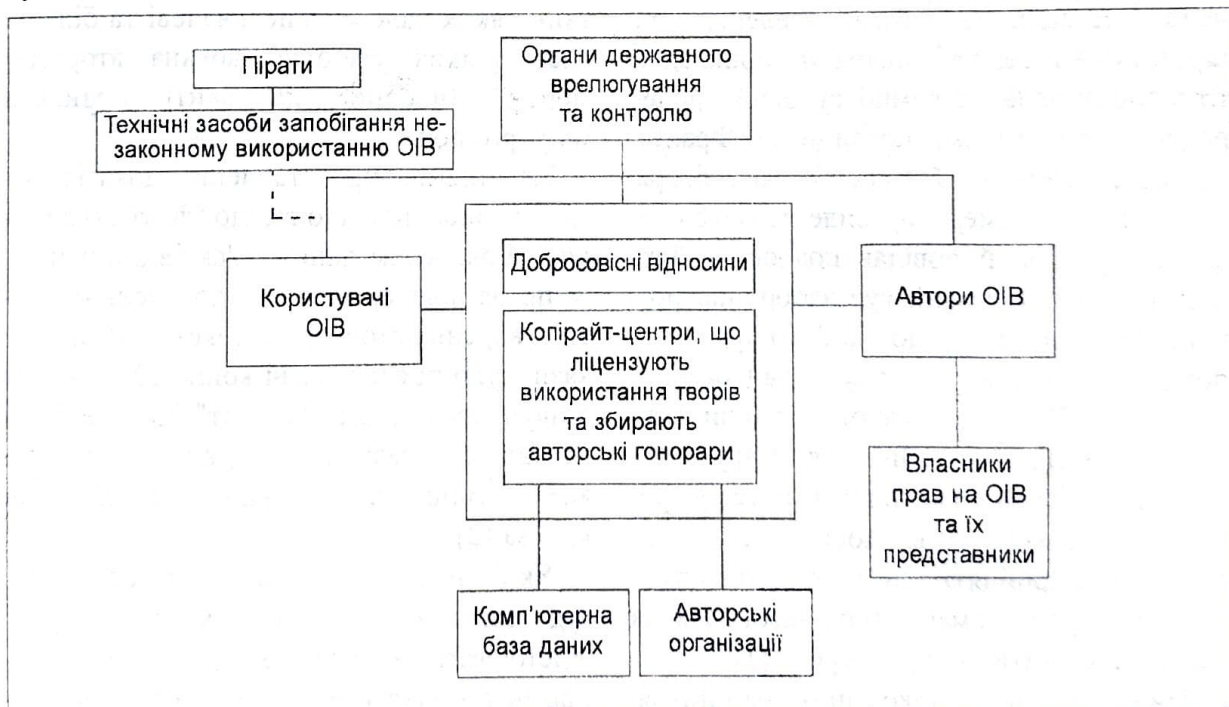
#### Міжнародний досвід

Незважаючи на недосконалість нашого законодавства, проблема ця залишається актуальною для всього світового суспільства.

впроваджуючи різні системи відносин на ринку інтелектуальної власності. Узагальнюючи їх пропозиції, можемо створити власну модель цивілізованого ринку інтелектуальної власності в українському секторі мережі Інтернет (див. схему).

Основою її мають стати своєрідні копірайт-центри, що видаватимуть ліцензії на використання творів, матимуть власну базу даних та контролюватимуть отримання авторами винагороди. Отож, особа чи організація, що воліє здобути право на використання певного авторського твору, може звернутися до цього центру, який, у свою чергу, буде контактувати з авторськими товариствами.

Але реалізація такої системи неможлива без створення всесвітньої бази даних та обміну інформацією на державному рівні. Над розробкою загальної мережі, що дозволить країнам використовувати єдину пошукову стратегію та обмінюватися технічною та відомчою інформацією вже працюють патентні відомства США, Японії та деяких країн Європи. Наші російські колеги розглядають у найближчому майбутньому



Щоправда, закордонні колеги активно розробляють нові методи боротьби з інтелектуальним "піратством" у цифрових мережах,

можливість створення веб-депозитарію — спеціалізованого архіву для об'єктів інтелектуальної власності, що розміщені в еле-



ектронному вигляді в мережі Інтернет. Це дасть можливість автору в разі виникнення суперечки підтвердити свої права на твір.

Без перебільшення, епохальним рішенням можна назвати проект створення всесвітньої інформаційної мережі відомств з інтелектуальної власності, що у березні 1998 року був схвалений Асамблеєю держав — членів Всесвітньої організації інтелектуальної власності. Передбачається, що нова система, яка матиме назву Wiponet, дасть змогу всім країнам-учасникам обмінюватися даними про здобутки інтелектуальної власності кожної з держав. Також Wiponet візьме на себе виконання частини функцій ВОІВ, зокрема можливою буде подача та реєстрація міжнародних заявок в електронному вигляді. Така потужна світова інфраструктура, без сумніву, допоможе вирішити багато проблем інтелектуальної власності, у тому числі й в нашій країні. А закордонний досвід буде корисний українським громадянам при вирішенні суперечок у суді.

#### Судова практика

Ще кілька років тому судочинство виявлялося безсилим зупинити інтелектуальне піратство в Інтернеті. Яскравим прикладом того є скандальновідомий судовий процес родини колишнього президента Франції Ф. Міттерана проти його особистого лікаря. Останній після смерті президента опублікував книгу, в якій повідав подробиці його хвороби. Французький суд заборонив розповсюдження книги, що, на його думку, заподіює моральну шкоду спадкоємцям Міттерана. Однак наступного дня книга була розміщена в мережі Інтернет. Вдруге домогтися заборони скандального твору родині Міттерана не вдалося, суд просто відмовився прийняти їхній позов, посилаючись на те, що немає дієвих законодавчих засобів вилучити книгу з мережі [1].

Нині ситуація докорінно змінилася. Частішими стали судові прецеденти у цій галузі. І як показує практика, переважна більшість суперечок щодо використання

мережі Інтернет зосереджена довкола інституту інтелектуальної власності. Цей факт не є дивним, адже вся мережа цілком складана з різноманітних інформаційних джерел, що містять у собі об'єкти авторського права. Усі вони надзвичайно уразливі, тому що в Інтернеті практично все знаходиться в режимі відкритого доступу та вільно копіюється. Це дозволяє оперативно розпоряджатися всіма отриманими в такий спосіб об'єктами авторського права, передусім, літературними творами.

У зв'язку з цим виникає об'єктивно проста, але складна у вирішенні проблема: хто першим створив розміщений, а потім розмножений на папері або в електронному вигляді в мережі Інтернет той чи інший матеріал? У судовій практиці сторони по-різному намагаються вирішити цю проблему, а суд кожного разу по-своєму оцінює докази, що представляють сторони. Прикладом є позов російського ТОВ "Промо-РУ" проти ТОВ "Познавательная Книга Плюс", яке видало у вигляді книги "Реклама в Internet" літературні твори громадянина Т. Бокарева, права на використання яких належать позивачеві та більша частина яких була опублікована автором у мережі Інтернет на сайті позивача [www.promo.ru](http://www.promo.ru).

На підставі представлених доказів суд зробив висновок про те, що "факт створення Т. Бокаревим даних об'єктів авторського права підтверджується доведенням дати створення сторінок із текстами". Як докази, були представлені копії веб-сторінок пошукової системи "Апорт" із матеріалами автора та зазначенням дати, а також докази розміщення в журналах статей Т. Бокарева [2].

Як бачимо, довести своє авторство через суд все ж можливо. Однак значно легше відстоювати свої права, якщо потурбуватися про них заздалегідь. До основних способів захисту мережних публікацій можна віднести: публікацію статті на паперовому носії (простий та надійний варіант за умови, що



дата публікації передуює появі контрафактного екземпляра), засвідчення у нотаріуса дати створення матеріалу (цей спосіб захисту здійснюється шляхом нотаріального затвердження роздруковки статті з зазначенням дати та автора твору), програмно-технічний захист (йдеться про використання програми, що призначена для захисту в мережі прав і законних інтересів авторів електронних публікацій шляхом відображення публікацій способом, що виключає їхнє копіювання чи інше несанкціоноване розмноження, модифікацію) [3].

Мережа Інтернет викликає багато питань та проблем, вирішити які одразу просто неможливо. Однак інтерес до цих проблем, що

останнім часом виявляють не лише фахівці, а й самі автори об'єктів інтелектуальної власності, які прагнуть захистити свої матеріали, дає підстави сподіватися на поліпшення ситуації у галузі авторського права та удосконалення правової нормативної бази відповідно до нових реалій та положень міжнародних угод.

1. *European Intellectual Property Review*, vol 2 February 1999.

2. Матеріали Всеросійської об'єднаної конференції, 20-24 листопада 2000 р. м. Санкт-Петербург — м. Москва.

3. Виступ А. Серго на конференції "Право та Інтернет", м. Москва, 1999 р.



## Критерії виявлення мовних помилок під час редагування журналістських матеріалів

Комп'ютеризація видавничого процесу зумовила суттєві зміни у технології редагування повідомлень, зокрема стало можливим застосування автоматичного виправлення орфографічних помилок, контролю стилістичних характеристик лексики; частково автоматизовано перевірку синтаксису й пунктуації тексту тощо. Однак сучасний рівень розвитку комп'ютерних технологій не дозволяє повністю механізувати роботу в редакційно-видавничій сфері. Тому під час редагування журналістських матеріалів неодмінно постає проблема виявлення та усунення різнотипних мовних помилок.

З метою уникнення суб'єктивізму в рекомендаціях щодо правильного використання мовних засобів редактор повинен керуватися чіткими критеріями (від гр. *kriterion* — засіб судження, мірило) — ознаками, що дозволяють оцінювати лінгвооддиницю і є суттєвими при кваліфікації її як нормативної чи ненормативної.

Питання про критерії виявлення мовних помилок у журналістських матеріалах досі не було об'єктом спеціального дослідження у науковій літературі. Початком розробки цієї проблеми може стати, на наш погляд, аналіз та систематизація наукових підходів до з'ясування критеріїв норми літературної мови.

Більшість дослідників вирішальним критерієм при відборі нормативних мовних засобів вважають ступінь уживаності явища за умови авторитетності джерел. Домінуючою ознакою норми, на думку лінгвістів, є поширеність певного явища у мові, його ча-

ста повторюваність, що співвідноситься з формулами "так говорять" і "так не говорять". "Те, що є загальноживаним, — зауважує Є. С. Істріна, — те й складає норму" [2, 19]. Однак подібні міркування зазнали критики і на противагу їм висувалося твердження про те, що поширеність явища не може бути критерієм, а є лише умовою, необхідною для визнання явища нормативним, бо "поширеною і часто повторюваною, як відомо, може бути помилка" [5, 14].

Щодо критерію авторитетності джерел, то не всі вчені визнають його об'єктивність. Скажімо, Ш. Баллі з цього приводу зазначав: "...престиж і авторитет перестали бути єдиними важелями живого мовлення" [1, 395]. С. І. Ожегов обстоював думку, що критерії ступеня вживання явища та "авторитету джерела", навіть узяті одночасно, є недостатніми при встановленні норми [5, 14].

Серед критеріїв норми називався також критерій "літературності", проте він був недостатньо визначений і фактично зводився до критерію традиційності: "Коли чиесь мовлення характеризують словами "він говорить літературно", то це саме і значить, що він говорить згідно з традиційними нормами" [9, 126].

Окремі лінгвісти пов'язують визнання нормативності мовного факту з критерієм відповідності способу висловлювання можливостям літературної мови (з урахуванням історичних змін), або критерієм відповідності системі мови (Л. К. Граудіна, К. С. Горбачевич). Дещо по-іншому розглядає названий



критерій В. О. Іцкович, вважаючи, що першоумовою нормативності мовного явища і його кодифікації є відповідність цього явища продуктивним словотворчим, морфологічним, синтаксичним та іншим моделям [3, 28].

Цікавий підхід до розгляду проблеми здійснили В. Г. Костомаров та О. О. Леонт'єв. На основі положення про те, що "нормативність явища може бути визначена лише в контексті, а не в умовах ізоляції", важливою критеріальною ознакою встановлення норми вчені вважають функціонально-стилістичну доцільність [4, 5]. Окремі дослідники висловили критичні зауваження стосовно цього твердження, вбачаючи основну ваду в неврахуванні чинника мовної традиції [8, 284].

Важливо зазначити, що в науковій літературі зроблені спроби встановлення й інших критеріїв нормативності, а саме: критерій суспільного схвалення способу вираження (К. С. Горбачевич), критерій соціальної та естетичної оцінки (С. І. Ожегов), критерій доцільності, під яким розуміли ефективність та обумовленість висловлювання у конкретній мовній ситуації (К. С. Горбачевич, С. І. Ожегов), статистичний критерій (Л. К. Граудіна); відзначалася важливість урахування культурно-історичних чинників (К. С. Горбачевич).

Проблема критеріїв нормативності не залишилася поза увагою й закордонних дослідників. Так, науковий інтерес становлять критерії "мовної правильності", висунуті польським лінгвістом В. Дорошевським: 1) формально-логічний; 2) національний; 3) естетичний; 4) географічний; 5) індивідуально-авторський; 6) історичний; 7) сценічний; 8) шкільний; 9) орфографічний [10].

На сучасному мовному ґрунті дослідження проблеми критеріїв норми та методики їх застосування у термінології проведене О. І. Радченко, яка, поряд з основними критеріями (системним, статистичним та критерієм зразка) норми в загальнолітературній мові, виділяє в українському термінознавстві найважливіший, на думку дослідниці, кри-

терій відповідності терміна системі української мови. У науковій розвідці визначені й додаткові критерії — функціональної доцільності, національний критерій нормативності та естетичний [7, 385].

В українському мовознавстві критерії літературної норми і принципи їх застосування найбільш детально і ґрунтовно розглянуті М. М. Пилинським у монографії "Мовна норма і стиль". Проаналізувавши значний обсяг матеріалу в історичному аспекті, учений виділив такі критерії нормативності: 1) територіальний критерій (культурно-історичний); 2) критерій авторитетних письменників; 3) критерій визнаних зразків; 4) критерій мовної традиції; 5) критерій відповідності законам мови, системі, структурі мови; 6) статистичний критерій; 7) національний критерій; 9) естетичний критерій та деякі інші [6, 103].

Підсумовуючи, М. М. Пилинський наголошує на необхідності комплексного підходу до застосування критеріїв нормативності, а також виділяє три найголовніших — критерій відповідності мовній системі, критерій зразка і статистичний критерій. Інші критерії, на думку лінгвіста, містять елементи основних і розкривають їх сутність з іншого боку чи в іншому плані [6, 172-173].

На основі репрезентованих у науковій літературі досліджень про критерії нормативності здійснимо спробу встановити критерії виявлення мовних помилок під час редагування журналістських матеріалів.

1. Виходячи з дефініції поняття "помилка", зазначимо, що найголовнішим критерієм виявлення негативного мовного матеріалу є критерій відповідності/невідповідності лінгвоодиниці нормам української літературної мови. Урахування цього чинника в процесі редагування інформаційних повідомлень дозволяє редакторові виправити та вилучити з журналістського тексту мовні одиниці (слова, словосполучення, речення тощо), які суперечать кодифікованій нормі. Наприклад, у реченні: *Об'єм зерна, імпортованого в Україну цього року, не пе-*



ревищує 500 тис. тонн (МЧ) потрібно внести виправлення шляхом заміни лексеми об'єм на обсяг, оскільки вона вживається у невластивому значенні, а отже, не відповідає лексичній нормі української літературної мови (об'єм означає фізичну величину, що вимірюється в кубічних одиницях).

На підставі критерію відповідності/невідповідності мовного явища морфологічній нормі словосполучення, виділене у реченні: У період окупації області примусово було вивезено до Німеччини на каторжні роботи — **60 453 мирних жителів** (НД), кваліфікуємо як помилку і виправляємо на нормативну конструкцію: 60 453 мирних жителі.

Запропонований критерій є досить дієвим і при виявленні орфографічних помилок. У реченнях: *Схоже, найближчим часом Черкаси увійдуть таки до сумного списку "безліфтових" міст України* (М); ...на землі між ще **невикопаними** кущами ранньої картоплі жовтіють зерна кукурудзи (НД); ...до 2015 року всі Збройні **Сили** України повинні перейти на контрактну основу... написання виділених слів суперечить орфографічній нормі літературної мови.

Особливої ваги набуває цей критерій при виборі правильного варіанта написання нових іншомовних слів, що постійно поповнюють лексикон мови засобів масової інформації. Так, слово *саміт* запозичене з англійської мови, де воно пишеться з двома літерами "sammit", проте в українській мові подвоєння у словах іншомовного походження — загальних назвах — зберігається в кількох лексемах, що належать до винятків. Тому, керуючись критерієм відповідності/невідповідності лінгвоодиниці орфографічній нормі української мови, редактор зможе внести правописні корективи у речення: *На **самміті** обговорювалися питання подальшого економічного розвитку обох країн* (МЧ).

Урахування зазначеного критерію дозволяє виявляти також пунктуаційні помилки. Наприклад, у реченні: *Та люди мають право вибору, і коли вони відмовляються від абон-*

*плати наперед, ніяких санкцій проти них ми не маємо права застосовувати* (ВЧ) вживання розділових знаків суперечить пунктуаційній нормі, згідно з якою при збігові сполучників сурядності і підрядності у складній синтаксичній конструкції ставиться кома, якщо можна вилучити підрядну частину і головна при цьому не потребує перебудови. Отже, відредаговане речення матиме таке пунктуаційне оформлення: *Та люди мають право вибору, і, коли вони відмовляються від абонплати наперед, ніяких санкцій проти них ми не маємо права застосовувати.*

2. Критерій функціональної та оказіональної доцільності мовної одиниці у газетному тексті.

Дібраний із журналістських текстів лексичний матеріал засвідчує активне вживання мовних одиниць, які не відповідають нормам української літературної мови, проте максимально точно відображають те чи інше суспільне явище, допомагають виразніше окреслити висловлювану думку і нерідко виконують експресивну функцію. Тому під час редагування газетних повідомлень слід, на наш погляд, враховувати критерій функціональної доцільності лінгвоодиниці. Зрозуміло, що доцільні відхилення від літературної мови є обмеженими в кількісному та темпоральному відношенні, оскільки, по-перше, вони не вважаються помилками і не усуваються з тексту лише за умови відсутності рівноцінної конструкції-експресеми, а по-друге, існування їх у мові почасти не є довготривалим.

Керуючись критерієм функціональної доцільності, редактор не буде кваліфікувати як помилку і не вилучатиме з тексту, скажімо, лексеми, фонетично оформлені на зразок російських слів: *І чого це народ не хоче допомогти поліпшити своє життя? Зовсім "оборзелі"* (МЧ); *депутатський беспредел* (МЧ) Вживання таких лінгвоодиниць є виправданим, умотивованим передусім з погляду завдань експресії викладу. Ненормативні, але функціонально доцільні



конструкції можуть уживатися як засіб гумору чи сатири, а також з метою свідомої стилізації мовлення окремих героїв, наприклад: *Двір його малий, і постійно Синяк делає нам незручності, а саме: гарчить двинунами і пускає чад до нас у вікна... Спочатку я говорила з Синяком по-чловеческі, і він запевняв, що все поміає і не буде гарчати і чадити* (МЧ). Згідно зі зазначеним критерієм у газетних текстах допускаються лексеми, використання яких обмежене зі стилістичного погляду. Наприклад, у реченні: *Я взяв та й ляпнув* (УМ) слово *ляпнув*, що вживається зі значенням "сказати що-небудь необдуманно або необережно, навшманя, не до ладу", є стилістично маркованим. Словникова стаття обмежує використання зазначеної лексеми розмовним стилем, проте, незважаючи на існування стилістично немаркованої лексеми сказати, редактор не вніс виправлень у текст, оскільки вживання наведеної конструкції відповідає інформаційно-цільовим завданням комунікації.

Урахування критерію функціональної доцільності особливо виразно виявляється на рівні трансформованих фразеологічних одиниць у мові засобів масової інформації. Так, у реченні: *Шахтарі віників не в'яжуть і вугілля не дають* (УМ) зміну компонентів сталого словосполучення "*Фірма віників не в'яже, фірма віники плете*" не слід вважати фразеологічною помилкою, оскільки запропонована автором конструкція використовується зі стилістичною настановою — загострити увагу читача, вплинути на його емоції тощо. Репрезентовані у мові мас-медіа типи трансформованих фразем є досить різноманітними: *США показали, хто віруси любить* (показати, де раки зимують); *Якби знав, де крига не мерзне, то й на каток не ходив би* (якби знав, де впадеш, то соломки підстелив би); *Скажи, хто тобі наливає, і я скажу, хто ти* (Скажи, хто твій друг, і я скажу, хто ти). Саме з погляду критерію функціональної доцільності наведені конструкції не вважаються фразеологічними помилками.

Редагуючи журналістські матеріали, редактор повинен, на нашу думку, враховувати критерій okazіональної доцільності (від. лат. *occasionalis* — випадковий), відповідно до якого помилками не можна вважати слова і мовні звороти, що суперечать загальноприйнятому вживанню, проте зумовлюються специфічним контекстом, відображають індивідуальний смак автора та індивідуальну словотворчість. Так, okazіонально доцільні у газетному тексті лексеми з *давезних-давен, бабун, цитаточки* і подібні не є помилками, хоча з погляду нормативності не можуть використовуватися з пейоративними чи демінутивними суфіксами. Okazіональні утворення, значення яких стає зрозумілим в умовах контексту, широко представлені у журналістських матеріалах і не потребують коригування: *поцілункоспроможність, теророманія, нарко-хіт-парад, бомжарій, самописець* тощо.

3. Критерій урахування жанрових особливостей журналістського матеріалу. Методика виявлення помилок у газетних текстах є специфічною для кожного з жанрів журналістики — інформаційного, аналітичного чи художньо-публіцистичного, що відзначаються своєрідними мовностилістичними та композиційними ознаками. У структурі журналістських жанрів знаходять вираження умови спілкування, мета, яку ставить автор висловлювання, а також прогнозування реакції реципієнта. Тому з погляду критерію жанрових особливостей допустимим, наприклад, є використання жаргонізмів, арготизмів, регіоналізмів у художньо-публіцистичному матеріалі. Наприклад: *Вони довго втирали наляканим до смерті жінкам про негарну поведінку їхньої родички* (МЧ). При редагуванні інформаційних текстів редактор, звісно, уникатиме подібних одиниць.

4. Хронологічний критерій, або критерій історичної мінливості мовного явища, зафіксованого в журналістському тексті. Суть цього критерію полягає в урахуванні особливостей інноваційних процесів, що відображені у мові засобів масової комунікації. Передусім, це постійне поповнен-



ня лексичного складу української мови неологізмами — новими словами, поява яких найчастіше зумовлюється потребою у номінації нових понять, предметів і явищ дійсності, бажанням автора виразніше, експресивніше окреслити предмет тощо. На наш погляд, редакторів слід звертати особливу увагу на такі лексеми, об'єктивно аналізувати їх і пам'ятати, що саме у мові мас-медіа неологізми проходять своєрідну апробацію на доцільність чи можливість подальшого використання, на здатність набутти статусу нормативної одиниці. Тому новоутворення в журналістських матеріалах не слід кваліфікувати як помилку, якщо воно є комунікативно доцільним, відповідає системному та структурному потенціалу мови і загалом не спричиняє руйнування генетикотипологічних рис сучасної української літературної мови. Наприклад, у реченні: *... "обрізальникам" не завадило б почитати хоча б статтю 188, де йдеться ... про те, що за крадіжки з ЛЕП нині можна отримати до 15 років позбавлення волі (УМ)* поява лексеми "обрізальники" зумовлена потребою у номінації осіб, що займаються крадіжками дроту з ліній електропередач, а також прагненням журналіста посилити експресію висловлювання. Немає підстав розглядати запропоноване автором утворення як ненормативне, оскільки номінація формально відповідає системним можливостям мови (про що свідчать аналогічні лексеми *копіювальник, меблювальник*, створені за моделлю "корінь + суфікс + суф. льн + суф. ик"), її структурним закономірностям і потенційно здатна проникнути в літературну мову та закріпитися в ній. Звісно, неологізми є тимчасовим явищем у мові засобів масової інформації, частина з них, втрачаючи новизну, переходить до пасивного складу лексики, інші ж навпаки не використовуються через зникнення понять, предметів і явищ, які вони позначали, або через недовіра до утворень.

Редактор повинен враховувати також той факт, що окремі часові періоди характеризу-

ються особливою інтенсивністю появи неологізмів. Так, останні суспільні події зумовили виникнення слів *теророманія, бенладенство, бен Ладенша, бенладен по-запорізьки* тощо, які, зрозуміло, не можна розглядати як ненормативні, незважаючи на їх відсутність у словнику.

Серед запропонованих нами критеріїв найважливішим є критерій відповідності/невідповідності лінгвоодиноці нормам літературної мови. Проте, редагуючи журналістські матеріали, слід комплексно застосовувати всі описані критерії, аби уникнути суб'єктивізму при виявленні помилок.

1. Балли Ш. *Общая лингвистика и вопросы французского языка*. — М., 1955.
2. Истрина Е. С. *Нормы русского литературного языка и культуры речи*. — М.; Л., 1948.
3. Ицкович В. А. *Языковая норма*. — М., 1968.
4. Костомаров В. Г., Леонтьев А. А. *Некоторые теоретические вопросы культуры речи // Вопросы языкознания*. — 1966. — № 5.
5. Ожегов С. И. *Очередные вопросы культуры речи*. — М., 1955. — Вып. I.
6. Пилинський М. М. *Мовна норма і стиль*. — К., 1976.
7. Радченко О. І. *Про критерії норми в загальнолітературній мові і в термінології // Вісн. Харків. ун-ту*. — № 448. — Сер. Філологія. — Харків, 1999.
8. Филин Ф. П. *Об изучении общественных функций языка*. Изд. АН СССР. Сер. лит-ры и языка. — 1968. — Т. XXVII. — Вып. 4.
9. Щерба Л. В. *Избранные работы по русскому языку*. — М., 1957.
10. Doroszewski W. *Kryteria poprawnosci jezykowej*. — Warszawa, 1950.

#### Список умовних скорочень

- ВЧ — "Вечірні Черкаси"  
 М — "Місто"  
 МЧ — "Молодь Черкащини"  
 НД — "Нова доба"  
 УМ — "Україна молода"



## Імідж телебачення в контексті українського суспільства

Перефразовуючи вислів відомого "класика марксизму" щодо кінематографа, без перебільшення можна сказати, що саме телебачення в наш час справді є одним з "найважливіших мистецтв". Надто ж за умов катастрофічного занепаду українського кіномистецтва, зменшення випуску української літератури, засилля видань, зокрема й періодичних, сусідньої держави роль телебачення зросла до рівня потужного стратегічного чинника національної безпеки. Тим часом навіть побіжний аналіз її стану в царині інформаційного забезпечення наводить на невтішну думку, що Україна навряд чи панує у власному інформаційному просторі. Особливо це виявилось під час президентських і парламентських виборів, коли Українське телебачення в багатьох випадках не змогло, по суті, протистояти інформаційній експансії російських ЗМІ. У зв'язку з цим серед журналістів-аналітиків навіть поширилася думка про загрозу явища медіаімперіалізму [1], про яку традиційно раніше говорили лідери авторитарних режимів країн "третього світу", а тепер, на жаль, вона з'явилася й в Україні.

Причини явної слабкості української інформаційної інфраструктури після десяти років незалежності в тому, що на початку 90-х років вона формувалася переважно стихійно, а основними її компонентами були прибутковість, а відтак і безпрецедентне засилля низькопробної реклами, політичні інтереси й амбіції. Не маючи ані супутникового телебачення, ані добре оснащеного радіомовлення, ані розгалуженої системи розповсюдження за межами країни своїх

інформаційних матеріалів, Україна за кілька останніх років виявилася не в змозі створити й зміцнити той міжнародний імідж, який вона мала в перші роки державної самостійності. Український інформаційний простір надто перенасичений неукраїнськими інформаційними потоками, ідеями і символами інших культур. Така ситуація загрожує практичним витісненням вітчизняних ЗМІ з внутрішнього ринку і може призвести до нездатності їх вийти за межі країни й утвердитися у світовому інформаційному просторі [2].

Хоч можна навести деякі позитивні приклади, проте більшість українських каналів вирізняють непрофесійність дизайнерського оформлення студій, млявість, нудність, часто-густо неграмотність мови і невиразність мовлення диктора, ведучого, аморфність композиції передачі й нединамічність кадру, блідість колористичного й світлового оформлення, не завжди стильний і сучасний одяг ведучого або кореспондента.

Жалюгідний фінансовий стан державних телекомпаній не дозволяє здійснювати широкомасштабних проектів оновлення, а комерційні телекомпанії забезпечують реалізацію політичних та економічних інтересів своїх власників, які, існуючи на гроші іноземних держав, зокрема Росії, не прагнуть розбудовувати українськомовні програми.

Тому, що Україна поступово програє в боротьбі за інформаційну безпеку, сприяє й те, що, позбавлена новітніх інформаційних засобів, вона опинилася в оточенні технічно більш розвинених країн, що нарощують свій вплив на неї. Особливо після підписання у



жовтні 2000 року двосторонньої угоди між Україною та Росією, згідно з якою росіянам тепер не потрібно отримувати ліцензію на траслювання своїх телерадіопрограм на Україну. Тим більше, що Росія у прикордонних містах на сході нашої держави збудувала потужні ретранслятори, завдяки яким кілька українських областей зазнають потужної інформаційної експансії.

Поглиблює кризову ситуацію нечітка політика держави у сфері свободи слова, нерідкі переслідування журналістів, як було перед недавніми виборами з редактором газети "Свобода", тираж якої з критичними матеріалами було знищено правоохоронними органами [3], несамодостатня інформаційна політика державних каналів ставить під сумнів повноцінний розвиток українських європейських перспектив. Це починають визнавати й у владних структурах, зокрема про це відверто заявляє колишній секретар Ради національної безпеки Володимир Горбулін [4]. Чинне законодавство залишило відкритими легальні шляхи до фактичної необмеженої концентрації в руках окремих юридичних або фізичних осіб усіх різновидів електронних засобів інформації. Через відсутність нормативно-правової бази зовсім не контролюваною є робота кабельного і муніципального телебачення, що призводить до масових порушень і зловживань у сфері реклами і втрати Україною величезних коштів, які вільно переходять за межі держави, а українські товаровиробники та їхні товари фактично витясняються за допомогою власного ж телебачення з українського рекламного ринку.

Імідж несамостійності і меншовартості Українського телебачення посилюють і демонструють з екранів запрошені з Росії ведучі, зокрема Дмитро Кисельов на "ICTV", Володимир Молчанов та особливо Леонід Якубович на "УТ-1" з його явно некоректною, а то й зневажливою, до української ментальності передачею "Діканька".

Особливо вразила анемічність українських телеканалів одразу після того, як усі теле-

компанії світу повідомили про страхітливий терористичний акт 11 вересня 2001 року в США. Виявилось, що провідні українські канали доти не мали своїх власних кореспондентів у більшості країн світу, зокрема й у США, тому, у кращому випадку, вони користувалися інформацією російських каналів та CNN. В екстремальній ситуації вони є змогли оперативнo перебудуватися й лише "Інтер" одразу виявився здатним продемонструвати злагоджену й аналітично зважену роботу. А головний національний канал — "УТ - 1", немов нічого не сталося траслював футбольний матч.

Помітної шкоди іміджу Українському телебаченню завдали останні два телемости між Україною й Росією на "1+1". Перший з них відбувся на початку березня цього року й викликав гострий осуд і критику з боку громадськості. Як учасники з боку нашої держави, так і журналісти мали вигляд хлопчиків для биття. Сценарій як першого телемосту, так і другого було не без участі наших учасників розроблено такий: Росія звинувачує, Україна виправдовується. Телеведучий з Москви Володимир Познер поведився немов прокурор, чітко й послідовно відстоював російські національні інтереси, перебиваючи своїх українських опонентів, перекручуючи факти, дозволяючи собі зверхній тон. Наші ведучі й відомі політики Пустовойтенко, Медведчук, Порошенко, не кажучи вже про Симоненка, враження сильної сторони аж ніяк не справляли й щохвилини вибачалися за усілякі економічні та політичні гріхи (як перед "старшим братом", звісно), якими їм дошкуляли і той самий Познер, і Володимир Жириновський, і представниця ГРТ в Україні Наталія Кондратюк [5].

Відчутною була втрата іміджу Українського телебачення як вільного й незалежного інституту під час недавніх виборів до Верховної Ради. В усі часи політики використовували різноманітні прийоми інформаційного впливу на свідомість, або підсвідомість виборців. Нещодавні виборчі перегони засвідчили, що такі чинники, як особа



кандидата, його досягнення у політичній або професійній сферах, ідеологічна платформа відіграють другорядну роль. Українське телебачення дало можливість для широкого запровадження можливостей брудних, чорних, сірих та інших технологій які дозволили негатив показати у вигідному світлі, а позитив — у непривабливому. Непривабливими, звичайно, були вартості не-провладних та опозиційних кандидатів, а позитивними — тільки одного блоку — "За єдину Україну". Яскравим прикладом брудних технологій був і показаний на двох каналах фільм "PR", який викликав хвилю обурення у незаангажованої частини громадськості та журналістів своєю необ'єктивністю й упередженістю. Звісно, канали, що показали його, ще раз підтвердили, що за умов поширення брудних технологій на телебаченні та інших ЗМІ демократія перетворюється на фікцію. Людям нав'язуються рішення, які вони мають вважати своїми, або створюються умови, за яких визріли б потрібні владі рішення. Отже, виходить, що демократія, це те саме управління згори, характерне для авторитаризму, тоталітаризму, тільки вже не за допомогою апарату насильства, а за допомогою різних методів впливу на свідомість і психіку.

Чутки і "сенсації", якими був вщерть заповнений ефір напередодні виборів, переважно щодо однієї політичної сили — блоку "Наша Україна", значно підірвали імідж Українського телебачення не тільки у нас в країні, а й за кордоном. Американський журналіст Білл Сімерінг, який консультує нині проекти громадського радіо в Україні, з цього приводу висловився так: "Принципи полягають у тому, що ЗМІ мають бути вільними від впливу з боку держави або політичних партій і водночас відповідальними. Щоб журналіст міг виконувати свою роботу професійно, обслуговуючи інтереси громадськості, а не заради створення комерційного прибутку... Публікація чуток та сенсаційних повідомлень — це не обслуговування інтересів громадськості. Така журналістика

підриває основи демократії, тому що знижує довіру до ЗМІ" [6].

На думку генерального продюсера каналу "1+1" О. Роднянського, ситуація ускладнюється ще й тим, що переважна більшість людей і груп, які контролюють засоби масової інформації, не мають цілісної системи поглядів, котрі б визначили орієнтацію каналу чи радіостанції на тривалий час. Тому орієнтація таких ЗМІ, система їхніх пріоритетів змінюється надто часто й залежить від ситуативних чинників. Тележурналістам нічого не залишається, як бути відверто заангажованими, або відверто непрофесійними [7]. Звісно, велику роль відіграють і економічні чинники. Ситуація в Україні така, що в державних ЗМІ, на рівні влади свідомо утримують журналістів на низькій зарплатні, знаючи істину, що фінансова й побутова незалежність працівника робить його незалежним у вчинках і поглядах.

Найгірше те, що виникає ситуація, коли добровільну чи вимушену участь тележурналіста в конфліктах політичного чи економічного характеру нерідко провокують супротивні групи та протизаконні методи тиску на ЗМІ. Мається на увазі закриття ліцензії, фінансові перевірки податківців тощо. Яскравим прикладом такої заангажованості донедавна була програма "7 днів" на "УТ - 1" з її скандальним ведучим Вадимом Долгановим.

Про недосконалість законодавства й беззахисність ЗМІ перед тиском владних структур свідчить скасування ліцензій телеканалу "Ютар" і телерадіокомпанії "Київ" Національною радою з питань телебачення і радіомовлення.

Слід зауважити, що низький імідж Українського телебачення віддзеркалює ставлення у нашій країні влади до культури взагалі й до свободи слова і журналіста зокрема. За роки незалежності у цьому плані сталися великі позитивні зміни, проте ще залишилися рудименти минулого — телефонне право, фінансова залежність, брутальний тиск і фізичне переслідування журналістів.



Нерідко у створенні негативного іміджу Українського телебачення відіграє роль і невимогливість самих журналістів до себе, своєї праці, що впливає з їх низької культури, відсутності патріотизму, почуття меншовартості перед технічно оснащенишими й творчо досвідченішими і по-державницьки налаштованими творчими колективами тележурналістів сусідніх держав, скажімо, Польщі та Росії.

Ще одним підтвердженням цієї невтішної думки є те, що в останніх виборах до Верховної Ради України взяло участь чимало журналістів, однак мало хто з них став володарем депутатського мандата. Складалося враження, що виборці голосували проти не конкретних журналістів, а проти тих ЗМІ, в яких вони працювали. Ситуація, що склалася за участю журналістів, зокрема й тележурналістів, скажімо, В. Піховшека, як вважає голова комітету "Рівність можливостей" О. Чекмишев, "показала рівень недовіри громадян до ЗМІ [8].

Беручи до уваги недослідженість такої важливої теми, як імідж Українського телебачення, відсутність спеціальних теоретичних праць та величезний калейдоскоп найрізноманітніших каналів, передач, програм, дикторів та ведучих зі своїми манерами, стилем, особистісними характеристиками, можна зробити висновок, що ця тема вимагає вдумливого й системного аналізу. Для подолання відставання Українського телебачення від кращих європейських взірців слід не тільки підвищити його технічний рівень, а й широко запровадити іміджмейкерство в тележурналістиці, що може стати важливим, долетворчим чинником не тільки у форму-

ванні його майбутнього, а й доброго імені України у світі.

Саме на цьому неодноразово наголошувалося у виступах промовців з багатьох країн світу, яким болить доля України та її культури, на Третньому всесвітньому форумі українців у серпні 2001 року, учасником культурологічної секції якого пощастило бути й автору цих рядків. В ухвалі форуму було приділено велику увагу розвитку Українського телебачення, удосконаленню законодавчої системи, яка б стояла на сторожі прав журналістів, забезпечувала на практиці нормальні умови для свободи слова, рівнячись на досвід світових демократичних суспільств [9].

1. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління. — К., 2001. — С. 80.
2. Матяш Віталій. Медіа-війни // Час. — 2001. — 19-28 лип.
3. Казка Богдан. "Зачистка" почалася // Свобода. — 2002. — 23-30 квіт.
4. Горбулін Володимир. Треба навчитися порядно мислити // 100 сучасників: роздуми про Україну. — К., 2002. — С. 81.
5. Васильчук Геннадій. Сеанси національного мазохізму // Хрещатик. — 2002. — 28 берез.
6. Сімерінг Білл. Чутки і сенсації знижують довіру до ЗМІ // День. — 2002. — 5 квіт.
7. Роднянський Олександр. Українська точка зору має бути представлена за межами країни // День. — 2001. — 12 жовт.
8. Іміджі, що не спрацювали // День. — 2002. — 12 квіт.
9. У майбутнє — в ім'я України!: Матеріали Третнього всесвітнього форуму українців. — К., 2001. — С. 342.



## Тенденції формування сучасного українського книжкового ринку

*Незалежна Україна з населенням 48 млн людей щороку випускає приблизно 7 тис. назв книг. Для порівняння: сусідня Росія у 2000 році випустила 50 085 назв книг [1, 14], Бельгія для 10,2 млн осіб видає 13 тис. назв щороку, Нідерланди — 34 тис. на 15 млн жителів, Франція — 34 тис. на 58 млн осіб, США — 140 тис., Великобританія — 80 тис. назв книг [2, 5].*

На сьогодні в наукових, мистецьких, читальних колах дуже гостро постає питання: чи існує український книжковий ринок, чому так мало українських книжок на розкладках, чи знають ці книжки за кордоном, і чому, зрештою, український читач не може скрізь купити українського автора? Утім, — може, але тільки той, хто знає, де її шукати. Адже, крім спеціалізованих магазинів української книги, яких у нас не так багато, знайти якісну українську книжку, скажімо, з художньої літератури, у звичайних книгарнях чи на книжкових розкладках — справа не з простих.

Засилля російськомовного дешевого пологового ширвжитку продовжує витіснити українськомовну літературу.

Кілька років підряд український книжковий ринок практично перебуває у так званому глухому куті. А причиною є два основних чинники. Його гуманітарний сектор повністю окупований російським бізнесом — російська книжка має яскравішу "упаковку" і часто набагато дешевша. Такий чинник логічно тягне за собою інший, не менш важливий для національного книговидавництва: багато вітчизняних видавців про-

сто не беруться за випуск окремих категорій українськомовної продукції, мотивуючи тим, що її не купують, або купують мало, без особливого ентузіазму.

Звинуватити таких книговидавців чи книгорозповсюджувачів у порушенні чинного законодавства неможливо, адже такого закону, який би забороняв випуск літератури недержавною мовою, немає. Тут уже йдеться про моральність і духовність самих видавців.

До того ж, часто-густо видавцям самим доводиться продавати свої книги, що аж ніяк не допомагає створенню нормально функціонуючого вітчизняного книжкового ринку.

Щоправда, на межі тисячоліть наш книжковий ринок уже почав робити перші спроби вибратися з резервації. Порівняно з 1999 роком, упродовж якого випуск українськомовних книг зменшився на 5,5 %, у 2000 році ситуація трохи стабілізувалася, і навіть помітні позитивні зрушення — за 4 роки, не враховуючи 2001, результати якого ще неоприлюднені, кількість українськомовних видань зросла на 33,4 %.

Це можна простежити за таблицею 1.

Окрім цього, хай стриманий, але оптимізм вселяє те, що випуск російськомовних видань зменшується, причому масова частка їх у загальній кількості видань усе більше поступається на користь українськомовній продукції. Так, за даними Книжкової палати, у 2000 році видавництва України випустили 7749 назв книг [6, 5]. Із них 4760 [6, 7] — українською мовою, що становить 61,4 % (див. діаграму 1). Цей



аж 60-відсотковий бар'єр, який змогла подолати українська книжка, будемо вважати навіть рекордним, оскільки ще у 1995 році українською мовою вийшло тільки 3 % усіх видань України [8, 431].

Цей показник у 2000 році був би іншим, якби не шкільні підручники, на видання яких того року було виділено додаткові кошти, що склали 83,6 млн грн [9]. Випуск українськомовних навчальних підручників зріс за період 1997-2000 років на 36,8 %. Однак і російськомовна навчальна література не залишилася позаду. Лише за 1998 рік випуск російськомовних шкільних підручників для України збільшився на 55,4 %, до 2000 року — на 67,8 %. Для шкіл з російською мовою навчання, яких у нашій державі 2,7 тис [9], це значний показник (Таблиця 2, діаграма 2).

Проте велике занепокоєння викликають навчальні посібники для вищих навчальних закладів. Незважаючи на те, що процентно українськомовних навчальних посібників все-таки більше, їх кількість поступово зменшується, натомість тенденція випускати російськомовну продукцію у цій сфері постійно зростає, що засвідчує: викладання у вищих навчальних закладах України всіх рівнів акредитації ведеться здебільшого російською мовою (таблиця 3).

Досить обнадійливим є те, що на якісно новий етап розвитку вийшов випуск власне української художньої літератури. Якщо ще у 1997 році зі всієї кількості художньої літератури, випущеної на теренах нашої держави, а це 363 назви книг, тільки 8(!) [3, 16] або 2,2 % книг з тиражем 35,1 тис примірників вийшло українською мовою, то лівова частка випуску української художньої літератури, звернімо увагу — саме української літератури — вмістилася у... російськомовних виданнях (344 назви книг) [3, 16].

Вочевидь, наступні роки ситуація з виданням власне української художньої літератури кардинально поліпшилася, бо вже у 1999 році українська художня література

українською мовою становила майже 70 % від усієї української літератури. А до 2000 року кількість таких видань зросла у 52,4 рази (від 8 до 419 назв книг [6, 16], таблиця 4, діаграма 3).

Вважаємо, завдячувати треба таким видавництвам, як Видавництво ім. О. Теліги, "Смолоскип", "Кальварія", "Кальміус", "Факт", "Лілея-НВ" та інші, принципами яких є видання і популяризація суто української книги. Насправді таких видавництв є значно більше, але чи то тиражі у них невеликі, чи то розкрутки бракує...

Загалом же ситуація в країні з художньою літературою бажає бути кращою. Лише з 1997 до 1999 року випуск усієї художньої літератури знизився на 15,6 %. Чи не означає це, що новітні інформаційно-комп'ютерні технології поступово витісняють книгу як таку з інформаційного простору світу?

На фоні такої загальної картини вся художня література українською мовою (йдеться не тільки про українську літературу, написану власне українськими авторами, а й перекладну тощо) набирає обертів, залишаючи далеко позаду всю російськомовну літературу, випуск якої скоротився майже вдвічі (таблиця 5, діаграма 4).

Однак на загальну ситуацію на українському книжковому ринку такі тенденції мають дуже незначний вплив. Адже саме в галузі художньої літератури російський книжковий бізнес як ніде продовжує боротися за своє місце під українським сонцем. Так, тільки в 2000 році через північно-східні "прозорі кордони" до нас із сусідньої держави контрабандою потрапило майже 40 млн примірників книжок. Причому ціна на кишеньковий російський ширвжиток на кшталт Мариніної, Шитова, Корецького тощо майже символічна — 3-4 грн. Водночас, наприклад, ті ж нашумілі "Польові дослідження з українського сексу" Оксани Забужко коштують у різних місцях від 7,5 до 13 грн. Неважко зрозуміти, що саме купить пересічний читач. Адже укра-



їнське масове читиво поки що повільно, але знаходить свого читача. Маємо вже деякий позитивний досвід — книжки видавництв "Кальварія" і "Факт" не тільки тиражуються, а й добре продаються. А національний конкурс на кращий гостросюжетний роман "Золотий бабай" доводить, що українське легке читиво таки житиме. І хай для цього потрібен час, справа робиться. Але тематичний аспект національного книговидання — це вже тема для окремої розмови.

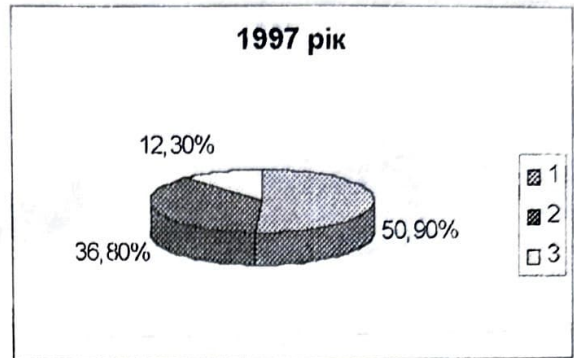
У зв'язку з цим не можна не згадати про ще одну важливу тенденцію, яка останнім часом чітко окреслилася на нашому книжковому ринку: видавці з Росії почали випускати книги... українською мовою. Безсумнівно, тут ідеться не про добрі наміри наших сусідів допомогти утвердити нашу мову, а про звичайні бізнес-інтереси. Якщо ще два роки тому "такі випадки були поодинокими, то нині ця тенденція вже чітко окреслюється. Ряд російських видавництв змогли одержати від нашого освітнього міністерства грифи на видання тиражних шкільних підручників; інші... стали готувати яскраво оформлені українськомовні дитячі видання — казки, енциклопедії, довідники; ще інші небезуспішно роблять цей бізнес разом у спілці зі своїми українськими колегами" [7, 6].

Отож, сотні мільйонів гривень втрачає наша держава через те, що гроші наших покупців ідуть на розширене відтворення російського книжкового бізнесу.

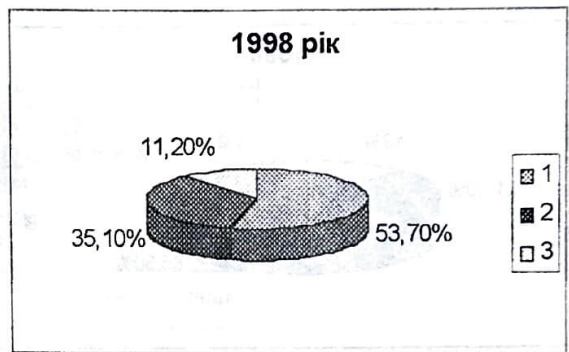
Статистика Книжкової палати України свідчить, що випуском книг у нашій країні займається 1231 видавництво. Однак не всі з них спроможні випустити за рік навіть півдесятка книг.

Тому зауважимо, що в середньому на одного жителя України припадає по 2-3 книги щорічно, хоча соціологи твердять, що на кожного громадянина подібної держави повинно припадати по 12-14 книг.

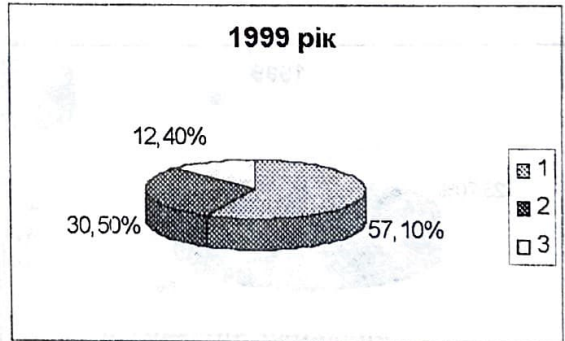
**Діаграма 1. Співвідношення випуску українськомовних книг до російськомовних**



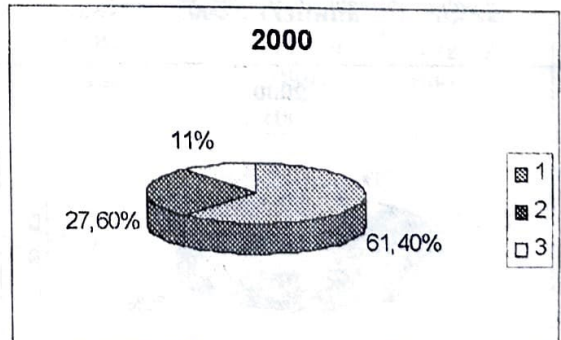
1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



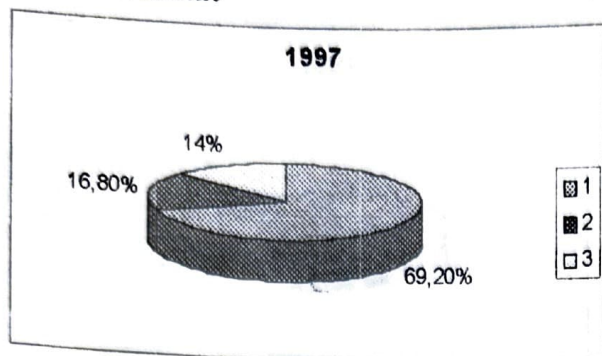
1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



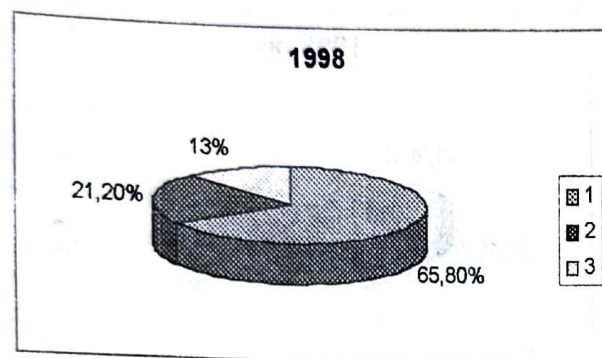
1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



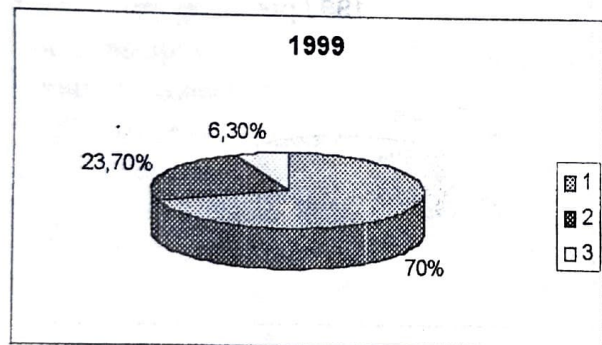
**Діаграма 2. Співвідношення українськомовних шкільних підручників до російськомовних**



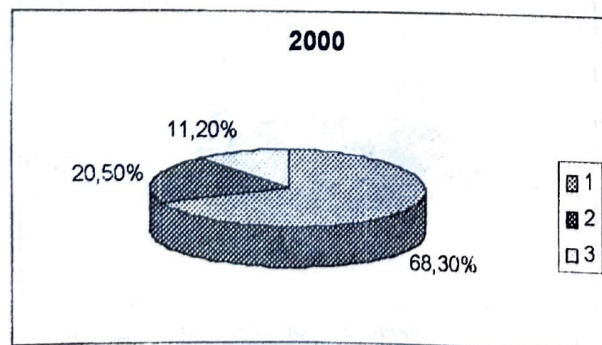
1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші

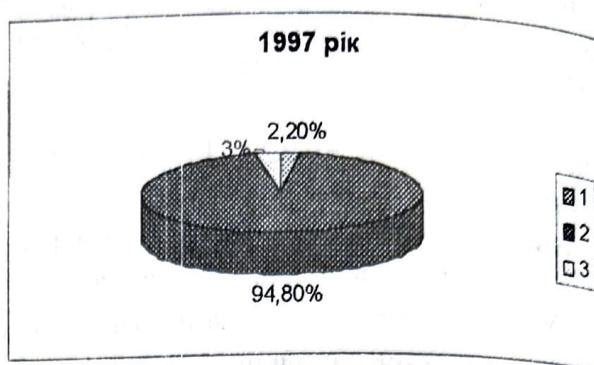


1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші

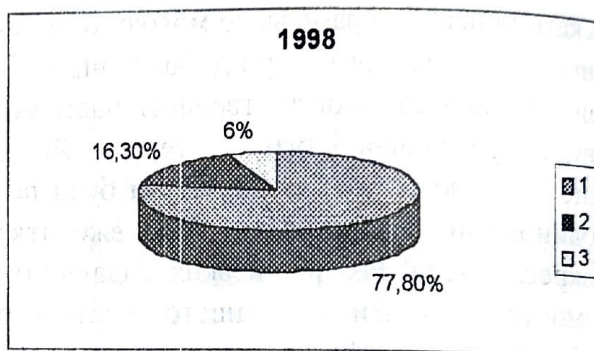


1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші

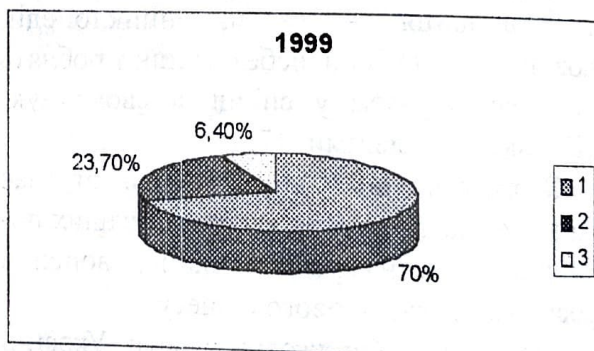
**Діаграма 3. Співвідношення випуску української художньої літератури українською мовою до української художньої літератури російською мовою**



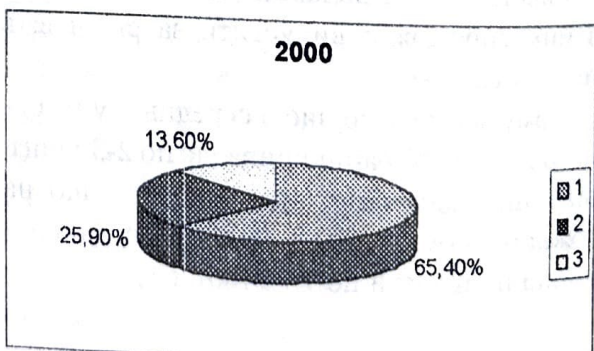
1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



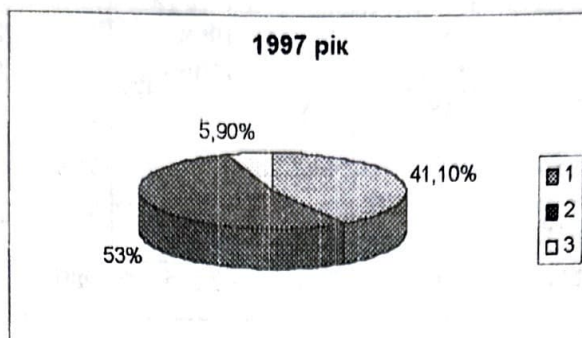
1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



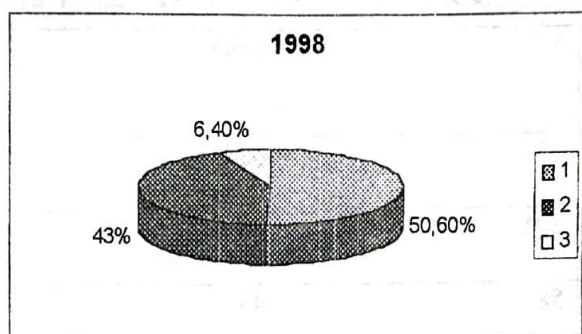
1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



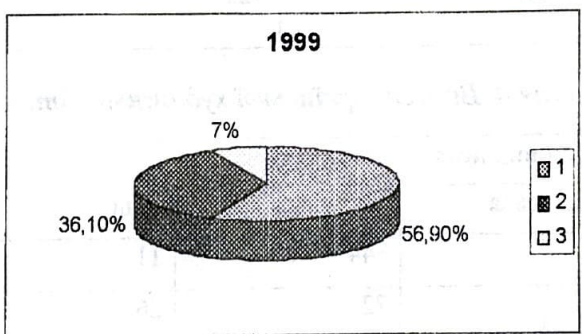
**Діаграма 4. Співвідношення випуску всієї художньої літератури українською мовою і російською**



1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші



1 - українськомовні; 2 - російськомовні; 3 - інші

**Таблиця 1. Порівняння динаміки випуску українськомовних видань до російськомовних**

| Рік<br>Мова<br>видання | 1997 | 1998 | Різниця<br>у % за<br>1997-<br>1998 рр. | 1999 | Різниця у<br>% 1998-<br>1999 рр. | 2000 | Різниця<br>у % за<br>1999-<br>2000 рр. | Різниця у<br>% за 1997-<br>2000 рр. |
|------------------------|------|------|----------------------------------------|------|----------------------------------|------|----------------------------------------|-------------------------------------|
| Українська             | 3568 | 3794 | + 6.5                                  | 3585 | - 5.5                            | 4760 | + 32.7                                 | + 33.4                              |
| Російська              | 2579 | 2483 | - 3.7                                  | 1915 | - 22.9                           | 2142 | + 27.6                                 | - 16.9                              |
| Інші                   | 859  | 788  | - 8                                    | 782  | - 0.8                            | 847  | + 11                                   | - 1.4                               |
| Усього                 | 7004 | 7065 | + 0.9                                  | 6282 | - 11.1                           | 7749 | + 22.3                                 | + 9.6                               |



Таблиця 2. Порівняння випуску українськомовних підручників з російськомовними

| Рік<br>Мова<br>видання | 1997 | 1998 | Різниця<br>у % за<br>1997-<br>1998 рр. | 1999 | Різниця<br>у % за<br>1998-<br>1999 рр. | 2000 | Різниця<br>у % за<br>1999-<br>2000 рр. | Різниця у<br>% за 1997-<br>2000 рр. |
|------------------------|------|------|----------------------------------------|------|----------------------------------------|------|----------------------------------------|-------------------------------------|
| Українська             | 494  | 583  | + 18                                   | 418  | - 28                                   | 676  | +61.7                                  | +36.8                               |
| Російська              | 121  | 188  | +55.5                                  | 142  | - 24                                   | 203  | + 43                                   | + 67.8                              |
| Інші                   | 99   | 115  | +16                                    | 38   | - 67                                   | 110  | + 189.4                                | + 11.1                              |
| Усього                 | 714  | 886  | +24                                    | 598  | - 32.5                                 | 989  | + 65.4                                 | + 38.5                              |

Таблиця 3. Порівняння випуску українськомовних підручників для вузів з російськомовними

| Рік<br>Мова<br>видання | 1997 | 1998 | Різниця у % за<br>1997-1998 рр. |
|------------------------|------|------|---------------------------------|
| Українська             | 653  | 634  | - 2.9                           |
| Російська              | 205  | 245  | +19.5                           |
| Інші                   | 58   | 43   | - 25.5                          |
| Усього                 | 916  | 922  | + 0.65                          |

Таблиця 4. Випуск української художньої літератури

| Рік                             | Мова видання |           |        | Усього |
|---------------------------------|--------------|-----------|--------|--------|
|                                 | українська   | російська | інші   |        |
| 1997                            | 8            | 344       | 11     | 363    |
| 1998                            | 344          | 72        | 26     | 442    |
| Різниця у % за<br>1997-1998 рр. | + 97.7       | - 79.1    | + 133  | + 21.7 |
| 1999                            | 418          | 142       | 38     | 598    |
| Різниця у % за<br>1998-1999 рр. | +21.5        | + 50.3    | + 46.1 | + 35.3 |
| 2000                            | 419          | 166       | 641    | 1226   |

Таблиця 5. Випуск усієї художньої літератури

| Рік<br>Мова | 1997 | 1998 | Різниця у %<br>за 1997-1998<br>рр. | 1999 | Різниця у %<br>за 1997-1999<br>рр. | Різниця у<br>% за 1997-<br>1999 рр. |
|-------------|------|------|------------------------------------|------|------------------------------------|-------------------------------------|
| Українська  | 372  | 359  | - 3.5                              | 435  | + 21.2                             | + 16.9                              |
| Російська   | 480  | 305  | - 36.5                             | 276  | - 9.5                              | - 42.4                              |
| Інші        | 53   | 45   | - 15.1                             | 53   | + 17.8                             | 0                                   |
| Усього      | 905  | 709  | - 21.7                             | 764  | + 7.8                              | - 15.6                              |



1. Никифорок Богдан. Трисдина верти-  
каль російського друкарства // Друкарство. —  
2001. — № 4. — С.14.
2. Видавнича справа в Україні 1991-1996:  
Держ. Бібліографічний показник / О. О. Федо-  
това (уклад.): Книжкова палата України — К.,  
1996. — 32 с.
3. Друк України (1997): Стат. зб./ Уклад.  
Т. Броніцька, О. Журба. — К.: Кн. палата Ук-  
раїни, 1999. — 44 с.
4. Друк України (1998): Стат. зб./ Уклад.  
Т. Броніцька, О. Журба. — К.: Кн. палата Ук-  
раїни, 1999. — 44 с.
5. Друк України (1999): Стат. зб./ Уклад.  
Т. Броніцька, О. Журба. — К.: Кн. палата Ук-  
раїни, 2000. — 44 с.
6. Друк України (2000): Стат. зб./ Уклад.  
Л. Дем'янова, О. Мовчан. — К.: Кн. палата Ук-  
раїни, 2001. — 48 с.
7. Тимошик Микола. Українське друкарст-  
во у дзеркалі Харківського Міжнародного фес-  
тивалю "Світ книги-2001": набутки, тенденції,  
проблеми // Друкарство. — 2001. — № 3. — С. 6.
8. Мельник Мирослав. Українські пробле-  
ми: Збірник статей і коментарів. — К.: Смоло-  
скуп, 1999. — 694 с.
9. [www.ped-pressa.kiev.ua/pedpressa/gaze-  
ta/22.08.2000.html](http://www.ped-pressa.kiev.ua/pedpressa/gaze-<br/>ta/22.08.2000.html).



## Вплив преси Іспанії та Сполучених Штатів на ЗМІ Латинської Америки

Аналіз концепції інформативної журналістики дає підстави вважати за її витоки відомі "дощечки" з Ніневії та Вавилону або "Actas Diurnas" з Римської імперії. У пізніші часи потребу суспільства в отриманні свіжої інформації задовольняли венеційські "збірники новин" та хроніки палацових хроністів іспанських середньовічних королівств. Далі — листи купців про їхні подорожі до Азії або до нововідкритих земель Америки. Відомості з Нового Світу, так звані "Меркурії" були найважливішими збірками інформації торговельних компаній Весер (Vehser) і Фуггер (Fugger) з Аугсбурга, які інтенсивно торгували з Венецією. На початку свого існування ці "Листи" були рукописними. З відкриттям друкарства в кінці XVI століття в Німеччині, Франції, Нідерландах, Венеції та Іспанії побачили світ перші періодичні видання. Періодичні не тому що були схожі на сучасні газети, а швидше тому, що виходили ці публікації регулярно.

### Преса в Іспанії

Іспанська преса з'явилася внаслідок контактів із французькими та італійськими виданнями. 1557 року в Барселоні починають виходити каталонською мовою збірки новин, перевидані з північноіталійських джерел. А 1631 року каталонською мовою перевидається паризька "Газет" ("Gasette"). Під спільними назвами "Газета" ("Gaceta"), "Новини" ("Noticias") та "Пошта" ("Correo") об'єднуються повідомлення або хроніки подій з іспанських королівств. Кількість цих хронік була досить значна, хоч справжнім витвором журналістики назвати їх досить важко. У 1631 році вперше в Барселоні з'являється "Газета" ("Gaceta") видавця Хайме Роумена. Починаю-

чи з 1661 року в Мадриді щомісяця виходить "Повідомлення" ("Relación"), пізніше — "Мадридська Газета" ("Gaceta de Madrid"), яку започаткував Хуліан Паредес. А в Севільї цього ж року почала видаватися інша "Газета" за редакцією Хуана Гомеса де Бласа.

Справжня преса в Іспанії, яку можна розглядати за теперішніми стандартами, з'являється у XVIII столітті. У Мадриді 1758 року засновано "Щоденник Цікавих Подій" ("Diario Noticioso Curioso"), який був справжньою газетою з новинами та коментарями. У Барселоні 1792 року виходить "Diario de Barcelona", що більше відома як "El Brusi" — за прізвиськом свого видавця. "Ель Брусі" стала першою політичною газетою Іспанії і мала значний вплив на культуру та політику країни протягом цілого століття і була не лише флагманом іспанської журналістики, а й однією з найстаріших газет у світі, нарівні з англійською "Таймс" ("The Times").

Вторгнення Наполеона до Іспанії надихнуло більшість газет на боротьбу засобами масової інформації проти іноземної тиранії. У цей час у Мадриді виходили такі газети: "La Gaceta", "El Diario de Madrid", "El Correo Mercantil de Espana y de las Indias" і "La Minerva".

Упродовж XIX століття газети в Іспанії були швидше політично заангажованими, ніж незалежними. Вільна преса яскраво виявленого інформаційного характеру з'явилася 1858 року, коли було засновано видання "La Correspondencia Autografa de Espana". Його новизною була публікація повідомлень та подій зі справжньою об'єктивністю. Така позиція редакції здобула прихильність усіх наступних



політичних урядів Іспанії. З'явилися перші дописувачі, яскравим представником яких можна назвати Педро Антоніо де Аларкона. Ще одним важливим етапом стало створення видання "El Imparcial" у 1867 році, яке посідало проміжну позицію між пресою політичною та інформативною. Пізніше було започатковано "El Liberal" і 1880 року — "El Dia".

У 1904 році в Мадриді з'являється щоденна газета "А. В. С.", засновником якої став Торквато Лука де Тена. Невдовзі почала виходити "La Vanguardia". Обидві газети видавалися із застосуванням найдосконалішого на той час друкарського обладнання і сягнули величезних накладів. Видатні письменники, філософи, політичні діячі співпрацювали зі щоденними виданнями. Наприклад, авторами для столичної газети "El Sol" були Ортега і Гассет, Грегоріо Мараньйон, Азорин (псевдонім Хосе Мартинеса Руїса) та інші постаті тогочасної творчої еліти Іспанії. За визначенням самого видавництва, "Ель Соль" була вельми інтелектуальною газетою, тому власники видання почали випускати "La Voz", вечірню сенсаційну газету, а також "El Debate", які швидко знайшли свого читача.

Підбиваючи підсумки поступу іспанської журналістики від часу винайдення друкарського верстата, можна зазначити характерні для кожного століття видання: XVI століття — "Las relaciones"; XVII — мадридська та барселонська "La Gaceta"; XVIII — "El Diario Noticioso" в Мадриді та "El Diario" в Барселоні; XIX століття — "El Diario", "El Correo Mercantil", "La Minerva"; XX — "А.В.С.", "La Correspondencia", "El Imparcial", "El Liberal", "El Dia", "El Sol" — "La Voz" і "El Debate".

#### **Преса в Сполучених Штатах Америки**

Інформативна журналістика в США з'являється приблизно в 30-х роках XIX століття. Раніше, у XVII столітті виходять перші газети в культурній столиці цієї держави Бостоні — "The Boston New Letter" і "Boston Gazette". Після здобуття Сполученими Штатами незалежності преса входить у період бурхливого розвитку. З одного боку, завдяки швидкому зростанню населення, з другого — внаслідок

технічної революції в цій країні. До початку XIX століття видання контролювалися політичними партіями або найзаможнішими представниками суспільства і не мали великих накладів, тому що вартість газет була завищеною для більшості населення.

У 1833 році нью-йоркська "Sun" і трохи пізніше "Herald" знизили свої роздрібні ціни з 6 до 1-2 центів. Незабаром з'явилася "одноцентовка", або "дешева" преса. Бенджамін Дей був першим видавцем одноцентової газети, якою стала "Sun". Але найвпливовішим інноватором у галузі журналістики в Сполучених Штатах став шотландець Джеймс Гордон Беннет. У двадцятичотирирічному віці Беннет приїхав до США і через 16 років заснував "Herald". Своїми стараннями він докорінно змінив вигляд американських газет. Він перший створив регулярну колонку для фінансово-економічної інформації, перший почав публікувати матеріали про суспільні події, перший надав особливої сенсаційності кримінальній хроніці. Крім того, Джеймс Беннет почав використовувати ілюстрації для виділення певних деталей і надавав особливої ваги закордонним новинам.

Ще до смерті Беннета, в 1872 році, "Herald" здобула репутацію світового лідера в друкованій журналістиці.

Головним конкурентом газети "Геральд" була нью-йоркська "Tribune", заснована 1841 року видавцем на ім'я Гораций Грілі. Ця газета почала виходити як "одноцентове" видання, але з часом "Триб'юн" здобула репутацію найвпливовішої американської газети. Конкуренція закінчилася в 1924 році об'єднанням "Геральд" і "Триб'юн" у "Геральд Триб'юн", яка заслужено вважається одним із лідерів світової журналістики. Іншою газетою, яка колись коштувала один цент, є "Times" з Нью-Йорка, заснована 1851 року. Особливої популярності видання набуло за роки громадянської війни. До цього події жодної війни не мали такого широкого висвітлення в пресі.

В історії американської журналістики на особливу увагу заслуговують імена Джозефа



Пулітцера та Вільяма Рандольфа Хеарста. Дж. Пулітцер, угорський іммігрант започаткував новий напрям у галузі журналістики — сенсаційність. 1878 року він купив дві невеликі газети в Сент Луїсі, які відразу об'єднав під назвою "Post-Dispatch". Пізніше, у 1883 році, Пулітцер став власником нью-йоркського видання "World", і з цією газетою досяг такого успіху, що його за життя називали моделлю "нової журналістики". Через три роки після придбання Пулітцером "World" мала наклад 250 тисяч примірників.

Син мільйонера Вільям Хеарст був зачарований успіхом "нової журналістики" і вирішив спробувати щастя на цій ниві з газетою "Examiner" у Сан-Франциско. Він наймає більшість персоналу з Пулітцерової "World" і за короткий час перевершує свого колегу з Нью-Йорка сенсаційністю та привабливістю. Постійна конкуренція між Пулітцером і Хеарстом породила те, що всім тепер відоме як жовта преса — величезні заголовки, барвисті фотографії, тижневий додаток і певна частка домислів у новинах чи інтерв'ю.

### **Засоби масової інформації Латинської Америки**

Журналістика, як вона відома нам тепер, у Латинській Америці з'являється наприкінці XVIII століття. Їй було призначено роль зміцнення незалежницьких настроїв, спричинених подіями у Франції.

Навколо кожної газети гуртувалися перодові люди тієї доби, сприяючи своїми здібностями й талантом поширенню ідей Французької революції.

Вплив Іспанії на розвиток газет у вест-індських колоніях королівства мав як позитивні, так і негативні риси. Освіченість іспанських дворян та ченців, які й були першими працівниками пера в Новому Світі, встановила перші засади, на які спирається й сучасна журналістика цих країн. Але були й чинники, які значно загальмували розвиток ЗМІ в іспанських колоніях порівняно з цією ж галуззю в Північній Америці у XVIII та — на початку XIX століття. До таких чинників належать: цензура, запроваджена на тери-

торії іспанської корони; брак матеріалу для друку; труднощі зв'язку між частинами самих колоній та з країнами Європи; низький рівень писемності; інформаційна монополія, запроваджена іспанськими газетами, призначеними для розповсюдження в колоніях.

Після визволення більшості країн у Південній та Центральній Америці від іспанської гегемонії в XIX столітті тут починається період бурхливого розвитку преси. З'являються і зникають газети, журнали, тижневики, тим самим готуючи ґрунт для нових, солідніших наступників. Убираючи в себе європейські традиції, використовуючи технічні досягнення та модні інновації преси Сполучених Штатів, народжуються відомі цілому світові латиноамериканські газети: аргентинська "La Prensa", перуанська "El Comercio", чилійська "El Mercurio", мексиканська "El Universal" або колумбійська "El Tiempo".

Цікавим фактом є те, що, незважаючи на однаковий початок (від часів занепаду колоніалізму) і однакове продовження (під впливом США), кожна з латиноамериканських країн має свій, притаманний лише їй журналістський смак і не втрачає свого особливого й унікального стилю в теперішньому глобалізованому світі.

Це один з уроків, які варто засвоїти, вивчаючи особливості становлення та розвитку друкованих засобів масової інформації країн Латинської Америки.

1. Medina J. T. *Historia de la imprenta en los antiguos dominios espanoles de America y Oceania*. — Santiago de Chile, 1958.
2. Ricardo J. *La Imprenta en Cuba*. — La Habana, 1989.
3. Alvarez J. *Timoteo. Historia de la prensa hispanoamericana*. — Madrid, 1992.
4. Pierce R. *Libertad de expresion en America Latina*. — Barcelona, 1982.
5. Kaplan M. *La formacion del Estado en America Latina*. — Buenos Aires, 1969.
6. Stevenson-Shaw, *Las noticias internacionales y el nuevo orden de informacion mundial*. — Barcelona, 1985.



## Дихотомічні перцепції сучасності в публіцистичній інтерпретації Євгена Сверстюка, Мирослава Мариновича, Івана Ортинського

Якщо оцінити ситуацію в Україні, що склалася впродовж сімдесяти років радянської влади та й сьогодні, то здається, що збайдужіння, важкі умови життя виробили в багатьох людей скептицизм щодо вищих вартостей. "Моральний демонтаж" [1, 28] національних і соціальних основ держави призвів до того, що люди, "дезорієнтовані в потоці однобічної інформації та зовсім не обізнані з національною історією та культурою" [2, 61], намагаються за будь-яку ціну втриматися на поверхні. Для одних це означає вберегтись якимось від зубожіння, для других — добробут, зручність. Але на загал людство зупинилося перед вибором між своїм осучасненням, вживанням в епоху та цінностями. Цей вибір має бути вільним і добрим вибором пробудженого людського сумління. У книзі "Принципи морального життя" зазначається, що "справжнє формування сумління забезпечується прийняттям людиною істинних критеріїв і норм моралі" [3, 38]. Так забезпечується розвиток особистості, надто, якщо вона керується правильним оцінюванням та прийняттям моральних рішень, оскільки фальшиві норми розбещують сумління та руйнують людину як особистість. Належному вибору сприяє також належна інформація і знання, брак яких призводить до хибних оцінок і рішень, до визнання фальшивої ієрархії цінностей. Але між людиною та цінністю — широке поле людської свободи, якій загрожує примус,

упокорення, хаос невизначеності. На думку Василя Пахаренка, "хаос довколишнього світу розпадається в людському мисленні на групи понять, ті своєю чергою об'єднуються завдяки медіаторам. Це дозволяє побачити світ у певній системі" [4, 7].

Допомогти людині побачити й досягнути світ у певній системі вартісних орієнтирів — основне завдання сучасної публіцистики, яка керується християнськими принципами формування сприйняття людиною добра і зла. Цей "код двійки" супроводжував творчість перших українських проповідників християнства. І сьогодні він є визначальним у вартісному кодуванні світу публіцистами-гуманістами, орієнтиром для яких залишається Євангельська проповідь Христа, що вказує на можливість вибору між добром і злом, між любов'ю до Бога та ближнього і егоізмом, гординою та замиканням у самому собі. Вона застерігає нас щодо можливості "двох виходів", вказує на постійний конфлікт вартостей та на можливість деструкції їхньої ієрархії. Фатальною помилкою для людства, на думку К. Льюїса, було б самозаспокоєння, самовдоволення, небажання вдосконалюватись, адже "коли людина стає кращою, вона чіткіше бачить те зло, яке ще залишилося в ній; стаючи гіршою, менше помічає його в собі" [5, 322].

"Вибір цінностей", "конфлікти та ієрархія вартостей", "вищі вартості, духовні, загаль-



нолюдські" — це поняття з нашого щоденного життя.

Слово "вартість" — одне з тих, до якого найчастіше апелюють публіцисти, значення якого досліджують філософи, антропологі, теологи, ним оперують у розмовах і виступах.

Одним зі способів побудови відповідної ієрархії вартостей є впровадження в обіг семантичної проблеми: значення слів і висловів. Надто це має значення тоді, коли йдеться про важливі для людини слова та поняття.

Це складна філософська та лінгвістична проблема, бо в нашому буденному житті використання поняття "вартість" залишається не здефінійованим, а лише інтуїтивно зрозумілим. Маємо як суб'єктивний, так і об'єктивний погляд на це питання. Однак донесення до свідомості широкого загалу (особливо молоді) певних елементів значень цього вислову — це відкриття якоїсь мисленнєвої дороги, створення умов для формування людської активності — і пізнавальної, і етичної, що може вберегти від пасивної співучасті в процесах суспільної деградації [2, 36]. Адже вартості, які ми переживаємо, відчуваємо, навіть коли не проголошуємо їх, часто бувають рушіями наших вчинків. Гуманісти вважають також, що людина повинна прагнути свідомого життя вартостями. Формувати морально-етичні та світоглядні підвалини, якими, наприклад, для Є. Сверстюка є "щастя жити високими культурно-громадськими інтересами і нехтування особистими. Щастя спізнати суворість і вагу великих слів — правда, честь, обов'язок... Честь, що оплачується кров'ю, гідність, що є передумовою життя, істина, до якої йдуть з безстрашністю дослідника — без гарантії повернутися" [6, 32].

Отже, вартість для людини, як розуміє її Є. Сверстюк, це виклик. Перетворення вартостями несвідомого життя на життя, в якому переживають їх свідомо, з повною відповідальністю — в цьому основний сенс

вислову "виклик вартості". Але, щоб прийняти його, на думку І. Ортинського, потрібна "добра воля, сміливість чинити добро навіть тоді, коли це нам не подобається і вимагає певних жертв" [7, 148]. Проте "брежнєвська атмосфера словоблуддя" [8, 117] призвичаїла людину до вартостей, які лише декларувалися, а не реалізовувалися, профануючи великі слова [9, 205]. Це поглибило проблему рефлексії людини щодо значення слова "вартість" і щодо його застосування, внаслідок чого, зрозуміло, виникли запитання: чи справді хочемо того, що називаємо добром? чи збігаються бажання з вчинками, з активною позицією, яка лише на словах (конверсаційно) імплікує одне зі значень слова "вартість".

Якщо людина справді чогось хоче і це бажання раціонально вмотивоване, то вона зазвичай прагне реалізації такого бажання. У цьому розумінні, власне, найчастіше й мовиться про те, що вартість є для нас викликом. Але реалізація вартості, вважає Я. Пузиніна, може мати різний сенс:

— може бути або творенням вартості, або лише якоюсь, часто посередньою, імітацією її інтерпретації та втілення у життя;

— може бути реалізацією вартостей для себе або для інших. "Іншими" можуть бути тільки найближчі, якимсь ширше коло, цілий народ чи, врешті-решт, усі люди, людство. "Інші" — це також для віруючих — Бог [10, 255].

Тут, властиво, й постає питання виклику для кого реалізовувати і чи є бажання реалізовувати те, що для тебе самого є вартісним?

Тому слід, з одного боку, усвідомити зміст слова чи вислову, тобто трактувати його як метамову, з другого — треба сформулювати власне ставлення до цього змісту. А щоб це ставлення було виразним, воно має бути пережитим, тобто його треба розглядати як елемент власного, як це зробили Є. Сверстюк, І. Ортинський, як це робить М. Маринович, який узагальнює досвід хри-



стиян, для яких "відповідь майже однозначна: стати праведним, як Ной; стати "досконалим, як Отець ваш небесний (Мт. 5,48)" [11, 11]. Тобто "людина повинна зробити усе можливе, щоб не потрапити в численні капкани циркуляції зла, ненависти і суперництва". Проте це означає не втечу від світу, а подолання його спокус.

Тут постають питання, що стосуються реалізації вартості, і торкаються вони не дефініційних рис слова "вартість", а сильної культурної конотації, що єднає впізнавання вартостей з намаганням втілити їх у життя, а вартість втілену — з питанням про її адресата.

Цю проблему, отже, можна розглядати не лише семантично, а й прагматично, з включенням конотації та імплікації. Тоді вислови переформовуються із загальнономовних і слабо усвідомлюваних на індивідуалізовані, на такі, що їх переживають. Людина повинна шукати мотиви своїх вартостей в ту мить, коли ці вартості свідомо окреслені. Це шукання є важкою працею, яка триває впродовж життя. Це праця над формуванням своєї життєвої філософії і пошуком для неї міцної опори. Вона споріднена з людською свободою і правом та необхідністю здійснення вибору. Це також вічне запитання "бути чи не бути?", на яке Є. Сверстюк відповідає, приймаючи "виклик" найвищої вартості: "бути собою, або ніким!... Бути — це бути сином! Бути — це бути в опозиції, бути зі шпагою. Бути — значить виконувати обов'язок" [6, 31]. Покоління Є. Сверстюка зробило чесний вибір, щоб саме бути, а не вдавати, ніби ти є.

Отже, людина мусить самотужки вибудувати власну, зінтерналізовану, а водночас свідомо прийняту ієрархію вартостей. А швидше, повинна постійно будувати її, зважаючи на свій досвід і роздуми, визначаючи, що для неї є вищою, основною вартістю.

Люди віддавна розрізняли вартості гедоністичні, духовні (до них належать добро, краса і правда), віталістичні (життя і здоров'я).

Але найістотнішим для людської рефлексії на тему вартостей, пошуку їхніх

вмотивувань та ієрархій є вирізнення вартостей трансцендентних та нетрансцендентних, або "теологічних і моральних" [3, 24].

Наприклад, К. Льюїс визначає сім чеснот (вартостей), поділяючи їх на головні, або кардинальні, та богословські. Кардинальні, їх чотири (розсудливість, стриманість, справедливість і непохитність), він вважає основою мотивації вибору, "здоровим глуздом". Теологічні чесноти (вартості), такі як віра, надія, любов повинні, за Льюїсом, огортати людину в сенсі трансцендентному [5, 312-350].

Водночас важливим є визначення місця добра (вартостей моральних), краси (естетичних) і правди (вартості пізнавальної). Є. Сверстюк вважає, що ця тріада (добро, краса, правда), будучи включеною в порядок нашого людського світу, є одночасно трансцендентною стосовно нього. Він пише, що "великі християнські цінності — Істина, Добро, Краса — були вистраждані й досягненні на висхідному шляху служіння Богові і в напруженому відчутті Страху Божого" [12, 47]. Але водночас автор вказує на небезпеку краху цих цінностей, який починається з узаконеного грабунку та заперечення Бога. Як результат — "...під істину роблять личини правдоподібності. Добро — вимовляють з посмішкою. Красу зневажають і використовують для потреб" [12, 47]. Тобто із запереченням Бога в ієрархії вартостей посилюється значення вартостей гедоністичних. Якщо розглядати їх тільки як традиційну категорію задоволення, то її слід підпорядковувати значно ширшій категорії вартості людських відчуттів, де знаходять місце також відчуття близькості та безпеки. Ця категорія, як і категорія віталістичних вартостей, сприймається егоцентрично (найважливіші — мої відчуття, моє життя), хоча кожна з них може стати категорією інструментальною (мотиваційною) стосовно вартостей моральних. Не випадково К. Льюїс зауважує, що більшість розуміє мораль як те, що заважає нам отримувати задоволення [5, 308]. А правда, моральність і сакрум при необхідності виводять людину за межі її при-



ватних почувань і переживань. Вартості є для людини викликом також у сенсі їхньої преференції — і теоретичної і практичної — у різних життєвих ситуаціях. Тож особливо важливими є, повторимося, два моменти вибору: вартості трансцендентні (або їх невизнання), та місце вартостей відчуттів. Останні часто стають для людини найважливішими, хоча людина й декларує, як найважливіші, вартості добра, правди чи навіть сакрум. Ця тенденція породила сучасне явище "ситуаційної етики", яка свободу вибору вартості підпорядковує "конкретній ситуації", що сприяє догматичному релятивізму (відкидання не-вигідних істин) та заохочує схильність до маніпуляцій вартостями [3, 39]. А "заповіді в релятивістському тлумаченні втрачають силу морального закону" [12, 47], поглиблюють суперечності між матеріальним та духовним розвитком цивілізації. Як результат, людина забуває про Бога і, як слушно зауважує І. Ортинський, "силкується поставити себе за міродайну норму та вирішальний закон свого життя і своєї поведінки. Для неї добром є те, що подобається, незважаючи на те, чи воно є таким добром для інших людей. Людина стає все більш себелюбною та нетерпимою" [7, 4].

Щоб життя було свідоме та кероване самою людиною, потрібні рефлексії семантичні й прагматичні, сконцентровані на найсуттєвіших висновках про вартості та на їхній типології.

Кожна чесна, добросовісна рефлексія над семантикою та прагматикою вартості збагачує запаси даних, необхідних людині для прийняття рішення, веде як до самопізнання та аутентизму, так і до генералізації та впорядкування власного досвіду в контексті закріпленого у мові доробку людської культури. Для Є. Сверстюка це питання особливо актуальне. Він переконаний, що коли "захитується ґрунт під ногами, мимоволі шукаєш певної точки опори й халаєшся за сторінки літопису, за козацькі реліквії, за собори минулого — як за загублену таїну духовного зцілення; бо мали ж вони таку чу-

додійну силу, яка виробляла людей у лицарів" [2, 49]. Таке вирішення проблеми бачиться вірогідним, хоча й не гарантує рішучості вибору духовних вартостей як найвищих. (Гедоністичні ж цінності як найвищі обирають переважно ті, які не є зануреними в гуманістичну культуру, мало її знають). Ядвіга Пузиніна вважає, що про духовний розвиток людини можна судити з того як вона осмислює своє життя, що вона визначає для себе як вартість та антивартість. "Складність полягає в тому, що "вартість" — це слово амбівалентне. Для когось пов'язане з пафосом, для когось — з лицемірством... Одне значення має вартість грошова, інше — вартість логічних міркувань, і зовсім інше — вартість людських вчинків" [10, 262].

Проте поняття "вартостей" разом зі своєю нечіткістю глибоко занурене в гуманістичну думку сучасного світу й, очевидно, недаремно є центром поважної наукової дисципліни — аксіології. Хоча, навіть якщо обмежитися до значення аксіологічного, тобто до того, як має трактуватися слово "вартість", то побачимо, що розуміють це слово по-різному. Фундаментальними питаннями людини були питання "як жити?", "як добре жити?", незважаючи на багатозначність і нечіткість значення слова "вартість".

Саме вартості зосередили на собі, надто в останні десятиліття, увагу культурологів, філософів, теологів. Сучасна публіцистика, гомілетика, науково-популярна література переповнені вартісними оцінками нашого життя, наших вчинків. А нечіткість залежить од світогляду, людських переконань, виявляє чимало важливих для людини понять і слів, що їх окреслюють, аби тільки нагадати про такі з них, як віра, добро, любов, правда, краса тощо.

Усвідомлення значення цих слів дає змогу відповідно інтерпретувати тексти, в яких про ці поняття говорять інші. Це дозволяє також зробити свідомий вибір власного способу їх застосування. Багатозначність слова "вартість" (поза змістом економічним, логіч-



ним) веде до визначення різних способів застосування цього слова ще й у межах значення, окресленого як аксіологічне. Найчастіше говоримо про вартість як про добро (вартість позитивна), але обов'язково у цьому контексті як антитезу мислимо про зло (вартість негативну, антивартість). Тим часом у текстах публіцистичних або етичних, релігійних вартості найчастіше мають значення, що зводиться до так званих вартостей духовних чи абсолютних. Саме їх мають на увазі, коли говорять про кризу вартостей та про життя вартостями.

Важливою є рефлексія над філософською інтерпретацією вартостей і вибором тієї зпоміж них, яка є найвідповіднішою щодо відчуття та розуміння цього слова в загальному мовному просторі.

Коли хтось каже, що в його системі вартостей немає місця для спокою і толерантності, то в такий спосіб він скеровує розуміння вартості до того, що сам вважає за добро для себе. У кожному випадку на поняття вартості накладаються якісь елементи дійсності (поведінка, зв'язок між різними подіями), а ще ставлення до них окремих людей чи спільноти.

Це ставлення виразно простежується в опозиції добро/зло: добро — це те, як хочемо, щоб було, зло — це те, як не хочемо, щоб було. За такої інтерпретації вартість завжди є чимось таким, що ангажує волю та інтелект (і/чи) відчуття (почуття) людини. Тому й моральна картина світу вимальовується як така, що складається з вартостей/антивартостей, які існують дихотомічно, а описуються найчастіше за допомогою метафор та антитез, — і це повністю співзвучне з метафоричним розумінням світу, наприклад, біблійних авторів та наступних проповідників християнства. Нелегкий обов'язок проповідництва моральних максим, що їх "затоптано, загублено" [12, 48] на історичному полі вибору перебрали на себе публіцисти, які передовсім свідомі того, що "нашим дітям треба повернути азбуку моралі й духовності. Якщо ми хочемо, щоб наші діти поважали

нас і закони, мусимо їм відкрити джерело закону — Закон Божий" [12, 49].

Головною темою моральної картини світу Євгена Сверстюка є людина, яку обставини помістили між світом (вічних Христових заповідей) та антисвітом, точніше — "ілюзією вічності антисвіту" [1, 28] (мінливих комуністичних приписів). Ситуація вибору складна з багатьох причин, оскільки духовно людину окрадено, а цінності, які пропонуються, — це своєрідний реквізит, інструментарій задоволення та ілюзорної безпеки. Саме тому добро і зло чітко поляризуються у творчості публіциста. Наприклад, в есеї "Собор у риштованні" йдеться про альтернативу, що постає перед кожною людиною: "бути або сином свого народу, або його лукавим наймитом і мародером", оскільки лише син, а не наймит, може видобути "духовну спадщину наших донкіхотів серед намулу спадщини рабів" [2, 36]. На думку автора, людині як особистості жорстокий час протиставляє людину-функцію [2, 77] та мікролюдину, яка "вигідна державі, бо не пручається" [2, 86-87]. Отже, навіть мікрокосм людини роздвоюється і краща половина світу людини "губиться у щоденних клопотах" [2, 77]. Навіть християнство, яке сповідує значна частина населення земної кулі, стає часто тільки декларативним, внутрішньо фальшивим (лицемірним). Досліджуючи етимологію слова "убогий", у значенні "у Бога", "ближче до Бога, до своєї суті", яке "...гармонує з християнським вченням про вічну відкритість душі Богові", Є. Сверстюк пише про "християнство багатих", яке "мусить трансформуватися і відходити від Бога, підіймаючись до панських і царських палаців" [8, 101-102]. Звідси його парадигма духовних зусиль, на якій "добрівільна вбогість" і, як антитеза до неї, вбогість "приречена", яка не культивує духовної роботи [8, 102] і підштовхує людину "від справжності служіння Богові до мізерного прислужування ідолів" [8, 108].

У цілому ж, Є. Сверстюк вважає, що "історія світу, історія нашого народу була б



зовсім іншою, якби володарі світські й духовні ставили скарби небесні вище над скарби земні" [13, 159]. Але це вже питання щиростердої віри, до якої підійматися дуже важко. "Опускатися до безбожності — дуже легко" [13, 162]. Причина ще й у тому, що "великого людина не відчуває так добре, як відчуває мале" [8, 101], а тому стає "безвольною й пасивною жертвою вольових та активних вождів" [8, 94], а "агресивна безликість постає проти "індивідуальності" [8, 93]. Але найбільшу небезпеку для людини публіцист убагає у недооцінюванні, часто свідомому, полярного протистояння "святості й гріховності — ідеалу Осанни та ідеалу Содоми" [8, 90], а тому закликає нас "повернутися до чесної християнської мови", яка не терпить фальшу, а вимагає називати речі своїми іменами... Юду — називати Юдою, Пилата — Пилатом", бо навіть "вірному учневі Петрові запам'ятовуються всі три його легкодухі зречення" [14, 182]. Ця опозиція переростає в проблему пилатизму "безбожного" ХХ століття. Пилат, співучасник Христової драми, розумний, але холодний і байдужий, знаючи правду, відвернувся від неї, вона ні до чого його не зобов'язала. Він виконав волю юрби, яку зневажав, став на бік зла і умив руки. Є. Сверстюк переконаний, що навіть сьогодні саме байдужий Пилат стоїть над усіма трагедіями ХХ століття [15].

Сучасна людина у творчості Мирослава Мариновича живе "поміж епохами", все ще не вийшовши з тунелю, в кінці якого — світло" [16, 144]. Одна епоха — це "номенклатурно-комуністичне лоно", інша — "новий світ". У цьому тунелі живуть "учорашні" сучасні українські комуністи, і вони "переконані, що зуміють стати "завтрашніми" [17, 156], замінивши скрижалі "комунізму первісного" на "скрижалі новітнього комунізму" [17, 156]. В есеї "Спокутування комунізму", розмірковуючи про комуністичну ідею, автор зазначає, що у свідомість українця вона проникала через віру. "Саме українці, — вважає він, — прекрасно ілюстру-

ють оте перенесення об'єкта поклоніння з Господа на земного кесаря. Призначені своєю природою, щоб вірити, вони й поклонилися Антихристу зі "страхом і вірою" [17, 178]. Категоричність М. Мариновича тут не виправдана хоча б тому, що феномен комуністичної віри як "нової релігії" вразив усі країни комуністичного блоку. І в подальших рядках він уже говорить про вкорінення комунізму в "ментальності народів" [17, 178], послуговуючись множиною. Така непослідовність думок притаманна творчості М. Мариновича, проте не порушує його відчуття епохальних опозиційних змін у соціальному та політичному житті. Зокрема революцію 1917 року він трактує як подію, що "зробила найстрашніше. те, що поборювалося мораллю, вона піднесла до рівня закону", знаменувавши собою прихід Антихриста [17, 179]. Лінія розмежування добра і зла пройшла через людське серце [18, 62]. Душа людини теж роздвоїлася. Як пише автор: "одна половинка піднялася так високо, що вже й землі нашої не видно. А друга борсається в болоті гріховному, загрузла в ньому по самісінькі свої пороссячі вуха і хихоче, мовляв, великий плюс і великий мінус разом дають велике ніщо" [18, 43]. Самотня людина загубилась у двоїстому світі "двозначного періоду розвитку людського Духу" [19, 74]. Соціальне, політичне і сакральне поляризувалися настільки, що примусили людину виправдовувати подвійність моралі — "для "своїх" і "чужих" — тепер уже не класовими, а національними та церковними інтересами" [20, 11]. Рівнів протистояння стає дедалі більше. Доводиться вибирати між "правими" та "лівими", коли запущено в дію механізм непокори, зроблено ставку на бій, а не на компромісне порозуміння [21, 138], між тими, хто за і хто проти демократизації [22, 115], між "успіхом" і "поразкою", коли "всі високі слова вже сказані, хоч в результаті видобуто з великих слів маленьку силу" [23, 84], між "голубами" (політиками, які вміють грати в чесну гру) і



"яструбами" (тим, хто не визнає жодних правил за винятком одного: мета виправдовує засоби) [17, 161], між "грішним" і "праведним" [17, 157], між "спільниками" і "суперниками", коли "щораз важче знайти друзів" [24, 59], між "винними" і "невинними" у пошуках надійної духовної опори [17, 164-180]. Ці суворі глобальні проблеми, на думку автора, зможе розв'язати не просто *homo sapiens* (людина розумна), а *homo magnanimus* (людина великої душі) [25, 70], яка у протистоянні "раб" та його "кривдник" подолає раба у своїй душі й не хапатиметься за камінь, прагнучи помсти [25, 71].

Звідси ще один рівень бінарних опозицій у моральній картині світу: християнство та "комуністичний, антихристиянський світ" [17, 179]. Певною мірою — це ті ж самі дві епохи, між якими перебуває людина, зміна циклів, між якими "знак переходу" [17, 176] — Ісус Христос. Створену ним нову концепцію міжлюдських стосунків "люби ближнього як самого себе" було спотворено. Як результат, тоталітарна система явила світу, на противагу Христу, який "нагодував силу народу п'ятьма кружальцями хліба й двома рибинами", "Сатану, який вчинив чудо навпаки: відібрав хліб до крихти, а землю, що здатна прогодувати мільйони, вкрив скоцюрбленими тілами голодних" [17, 146]. Система стала видавати себе за "дерево життя", хоча насправді наповнена була "отрутою сатанізму" [17, 180]. Тобто зло, як слушно зауважує М. Маринович, аби утримати свою владу над світом, змушене щораз більше маскуватися під добро [20, 10]. Така мутація однієї з етичних категорій призвела до того, що "полюсом Зла" [17, 179] стає "Добро, так підступно використане комуністами" [17, 176]. І лише "християнський підхід, на думку публіциста, міняє кут зору на ідентифікацію комунізму, оскільки поряд із засудженням злочину в християнстві стає необхідним спокутування гріха" [17, 179]. Мирослав Маринович переконаний, що зло слід не знищувати, а нейтралізовувати [17, 164]. Основним джерелом

зла він вважає "гнилизну в природі людини" [26, 66], а усвідомлення цього факту кожною людиною, на думку М. Мариновича, може стати "початком новітньої евангелізації нашої землі" [23, 103].

Іван Ортинський теж переконаний, що корінь усього доброго і злого є в душі людини, а отже, лише від волі людини залежить, що вона чинитиме в тій чи іншій ситуації. Для постійного творення вселюдського добра людина повинна змінити "спосіб думання, відчущання і діяння, ... слухати голос совісті, що є відлунням Бога в нашій душі, ... творити добро і уникати злого" [27, 106-107]. Саме з позицій доброго пастора, людини, закоріненої у світ евангельських абсолютів, змальовує автор світ і людину в ньому. Світ у творчості І. Ортинського вертикально спрямований. Людина в ньому повинна пройти шлях від "цьогобічної батьківщини" земної [28, 254], від "темряви неясностей і безодней нашої земної мандрівки" [27, 107] до "небесних хоромів" [29, 191] "блаженної Небесної Батьківщини" [28, 253] і "ясних висот духовних вершин" [27, 108]. Світ земної батьківщини, розділений на добро і зло, складають, на думку теолога, "дві крайнощі", які у своїй одвічній боротьбі творять суть історії світу, людства, людини. "З одного боку, закритість у собі, егоїзм, нелюбов, загубленість у своїй пихатій самовпевненості; насильство, безправ'я, сваволя, безладдя, розбещеність, матеріалізм — повернення назад, падіння вниз, загрузання в безпросвітній тьмі зла та в оковах брутальної матерії. З іншого боку, відкритість до більшого, прагнення до непроглядного, довір'я до безконечного, самовідданість, жертвовність, любов, справедливість, самовладання, признание інших, визнання і вірність вищим вартостям — злет до висот духу, підйом угору, перевищення себе й теперішньої дійсності" [30, 237]. На цих полюсах людської душі поляризуються й вічні питання про сенс життя. Ортинський вважає, що це відбувається тому, що "нам нелегко користуватися просто-



ром, у якому здійснюється наша відповідь — прийняття Божої любові з її незбагненними дорогами" [7, 148]. Тому завжди є небезпека, що другорядна, неістотна, несуттєва мета посіла місце, яке мало б належати найбільшому ідеалові. Виникає, по-перше, протистояння правдивого щастя і щастя уявного. Задля уявного щастя, говорить І. Ортинський, ми ладні пояснити все. Виникає ситуація, коли людина вже не керує своїм життям, втрачає свободу, "кинута напризволяще ідолам, божкам, бовванам, стаючи їхньою жертвою. Це посідання, богосвятства, кар'єра, хобі, улюблена розвага, пристрась, телебачення тощо" [31, 95]. Повсякденні дрібниці цілковито захоплюють людину й руйнують її. Тому І. Ортинський переконаний, що "чільним гаслом програми людини, що хоче стати на правильний шлях свого життя, може бути тільки одне: завжди вибирати Бога, а не божків, які невпинно загороджують нам доступ до нашого правдивого щастя" [31, 95].

Другим рівнем протистояння на шляху до небесної батьківщини є протистояння любові й нелюбові. І. Ортинський переконаний, що лише "любов... зробить нашу земну батьківщину усміхненою, затишнішою, людянішою, долина сліз не буде пеклом і видовищем жаху, яким творять нашу землю нелюбов, ненависть, гріх" [27, 108]. Але людина знову ж таки потрапляє в ситуацію вибору. Через егоїстичну замкненість у собі вона плекає частіше любов до себе аж до зневаги Бога, вона не завжди спроможна на любов до Бога аж до презирства себе. Хоча, як вважає Іван Ортинський, у певний час все-таки приходить розуміння того, що "насправді у світі існує тільки дві великі сили: сила відвертої експансивності до Бога й до ближніх, що значить любов; і сила замкненості в собі, що значить самолюбство, гордість і все інше зло, що походить від цієї егоцентричної закритості у собі" [27, 106].

Отже, виникає також протистояння свободи і сваволі у виборі вартостей: по-перше,

І. Ортинський, як і Є. Сверстюк та М. Маринович, переконаний, що свобода, без якої людина не може віднайти себе самої, знаходиться в правді. Вільною, щасливою, впевненою, на його думку, є та людина, яка досягнула Бога як найвищу Правду [32, 78]; по-друге, сваволя — це "неправильно зрозуміла свобода... яка безтямно та безцільно йде за інстинктами, за примхами, за химерами... віддаляє нас від мети, робить нас невольниками" [33, 83].

Труднощі, які виникають у момент ідентифікації вартостей, сьогодні поглиблені ще й тому, що вартісні орієнтири були спотворені атеїстичними теоріями. Тож атеїзм і віра — це два полюси екзистенційного вибору людини, значення яких у різні часи трактувалися по-різному: то вважали, що атеїсти стоять наче на маргінесі суспільства, то віруючих вважали відокремленими від сучасності. "Колись безбожник мусив пояснити, чому він не вірить, тепер навпаки, питають віруючого, чому він вірить, але його відповіді не беруть до уваги" [34, 97]. Парадокс, на думку І. Ортинського, полягає в тому, що в епоху атеїзму слово "Бог" ще мало якийсь сенс, а в післяатеїстичній емпіричній добі воно його втрачає. Ніцшеанська теорія про "смерть" Бога загострила питання про його безсмертя. І. Ортинський переконаний, що "смерть" Бога — це одночасно і смерть людини... яка бачила всі свої вартості і певності в Бозі... Одночасно це втрата життєдайної перспективності сенсу існування" [34, 98].

Вихід із такої ситуації Іван Ортинський вбачає у сильній налаштованості людини на добро [35, 279], коли на шляху до небесної батьківщини людина долає свою одновимірність [36, 181], прагнучи "бути Св. Євангелією, тобто жити згідно з нею та її випромінювати у нашому довкіллі" [37, 12].

Як бачимо, поліфонічність нашого буття спонукає до самовизначення та з'ясування істинності наших поглядів, розумінь і позицій, почувань та вчинків. Сучасність по-



требує слова правди, яке було знецінене в умовах тоталітаризму, коли з високих трибун проповідувалась істина комуністичної віри, претендуючи на правдивість і загострюючи конфлікт вартостей та антивартостей. "Істинне і хибне", про що писав у "Правилах промови" Мішель Фуко [38, 9], на той час перестало поляризуватися. Хибне нав'язували як істину. А офіційний тоталітарний монологізм не давав можливості ідентифікувати ці поняття, що притуплювало правдиве розуміння вартісних орієнтирів. Віднайти гармонію втраченої цілості важко. Морально-етична публіцистика, в силовому полі якої працюють Євген Сверстюк, Мирослав Маринович, о. Іван Ортинський, сприяє відродженню християнської парадигми нашого світопочування.

1. Сверстюк Є. *Перед входом до тунелю // На святі надій.* — К.: Наша віра, 1999. — С. 24-30.
2. Сверстюк Є. *Собор у риштованні // На святі надій.* — К.: Наша віра, 1999. — С. 35-95.
3. *Принципи морального життя.* — Львів: Свічадо, 1996. — 134 с.
4. Пахаренко В. *Поєдинок з Левіафаном.* — Черкаси: Відлуння, 1999. — 192 с.
5. Льюїс К. *Любовь. Страдание. Надежда: Притчи. Трактаты: Пер. с англ.* — М.: Республика, 1992. — С. 432.
6. Сверстюк Є. *Останнє слово на суді // На святі надій.* — К.: Наша віра, 1999. — С. 31-34.
7. Ортинський І. *Запрошення до життя.* — Ротенберг: Вид-во "Українська Салезіянська Місія", 1997. — 152 с.
8. Сверстюк Є. *Перебудова Вавилонської вежі // Блудні сини України.* — К., 1993. — С. 70 - 112.
9. Сверстюк Є. *Свобода слова і культура думки // На святі надій.* — К.: Наша віра, 1999. — С. 199-207.
10. Puzynina Ja. *Slowo — Wartosc — Kultura.* — Lublin, 1997. — 482 с.
11. Маринович М. *Уникаючи апокаліпсису: шанси та ілюзії // Уникаючи апокаліпсису: Збірник статей та матеріалів з філософії масової комунікації.* — Львів: ЗУМЦНЖ, 1999. — С. 5-14.
12. Сверстюк Є. *Духовні джерела відрод-*

- ження // Блудні сини України.* — К., 1993. — С. 46-50.
13. Сверстюк Є. *На святкуванні 1000-ліття Хрещення Руси біля пам'ятника Володимирові Великому в Києві 5 червня 1988 року // На святі надій.* — К.: Наша віра, 1999. — С. 157-164.
14. Сверстюк Є. *Дорога до Христа і лабіринти // На святі надій.* — К.: Наша віра, 1999. — С. 171-183.
15. Сверстюк Є. *Добігає час тисячоліття // Українське Слово.* — 2000. — 6 січ.
16. Маринович М. *До чого розбудив нас Півень — 1993? // Україна: дорога через пустелю: 36. статей.* — Харків: СП "Фоліо", 1993. — С. 143-145.
17. Маринович М. *Спокутування комунізму (триптих) // Україна: дорога через пустелю: 36. статей.* — Харків: СП "Фоліо", 1993. — С. 146-183.
18. Маринович М. *Україна на полях Святого Письма // Україна на полях Святого Письма.* — Дрогобич: Відродження, 1991. — С. 53-64.
19. Маринович М. *Повертаючись до прав людини // Україна: дорога через пустелю: 36. статей.* — Харків: СП "Фоліо", 1993. — С. 73-84.
20. Маринович М. *Повнота часу для України // Україна: дорога через пустелю: 36. статей.* — Харків: СП "Фоліо", 1993. — С. 7-15.
21. Маринович М. *Схрещені мечі наших політичних доріг // Україна: дорога через пустелю: 36. статей.* — Харків: СП "Фоліо", 1993. — С. 137-143.
22. Маринович М. *Хто за — той проти // Україна: дорога через пустелю: 36. статей.* — Харків: СП "Фоліо", 1993. — С. 115-117.
23. Маринович М. *Українська демократія: успіх чи поразка? // Україна: дорога через пустелю: 36. статей.* — Харків: СП "Фоліо", 1993. — С. 84-103.
24. Маринович М. *Кайдаші і кайдашата нашої хати України // Україна: дорога через пустелю: 36. статей.* — Харків: СП "Фоліо", 1993. — С. 58-63.
25. Маринович М. *Бесіда за тріснутою філіжанкою з-під кави // Україна: дорога через пустелю: 36. статей.* — Харків: СП "Фоліо", 1993. — С. 68-72.
26. Маринович М. *... І братолюб'є пошло // Україна на полях Святого Письма.* — Дрогобич: Відродження, 1991. — С. 65-67.



27. Ортинський І. Містерія Христа — тасмніця нашого буття // Три кольори. Для роздуму. сьогодні, для тебе. — Львів: Атлас, 1997. — С. 102-109.
28. Ортинський І. Тільки одним шляхом // Три кольори. Для роздуму. сьогодні, для тебе. — Львів: Атлас, 1997. — С. 253-254.
29. Ортинський І. Що означає бути? // Три кольори. Для роздуму. сьогодні, для тебе. — Львів: Атлас, 1997. — С. 189-191.
30. Ортинський І. Українська молодь на перехресті // Три кольори. Для роздуму. сьогодні, для тебе. — Львів: Атлас, 1997. — С. 236-240.
31. Ортинський І. Філософія для нас. // Три кольори. Для роздуму. сьогодні, для тебе. — Львів: Атлас, 1997. — С. 93-97.
32. Ортинський І. Шукайте перш Царства Божого й правди його // Тільки про любов. Неділя у сяйві благовісті. — Рим; Фрайбург: Вид-во оо. Салезіян, 1991. — С. 75-78.
33. Ортинський І. Під проводом згори // Три кольори. Для роздуму. сьогодні, для тебе. — Львів: Атлас, 1997. — С. 81-84.
34. Ортинський І. Сучасна людина і питання існування Бога // Три кольори. Для роздуму. сьогодні, для тебе. — Львів: Атлас, 1997. — С. 97-102.
35. Ортинський І. Хочемо бути щасливими! Справді? // Три кольори. Для роздуму. сьогодні, для тебе. — Львів: Атлас, 1997. — С. 276-280.
36. Ортинський І. Ввійти у суть буття // Три кольори. Для роздуму. сьогодні, для тебе. — Львів: Атлас, 1997. — С. 180-183.
37. Ортинський І. Варто змагатися, щоб вірити // Три кольори. Для роздуму. сьогодні, для тебе. — Львів: Атлас, 1997. — С. 10-13.
38. Фуко М. Правила промови. — К., 1993.



Ю. Ф. Ярмиш,  
к. філол. н., проф.  
УДК 070.1

## Зміст і мова сучасних електронних ЗМІ

Нині, коли телебачення впевнено увійшло до багатьох міських квартир і сільських осель, варто проаналізувати, а що, власне, чують люди з блакитного екрана, чи не роблять тележурналісти, автори прикрих фактичних помилок, чи володіють досконало мовою? На жаль, навіть провідні телеканали України та їх диктори, ведучі, коментатори, автори телепередач не можуть поставити собі на карб оцінки: все що робиться — робиться відмінно.

Під час святкування десятиріччя незалежності України телеведуча Першого національного телеканалу повідомила зі святкового Хрещатика на всю Україну, що вірші про відбудову зруйнованого війною Києва "Люба сестричко, милий братику, попрацюємо на Хрещатику" написав поет... Володимир Сосяра. Справді, Володимир Миколайович Сосяра розбирав руїни, збереглося відповідне фото. Але ж цитовані рядки написав не він, а поет Павло Григорович Тичина, який теж працював на зруйнованому війною Хрещатику. Ця фактична помилка (до речі, одна з багатьох) свідчить про відсутність ефективної служби перевірки фактів на Першому національному телеканалі, можливо, — про невисоку ерудицію декого з тележурналістів або й погану освіту.

Така ж сама історія і на каналі "Інтер". 7 березня 2001 року "Інтер" повідомив, що "Два покоління предків Карла Маркса були раввинами в Бресті". Факт сам по собі цікавий, але в якому Бресті вони "були раввинами" — у французькому чи білоруському?

Тележурналіст Максим Равреба цього не уточнив.

Після трагедії 11 жовтня 2001 року в Нью-Йорку Перший національний телеканал повідомив, що під руїнами Всесвітнього торговельного центру залишилось 12 тонн золота на суму 108 мільярдів доларів. Хоч насправді — на суму 108 мільйонів доларів, тобто у 1000 разів менше. 19 листопада 2001 року "Новий канал" у передачі "Репортер" спочатку стверджував, що прем'єр-міністр Болгарії — король, а потім, що — екс-король. Насправді ж, у Болгарії ніколи не було королів. Прем'єр-міністр цієї слов'янської країни — цар, Сімеон Другий.

Такі повідомлення, де змішується правда з неперевіреними фактами, заплутують телеглядачів, або й дезінформують. Причому, на "Інтері" журналіст Олег Печеніг повідомив, що "Класики відносились до мови дуже негативно". По-перше, "не відносились", а "ставились", по-друге, не "негативно", а цілком позитивно. Інший наш випускник тележурналіст Віктор Коваленко, ведучий теленовин, російською мовою на "Новому каналі" так старанно русифікував текст, що назва відомої української баскетбольної команди "Будівельник", звучала у нього як "Будівельнік".

Дивні за змістом "новини" часом повідомляють і московські телеканали. Про них слід говорити, бо ці телеканали приймаються в Україні, розповсюджуються кабельним телебаченням.



"Рен ТВ" на запитання "Кого росіяни вважають найкрасивішою жінкою Росії?", відповів, що це — Софія Ротару. Якщо і в Росії вважають, що співачка Софія Ротару красива жінка — з легким серцем погоджусь. Однак ця популярна в народі співачка народилась в Україні, постійно живе в Ялті. Може керівники московського телеканалу "Рен ТВ" вважають, що Ялта (і відповідно — Крим) належать Росії?

Телеканал "Ютар" часто повторює у відеозаписах телепередачі московського каналу ТВ-6. У передачі про всесвітньо відомого мандрівника, відкривача нових земель Миколу Миклухо-Маклая на "Ютарі" було сказано буквально таке: "Великому рускому путешественнику и ученому от благодарной России". Це слова з російського пам'ятника вченому на острові Нова Гвінея, на Березі Маклая. Нашій Національній академії наук, як завжди, немає діла до власних великих людей. Хоча всім відомо, що Микола Миклухо-Маклай — українець, родом з Малина. До речі, українцями себе вважають і нащадки Миколи Миклухо-Маклая, з якими я зустрічався у 1985 році в Австралії. Пізніше з ними бачився київський публіцист Федір Зубанич, вони повторили йому теж саме: "Ми — українці". До речі, старійшина роду Миклухо-Маклаїв в Австралії, диктор австралійського державного телебачення, коли ще за радянських часів був у Києві, він таємно вночі на таксі за долари промчав до Малина і сфотографував той напівзруйнований будинок, де колись народився його дід.

Чому ж український телеканал "Ютар" не зробив відповідного коментаря до процитованого ним напису з московської телепередачі, хто такий насправді Микола Миклухо-Маклай? Може "ютарівці" погоджуються з твердженням ТВ-6? А це вже питання принципове — питання якості історичних знань, питання патріотизму.

У деяких московських телеканалів взагалі не все гаразд із знанням історії. Канал ТВЦ, розповідаючи про Древній Рим, про

Гая Юлія Цезаря та Брута стверджує: "Имена их аршинными буквами вписаны в эллинскую историю". А треба було б сказати "в римскую историю" або в "историю Римской империи". Бо елліни — то греки.

В іншій телепередачі ТВ-6, яку повторив "Інтер", було сказано: "От орхидей темнеет в глазах". Від плутанини історичної теж "темнеет в глазах". А от про різнобарвну, яскраву палітру тропічних квітів краще було б сказати: "От орхидей рябит в глазах", або "пестрит".

Не кращі справи з точністю фактів і на американському телеканалі "Дискавері". У жовтні 2001 року в передачі "Великі єгиптяни" стверджувалось, що каміння для піраміди видобувалось з рудника. Але з рудника видобувається руда, а каміння — з кам'яного кар'єру.

У Парижі, на французькому телеканалі ТВ-5 до сьогодні не знають, що столиця Казахстану вже давно не Алма-Ата, а місто Астана, і щодня, подаючи температуру в столицях світу, посилаються на Алма-Ату.

На жаль, на Українському телебаченні по-своєму переписується історія Народного руху України. Вже забуто, коли не зігноровано і Спілку письменників України, де на початку 1989 року було проголошено і незабаром створено Народний рух за перебудову. Вперше вислів "Народний рух" прозвучав на відкритих партійних зборах київських письменників з вуст письменника Фоки Бурлачука, генерал-майора, автора книжок про декабристів. Уже й не згадують тих, хто писав Статут Народного руху, а це поет Петро Осадчук, літературознавець Іван Дзюба. Забули тих, хто витримав на телевізійних дискусіях удари з боку зав. відділу пропаганди ЦК КПУ Л. М. Кравчука. Тими сміливцями були поет Іван Драч, Дмитро Павличко, прозаїк Володимир Яворівський, вчений Мирослав Попович. Нині телебачення говорить лише про В'ячеслава Черновола як про засновника Руху або як про "одного із засновників Народного руху" (тележурналіст М. Канішевський).



Насправді ж В. М. Чорновіл прийшов до керівництва Народним Рухом не в найскладніший час, а прийшов на місце вже виборене у тоталітарної системи І. Драчем, В. Яворівським, Д. Павличком і тисячами інших патріотів України, які вважали, що Рух має бути рухом народу, мільйонних мас, людей з різними політичними поглядами, але не партією. Недалеке минуле показало, хто був правий. Відомий видавець Йосип Зінкевич, директор видавництва "Смолоскип" імені Василя Симоненка, ще у 1993 році зробив на першій програмі Українського радіо гірку заяву: "В незалежній, суверенній Україні Народний рух себе не знайшов. Треба не в опозицію до влади ставати, а, засукавши рукава, щоденно працювати над розбудовою демократичної України".

Тож не треба на каналах Українського телебачення переписувати відому всім історію України останнього десятиріччя, треба її сумлінно і чесно вивчати.

Часто-густо з телеканалу чуємо в українських телепрограмах незграбні русизми.

"Ютар": "На завершення — невеличка справка" (замість — "довідка").

Перший Національний, фраза Голови Кабінету Міністрів В. А. Ющенка: "Сьогодні перечеркується робота уряду" (замість — "перекреслюється").

"СТБ": "Типографські послуги" (треба — "друкарські послуги").

УТ-2: Передача "Освітній канал": "При поступанні до вузів" (замість — "при вступі").

Перший Національний: "Амбасада" (треба — "посольство"). Навіщо захарашувати українську мову іноземними словами?

"ТЕТ"-Київ: казенна фраза — "На цьому кварталі протягом останніх років було зламано досить багато копій" (треба — "списів").

Перший Національний віднайшов якість "Галапогаські острови" (замість "Галапагоські").

На "Інтері" відкрили: "Пам'ятник великому туркменському поету Махут Кули" (замість — Махтум Кули).

"Травіс", повторюючи московську телепередачу про чай та його властивості, дублював і дурницю: "Это был, конечно, кофеин" (а треба — "танін").

Перший Національний винайшов нове міністерство: "Перший заступник міністра зовнішніх справ" (замість — "закордонних справ").

Він виявив себе також "знавцем" морської справи: "Грінпісівці прикували себе до якірного ціпа" (треба — "до якірного ланцюга", бо "ціп" — то знаряддя не морське, а селянське).

Щодо процитованих вище помилок, недоречностей, прикладів кричущого незнання мови варто нагадати працівникам телебачення відоме російське прислів'я: "Слово не воробей, вылетит — не поймаешь". Добре, коли б це прислів'я пам'ятали також державні діячі, політики.

"Новий канал" 1 березня 2001 року випустив в ефір інтерв'ю з Генпрокурором України. Ось що той говорив про Юлію Тимошенко: "Не надо так naïвно считать эту женщину". Про майора Мельниченка було сказано таке: "Я думаю, что там будет еще шпионаж... Я гарантирую вас..." Зрозуміло, що такі фрази відомої особи викликають протилежний ефект.

Спробував дати інтерв'ю українською мовою і народний депутат Віктор Суслов ("Ютар", 20 січня 2001 року). От що в нього вийшло: "Винних повинно бути встановлено і суворо наказано" (замість — "покарано").

12 березня 2001 року на "ІСТV" міністр юстиції України Сюзанна Станік висловила так само казенно: "В акціях, представляючих опозиційний бік".

Журналіст Микола Княжицький того ж 12 березня на ІСТV у програмі "Свобода слова" так прокоментував дії окремих осіб з УНА-УНСО: "Їх треба наказати" (замість — покарати).

У "Новинах" (Перший Національний телеканал) 16 березня кореспондент повідомив ефектно: "Олігархів як і батьківщину просто не обирають". Піддаючи сумніву



зміст цієї ефектної фрази, додамо, що журналіст не знає різниці між дієсловами "обирати" і "вибирати". Поет Василь Симоненко це розумів прекрасно:

Можна все на світі вибирати, сину,

Вибрати не можна тільки Батьківщину.

Часом дивують нас і коментарі відомих тележурналістів. І. Ю. Слісаренко, розповідаючи на каналі "1+1" 17 січня 2001 року про негідну поведінку російських моряків у Японії, сказав: "Але ті не милися, а бешкетували. Чим викликали невдоволення аборигенів". Отже, виходить, що японці (висококультурна нація!) це... аборигени? І ми з вами — теж аборигени?!

Досить часто текст на телеекрані не збігається із зображенням або й суперечить йому. На "ICTV" у програмі "Факти" Олена Фроляк 23 січня 2001 року так прокоментувала відеоряд: "І на останнє на подіум вийшов сексуальний і розбещений Гальяно" (тобто йшлося про чоловіка — відомого кутюр'є). Але творця шокуючих мод, коли зву-

чали слова Олени Фроляк, на телеекрані не було — там, не поспішаючи, йшла до глядачів красива модель з оголеними грудьми.

Часом казенна мова звучить у цілком пристойній телепередачі "Магазин на околиці": "Дає високі показники по яйценосності (!)"

Завершити цитування цих прикрих прикладів я хотів би фразою колишнього теле- і радіокерівника Долганова (Перший національний канал, 25 лютого 2001 року): "Я хотів би, щоб ви задали питання".

Тож поставимо запитання і ми: "Коли ж керівники українських телеканалів почнуть серйозно ставитись до проблеми точності у подачі фактів, до якості мови, "про що і як" (слова письменника Б. Д. Антоненка-Давидовича) журналісти говорять у телеефірі. Мова в нас державна — одна, українська. Вона красива, милозвучна, точна, має певні закони і норми. І псувати нашу мову не варто нікому — ні журналістам-професіоналам, ні авторам.



## Сучасна портретистика. Проблема жанру

Портретистику можна розглядати у трьох найважливіших аспектах: філософському, жанровому, естетичному. Ми зупинимося на жанровому аналізі портрета. Здавалося б, що проблеми тут немає, оскільки журналістикознавство давно встановило й утвердило жанрові норми, про які ми можемо дізнатися з будь-якого журналістичного посібника, підручника. А от чи відповідають ці норми сучасній публіцистиці — це актуальне питання.

Поглянемо на ті норми, які визначають портрет у системі жанрів. Розпочнемо, так званий, жанровий пошук. Але до того, як знайдемо різні визначення портрета, усвідомимо, що визначення — це та система ознак і характеристик явища, яка повинна охоплювати всю його суть і всі види, аби жодна найдрібніша частка не залишилася поза увагою.

Звичним є те, що портрет зараховують до художньо-публіцистичних жанрів, до нарису (є портрет-есе, портрет-зарисовка).

У М. П. Подоляна читаємо: "У центрі портретного нарису — людина. Не просто "робот", "істота", а людина з характером, з її духовністю, з конкретними вчинками, які розкриваються в суспільно значимих діях, конфліктних ситуаціях... Головна особливість нарису — розкриття духовного світу героя, окреслення його характеру" [1]. Не можна не погодитися з тим, що портрет повинен розкрити людину, яка є центром осмислення, але політичний портрет має своїм центром політичну ситуацію, історичний портрет ставить у центрі епоху і час, культурологічний — буття

культури. І хоч пріоритетною залишається людина й її духовний світ, проте точкою відліку мислення про людину є ситуація — політична, історична, культурна. Портрет потребує не тільки і не просто людини, портрет вимагає осмислення людини у системі, і система не меншовартісна у цьому поєднанні. Проте це ще не є проблемою жанрового визначення, оскільки ми зайшли у царину публіцистичної філософії. Що перше: людина чи світ, який її творить і оточує? Це питання важливе, але не є принциповим для окреслення жанру. Визначення жанру повинне не просто охарактеризувати твір, як уже було зазначено, у всіх його особливостях, але має дати інструменти, якими можна його створити. Для цього звернемося до нарисових характеристик, оскільки більшість радянських дослідників портрет долучали до нарису і сучасні дослідники продовжують цю традицію.

Нарис — це самостійний жанр публіцистики, в якому на документальній основі досліджуються важливі суспільно-політичні факти, явища, розкриваються події, в центрі яких є зображення людини.

Таке визначення, у різних варіаціях, ми знаходимо у більшості журналістичнознавчих довідників і воно, на перший погляд, відповідає особливостям портрета. Але, окрім визначення у журналістичнознавчій літературі, ми читаємо, що важливим для нарису є художнє бачення автора, тобто домисел навколо героя і кружляння фантазії навколо життєвої ситуації. Чи можливо це для політичного портрета? Адже політичний портрет — це аналіз, передусім, полі-



тичних фактів. Який може бути у ньому домисел, якщо він має представити політичні погляди політика? Так само й історичний портрет оперує фактами, які не повинні домислюватися, а повинні осмислюватися, залишаючись вповні реаліями минулого, а не витвором фантазії. Очевидно, що визначення портрета нарисовим не охоплює всі види портретів, а значить на сьогодні не є досконалим.

Є й інше визначення портрета: "До сюжетних нарисів належить портретний та проблемний. Портретний нарис оповідає про якусь цікаву людину, яка заслуговує на увагу... про життя і діяльність якої цікаво дізнатися читачам, слухачам чи глядачам. Мета портретного нарису — змалювати живі риси героя, сповістити про те нове, що він приніс до життя" [2]. Воно мало різнитися від попередніх, хоч і зазначає, що портретний нарис є сюжетним, проте не слід забувати, що сюжетність притаманна будь-якому твору, навіть без елементів художності, оскільки сюжетність має безліч різних форм вираження. І це значить, що сюжетність не є показником суто портретним.

Визначення повинне охоплювати всі види і особливості явища. Які ж портрети ми маємо на нашому інформаційному полі? Поглянемо, чи відповідає теорія практиці.

За тематичною спрямованістю:

**1. Літературний портрет.** Має безліч форм. Портрет-роман. Портрет-дослідження (за формою статті — поширений у "Літературній Україні"). Портрет-есе. Портрет-сенсація (за тлумаченням автора — див. О. Бузина "Шевченко-вурдалака") та ін.

**2. Політичний портрет.** Посідає особливе місце у сучасній портретистичі. Є і формою аналізу політичної ситуації, і формою творення політичного образу-іміджу. Політичний портрет активно послуговується іншими жанрами: долучає розслідування, репортаж, інтерв'ю. Найчастіше політичний портрет твориться у формі статті — глобальний аналіз на основі значної су-

купності фактів. Розрізняються політичний портрет і портрет політика. Читаємо у книзі "Політика, преса, влада": "Створюючи політичний портрет, автор зосереджує увагу на політичній характеристиці особистості. Портрет політика — це не обов'язково виклад його політичних поглядів і дій в динаміці. Домінанта духовного світу (внутрішній портрет) політика — його політичний світогляд, концептуальні підходи до проблеми влади, суспільства, особистості, участь у справах держави, визначення форм, завдань, змісту державної діяльності. В політичному портреті людська індивідуальність поступається місцем політичному еству особистості, тобто домінуючий бік твору — політика як основна, професійна форма діяльності..." [3]. Тут, до речі, слід сказати, що якщо портрет політика може бути написаний і у формі нарису (есе чи зарисовки), і у формі статті, і у формі інтерв'ю, то політичний портрет у жодному разі не послуговується художньо-публіцистичними жанрами (хоч і не відмовляється від стилістичних прийомів, образності, тобто елементів художності, без яких тканина твору — мова є блідою і непринятною).

**3. Історичний портрет.** Подібно до портрета політичного історичний портрет користується різними жанровими формами залежно від мети та способу оповіді. Але слід пам'ятати, що ті портрети, які користуються історією лише як обрамленням, для створення духу, а не для відтворення минулого, скоріш належать до літературних портретів. Історичний портрет у своєму справжньому сенсі частіше долучається до статті, тобто до аналітики. Сьогодні особливо популярні історичні портрети-книги (штрихи до портретів, мемуар-портрети, інші форми).

**4. Культурологічний портрет.** За рейтингом популярності близький до політичного портрета. Із великою цікавістю аудиторії до світського життя зіркового олімпу суспільства (співаків, артистів, режисерів, продюсерів і т. п.) виникла ціла низка портретів-зарисовок, які нічого спільного із на-



рисовими зарисовками не мають, окрім штрихової форми подачі та короткої форми. Ці портрети-зарисовки повідомляють зацікавлених читачів про найбуденніші, але найцікавіші для останніх відомості з життя Зіркового Світу, про звички, про вигляд, про спосіб відпочинку і т. д. Поряд з тим існують й серйозні культурологічні портрети, які користуються нарисовими чи аналітичними формами, висвітлюючи творчу діяльність представників культури.

**5. Соціологічний портрет.** Портрет рейтингів, графіків популярності тощо. Найнетрадиційніший серед портретів і найпопулярніший у період виборів, що демонструє своїх героїв у вигляді цифр, відсотків, таблиць.

**6. Побутовий портрет, або портрет Простої людини.** Портрет, який занепав у вітчизняній журналістиці в останні 10 років. Типовий нарисовий портрет радянських часів. Сьогодні стало не популярно писати про звичайну, Просту людину, тому що сама вона стала не популярною для держави, не пріоритетною для державної ідеології. Саме з цього типу портрета виріс класичний нарисовий портрет. І можна сказати, що саме з його занепадом занепав і нарис у цілому.

Як бачимо, різні тематичні напрями портретів вимагають різних жанрових форм. Про це свідчить практика, аналіз існуючих на інформаційному ринку портретів. Звісно, саме тут могла б виникнути дискусія з приводу, чи може практика відхилитися від теорії. Та з іншого боку, чи може теорія так безнадійно відставати від практики? Адже очевидно, що сьогодні портретистика пішла значно далі нарису, переросла його, стала ширшою та самостійнішою. Подібно до тематичної класифікації можна навести класифікацію портретів за долученням інших жанрів. Портрет долучає: статтю, інтерв'ю, розслідування, репортаж, нарис, зарисовку, есе, фейлетон, памфлет.

Особливо популярним стає портрет-інтерв'ю. Чимало різноманітних видань послугову-

ються таким способом аналізу особистості, через її ж власні думки, висловлювання про себе, про світ, про оточуючих. Та не тільки видання, а й телевізійні, радійні передачі користуються цим видом портрета. Оскільки портрет не є обмеженим у засобах вираження і творення, то ним користуються майже всі види ЗМІ, можливо, що й Інтернет найближчим часом виробить свої форми портретистики.

Це різноманіття портретних форм свідчить про головне, про те, що журналістичкознавство стоїть перед проблемою переосмислення жанрових класифікацій та визначень, про адаптацію теорії до тих практичних здобутків, які вже зробила журналістика. Портретистика потребує свого окремого місця у системі жанрів.

З приводу переосмислення радянського журналістичкознавства цікаво дізнатися, що думають про портретистику іноземні дослідники. У французькому збірнику жанрів "Гід журналіста" портрет знаходимо серед аналітичних жанрів. Визначення дають таке: "Портрет є публіцистичним жанром, який об'єднує елементи репортажу, розслідування, інтерв'ю та аналізу. Він має довільну форму викладу й може змінювати свій обсяг" [4, 60].

Французькі журналістичкознавці дають такі характеристики портрета:

"1. Добре виписаний портрет має залишати у читача враження, ніби він особисто познайомився з людиною, ім'я якої йому давно відомо.

2. Персонаж портрета має бути присутнім з перших рядків тексту і не зникати з жодного абзацу. Розповідь має містити багато цитат, сценок з життя, влучних зауважень.

3. Жанр передбачає, щоб автор зустрічався з персонажем особисто, а попередньо назбирав на нього гарне досє...

4. Виписати портрет — це відшукати ті риси, які максимально точно окреслюють персонажа..." [4, 63-64].

Є принаймні три корисні аспекти в іноземному досвіді:

— портрет виокремлюється як са-



мостійний жанр у системі жанрів;

— портрет аналізує, належить до аналітичних жанрів;

— портрет долучає інші жанри.

Характеристики, притаманні вітчизняним портретам:

— сучасний портрет перестав бути тільки нарисовим;

— сучасний портрет став і аналітичним;

— сучасний портрет є самостійним жанром.

Отже, очевидно, що портретистика зробила крок від радянської традиції до західної, і це має якось позначитися на теорії, зокрема на жанровому визначенні портрета.

Найзагальнішим визначенням сучасного портрета може бути таке: *Портрет — самостійний жанр у системі журналістських жанрів, який аналізує особистість, індивідуальність людини на тлі історичної, соціальної, політичної, культурної дійсності. Портрет використовує різні жанрові форми (нарис, есе, зарисовка, стаття, розслідування), переймаючи їх особливості.*

Це визначення тільки дає напрям для аналізу портрета, задає систему координат. Але воно, як і попередні, не дає інструментів творення портрета. Для цього наука журналістикознавства повинна розробити визначення кожного окремого виду портрета, враховуючи особливості його творення. А спершу наука повинна проаналізувати сучасний стан речей у публіцистиці та портретистиці, і не зупинятися в цьому аналізі ніколи, тому що журналістика рухається попереду часу, і науці слід за цим рухом встигати. Мета цієї статті й була показати ту кінцеву зупинку, на якій забарилося сучасне журналістикознавство.

1. Подолян М. Публіцистика як система жанрів. — К., 1998, — С. 31-32.

2. Богданов В., Вяземский В. Справочник журналиста. — М., 1965, — С. 356-358.

3. Чічановський А. А., Шкляр В. І. Політика, преса, влада. — М., 1993. — С. 34.

4. Гід журналіста. — К., 1999.



## Вплив суїцидів серед окремих працівників міліції на формування іміджу системи МВС України

Складники формування іміджу працівника міліції та системи МВС України в цілому нерідко не мають під собою суто "іміджевих" або "ПР-івських" підвалин. Позитивний чи негативний імідж правоохоронного органу може мати як суб'єктивне, так і об'єктивне пояснення. Суб'єктивізм ґрунтується на успішному чи неуспішному інформаційному забезпеченні з боку різноманітних центрів громадських зв'язків (квазі-ПР правоохоронних органів) яскравих виступів ключових посадовців, на статистиці щодо кількості розкритих резонансних злочинів, на численних прикладах благодійної діяльності "силової" структури тощо. Об'єктивні причини побудови іміджу органів внутрішніх справ більш прогнозовані та стабільні в нашому суспільстві. Крім того, вони некеровані, їх необхідно сприймати, як належне. Найчастіше, це низка невирішуваних на даному етапі проблем, які псують "клімат" як всередині міліційного середовища, так і суттєво впливають на іміджеву модель структури у свідомості пересічних громадян. Це не що інше, як неувага до корпоративного, внутрішнього налаштування міліційного середовища. Однак неувага об'єктивна. Недостатнє бюджетне забезпечення, низький рівень заробітної плати, пенсії, які є неадекватними тим фізичним та психічним навантаженням, які доводилося переживати протягом служби, вкрай погане матеріально-технічне забезпечення, проблеми з виплатами страхових сум, незабезпечення житлом тощо. Всі ці відправні для формування

іміджу моменти є відправними для всіх без винятку "силових" структур. Міліція, як наймасовіша із них, уражена "метастазами" політичної та економічної кризи в державі наскрізно та масштабно.

Функціонування проблемної, але при цьому воєнізованої одиниці — ознака, притаманна для всіх країн пострадянського простору. Відмінності полягають тільки в тому, що одна країна більш уважна до своїх "силовиків" та вдаліше вирішує їхні проблеми, скорочуючи при цьому видатки на певні галузі народного господарства (Росія, Прибалтика). Інші держави, серед яких Україна, перебуваючи під шквалом звинувачень щодо побудови "поліційної держави" як з боку власної еліти, так і закордонних авторитетів, економлять на внутрішній національній безпеці. І все це відбувається та тлі конфліктості суспільства та повної відсутності будь-яких ідеологічних орієнтирів. Рятівною соломинкою у цій ситуації є лише те, що міліція — чи не єдина в Україні структура, яка "виживає" за рахунок власної (корпоративної) ідеології, сформованої ще за часів радянського соціуму та збереженої, хоч і певною мірою мутованою, дотепер.

Внутрішня ідеологія працівників міліції — тема не цілком досліджена представниками як політичних, так і будь-яких інших наук. Однак не цей аспект є об'єктом нашого дослідження. Формування іміджу правоохоронних органів України під впливом саме об'єктивних чинників, які зазвичай компрометують або ж просто нівелюють переважну



більшість активних зусиль спеціалістів з побудови іміджу зовнішнього та корпоративно-го, — це й є предметом дослідження. Негативний вплив на хиткі залишки ідеологічної надбудови в системі МВС України, а також спровокована цим руйнація позитивного іміджу правоохоронного органу — один із найголовніших висновків, до яких приходить автор статті.

Давно не секрет, що соціальні проблеми штовхають міліціонерів на суїцид. У травні 2001 року МВС України оприлюднило дані, за якими з початку року 15 працівників органів внутрішніх справ здійснили самогубство. Як повідомив начальник Головного управління по роботі з особовим складом МВС М. Онуфрієв, по три факти самогубств зафіксовано в Криму та на Полтавщині, два — у Сумській області, по одному — у Києві, Донецькій, Кіровоградській, Миколаївській областях, на Південно-Західній залізниці, в апараті МВС та у внутрішніх військах [1, 2]. Звичайно, в Міністерстві внутрішніх справ порівнюють загальну ситуацію з самогубствами по країні та приходять до висновку, що самогубства в органах внутрішніх справ перебувають "у контексті". Але від цього нестає легше, бо у свідомості пересічних громадян психічно невірноважена людина з табельною зброєю в руках — явище вельми загрозливе. Оскільки, проєктуючи поведінку суїцидента в міліційних погонах, громадянин не може бути стовідсотково впевненим у тому, що завтра психічний розлад не штовхне правоохоронця спрямувати дуло пістолета не в бік власної скроні, а в бік протилежний — в бік тих проблем, які штовхають його на крайній крок. І немає жодної гарантії, що вулицею в цей час не буде йти ні в чому невинний перехожий... Про який позитивний імідж на цьому тлі можна говорити?

У жовтні 2001 року МВС України оприлюднило нові, але так само невтішні дані: з початку року було зареєстровано вже 28 самогубств. За словами міністра Юрія Смирнова, більшість із них пов'язані з систематичною невиплатою грошей працівникам си-

стеми МВС та на ґрунті сімейних негараздів. На думку міністра, більшість міліціонерів відчують безвихідь свого становища, оскільки на іншу роботу практично влаштуватися не можуть [3].

Російські дослідники, проаналізувавши ситуацію в країні, прийшли до висновків, що найчастіше міліціонери-самогубці є цілком здоровими людьми та зводять рахунки з життям за допомогою службового пістолета або ж мотузки. І якщо серед цивільного населення існує статистика, згідно з якою на кожен завершений суїцид припадає вісім спроб самогубства (1:8), то в лавах МВС картина зворотна — 8:1 [4]. Здійснюються самогубства найчастіше у вихідні (42 %) і за місцем проживання (65 %). Під час служби відбувається кожне п'яте самогубство, причому на роботі міліціонери вирішують зробити цей крок, зазвичай, вночі, в службовому приміщенні, а знаряддям самогубства є табельна зброя [5].

Випадки самогубств працівників міліції привертають увагу через особливий статус цієї професії (хоча відкритою цю інформацію можна назвати хіба що з великими купюрами). Цікавим є той факт, що статистика суїцидів велася ще царським Міністерством внутрішніх справ з 80-х років XIX сторіччя. Револьюційні події не вплинули на діяльність статистиків, але в 30-х роках Сталін, прийшовши до влади, заборонив будь-яке оприлюднення даних на "суїцидальну" тему, а потім наказав закрити дослідження. Лише з початком горбачовської перебудови публікація даних про самогубства почала поступово відновлюватися.

Росія — велика держава, але кількість самогубств, навіть зважаючи на таку колосальну територію, не може не вражати: щорічно органи внутрішніх справ втрачають з цієї причини від 200 до 400 співробітників! Так, у 1997-1999 роках жилося найгірше міліціонерам на Чукотці (в середньому 217 самогубств на рік), на Алтаї (147), в Карелії (80) [4]. Ці три російських регіони — найбільш проблемні з точки зору соціально-економічного розвитку. Від таких цифр стає мо-



торошно і зрозуміло, що співробітники міліції не "грають в самогубства"... У 2000 році по МВС Росії зареєстровано вже 299 випадків самогубств (порівняно з 1999 роком показники знизилися на 4%) [6].

В Україні ситуація теж далеко не найкраща. Проблему суїциду серед працівників міліції почали вивчати вітчизняні психологи та конфліктологи, використовуючи досвід американської поліції, ще десять років тому. Отже, ці дослідження — ровесники нашої незалежності. Виявилося, що з 1991 до 1993 року кількість самогубств перевищувала бойові втрати. До 1995 року, завдяки терміново створеній психологічній службі, кількість суїцидів удалося зменшити [8]. Зараз ситуація знову загострилася: від власних рук гине набагато більше охоронців правопорядку, ніж від бандитських куль та ножів. Майже половина втрат серед особового складу української міліції припадає на самогубства [9].

Органи внутрішніх справ суттєво "втрачають" позиції щодо свого іміджу через такі факти. У 1998 році було проведено ґрунтовне соціологічне дослідження, яке довело, що третина громадян України абсолютно не довіряє міліції. Автор докторської дисертації з юридичної психології на тему "Проблеми професійної деформації співробітників органів внутрішніх справ" викладач Інституту МВС Володимир Медведєв вважає, що заізолюваність міліції сприяє поширенню професійної деформованості. Найчастіше вона вражає представників професій типу "людина-людина": педагогів, акторів, юристів. Їх об'єкт діяльності — людину чи групу громадян — можна уявити у вигляді джерела психологічної радіації. Воно потужне, а для працівників ОВС скоріше шкідливе, ніж корисне. Звідси — різні вади, моральні аномалії [10]. На жаль, об'єкт діяльності міліції більш насичений негативними морально-психологічними характеристиками, ніж той, з яким мають справу, скажімо, вчителі та лікарі. Спілкування не з кращими категоріями населення викликає негативні емоції, призводить до стійкого дефіциту позитивних

вражень, до розчарування та зневіри в людях. Але, навіть відчуваючи до негідників огиду і презирство, працівники міліції змушені встановлювати контакти з ними, довірливі стосунки, виявляти співчуття. Дуже поступово у працівника ОВС починає спостерігатися відхилення від певного соціального орієнтира, з'являється аморальність, потяг до алкоголю, навіть наркотиків. Формуються такі риси характеру, як жорстокість, нещирість, нігілізм. Сприяють цьому і перекоси в суспільній свідомості, і вищезгадане явище руйнації ідеологічних настанов у суспільстві.

Суїцидальну поведінку провокують і перманентні стреси. Так, за даними науковців Національної академії МВС України (проф. В. Андросюк), працівники слідства вважають потенційно екстремальними 50 % службових ситуацій, міліції громадської безпеки — 52 %, кримінальної міліції — 60 %, спецпідрозділів — 64 %. Результати досліджень свідчать, що при виконанні завдань у складних умовах майже половина дій працівників міліції можуть бути помилковими. Наприклад, під час виконання робіт, пов'язаних з величезною відповідальністю, що потребує пошуку нестандартних шляхів виходу з напружених ситуацій, можливі розгубленість (24 %), зниження критичності мислення (11 %), зниження координації та точності рухів (29,8 %), уповільнення реакції (27 %), зниження якості сприймання та уваги (8,9 %), порушення логіки міркувань (18 %) [11].

За даними психологів із США, у ситуації застосування зброї на ураження у полісменів спостерігається порушення сприймання часу (80 %), звуку (66 %), виникає так зване "тунельне бачення" (50 %). Після застосування зброї найпоширенішими реакціями є підвищене почуття небезпеки, переживання емоцій страху, гніву і навіть люті, порушення сну, нічні жахи, депресія, почуття провини, емоційне оніміння, сексуальні розлади тощо [11].

Дослідження англійських учених виявили, що професія поліцейського належить до



найбільш небезпечних з погляду загрози нервового стресу (друге місце після шахтарів), вірогідності виникнення алкоголізму та психічних розладів. Але по суїцидах, за даними Манчестерського університету, поліцейські займають лише 21 місце, перебуваючи в середині списку небезпечних професій [3]. За цими даними, вони "пропускають" вперед музикантів, акторів, психіатрів та представників інших лікарських професій. В Україні ж ситуація в "силових" структурах набагато драматичніша. У "контексті" сумної статистики — й інша "силова" одиниця держави — армія.

(Керівництво Міністерства оборони України оприлюднило дані, згідно з якими за вісім місяців 2000 року загинули 50 військовослужбовців. У траурних списках практично немає нещасних випадків, пов'язаних з військовою підготовкою чи службовою діяльністю. У 15 випадках — це доведені самогубства. Причому застрелився лише один офіцер, решта — повісилися. Серед них є навіть підполковники [12]. Вочевидь, що річні затримки заробітної плати та пошарпані кімнати гуртожитків не можуть витримати навіть звичні до спартанського способу життя люди. Інакше ці цифри пояснити важко...)

Варто згадати ще одну проблему — сувору заієрархієзованість в органах внутрішніх справ. Учені підраховали, що над кожним рядовим працівником міліції чи то постовим, даїшником, або навіть простим оперуповноваженим з відділення стоїть сім "рівнів" керівництва. Випадки суїциду характерні виключно для підлеглих.

Але заступник начальника ГУ МВС України з роботи з особовим складом полковник міліції В. Дорошенко вважає, що все ж таки основною причиною самогубств є соціально-економічні негаразди працівників міліції. Їхня робота пов'язана з постійним психоемоційним напруженням, з ризиком для життя, а отримують вони за це в середньому 161 гривню на місяць і то нерідко — не регулярно. Сьогодні в Україні понад 35 тис

міліціонерів не мають власного житла [13]. До того ж постійно народні обранці різних рівнів ставлять питання про позбавлення пільг співробітників ОВС на оплату житла, комунальних послуг, проїзд у міському та приміському транспорті, санаторно-курортне оздоровлення.

Про жахливе самогубство дільничного інспектора розповідала газета "Факты". Після кількох невдалих спроб чоловік встромив собі ніж прямо в серце на очах у двох своїх малолітніх дітей. Доведений до відчаю злиднями, нестатками, відсутністю житла, він не знайшов виходу із ситуації, що склалася. Передсмертна записка містила такі слова: "В моїй смерті прошу винити мою "совість"... [13]. Це приклад соціально-психологічної дезадаптації особистості. Людина втратила своє місце в соціумі. Кожного з нас від небезпек зовнішнього світу страхує інстинкт самозбереження. Але під тиском певних обставин цей інстинкт послаблюється настільки, що людина стає жертвою ... власної агресії. Так, 95 % самогубців були психічно здоровими людьми, пройшли психофізичний відбір при вступі на роботу до лав міліції. Однак за роки служби їхня нервова система цілком виснажилася, адже робота в міліції потребує неабиякої мобілізації психіки. Багато хто шукає втіхи в алкоголі, який хоч і не вирішує проблем, але дозволяє розслабитися. Тому більше половини працівників ОВС, які здійснили суїцид, зробили це в нетверезому стані.

Психологи будують графіки, креслять таблиці, намагаються встановити зв'язок суїцидів з освітою, трудовим стажем, місцем проживання, коливанням магнітних полів тощо. Цей зв'язок, звичайно, існує. За словами ад'юнкта кафедри юридичної психології Національної академії МВС України А. Нікітіна, найчастіше самогубства трапляються на початку весни, коли захисні сили організму людини вичерпуються. Більшість суїцидентів не дожили до 40 років. А саме у віці від 25 до 40 років у людей є потреба в матеріальній незалежності та стійких сімей-



них стосунках. За наших умов, ця потреба нерідко залишається незадоволеною. Особливо страждають від цього люди вразливі, такі, які дуже гостро переживають власну нездатність забезпечити сім'ю, дітей. В їхніх службових характеристиках, зазвичай, зазначені такі риси, як честолюбство, потреба в збереженні індивідуальності. А про яку індивідуальність може йти мова, коли діти голодують, а дружина кляне долю за те, що "пов'язала своє життя з жебраком"... [13].

За класичними матеріалами суїцидологів, пік завершених самогубств припадає на вік 40-50 років. Потім трохи спадає і знову піднімається після 70-ти. Пік суїцидальних спроб — в іншій віковій групі: 20-30 років. Але в наш час, за даними багатьох суїцидологів, пік завершених самогубств змістився до молодшого віку — 30-35 років [3]. Безумовно, це пов'язано з соціально-економічними змінами в країні.

У сучасній науці (конфліктології, психології, педагогіці) суїцидальна поведінка розглядається як наслідок дезадаптації особистості в умовах мікросоціального конфлікту, який вона переживає. Головну роль у виникненні суїцидальної кризи можуть відігравати конфлікти, зумовлені специфікою трудової діяльності, сімейних стосунків, пов'язані з асоціальною поведінкою людини, обумовлені станом здоров'я чи матеріально-побутовими труднощами. Суїцидальна поведінка будується на підставі міжособистісного або внутрішньоособистісного конфлікту. Обов'язковою умовою для цього є особистісна схильність, унаслідок якої індивід не в змозі вирішити актуальну проблему.

Існує кілька концепцій, які дають нам відповідь на запитання, чому люди вирішують зробити останній крок заради самознищення. Перша концепція (відкидається як антинаукова) називається анатомо-антропологічною, згідно з якою подібні дії провокує погана спадковість (ген самогубства). Друга концепція - соціологічна, яка пояснює суїцидальні дії поганими соціальними умовами суїцидента. Третя теорія - психопатологічна,

за якою схильність до самогубств людина має через розлади в психіці. Щодо умов суїцидальної поведінки, то вони поділяються на внутрішні та зовнішні. Внутрішні умови зводять усі проблеми до особистісних особливостей суїцидента: одні за несприятливих умов опускають руки та зводять рахунки з життям, інші - борються і перемагають. Зовнішні умови мають біографічний, соціальний характер. Як було зазначено раніше, суїцидальна поведінка будується на підставі міжособистісного і внутрішньоособистісного конфлікту одночасно. Суїцид належить до вкрай деструктивного виходу з внутрішньоособистісного конфлікту. Психологічна структура суїцидальної поведінки являє собою взаємозв'язок мотиваційних, афективних та інших компонентів [14, 308-316].

Для більш повного аналізу явища самогубств серед працівників органів внутрішніх справ варто згадати про п'ять типів суїцидальної поведінки: 1) протест; 2) заклик до співчуття; 3) втеча від душевних та фізичних страждань; 4) самопокарання; 5) відмова від життя як капітуляція.

Вбачається доцільним зупинитися на третьому типі суїцидальної поведінки — втеча від фізичних та душевних страждань. Дуже поширеними є мотивації самогубств через невиліковні хвороби. Так, минуло вже шістнадцять років після аварії на Чорнобильській АЕС. За офіційними даними, у ліквідації наслідків аварії брали участь близько 30 тис співробітників органів внутрішніх справ. Насправді ж ця цифра, напевно, занижена. Яким же є стан здоров'я у героїв Чорнобиля сьогодні? На медичному обслуговуванні в МВС перебуває 21 тис ліквідаторів, з яких 11.200 продовжують служити в міліції (дані 2001 року). Стан їхнього здоров'я щороку погіршується, показники захворюваності та смертності безперервно зростають. Сьогодні з загальної кількості обстежених здоровими визнані лише 4,4 %. (Для порівняння: 1990 року — 34,3 %). У структурі захворюваності перше місце посідають хвороби органів травлення —



кількість людей, які страждають на них, з 1987 року збільшилася в дев'ять разів. На другому місці — серцево-судинна патологія (збільшилася в десять разів), на третьому — хвороби нервової системи... За період 1986 — 2001 років померло 1062 ліквідатори з системи МВС України (тільки 2000 рік забрав 114 життів). Із 1062 смертей — 68 самогубств... [15]. Звинувачувати колишніх ліквідаторів — неетично та неморально, адже ефтаназії, законодавчо оформленої в кількох країнах розвинутого Заходу, в Україні немає. Що стосується християнської моралі, то навіть церква почала робити винятки щодо деяких самогубців та дозволяти ховати їх за церковним обрядом [13].

Убезпечення співробітників міліції від вчинення самогубств — завдання дуже серйозне для системи МВС України. І не лише людський гуманістичний чинник відіграє тут домінуючу роль. Імідж системи в цілому — дуже серйозне завдання на сучасному етапі. Створення негативних стереотипів на кшталт небезпечного, психічно невіршованого охоронця правопорядку, наділеного владними повноваженнями та озброєного — дуже серйозний удар по іміджу органів внутрішніх справ.

У багатьох країнах функціонує система психологічного забезпечення діяльності поліції, яка поряд з організаційно-правовими та матеріально-фінансовими заходами дає можливість вирішити питання збереження людського потенціалу. Так, методика психологічного забезпечення діяльності поліції США передбачає після застосування працівником вогнепальної зброї вже на місці події виявити до нього увагу й розуміння, доручивши контакт з ним психологу або ж колезі, з яким у нього дружні стосунки; відвести поліцейського від місця події; пояснити, що наступне розслідування інциденту — не "пошук винних", а звичайна робоча процедура [11].

Вочевидь, боротися з суїцидальними проявами адміністративно-командними методами недоцільно. Але спроби такі були як в Ук-

раїні, так і в інших державах колишнього Союзу. Так, 2001 року з допомогою преси було оприлюднено напівсекретний наказ по МВС України, який належало довести до відома всіх співробітників міністерства. Документ містив заклики до міліціонерів, які подумують про самогубство, подбати про честь мундира; попереджалося, що товариші відвернуться від них; нагадувалося про гріх перед Богом. Ішлося також про те, що сім'ї самогубців не отримають від МВС ні пільг, ні допомоги. Маленька заробітна плата, падіння престижу професії, стреси, щоденний ризик — все це, згідно з наказом, не буде братися до уваги як виправдання за ганебний вчинок [8].

Більш "винахідливими" виявилися борці з суїцидальною поведінкою підлеглих у Росії. Управління внутрішніх справ Центрального району Санкт-Петербурга видало наказ "Про проведення заходів з профілактики самогубств співробітників" за № 864 від 6 жовтня 2000 року. Цитата з наказу: "У межах службових занять з психологічної підготовки психологу ГВР ОК Центрального РВВС стлейтенанту міліції Двоєглазовій І. Б. провести навчально-методичне заняття з обов'язковим прийняттям заходів з профілактики самогубств співробітників органів внутрішніх справ..." [16].

Натомість у Латвії від формалізму відмовилися відразу та ідей скласти залік з "самогубства" у поліції не виникало. Там було запроваджено посаду штатного психолога в органах внутрішніх справ. Як зазначає доктор психології, керівник психологічної служби Державної поліції Латвії П. Тюрін, для багатьох латвійських поліціантів спроби прийти до "психологічної норми" виявляються безуспішними, співробітник робить висновок, що життя його деформоване, він нічого не досяг, зарплата невелика, конфлікти в родині тощо. Він увесь час ніби перебуває на війні, а зовнішній конфлікт може перерости у внутрішній, у стан боротьби з самим собою, що для багатьох пережити — не під силу. Нерідко оточуючі його не розуміють, ад-



же не знають специфіки його роботи. Зрештою людина приходить до висновку, що не може перебувати в постійному конфлікті з самим собою. І психолог не повинен пропустити цю небезпечну ситуацію [17]. Розроблені методики виходу з таких станів, на жаль, мають загальний характер. Чимало зусиль психологи Латвії докладають при відборі людей за спеціальними програмами для роботи в правоохоронних органах. Перевагу надають тим претендентам, які здатні витримувати психологічні навантаження. Це і має визначати ретельна психодіагностика.

В Україні такий досвід також є. Однак тестова система, яку застосовують вітчизняні вчені, має суттєвий недолік — вона визначає особу в загальних рисах. Під час тестової перевірки той же психопат може дістати приблизно таку характеристику: енергійний, експресивний, інтелектуально розвинений. Насправді ж така людина може бути схильною до конфліктів, провокуватиме їх, неадекватно реагуватиме на певні ситуації. Психологічних технологій, які б прогнозували ймовірні вияви окремих особливостей особистості за тих чи інших складних ситуацій, немає. Так, у середині 90-х років двоє слухачів другого курсу Національної академії МВС України скоїли вбивство хлопця і його бабусі з метою пограбування. Але ж вони проходили тестування, витримували конкурс, добре вчилися. Звичайно, працівників кадрових апаратів, через яких "проходили" особові справи майбутніх убивць, було звільнено з їхніх посад, але це не усунуло причини, через які виникають недоліки в кадровому доборі [18]. На жаль, не можна і застосовувати закордонні тести, тільки переклавши їх українською мовою: зовсім інший в наших людей менталітет, національна психологія.

Сьогодні світова практика свідчить, що потреба в наданні психіатричної та психокорекційної допомоги працівникам поліції неухильно зростає. І це збігається з державними інтересами багатьох країн, адже належить до сфери внутрішньої національної

безпеки. За даними 1998 року, в органах внутрішніх справ України до 15 % працівників перебували в стані соціально-психологічної дезадаптації і потребували психотерапевтичної допомоги, необхідної для попередження розвитку психічних розладів [7]. Відповідно до наказу МВС України від 7 квітня 1994 року за № 177, були створені Центри психіатричної допомоги і професійного психофізіологічного відбору Управління охорони здоров'я МВС України. Нині таких центрів 26. Їхнє завдання — вчасно продіагностувати відхилення в поведінці тих працівників міліції, які "перегоріли" на роботі. Саме в цих центрах 15 % психічно здоровим працівникам ОВС через обмеженість функціональних резервів нервової системи було рекомендовано не служити в оперативних підрозділах. Таким чином ідею запровадження психіатричної експертизи працівників системи МВС України було втілено в життя. Одним із завдань центрів є спроба навчити працівників ОВС методам психотренінгу. Першими, з ким працювали психологи, були співробітники служби вибухо-технічної служби. А в Івано-Франківській області запроваджено новачку: працівники, які діяли в екстремальних умовах або застосовували зброю, обов'язково проходять кількадекільні реабілітаційний курс у лікарні. Отже, позитивні зрушення в цьому напрямі є.

Та говорити про профілактику суїцидів лише в контексті організаційно-методичних або діагностико-психологічних заходів не варто. Це проблема соціальна і політична одночасно, вирішувати яку необхідно з усією серйозністю на державному рівні. Україна — держава з нестабільною політичною та економічною ситуацією, яка перебуває під потужним впливом провокованих конфліктно-генних процесів та з повною відсутністю будь-якої ідеології. Церква нездатна заповнити ідеологічний вакуум. Іншої інституції, яка б могла виробляти ідеологічний "продукт", не існує. За умов відсутності ідеологічних настанов найбільш незахищеними з точки зору внутрішньої моралі та від нега-



тивних сплесків маніпульованої громадської думки опиняються воєнізовані одиниці: міліція, армія, служба безпеки та інші, співробітникам яких у межах службових обов'язків часто доводиться ризикувати життям і здоров'ям. Нерідко співробітник "силової" структури не може відповісти на запитання, заради чого він іде на ризик, а це, безумовно, знижує його "бойовий дух". Соціально-економічні негаразди додають невпевненості, провокують розлади психіки, когнітивні дисонанси тощо.

Сьогодні, за умов відсутності ідеології державної, вбачається доцільним підвищити роль та значущість ідеології корпоративної. Для вироблення останньої необхідно створити єдиний державний ідеологічний центр, який координуватиме діяльність всіх ідеологічних організаційних надбудов у всіх без винятку "силових" структурах держави. Підвищення гордості за свою посаду, погони, офіцерську честь та інші аналогічні атрибути служби має стати завданням такого центру. Наявність корпоративної ідеології допоможе піднести престиж роботи в правоохоронних органах усередині структури, а це, автоматично, відіб'ється згодом на позитивних зрушеннях у цьому напрямі й у суспільній свідомості. Імідж працівника правоохоронного органу та системи МВС у цілому можна буде значно поліпшити. Але можливо це лише за продуманого та дієвого втручання з боку вищого керівництва держави. Тільки за умови паралельного вирішення соціально-економічних проблем системи МВС України та кожного її співробітника можливий успіх для такої ідеологічної трансформації та формування належного іміджу.

1. Социальные проблемы толкают милиционеров на суицид // <http://www.liga.net/news/show/?id=13940>. — 2001. — 8 трав.

2. Сумская область — лидер по самоубийствам среди милиционеров // Сумское обозрение // <http://www.dancor.sumy.ua/region/news/2001/05/23/>. — 2001. — 23 трав.

3. 28 сотрудников МВД покончили жизнь самоубийством // [www.korrespondent.net](http://www.korrespondent.net). — 2001. — 5 жовт.

4. Операция "Суицид" // [www.vts.spb.ru/pages/15/22.htm](http://www.vts.spb.ru/pages/15/22.htm)

5. Милиционеров на суицид толкают социальные проблемы // [www.digest.kiev.ua](http://www.digest.kiev.ua). — 2001. — 8 трав.

6. Из письма начальника Главного управления кадров... // Московский комсомолец // <http://www.redstorm.ru/crim/0401.htm>. — 2001. — 3 квіт.

7. Гавриленко І. Психологічна реабілітація: варіант міліцейський // Міліція України. — 1998. — № 11-12. — С. 18-19.

8. Кокотюха А. Милицейский генерал в петлю не полезет // Вечерние вести. — 2001. — 31 серп.

9. Радченко Н. Г., Морозов С. Н. Некоторые аспекты феномена самоубийств среди сотрудников органов внутренних дел Украины // Весн. Киев. ун-та. Сер: Социология. Психология. Педагогика. — 1997. — № 4.

10. Захарова Т. Чим далі від міліції, тим ... краще? // День. — 1998. — 13 черв.

11. Казіміренко Л. Психологічна готовність до дії // Міліція України. — 1998. — № 7-8. — С. 10.

12. Волчков С. Офицеры-самоубийцы // Комсомольская правда в Украине. — 2000. — 30 серп.

13. Евграшина М., Сметанская О. Нож в сердце вонзил себе милиционер на глазах у своих детей // Факты. — 2000. — 18 бер.

14. Анууов А. Я., Шитилов А. И. Конфликтология: Учебник для вузов. — М.: ЮНИТИ. 2000. — 551 с.

15. Широченко В. Эхо Чернобыля: 68 ликвидаторов покончили жизнь самоубийством // Уголовное дело №. — 2001. — № 9 (236). — С. 4.

16. Зачет - лучшее средство от суицида // <http://www.vts.spb.ru/pages/16/41.htm>. — 2000. — 6 жовт.

17. Берштейн М. Психология на службе закона // [www.kulichki.com/bezo/PSIHO.HTM](http://www.kulichki.com/bezo/PSIHO.HTM)

18. Чепельська Т. На службі найстрашніше - не куля... // Богомольця, 10. — 2000. — № 40. — 29 верес.



## Проблеми ціноутворення в друкованих ЗМІ: ціна як чинник економічного розвитку видавництва

Слова про свободу ЗМІ залишаються лише словами, доки ця свобода не матиме під собою надійної економічної бази. Здавна відоме народне прислів'я: "Хто платить, той і музику замовляє". У будь-якому разі хтось та й платить: читачі, рекламодавці, політичні партії чи блоки, державні органи або мафіозі. Найкраще, коли платять читачі або рекламодавці.

Актуальність теми ціноутворення в друкованих ЗМІ визначається необхідністю дослідження економічного пласта існування газети чи журналу як незалежної структури, оскільки ЗМІ значно формують світогляд народу, нації.

Отже, фінансово незалежне видання може собі дозволити бути об'єктивним і нести до читача власні думки і погляди. Саме тому аналіз ціноутворення повинен сприяти поліпшенню механізму створення ціни та дати редакційним колективам можливість висловлювати власні погляди.

Народне господарство нашої країни переживає етап ринкової трансформації, змінюється також і суспільство. Проведення економічних реформ (точніше, їх імітація) призвело до появи дуже значних надприбутків. Нормативно-правові акти, які регламентують використання основних інструментів і регулюють поведінку одержувачів податків, не адекватні ситуації, що склалася. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" та рішення Нацбанку України про встановлення дисконтних ставок мають багато серйозних вад [1]. Зокрема,

для оподаткування прибутку підприємств використовують показник рівня рентабельності, який не враховує оборотність капіталу та його складових частин. До останнього часу нормативними актами не визначені терміни "нормативний прибуток" і "надприбуток".

В останні роки в нашій державі постала проблема — економіка ЗМІ. Журналістський бізнес — це і ринки, і конкуренція, і виникнення акціонерно-видавничих товариств. Ринкові реформи (іноді українську модель реформ характеризують як "шок без терапії"), що почали проводитися на початку 90-х років, створили нову ситуацію, коли газетні та журнальні видавництва все більше почали орієнтуватися на покупця [2, 45].

Завдяки вмілій організації рекламної служби створення прибуткової преси є можливим. У наш час є багато суб'єктів господарської діяльності та інших організацій, які для поліпшення своєї діяльності потребують реклами. А друковані ЗМІ в змозі надати їм ці рекламні послуги. Крім того, саме друкована реклама найвпливовіша.

Що ж заважає редакції співпрацювати з рекламодавцями? Для того, щоб рекламодавці погодилися витратити власні гроші на рекламу, треба створити таке видання, яке б привернуло їх увагу, а для цього потрібно докласти багато зусиль. Крім того, видання повинне сформувавши відмінну дію власної рекламної служби.

З переходом до ринкових відносин, наявністю багатьох чинників та різних еко-



номічних інтересів у виробництві та реалізації друкованих видань ускладнюються процеси ціноутворення. Запанувала економіка ринку. І це дуже жорстко позначилося на друкованих ЗМІ. Тиражність найвідоміших газет і журналів зменшилася в десятки і сотні разів, деякі з щоденних перетворилися на щотижневі, зменшилася кількість сторінок, а фінансовий стан більшості з них просто жалюгідний.

Отже, журналістським колективам треба віднайти таку стратегію формування ціни, яка б дала друкованому виданню можливість мати прибутки і не розраховувати на покупця. Знайти цю золоту середину й є найскладнішим завданням газетного маркетингу. Оскільки тільки завдяки правильній політиці ціноутворення й одержання прибутку існує видання.

На будь-якому підприємстві цінове регулювання відіграє велику роль у системі маркетингових відносин. Від його характеру і дієвості залежать органічне поєднання інтересів видавців і покупців, мотивація праці, ефективність видавничого комплексу і матеріальна база видавництва. Ось чому вдосконаленню цінового регулювання треба приділяти постійну увагу, надто під час ринкової трансформації економіки нашої держави.

Ціноутворення є одним із найважливіших елементів програм маркетингу. Саме ціна товару свідчить, наскільки правильно буде розроблена й успішно реалізована та чи інша програма. З усіх складових комплексу маркетингових засобів впливу на споживача саме ціна визначає його ставлення до товару і безпосередньо впливає на прибутковість. Це залежить від таких чинників [3].

— прибуток дорівнює різниці між загальним виторгом і всіма витратами;

— від рівня ціни залежать обсяги продажу товарів.

Водночас ціна становить досить складну економічну категорію. Її розмір може змінюватись у певних межах під впливом багатьох чинників. Нижня межа ціни визначається

витратами на виробництво та реалізацію продукції. Витрати на виробництво діляться на постійні, змінні та валові. До постійних витрат належить та частина загальних витрат, яка залишається незмінною незалежно від коливань обсягів виробництва. Витрати на виробництво, які змінюються залежно від обсягів виробництва, вважаються змінними. Сума постійних і змінних витрат на виробництво визначає їх валовий розмір.

У розвинутій ринковій економіці ціна товару повинна відшкодовувати валові витрати виробництва та приносити прибуток. Максимальний розмір ціни визначається попитом. При цьому ціна і попит мають зворотну пропорційність. Для більшості товарів показники попиту під час зростання цін зменшуються і навпаки. Кількісний вираз цієї залежності визначається за допомогою показника цінової еластичності, що вираховується як співвідношення зміни попиту ( $y\%$ ) до зміни ціни ( $x\%$ ).

Еластичність попиту за ціною визначає співвідношення різноманітних величин та має мінусове значення. Вона відбиває чутливість покупців до змін у цінах через коливання обсягів товарів, які реалізуються. Коливання попиту визначається як економічними чинниками, так і суто психологічними моментами, які характеризують особливості попиту в окремих ринкових сегментах. Ці основні принципи визначають цінову політику фірм, впливають на рішення щодо цін на видання.

Кожний товар (у даному разі газета чи журнал) має безліч характерних особливостей. Вони виступають як об'єктивні властивості споживчої цінності, які виявляються під час її створення і використання. Характерні особливості періодичного видання впливають на рішення людини (чи групи людей) щодо його придбання [4]. Водночас на вибір покупців справляють вплив і притаманний спосіб мислення, і звички, і схильності та політичні вподобання, а також місце і час придбання газети чи журналу. Як визначена цілісність і завершеність товару в



системі маркетингу, газета чи журнал характеризуються сукупністю об'єктивних особливостей та їхнього суб'єктивного сприйняття. Це поєднання визначає можливість задоволення конкретних потреб та його конкурентоспроможність.

Найсуттєвішими характеристиками товару за умов достатнього асортименту і достатньої кількості замінників є ціна, якість та "імідж" товару, останній складається на основі емоційно-суб'єктивних оцінок. При здійсненні товарної політики на підприємствах маркетингової орієнтації з ціною зв'язують вартість товару в грошовому вимірі. Ціна товару в ринкових умовах (у тому числі й друкованих ЗМІ) завжди складається під дією попиту і пропозиції. Взаємодія попиту і пропозиції зводиться до таких правил:

- ціна, за якою кількість товару, на який є попит, має назву рівноважної;
- збільшення попиту веде до вироблення рівноважної кількості товару;
- зменшення попиту спричиняє падіння рівноважної ціни і зменшення рівноважної кількості товару;
- збільшення пропозиції призводить до зменшення рівноважної ціни і збільшення рівноважної кількості товару;
- зменшення пропозиції веде до збільшення рівноважної ціни і зменшення рівноважної кількості товару.

Отже, в узагальненому вигляді ціни можна вважати індикатором кон'юнктури ринку (це стосується також і ринку друкованих ЗМІ), а також маркетинговим регулятором [5].

Найбільший вплив на сучасне ринкове ціноутворення має неокласична теорія, яка з'явилася на початку XX століття. Вона поєднала в собі теорії трудової вартості, граничної корисності та попиту і пропозиції. Суть її полягає в тому, що формування ринкових цін зумовлює взаємодія попиту і пропозиції; ціни на друковані ЗМІ теж формуються під впливом попиту і пропозиції. Це основний закон цивілізованого ринку. В

свою чергу, зміна попиту відбувається під впливом витрат виробництва; це означає, що в країнах з розвинутою ринковою економікою на перше місце висувається не стільки теорія вартості, скільки теорія ціни. Теорія ціни визначає, що тенденції руху цін у сучасній ринковій економіці зумовлені складним контекстом різних ціноутворювальних чинників: попиту і пропозиції, продуктивності праці, ефективності виробництва, циклічності відтворення, стану грошового обігу, фінансів і платіжного балансу, принципу державного регулювання тощо.

Методологічні основи ринкового ціноутворення шліфувалися протягом століть: від натурального господарства до сучасної ринкової економіки. Вони увібрали в себе принципи і методи досягнення успіху в підприємницькій діяльності через раціональну систему цін і дають широкі можливості маневрування наявним капіталом. Цей досвід вартий уваги, особливо українських суб'єктів господарської діяльності, які за радянських часів звикли до директивного ціноутворення.

У практичному плані встановлення цін складається з таких етапів:

1. Зазначення мети ціноутворення.
2. Вивчення попиту.
3. Розрахунок витрат.
4. Визначення цін конкурентів.
5. Вибір методів ціноутворення.
6. Встановлення остаточної ціни.

Отже, ціноутворення на будь-якому газетно-журнальному підприємстві починається з визначення його мети. Залежно від кон'юнктури це може бути [6]:

- забезпечення виживання підприємства;
- утримання ринків збуту продукції;
- завоювання нових ринків;
- максимізація отримуваних прибутків.

Відповідно до визначеної мети застосовуються адекватні методи ціноутворення. Взагалі, стратегія ціноутворення на ринку друкованих ЗМІ тісно переплітається з марке-



тинговою діяльністю цих підприємств та є її складовою частиною.

Намагання суб'єктів підприємницької діяльності (у тому числі суб'єктів ринку друкованих ЗМІ) отримати максимальний прибуток є рушійною силою, потужною мотивацією ринкової економіки. Мотивація має на увазі наявність кількох елементів: людський потенціал, ясність цілей, обладнання, власне видання, цілісність, розуміння наслідків дій, система оцінок, доброзичливість, розуміння значущості зарплатні. Ці елементи були включені в дослідження причин задоволеності та незадоволеності, проведені Герцбергом. Задоволеність досягається через відчуття досягнення мети, визнання, задоволення від самої роботи, відповідальності й просування. Як стверджує Герцберг, гроші не є джерелом довгострокової мотивації. Однак їх брак дуже часто демотивує [7].

Проте ця, загалом, позитивна сила об'єктивно сприяє виникненню макроекономічних диспропорцій між галузями народного господарства, іншими сферами діяльності. Якщо ці процеси не контролювати, вони будуть руйнівними для економіки і суспільства. Тому будь-яка ринкова економіка потребує регулювання, тобто втручання держави у внутрішні економічні процеси.

Світовий досвід свідчить, що при регулюванні поведінки прибуткоодержувачів слід дотримуватися двох основних засад:

- нормальним вважається прибуток, еквівалентний витратам підприємства (надприбуток виникає як результат ринкових деформацій, конкурентна боротьба зводить надлишковий прибуток до нуля);

- використання двох головних інструментів впливу: оподаткування і процентних ставок.

Народне господарство нашої країни знаходиться на етапі ринкової трансформації, вона успадкувала всі диспропорції і деформації радянської планової командно-адміністративної системи господарювання. Крім того, за роки проведення економічних

реформ, а точніше їх імітації (недаремно українську модель ринкових "реформ" називають "шок без терапії"), уже у вільній Україні вони лише посилилися. Це привело до появи значних надприбутків.

Нормативно-правові документи, що регламентують використання основних інструментів і регулюють поведінку податкоодержувачів, не є адекватними ситуації, що склалася. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" та оперативні рішення НБУ про встановлення дисконтних ставок мають серйозні вади [1]. Зокрема, для оподаткування прибутку використовується показник рівня рентабельності, який (як відомо) не враховує оборотність капіталу та його складових частин. Нормативними актами до цього часу не визначені терміни "нормативний прибуток" і "надприбутки".

Пресовий бізнес — це і ринки, і конкуренція, і виникнення акціонерно-видавничих товариств. Економічна трансформація, яка відбувається зараз в нашій державі, створила принципово нову ситуацію, коли газетне і журнальне видавництво все більше починає орієнтуватися на покупця [2, 57].

В умовах переходу до ринкової економіки особливо важливо мати на увазі, що відношення до ціни як розрахункової одиниці не може гарантувати успіх фінансово-господарського видавництва. Тому можна вважати, що ціна є головною складовою вивчення маркетингового середовища підприємства та інструментом конкуренції. Для того, щоб встановити ціну на нове видання, необхідно:

- вивчити ринок збуту продукції та ціни її реалізації;
- оцінити затрати виробництва;
- врахувати ефективність дій у цілому.

Ці напрями характеризують мікросферу діяльності підприємства. Крім цього, необхідно врахувати макросферу своєї діяльності:

- вплив інфляційного чинника;
- зміни соціально-економічних відносин;



- фінансову та податкову політику державних і місцевих органів влади;

- зміни в законодавстві.

На якомусь етапі видавництво з метою завоювання ринку для нового періодичного видання може піти на збиткову торгівлю, але тільки протягом досить короткого терміну (як це, наприклад, було з газетами "Факты", "Всеукраїнские ведомости" та "Вечерние вести"), тому що діяльність підприємства повинна бути спрямована на прибуток. Для існування підприємства необхідно, щоб прибуток від реалізації перевищив виробничі та комерційні витрати. Найбільш дорогим є такий підхід до концепції маркетингового комплексу, який би дозволив згрупувати всі складові у дві категорії:

- маркетингові методи, які потребують фінансових затрат: виробництво товару, його реклама та реалізація;

- маркетингові програми, спрямовані на отримання грошей (цю функцію виконує ціна, тому що продаж товару приносить грошову винагороду за всі витрачені зусилля).

Ціни — це інструмент конкуренції. Ринкова економіка може ефективно функціонувати лише за конкурентних цін, які складаються внаслідок договору між продавцем і покупцем, враховуючи конкурентний вибір. Без конкурентної рівноваги цін ринкове господарство буде знаходитися в застої.

Необхідними умовами ринкового ціноутворення є [8]:

- економічна самостійність та свобода вибору поведінки підприємств — суб'єктів господарювання, членів ринку як власників;

- комерційна основа відносин суб'єктів господарювання, яка реалізується через взаємовигідні договори;

- наявність конкурентного середовища;

- рівновага ринку (єдиною рівноважною ціною, яка може зберігатися, є така ціна, при якій попит і пропозиції рівні один до одного).

В умовах вільного ціноутворення та самостійності підприємства у визначенні цін виникає необхідність враховувати чинники, під впливом яких складаються ринкові ціни. Треба враховувати чинники, що формують ринкові ціни.

Чинники попиту, які визначають ціну на видання:

- платоспроможний попит, яким може володіти покупець на дане видання;

- рівень заощаджень, які покупець робить;

- рівень попиту — це кількість видань, які покупець може придбати за якимось рівнем цін;

- якісні характеристики видання;

- користь видання — це здатність задовольняти потреби покупця.

Чинники вибору, які визначають конкурентність даного видання на ринку:

- структура потреб і можливих покупок газети (чи журналу) і конкурентних з ним видань;

- заміна даної газети (чи журналу) конкурентними.

Чинники пропозиції, які визначають ціну видання, на яку претендує продавець:

- кількість товару, яку може поставити на ринок видавництво;

- ціни на виробництво чи на засоби виробництва та на працю (завжди розмежують ціни на капітал та на працю);

- податки, акцизи, відрахування в державні та громадські фонди;

- прибуток та його розподіл на інвестиції, резервні та страхові фонди, дивіденди тощо.

До підконтрольних чинників ціноутворення належать ті, що керуються вищим керівництвом підприємства, його функціональними службами. До непідконтрольних чинників належать ті, що не залежать від підприємства, тому що воно не може на них впливати [9]. Адаптація підприємства до цих чинників здійснюється шляхом управління підконтрольними чинниками. Частка чинників ціноутворення може бути



підконтрольною з боку підприємства, але водночас вони можуть діяти і незалежно від рішень, які приймаються підприємством.

1. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств": Прийнятий 22.05.1997р. // *Голос України*. — 1997. — 19 черв.
2. Москаленко А. З. *Основи журналістики*. — К.: Київський університет, 1994.
3. *Ценообразование и рынок: Сборник*. — М., 1992. — С. 111.
4. *Маркетинг як фактор стійкого*

*функціонування фірми в ринковій економіці*. — К., 1992. — С. 68.

5. Чубаков Г. И. *Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия*. — М., 1996. — С. 97.
6. *Ценообразование на печатную продукцию*. — М., 1991. — С. 31.
7. *Світ газетної реклами*. — К.: IREX Про Медіа. — 1998. — С. 4.
8. *Маркетинг и управление в книгоиздании*. — М., 1993. — С. 17.
9. *Маркетинг і стратегія конкуренції*. — К., 1996. — С. 33.



## Наукова комунікація в Україні в 20-30-х роках

Знищення в 1919 році української державності, тяжкі наслідки громадянської війни, голоду загальмували процес становлення й розвитку української науки. У складних політичних стосунках, які склалися між науковою інтелігенцією і владою більшовиків, ряд учених не стали чекати вислання за межі України, а самі виїхали за кордон. Так, емігрували відомі українські вчені С. П. Тимошенко, Н. І. Андрусов, Ф. В. Тарановський, В. А. Косинський, С. А. Смаль-Стоцький та багато інших. Окресилися початки централізації та ідеологізації науки. Цьому сприяв новий статут Академії наук, затверджений Раднаркомом УСРР 14 червня 1921 року [1]. Згідно з новим статутом, крім зміни назви Академії (відтоді вона почала іменуватися Всеукраїнською Академією наук), а також деякими змінами в структурі, вводилося два пункти, які обмежували права Академії порівняно з попереднім статутом, — присутність представників уряду в Раді Академії і затвердження академіків та Президії Комісаріатом народної освіти.

Однак політика українізації, рух за культурно-національне відродження сприяли прогресивним тенденціям розвитку науки, створенню нових інтелектуальних центрів, формуванню національної еліти. Наукова діяльність в Україні у цей період була сконцентрована в Академії наук, усі університети були закриті, а натомість з них виділено спеціальні інститути народної освіти. У 20-ті роки на базі академічних закладів були засновані науково-дослідні кафедри. Вони мали важливе значення в організації науки в

Україні й стали основою формування науково-дослідних інститутів сучасного типу. Перші кафедри технічного профілю почали створюватися в другій половині 1921 року в Харкові та на початку 1922 року в Києві [2]. Так, у Харкові була створена кафедра авіації і гідромеханіки (керівник — Г. Ф. Проскура), у Києві — гідрології (С. Ф. Опоков), будівельного мистецтва (К. К. Симинський), механічної технології (К. А. Зворикін). Уже на початку 20-х років в Україні було організовано 84 науково-дослідні кафедри, на яких працювало 320 дійсних членів Академії наук, 203 наукові співробітники і 609 аспірантів. На 20 кафедрах технічного профілю працювало 59 академіків, 47 наукових співробітників і 83 аспіранти. Вони прагнули створити періодичні видання з найважливіших напрямів досліджень.

З подібних кафедр гуманітарного профілю найбільше значення мала кафедра української історії в Харкові, очолювана професором Д. Багалієм. Її науковці змогли видати десятки томів "Записок", які містили ряд цінних розвідок з історії України. У "Записках", що виходили при інститутах народної освіти у Києві, Полтаві, Кам'янці й Ніжині, також було чимало важливих праць з українознавства. Багато нового в дослідженні творчості великого Кобзаря започаткували різноманітні "Шевченківські збірники", які видавалися у Києві й Харкові Інститутом Т. Шевченка.

Активну наукову і просвітницьку діяльність проводила Археологічна Комісія УАН. Вона сформувалася в 1921 році з трьох київських археологічних установ: "Комісії



для розбору древніх актів", заснованої в 1843 році, "Археологічної Комісії Українського наукового Товариства в Києві", заснованої у 1913 році, і "Археологічної Комісії Української Академії наук", організованої невдовзі після заснування Академії в 1919 році. Велике значення мала також діяльність "Археографічної Комісії Львівського Наукового Товариства", заснованого у 1895 році [3].

Над розбудовою української науки працювала плеяда видатних учених, таких як видатний природознавець В. Вернадський, мікробіолог і епідеміолог Д. Заболотний, математики Д. Граве, М. Кравчук, М. Крилов, економісти М. Туган-Барановський, К. Воблий, М. Птуха, історики Д. Багалій, Д. Яворницький, М. Слабченко, геолог П. Тутковський, гігієніст і епідеміолог О. Корчак-Чепурківський, археолог і етнограф М. Біляшівський, філологи й літературознавці С. Єфремов, М. Сумцов, В. Перетц, А. Кримський та інші. Авторитет у світовій науці здобули наукові школи М. Кравчука (математика), Д. Граве (алгебра), М. Крилова (математична фізика), Л. Писаржевського (хімія), О. Богомольця (експериментальна патологія), Є. Патона (електрозварювання), І. Шмальгаузена (зоологія), М. Грушевського (історія).

Особливого розмаху діяльність Академії наук, надто її гуманітарних підрозділів, набула після повернення в 1924 році з еміграції в Україну академіка М. Грушевського, який з великою енергією включився в науково-організаційну роботу. Він реорганізував історичну секцію, очолив Археографічну комісію, створив науково-дослідну кафедру історії України, редагував журнал "Україна" (1924-1930), "Наукові збірники" історичної секції та низку інших видань, водночас продовжуючи писати фундаментальні дослідження — "Історію України — Руси" та "Історію української літератури".

Картину культурного процесу Західної України доповнює різнобічна наукова діяльність, головним осередком якої залишалося засноване ще 1873 року і реорганізо-

ване 1893 року Наукове Товариство ім. Т. Шевченка (НТШ). З 1921 року при ньому діяли окремі науково-дослідні установи (Інститут нормальної і патологічної психології та бактеріологічно-хімічний інститут). Заходами НТШ були створені три музеї (Культурно-історичний, Природописний та Українського війська) і нелегальні українські вищі школи (Львівський український університет і Львівська українська політехнічна школа), виходили друком "Записки... НТШ", "Праці комісії шевченкознавства", "Збірник правничої комісії", українознавчий часопис "Стара Україна" та інші видання. У 20-ті роки НТШ активно співпрацювало з Українською Академією наук у Києві. Усі ці здобутки в Галичині в сфері освіти, науки, літератури й мистецтва досягнуті не тільки без допомоги держави (Польської), а й усупереч її антиукраїнській політиці, ґрунтуючись лише на зусиллях й активності свого українського громадянства.

На початку 20-х років західноукраїнська інтелігенція брала активну участь у боротьбі за демократизацію науки і культури, за відкриття українського університету. М. Грушевський так характеризував цей рух: "В Галичині українці добиваються вже українського університету, щоб українці мали свою осібну найвищу школу, де усі науки викладалися українською мовою і українськими професорами; хочуть, щоб усякі наукові потреби українського громадянства задовольнялися українською наукою, — щоб українство жило своїм власним і повнокровним життям" [4]. За ініціативою відомих учених і діячів культури: С. Балея, Ф. Колесси, І. Крип'якевича, М. Музики, І. Свенцицького, В. Щурата та студентської молоді у Львові був заснований підпільний український університет. Його ректором став голова Наукового Товариства ім. Т. Г. Шевченка В. Щурат.

Боротьба за легалізацію українського університету знайшла широку підтримку народу Західної України. 12 лютого 1926 ро-



ку у Львові на підтримку цієї вимоги відбулася нарада, в роботі якої взяли участь делегації від культурно-освітніх організацій, представники прогресивного українського студентства. Демократично настроєне студентство Львівського університету спрямовували М. Вовк, Ю. Великанович, І. Вантух, І. Хаба, П. Шах та ін. Вони брали участь у роботі напівлегальної організації "Ділове об'єднання поступового студентства". С. Тудор розповсюджував серед студентів нелегальну літературу, читав лекції з історії національно-визвольного руху в Західній Україні. Однією з легальних студентських організацій, що об'єднала національно свідому частину студентів, була організація "Життя", яку очолювали Б. Дудикевич та І. Хаба. Студентський комітет університету в декларації від 15 грудня 1925 року засудив по-примиренському угодовську заяву групи варшавських професорів на чолі зі Смаль-Стоцьким з питання про український суверенітет [5].

У цей період помітно зростає кількість різноманітних періодичних видань (газет, журналів, бюлетенів), які друкували інститути, окремі кафедри, товариства. Важливе значення у розвитку наукової преси в Україні мала постанова Раднаркому УРСР "Про Українську Академію наук" від 25 січня 1921 року, в якій зафіксовано: "Передати в переважне користування Академії наук достатньо обладнану друкарню у Києві й забезпечити її папером для академічних видань..." [6]. У лютому 1922 року в розпорядження Всеукраїнської Академії наук (ВУАН) була передана друкарня Києво-Печерської лаври.

Згодом почав видавати свої "Записки" Історично-філологічний Відділ Академії (всього вийшло 26 томів). Ряд наукових праць з історії, археології, мови, історії мистецтва опублікували такі визначні українські вчені, як Д. Багалій, С. Єфремов, В. Перетц, А. Кримський, І. Каманин, Є. Тимченко, В. Резанов, В. Модзалевський, В. Данилович та ін. М. Грушевський, який у

1924 році повернувся з еміграції в Україну, теж розвинув активну наукову і видавничу діяльність. Він відновив з 1924 року видання двомісячника українознавства "Україна", видав кілька цінних збірників, ряд наукових праць з історії української літератури, продовжив видання своєї "Історії України-Руси". Чимало статей з історії української науки друкувалося в науковому тримісячнику українознавства "Україна" (1924) за редакцією М. Грушевського.

Активну дослідну й науково-видавничу діяльність розвинули вчені фізико-математичного відділу, що об'єднав навколо себе найкращі сили України з природничих і математичних наук. Ними було надруковано десятки томів "Записок фізико-математичного відділу", "Праць Інституту Технічної Механіки", "Українських Геологічних Вістей", "Збірника Біологічного Інституту", "Збірника праць Зоологічного Музею", "Українського Ботанічного Журналу", сотні окремих праць з різних галузей наук. Уперше цілком легально ознайомлено учений світ з розвитком і досягненнями української науки в її національній формі.

Відродилися й активізували свою просвітницьку діяльність наукові товариства. Причому кожна секція Товариства прагнула мати своє періодичне видання. Так, в Одесі видавалися "Записки Одеського наукового при ВУАН товариства" (1927-1931) кожною із секцій — соціально-історичною, природничо-математичною і технічною та ін. З поширенням та поглибленням роботи окремих секцій Товариства виникає необхідність міждисциплінарного обміну інформацією, обміну думками щодо спільних організаційних проблем. Отож, зважуючи на цю обставину, і був започаткований у 1927 році "Бюлетень Харківського Наукового Товариства", в якому подавалися короткі повідомлення про роботу кожної із секцій Товариства, а також узагальнювався досвід їх діяльності.

У 20-30-х роках відновилося і значно розширилося у порівнянні з дореволюційним періодом видання медичних наукових і на-



уково-популярних журналів в Україні. Відомо, що ще в 1919 році в Одесі друкувався науковий і професійно-громадський часопис "Южный медицинский вестник". У 20-х роках виникає низка різного типу медичних журналів: орган НКОЗ та Української вченої медичної ради "Профілактична медицина" (Харків — Київ, 1922-1937), "Український медичний Архів" (1927), видання Одеського державного медичного інституту і наукової асоціації лікарів "Южный медицинский журнал" (Одеса, 1926-1927), "Одесский медицинский журнал" (Одеса, 1927-1930), щомісячні популярні журнали "Общее дело" (Київ, 1923), "Шлях до здоров'я" (Київ, 1925-1941) та ін.

Водночас із зміцненням матеріальної бази Всеукраїнської Академії наук, становленням нових інститутів, науково-дослідних кафедр виникає гостра необхідність у періодичних виданнях загальнонаукового характеру, які б відображали проблеми розвитку теорії, організації і практичного використання результатів науки. Такими виданнями в роки непу стали "Научно-технический журнал" — орган науково-технічної ради при Українському науково-технічному відділі УРНГ (Харків, 1922-1923) і журнал "Наука на Украине" — орган наукового комітету Укрголовпрофосву (Харків, 1922). З 1923 року замість останнього друкується журнал "Ученые записки" — орган наукового комітету Наркомосву УРСР. У числі активних авторів цих журналів — відомі вчені: академіки Д. І. Багалій, П. А. Тутковський, Ф. І. Шміт, професори О. В. Палладін, С. Ю. Семковський, М. І. Палієнко, П. І. Фомін, Н. І. Лебедев, О. М. Динник та ін [7].

Після реформи вищої школи в 1920 році в Одесі з'явилося ряд оновлених періодичних видань, присвячених цій тематиці. Так, у 1921-1922 роках виходили "Ученые Записки Высшей Школы г. Одессы". Збірники праць (томи) присвячувалися окремим напрямкам досліджень і були редаговані відділами гуманітарно-суспільних наук, медицини та біології, фізико-математичних і технічних

наук і т. д. Пізніше почали видавати свої праці навчальні заклади, науково-дослідні кафедри: одеські науково-дослідні кафедри з 1923 року — "Журнал Научно-исследовательских кафедр в Одессе", Комісія Краєзнавства при ВУАН з 1924 року — "Вісник", Державна геофізична обсерваторія з 1925 року — "Бюллетень", Центральна наукова бібліотека з 1927 року — "Праці" і т. д. У період 1925-1928 років починають видаватися "Вісті Одеського Сільськогосподарського Інституту" (1926), "Записки Одеського Інституту Народного Господарства. Господарство та право" (1928) [8].

У 20-ті роки в Україні активно відроджуються і створюються нові наукові, технічні й фахові товариства, кожне з яких прагне мати свій друкований орган. Створювалися вони у важких умовах, які переживала країна в той період. У 1923 році в Одесі почав видаватися щомісячний науково-технічний бюллетень "Наука и техника" (1923-1927) — орган Одеського науково-технічного відділу Одеського відділення Всеросійської асоціації інженерів та Одеського політехнічного інституту (редакційна колегія: С. І. Давидов, І. Л. Левензон, Б. Л. Ніколай, П. І. Петренко-Критченко). У ньому розміщувалися "оригінальні дослідницькі праці, присвячені фізико-математичним наукам, зведення лабораторно-аналітичних робіт, результати експериментальних досліджень з прикладних інженерно-технічних дисциплін, пов'язаних з потребами і розвитком місцевого господарства" [9]. З 1928 року це періодичне видання друкується під назвою "Научно-технический журнал". З 1924 року в Донецьку починає видаватися за редакцією професора І. І. Тантари щомісячний науково-технічний і професійний журнал "Инженерный работник" (Донецьк-Харків, 1924-1932). У 1932 році журнал уже друкується українською мовою під назвою "Інженерний робітник".

У деяких містах республіки створюються технічні наукові товариства при Українській Академії наук, які започатковують свої друковані періодичні видання. Одне з перших



таких видань — щомісячник технічної секції Харківського наукового товариства "Науково-технічний вісник" (Харків, 1926-1933), який став справжньою трибуною українських учених і спеціалістів, ознайомлюючи їх з досягненнями союзної і всесвітньої науки. До складу редакційної колегії входили Голова Технічної Секції Хімічного Наукового Товариства І. Немоловський, Голова Науково-Технічного Відділу ВРНГ Танський, професори О. Потебня, Є. Орлов, В. Мазуренко, інженери В. Голубович, Є. Касяненко та ін. Серед редакторів провідних відділів журналу були такі видатні українські вчені, як професори К. О. Зворикін, Є. В. Опоков, К. Симинський та ін.

Це був перший загальнотехнічний український журнал (усі статті друкувалися виключно українською мовою), що мало важливе значення у справі українізації технічних наук. Передбачалося, що "Науково-технічний вісник" буде сприяти вивченню української технічної термінології. У передмові до першого номера видання наголошується: "Журнал має бути живим, діловим підручником технічної науки й української наукової технічної мови для червоних інженерів, техніків і студентства, яким у майбутньому належатиме керівництво промисловістю України. Вони повинні оволодіти так технічною наукою, як і мовою і зайняти передові позиції в розвитку української пролетарської культури. Але й старі спеціалісти — інженери і професори, що винесли, власне, на своїх плечах відбудовування промисловості й технічної науки до цього часу, мусять узяти в тому участь. Не можна вимагати, звичайно, щоб наприкінці віку свого вони вчилися говорити й писати українською мовою. Але читати й розуміти по-українськи, визнавши, що українізація науки, в тому числі технічної, є річ історично конечна й необхідна, що це розуміють і це провадять держава й комуністична партія — вони повинні" [10].

Соціальна необхідність ліквідувати неписьменність, підняти рівень освіти в Ук-

раїні у 20-ті роки спричинилася до відродження і започаткування ряду науково-освітніх масових видань. На початку революції 1917 року товариства "Просвіти" виходять із небуття або напівлегального існування і знову поширюються по всій Україні. Уряд УНР в особі Центральної ради охоче сприяв відродженню "просвіт". Однак із встановленням радянської влади в Україні більшовики взяли курс на те, щоб заволодіти "просвітами", зробити їх комуністичними, перетворивши у своєрідні пролеткульту. А для цього потрібні були відповідні масові видання, які б вели пропаганду в цьому напрямі.

Одне з перших таких видань — орган Київської профспілки робітників освіти і соціалістичної культури та губнаросвіти Київщини "Пролетарська освіта" (Київ, 1920). Приблизно через рік у Вінниці починає друкуватися журнал під такою ж назвою. У цих виданнях активно публікуються матеріали і документи, пов'язані з початком діяльності нових професійних спілок робітників освіти, реформуванням "просвіт", утворенням нової системи освіти в Україні і т. д. Так, у першому номері вінницької "Пролетарської освіти" були надруковані новий примірний статут "просвіт", а також Положення і Статут про Український Головний комітет професійно-технічної і спеціально-наукової освіти, що увійшов до складу Наркомосву УРСР [11]. У період 1923-1927 років у Харкові виходив двотижневий популярно-науковий громадський ілюстрований журнал Все-російської ради профспілок "Знання". Як орган Центральної комісії самоосвіти Управління політосвіти, журнал, що друкувався українською і російською мовами, прагнув популяризувати всі галузі природничих, технічних і суспільних наук, намагаючись охопити всі прошарки населення.

У середині 20-х років в Україні започатковуються такі загальноосвітні масові журнали, як "Робітник освіти" (Харків, 1924-1925), "Робітнича освіта" (Харків, 1927-



1931), "Робітничий журнал" (Харків, 1928), "Політехнічна школа" (Харків, 1932), "Радянська освіта", "За політехнічну освіту" (Харків, 1933-1934). Протягом 1927-1932 років у Харкові видається щомісячний педагогічний журнал мовою есперанто "Шлях освіти". Польською мовою друкувався журнал для малописьменних "До свята" (Харків, 1927-1928). Двічі на місяць виходив додаток до газети "Народний учитель" — "Самонавчання" (Харків, 1927), в якому популярно подавалися методики і рекомендації для тих, хто прагнув самостійно здобути освіту.

У 20-ті роки в Україні видавалися також масові науково-популярні журнали, розраховані на молодь, робітників і селян. Так, у 1923-1935 роках спочатку в Харкові, а потім у Києві друкувався науково-популярний і суспільний журнал українською мовою "Знання" ("Знаття") — орган Народного комісаріату освіти УРСР. У редакційній статті, яка відкривала перший номер журналу, зазначалося, що мета видання — "дати широким робітничим і селянським масам у зрозумілій для них формі найрізноманітніші знання з різних галузей науки і практики" [12]. З 1925 року журнал стає органом політосвіти Наркомосву УРСР. На його сторінках велась пропаганда різних наукових проблем: друкувалися огляди політичних й економічних подій, нариси історії і теорії наукового соціалізму, статті з актуальних питань природознавства і техніки, пропагувалися нові технічні розробки, форми і методи сільськогосподарської діяльності.

Як бачимо, 20-ті роки стали періодом формування національної системи науки і наукових комунікацій. Українська наука, де успішно розвивалися як фундаментальні дослідження, так і прикладні, досягла світового авторитету. Наукова робота набуває державного масштабу, стає важливою ланкою української культури, засвідчуючи глибинну інтелектуальну енергію, яку здатна виявити українська спільнота за хоч скільки-небудь сприятливих умов.

Однак надалі, особливо на початку 30-х років, умови й обставини почали зловісно змінюватися, ідеологічний тиск дедалі відчутніше поширювався й на науку. Зростаючі тенденції централізації і бюрократизації суспільного життя негативно вплинули на стан наукових досліджень, освітянський рух. Припинили існування деякі наукові й просвітницькі товариства. Наукова діяльність була відокремлена від викладання, зокрема сформовано розгалужену систему науково-дослідних кафедр, які не могли інтегруватися з навчальним процесом. Не приніс бажаних результатів й експеримент з університетами, перетвореними в інститути народної освіти. У вузах і наукових установах було засновано інститут комісарів, які безцеремонно втручалися у навчальний і дослідницький процеси. У 20-ті роки ще мала місце певна автономія наукових досліджень від ідеології та уряду, але останній доклав багато зусиль для здійснення реформи і завоювання вищої школи через інститут робітфаків, шляхом заміни й ідеологічного пресингу викладачів. Розпочаті властями репресії проти науково-технічної та освітянської інтелігенції і боротьба з націоналізмом призвели до згортання багатьох напрямів досліджень, особливо в галузі суспільствознавства і фундаментальних наук.

Першою гучною репресивною акцією, яка торкнулася науковців, була сфальсифікована судова справа "Київського обласного центру дії" [13]. На відкритому судовому засіданні навесні 1924 року звинувачувалися у контрреволюційній діяльності 18 осіб, переважно викладачі вузів та працівники УАН. Чотирьох звинувачених засудили до страти, велику групу інших, до якої увійшов академік М. П. Василенко — до десятирічного ув'язнення (пізніше під тиском світової громадськості страту було змінено на 10 років ув'язнення, а іншим скорочено терміни ув'язнення до 5 років).

Починаючи з другої половини 20-х років, Академія наук стає об'єктом тотального переслідування партійного апарату як "осере-



док української буржуазної культури і політики". Йшлося про "чистки" академічної інтелігенції, які Наркомос мав проводити під безпосереднім наглядом партії.

Зловісну роль у долі української науки відіграв судовий процес, що відбувся навесні 1930 року в Харкові над членами так званої "Спілки визволення України", у справі якої проходило 45 осіб на чолі з визначним українським ученим-літературознавцем, віце-президентом ВУАН академіком С. О. Єфремовим. Серед них — О. Ю. Гермайзе, А. В. Ніковський, В. Ф. Дурдুকівський, В. М. Ганцов, Г. Г. Холодний, В. В. Міяковський, Л. М. Старицька-Черняхівська, О. Г. Черняхівський, В. Д. Отамановський, М. З. Левченко та ін. Усіх їх засудили на різні строки ув'язнення, чимало з них згодом були розстріляні або загинули в таборах. Праці цих учених протягом тривалого часу викреслювалися з історико-культурної спадщини українського народу.

1929 рік, коли відбулися вибори до ВУАН і арешти у справі "Спілки визволення України", став поворотним для Академії наук і започаткував новий етап її історії. Як писала очевидиця тих часів історик Н. Д. Полонська-Василенко, Українська Академія була фактично зруйнована, вона опинилася в становищі "контрреволюційної установи, саме існування якої повисло на волосинці" [15].

У тому ж 1929 році було започатковано реформу Академії науки, яка передбачала зміну її структури, систематизацію напрямів наукових досліджень та організацію інститутів (замість кафедр) як основних наукових підрозділів. У середині 20-х років при ВУАН були засновані наукові товариства у Кам'янці-Подільському (1925), Одесі (1926) і Полтаві (1926), в яких проводилися демографічні та етнографічні дослідження, розроблялися проблеми історії та економіки краю, історії культури, розвитку літератури і мови. Щорічно вони проводили десятки засідань, де виголошувалися наукові доповіді, друкували "Записки" Товариства, укладали бібліотеки. Так, Одеське наукове то-

вариство видало 12 випусків "Записок" секцій, шість монографій, російсько-український словник і щорічні звіти [15].

Товариства виконували значні обсяги робіт, готували наукові обґрунтування на запити місцевих господарчих організацій, співробітничали з установами Академії. Однак на листопадовій сесії ВУАН у 1929 році за пропозицією наркома освіти М. О. Скрипника було прийнято рішення про їх ліквідацію як складової частини Академії.

Це було виявом загальної тенденції, спрямованої на посилення адміністративної системи. Невиправдані експерименти в галузі науки й освіти, наростаючі репресії щодо представників інтелігенції не могли не позначитися на якості та рівні наукових досліджень.

Наприкінці 20-х — на початку 30-х років помітно посилюлися тенденції до централізації, директивного планування науки, одержавлення, підпорядкування її господарським завданням. Одночасно йшов активний процес організації нових наукових й освітніх центрів. У 1928-1929 роках у республіці було створено мережу інститутів індустріального профілю в системі ВРНГ УРСР. До неї входили такі інститути, як Український променергетики, Український металів, Всесоюзний вугільний, Український споруд, Український фізико-технічний, Український силікатної промисловості, сільськогосподарського машинобудування та ін. Усього в 1930 році в системі ВРНГ УРСР діяло 12 науково-дослідних інститутів з 8 філіалами на місцях і 5 філіалами всесоюзних інститутів. У 1930 році в зв'язку з перетворенням ВРНГ на Наркомат важкої промисловості СРСР (НКВІ) усі інститути першого перейшли в підпорядкування другого. У той час в Україні в системі НКВІ було створено ряд нових інститутів технічного профілю [16]. Замість Наркомосу провідну роль у науковій політиці почали відігравати господарські наркомати. В Україні, як і в усьому СРСР, створюється комплекс галузевої науки. У вищих навчальних закладах



проходив процес дедалі більшої спеціалізації вищої освіти.

Особливо суттєві зміни відбулися в діяльності Академії наук республіки, яка зазнала докорінної реорганізації. На базі науково-дослідних кафедр були організовані академічні інститути з різних напрямів науки і техніки, започатковані нові дослідницькі напрями. Поступово з переважно гуманітарної тематики було перейдено на розробку проблем техніки, сільського господарства, медицини, природничих наук. Рішення партійних і державних органів з питань розвитку наукових досліджень, репресії проти вчених, перебудова діяльності ВУАН значною мірою позначилися на стані гуманітарних наук. Вибори в Академії наук 1929 року, коли були відхилені кандидатури деяких видатних учених, а натомість в академіки обрано групу партійних діячів, створили прецедент політичного втручання влади в діяльність наукової спільноти, силового тиску на вчених, що мало згубний вплив на долю української науки в 30-ті роки.

На початку 30-х років багато українознавчих напрямів науки почали змінюватися вульгарно-ідеологізованим суспільствознавством, чому немало сприяло заснування Інституту комуністичної освіти (1929), створення в Харкові Всеукраїнської асоціації марксистсько-ленінських інститутів (ВУАМЛІН). Репресії проти окремих учених, ряду колективів науковців та освітян призвели до закриття багатьох перспективних інститутів і наукових напрямів. Так, на початку 30-х років було розгромлено таку важливу українознавчу установу, як Комісія з вивчення звичаєвого права України, очолювану академіком ВУАН О. О. Малиновським і професором А. Е. Кристером. Така ж доля спіткала Інститут демографії, який очолював видатний вчений у галузі статистики і демографії академік М. В. Птуха. У 1931-1932 роках ліквідовано багато комісій історико-філологічного і соціально-економічного відділів ВУАН, у 1933 році — Всеукраїнський археологічний комітет — широко-

профільну установу, яка чимало зробила для української культури. У 1937 році фактично припинив існування через арешти більшості співробітників Інститут транспортної механіки АН УРСР, очолюваний академіком П. М. Супрунеником. Отже, в 30-ті роки почав складатися певний дисбаланс між фундаментальними і прикладними дослідженнями на користь останніх. "Вимивання" теоретичних розробок, заміна їх псевдонауковими ідеологічними теоріями неминуче вело до деформації наукової практики, що виконувала соціальні замовлення й набирала форми грубого утилітаризму.

У середині 30-х років прокотилася нова хвиля репресій проти української наукової інтелігенції. Розгорнулося полювання за "націоналістами, шкідниками, шпигунами" в академічних установах, під час якого було "виявлено" 248 "ворогів". Особливо значних репресій зазнали колективи інститутів української культури ім. Д. І. Багалія, української літератури ім. Т. Г. Шевченка, радянського права. Практично припинили своє існування внаслідок репресій і "чисток" Інститут польської культури, Інститут книгознавства. Одночасно припинилося видання багатьох наукових журналів, зокрема "Бібліографічних вістей", редактор яких, відомий дослідник преси Ю. О. Меженко, теж зазнав переслідувань і репресій. Масові репресії забрали життя багатьох українських учених, які були заарештовані і загинули в тюрмах і концтаборах. Серед них — математики М. Ф. Кравчук і М. Х. Орлов, географ С. Л. Рудницький, історик М. І. Яворницький, філософи С. Ю. Семковський, В. О. Юргинець, О. П. Дзеніс, філософ і генетик Т. Т. Агол, культуролог Ф. А. Козубовський, мовознавець Н. А. Каганович, ботанік О. О. Яната та ін. [17].

Однією з форм репресій була заборона займатися науковою діяльністю, викладати і навіть друкуватися. Підготовлені до друку рукописи книг і статей, а також опубліковані раніше книги репресованих авторів вилучалися з бібліотек. Чимало вилучених із науко-



вого обігу архівних матеріалів та інших культурних цінностей надовго ізолювалися від суспільства у так званих спецховищах.

Внаслідок цих репресивних акцій, а також швидкого кількісного зростання наукової інтелігенції за рахунок соціальних верств, мало пов'язаних з попередньою культурною традицією і вихованих на неприйнятті цієї традиції, значно знизився її професійний рівень. Усе це поглиблювало розрив між інтелектуальною елітою і основною масою творчої інтелігенції, призводило до її "технократизації". Нова інтелігенція перетворювалася не в еліту інтелекту, а в еліту посади. Таким чином, створювалася ціла верства нової бюрократії, напівінтелігентної української еліти, що в часи репресій проти першого покоління радянської бюрократії заступила її місце.

Подібні процеси мали місце в науковій і видавничій сферах, діяльність їх інституцій дедалі ідеологізується, набуваючи рис тоталітаризму. Політизація та ідеологізація суспільствознавства призвели до суттєвого скорочення обсягу українознавчих досліджень, звуження міжнародних контактів, а також до різкого зменшення кількості наукових видань і публікацій. Усе це в підсумку загостило актуальну для українського наукового співтовариства проблему ефективності наукових комунікацій і дієвості пропаганди знань.

1. *Постанова Раднаркому УСРР "Статут Всеукраїнської Академії наук" 14 червня 1921 р. // Історія Академії наук України 1918-1923: Документи і матеріали. — К.: Наук. думка, 1993. — С. 280-282.*

2. *Ряппо Я., Семковский С. Положение о научно-исследовательских кафедрах УССР // Наука на Украине — 1922. — № 1. — С. 112-118.*

3. *Хроніка. Історичні установи УАН. Археографічна комісія // Україна. Кн. 6. — 1927. — Вип. 25. — С. 191-194.*

4. *Грушевський М. С. Про українську мову і українську школу. — К., 1991. — С. 27.*

5. *ЦДІА України у Львові. — Ф. 399. — Оп. 1. — Спр. 890. — Арк. 1-77.*

6. *Книга й книжное дело в Украинской ССР. — К.: Наук. думка, 1985. — С. 49.*

7. *От редакции // Наука на Украине. — 1922. — № 1. — С. 2.; Научно-технический журнал. — 1922. — 1-2.*

8. *Одеська періодична преса років революції та громадянської війни 1917-1921. — Одеса: Праці одеської ЦНБ, 1929. — Т. 3. — С. 21-211.*

9. *Від редакції // Наука и техника. — 1924. — № 4. — С. 1-2.*

10. *Від редакції // Науково-технічний вісник. — 1926. — № 1. — С. 1-2*

11. *Пролетарська освіта. — 1922. — № 1. — С. 29-36.*

12. *Від редакції // Знання. — 1923. — № 1. — С. 1-2.*

13. *Дело Киевского областного центра действий. — X., 1922. — С. VII-IX.*

14. *Полонська-Василенко Н. Д. Українська Академія наук. Нарис історії. — К.: Наук. думка, 1993. — С. 74.*

15. *Деренчук Л. П. Місцеві наукові товариства при ВУАН // Вісник АН УРСР. — 1991. — № 8. — С. 65.*

16. *Сеть научно-исследовательских институтов промышленности ВСНХ СССР // Социалистическая реконструкция и наука. — 1931. — № 2-3. — С. 282-288.*

17. *Онопрієнко В. І. Репресована наука України. — К.: Знання, 1990. — С. 25-26.*



# "Актуалізатори" в газетному заголовку

## I

Заголовний комплекс у газеті як власна назва [1, 5] виконує свої функції, зокрема, завдяки особливим словам, що їх далі ми називатимемо *актуалізатори*.

У нашому розуміння, *актуалізатор* — це власна чи загальна назва предмета або ознака предмета, які встановлюють зв'язки заголовка з конкретними реаліями (особою, місцем, часовим проміжком, етносом, професією, кількісними вимірами чогось, унікальною подією тощо). Наявністю актуалізаторів газетний заголовний комплекс відрізняється від назви художнього твору, яка не потребує "прив'язки" до конкретних об'єктів [2].

Встановлення зв'язків між текстом заголовка і реаліями здійснюється на кількох рівнях: конкретнопредметному, загальнопредметному, номінативно-оцінному, атрибутивно-асоціативному. *Актуалізатори* можуть як стояти в позиції актантів, так і входити до складу атрибутивних та обставинних конструкцій (пор.: референтне використання імен можливе лише в позиції актантів [3]).

## II

*"Актуалізатори" конкретнопредметного рівня*

1. Найпоширенішими з них є реальні власні назви, які (в синхронному плані) встановлюють значеннєві зв'язки заголовка з конкретними об'єктами реальності — людьми, місцями, часовими проміжками тощо ("ХОБАРТ ЕРЛ У КИСВІ"<sup>1</sup>; "Я НЕ РОБИВ КАР'ЄРИ НА СПРАВІ ФЕЛЬДМАНА" Головний податковий слідчий країни *Святослав Піскун* — про "особливості" розслідувань в *українських банках*"<sup>2</sup>). Без власних назв такі

заголовки були б позбавлені будь-якої конкретики й не виконували б своїх функцій.

2. У ролі *актуалізаторів* можуть також виступати так звані означені дескрипції — апелятивні заміники імен. Зв'язок таких апелятивів з референтом забезпечується контекстом заголовка ("СВЯТОСЛАВ ПІСКУН ПРИМИРИВ ПРЕЗИДЕНТА З КОМУНІСТАМИ ТА ВІКТОРОМ ЮЩЕНКОМ"<sup>3</sup> — тут слово *Президент* тотожне імені *Л. Кучма*); місцем газети чи журналу на ринку ЗМІ, концепцією видання ("НА ПРИЛАВКАХ ГОРОДА ПОЯВИЛАСЬ ТАРАНЬКА В ВАКУУМНЫХ ПАКЕТАХ"<sup>4</sup> — у київській міській газеті *город* сприймається як *Київ*); рубрикацією ("Європа *нашим* не світить"<sup>5</sup> — на спортивній сторінці громадсько-політичного видання *наші* сприймається як *футбольний клуб "Динамо"*); актуалізацією резонансної події ("ИСКУШЕНИЕ БОЛЬШИНСТВОМ"<sup>6</sup> — у період формування парламентської більшості зрозуміло, що йдеться про *Верховну Раду України*); використанням обмежувальних зворотів ("КАРБОВАНЕЦЬ ЦАРЯ, ЯКИЙ НЕ ЦАРЮВАВ. Слідами однієї рідкісної монети"<sup>7</sup>); введенням перифрази ("ЖЕЛЕЗНЫЙ ФЕЛИКС" НЕ РЖАВЕЕТ. Новая московская политическая архитектура"<sup>8</sup>; використанням ілюстративного матеріалу ("СИМВОЛ НЕВДАЛОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ"<sup>9</sup> — знімок літака й пожежі на аеродромі встановлює зв'язок заголовка з катастрофою літака у Сквилові) тощо.

3. У ролі оніма може виступати загальна назва, яка позначає одиничний, "унікальний" предмет ("КОННОЕ ТРОЕБОРЬЕ НА КУБОК МЭРА"<sup>10</sup>).



"Актуалізатори" загальнопредметного рівня

"Прив'язку" тексту заголовка до об'єктів реальності можуть здійснювати також загальні назви, котрі ідентифікують той чи інший предмет (не обов'язково одиничний), проблему, явище, факт, подію та інші реалії. Привернення уваги до денотата забезпечується "незвичністю" значеннєвих зв'язків між ключовим словом і контекстом, предмета, підкресленням унікальної якості предмета, кількості чогось і т. ін. Нерідко ідентифікація відбувається на обох рівнях одночасно, але ім'я чи його заміник у плані встановлення зв'язку висловлювання з дійсністю завжди "сильніші".

1. Часто роль *актуалізаторів* виконують слова спеціальної лексики, скажімо: терміни ("ПОЛИТИЧЕСКИЙ ВУАЙЕРИЗМ"<sup>11</sup>); професіоналізми ("БУКМЕКЕРСЬКА КОНТОРА ЯК МІСЦЕ ПРОДАЖУ НАДІЙ"<sup>12</sup>) тощо.

2. Ідентифікаційну функцію виконують також дати, часові проміжки ("ЗАВТРА — 23 ФЕВРАЛЯ. С ПРАЗДНИЧКОМ МУЖИКИ!!!"<sup>13</sup>).

3. Нерідко в цій ролі виступають соціально значущі (особливо унікальні) цифри ("3,066 МЛРД ВІДДАТИ — \$800 МЛН ВЗЯТИ. І гривня втримається"<sup>14</sup>).

4. Важливе місце в заголовній номінації посідають поняття з "сильним" експресивним потенціалом, які також є *актуалізаторами* об'єктів і явищ реальності: біологічні істоти, які можуть нести людям якусь загрозу ("КЛІЩІ ОКУПУВАЛИ МІСТО"<sup>15</sup>); об'єкти зі сфери незвіданого, таємного, містичного ("Я НЕ СУМАСШЕДШАЯ. Я ВИДЕЛА ПРИШЕЛЬЦЕВ"<sup>16</sup>); "небезпечні" предмети людської діяльності, зброя, джерела загрози ("ТЕРОР ЯК ЗАСІБ БОРОТЬБИ З КАПІТАЛІЗМОМ?"<sup>17</sup>); реалії, пов'язані з нещастями, катастрофами, хворобами, небезпечними фізичними явищами, криміналом ("ПОЕЗД СМЕРТИ. Число жертв египетской катастрофы достигло 400"<sup>18</sup>) тощо.

5. Характерним *актуалізатором* у ЗМІ країн зі слов'янськими мовами виступають слова ідеографічного гнізда на позначення

свого, нашого на протигагу чужому, їхньому [4, 175]. У заголовках слова ідеографічного гнізда на позначення *свій, наш* виступають не лише заміниками власних назв, а й містять оцінку, протиставлення *їхньому*: "НАШЕ КОНСУЛЬСТВО В РОСТОВІ"<sup>19</sup>.

"Актуалізатори" номінативно-оцінного рівня

Творення заголовків іноді пов'язане з "творчою номінацією", тобто прагненням автора онімізувати загальні назви, що позначають досліджувані в матеріалі об'єкти, явища, події тощо. Автор закріплює за ними певну назву, яка часто містить оцінки, що зближує її з поетичним іменем: "ЧУЖІ". Чехи запроваджують обмеження на в'їзд українців у їхню країну"<sup>20</sup>.

Оцінні *актуалізатори* можуть стосуватися: осіб ("ГЕРОЙ-ВИНОВНИК. Вот уже 20 лет Николая Карачинцева "будят на рассвете" и провожают необутым"<sup>21</sup>); місць, не обов'язково географічних об'єктів ("МИРНАЯ ПРИСТАНЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ДУШ. Киево-Печерская Лавра в 1918 году"<sup>22</sup>); подій ("ПРОГРАМА ВІДСТАВКИ УРЯДУ? Минулого тижня уряд нарешті подав до Верховної Ради доволі оптимістичну програму своєї діяльності"<sup>23</sup>); явищ ("ПРАВО-НЕСВІДОМІСТЬ, або Чому судова система у справі Александрова дала збій"<sup>24</sup>) тощо.

"Актуалізатори" атрибутивно-асоціативного рівня

Зв'язки з предметами дійсності можуть здійснюватися шляхом актуалізації їхніх певних ознак, цитуванням, встановленням різноманітних асоціативних зв'язків з реальними об'єктами.

1. Загальні назви, знову ж таки, можуть виступати okazіональними заміниками власних ("СИН РОЗІЙШОВСЯ З БАТЬКОМ. Віктора Ющенка змінив Анатолій Кінах". Заголовок встановлює зв'язки з висловлюванням колишнього прем'єр-міністра В. Ющенка про його відносини з Л. Кучмою як між сином і батьком)<sup>25</sup>.

2. Використання прямих або трансформованих цитат має на меті встановлювати



асоціативні зв'язки з їхніми авторами або об'єктами висловлювань ("MCDONALD'S ЗАЧЫНЯЕЦЦА. Чутки про те, що Олександр Лукашенко вирішив заборонити McDonald's у Білорусі, виявилися перебільшеними"<sup>26</sup> — слово білоруською мовою встановлює зв'язки з Білоруссю).

3. Апеляція до денотата, про який у матеріалі не йдеться, може мати стилістично-експресивне, оцінне або інформаційне значення ("БІДНІ ЛЮДИ"<sup>27</sup>. У тексті не згадується твір Ф. Достоєвського "Бідні люди"; заголовок має оцінне значення: на дні уряду у Верховній Раді розглядалося питання щодо подолання бідності).

Заголовки зі слабкими значеннєво-асоціативними зв'язками щодо об'єктів дійсності не є власне мас-медійними заголовками. До речі, наявність *актуалізаторів*, особливо відомих імен, у назвах художніх творів соціально загострює їх, робить "газетними", вносить у них елемент публіцистики ("Кобзар-2000" братів Капранових, "Московіада" Ю. Андруховича, "1984" Дж. Орвелла).

### III

З погляду актуального членування речення, актуалізатори (далі розглядатимемо в цій ролі імена) в заголовному комплексі можуть займати позицію як у "вихідній" частині висловлювання, так і в "новій" — залежно від мети, якої хоче досягти автор чи редактор. (Про яскраво виявлений ремо-тематичний характер газетного заголовка пише К. С. Серажим [5].)

Аналіз значної кількості газетних заголовків показує, що в мові газет у кожен конкретний період часу (залежно від спрямування, територіального покриття, стилю видання) функціонує певна кількість онімів, котрі використовуються для створення *теми* заголовка. Очевидно, для кожного етапу суспільного життя можна було б укласти свій словник частотності використання імен у заголовках. Російський журнал "Власть", за прикладом багатьох зарубіжних видань, щомісяця (принаймні протягом 2002 року)

публікує рейтинги найбільш впливових людей Росії, використовуючи номінацію "Заголовщики", тобто найчастіше згадувані імена в заголовках.

"Тематичні" імена функціонують як актуалізатори суспільно найважливіших подій, явищ, осіб, вони вводять читача в "інформаційне поле" країни, світу, області, міста тощо.

Наприклад, у загальноукраїнських ЗМІ в жовтні 2002 року були поширені такі тематичні імена (крім традиційних *Кучма, Україна, Київ* тощо): *Василенко* (суддя, який порушив низку резонансних кримінальних справ), *Квасневський, Хав'єр Салана* (за їхньою участю у Варшаві відбулася конференція "Україна у Європі"), *Варшава, Ірак, "Кольчуга", "Повстань, Україно!"* (назва політичної акції опозиції), *Медведчук, Тимошенко, Мороз, Ющенко, Європейський Союз, НАТО* та ін. Пор. приклади з тематичним (липень — вересень 2002 року) топонімом *Ірак* у різних позиціях щодо актуального членування речення: "ІРАК ВІДКИДАЄ ЗВИНУВАЧЕННЯ"<sup>29</sup>; "ІРАК ЗАПУСКАТИМЕ СУПУТНИК?"<sup>30</sup>; "ІРАК ПОГОДИВСЯ ПРИЙНЯТИ ІНСПЕКТОРІВ"<sup>31</sup>; "У ІРАКА ОСТАЛОСЬ ДВА ВАРИАНТА ДЛЯ МИРА"<sup>32</sup>; "АВІАЦІЯ США ЗАВДАЛА УДАРІВ ПО КОМУНІКАЦІЯХ ІРАКУ"<sup>33</sup>; "В ООН ГОТУЄТЬСЯ РЕЗОЛЮЦІЯ ПО ІРАКУ"<sup>34</sup>; "ПОТРІБНА НОВА РЕЗОЛЮЦІЯ ЩОДО ІРАКУ"<sup>35</sup>.

Заголовки до повідомлень про ту саму подію з погляду різних соціальних груп можуть розрізнятися позицією імені в мовленнєвому акті. Скажімо, для українських ЗМІ (особливо центральних) топонім *Україна* є *тематичним*, тобто бере участь у створенні *теми*. Для російських — ця назва до *тематичних*, очевидно, не належить. Відповідно, заголовок до замітки про приїзд в Україну Президента Росії В. Путіна в українських ЗМІ може будуватися за таким патерном: "*В Україну прибув Путін*", у російських — "*Путін прибув в Україну*".

Принагідно зауважимо, що немає і не може бути особливих "рематичних імен", що



впливає з функції заголовка та самого поняття реми.

\* \* \*

Таким чином, заголовок може повноцінно функціонувати як власна назва газетного матеріалу, якщо до його складу входять спеціальні слова, які тут іменуються *актуалізатори*. Ці слова встановлюють змістові зв'язки між самим заголовком та, по-перше, текстом і, по-друге, з об'єктами, фактами, подіями, явищами тощо — усім тим, що визначає об'єктивну реальність.

Актуалізація заголовка може здійснюватися на кількох рівнях. До конкретнопредметних актуалізаторів ми відносимо власні назви та їхні усталені заміники, а також подібні до онімів апелятиви. Загальнопредметні — охоплюють спеціальну лексику, дати, цифри, слова з загостреним соціальним "звучанням", займенники *свій, наш* та подібні до них. Номінативно-оцінні актуалізатори — це авторські експресивні назви понять, явищ, подій тощо, подібні до власних назв. Атрибутивно-асоціативні — контекстуальні заміники онімів, цитати, що встановлюють зв'язки з денотатами. Апеляція до денотата може мати суто експресивно-емоційне навантаження.

Головну роль у референції відіграють власні назви. Без них багато заголовків не мали б жодного сенсу.

З погляду актуального членування речення імена в заголовку можуть займати позицію як у темі, так і реми. Для кожного періоду суспільного життя у ЗМІ можна виділити особливі *тематичні імена* (та інші актуалізатори), котрі часто фігурують у вихідній частині газетних заголовків. Як правило, вони відомі читачам, до їхніх носіїв прикута увага суспільства.

На нашу думку, подальше дослідження заголовної мови у ЗМІ допоможе виявити закономірності функціонування спеціальної лексики у заголовках, що важливо для глибшого розуміння його суті та функцій.

## ПРИМІТКИ

- <sup>1</sup> ПіК, 2002. — № 3.
- <sup>2</sup> Галицькі контракти, 2002. — № 27.
- <sup>3</sup> ПіК, 2002. — № 24.
- <sup>4</sup> Киев Экспресс, 2002. — 19-20 берез.
- <sup>5</sup> Вечірній Київ, 2001. — 10 квіт.
- <sup>6</sup> Киевский телеграф, 2002. — № 37.
- <sup>7</sup> Дзеркало тижня, 2002. — № 38.
- <sup>8</sup> Киевский телеграф, 2002. — № 37.
- <sup>9</sup> ПіК, 2002. — № 28.
- <sup>10</sup> Деловая столица, 2002. — № 25.
- <sup>11</sup> Киевский телеграф, 2002. — 22-28 квіт.
- <sup>12</sup> Галицькі контракти, 2002. — 39.
- <sup>13</sup> Киев Экспресс, 2002. — 22-23 лют.
- <sup>14</sup> Галицькі контракти, 2002. — № 22-23 лют.
- <sup>15</sup> Вечірній Київ, 2001. — 24 квіт.
- <sup>16</sup> Вечерние вести, 1999. — 8 черв.
- <sup>17</sup> Галицькі контракти, 2002. — № 35.
- <sup>18</sup> Киев Экспресс, 2002. — 22-23 лют.
- <sup>19</sup> Урядовий кур'єр, 2002. — 10 лип.
- <sup>20</sup> Вечірній Київ, 2001. — 24 квіт.
- <sup>21</sup> Киевский телеграф, 2002. — № 37.
- <sup>22</sup> Киевский телеграф, 2002. — № 37.
- <sup>23</sup> Галицькі контракти, № 25, 2002.
- <sup>24</sup> ПіК, 2002. — № 18.
- <sup>25</sup> Вечірній Київ, 2001. — 15 трав.
- <sup>26</sup> Галицькі контракти, 2002. — № 35.
- <sup>27</sup> Голос України, 2002. — 14 верес.
- <sup>28</sup> Див. Коммерсантъ Власть, 2002. — № 19.
- <sup>29</sup> Урядовий кур'єр, 2002. — 3 верес.
- <sup>30</sup> Урядовий кур'єр, 2002. — 5 верес.
- <sup>31</sup> Урядовий кур'єр, 2002. — 18 верес.
- <sup>32</sup> Независимая газета, 2002. — 16 верес.
- <sup>33</sup> Урядовий кур'єр, 2002. — 25 лип.
- <sup>34</sup> Урядовий кур'єр, 2002. — 14 верес.
- <sup>35</sup> Голос України, 2002. — 30 серп.

1. Карпенко Ю. О. Назва твору як об'єкт ономастики. (Переважно на матеріалі творчості Миколи Бажана) // Повідомлення Української ономастичної комісії. — К., 1975. — Вип. 13. — С. 3-10.

2. Блисковский З. Д. Муки заголовка. — М.: Книга, 1972. — 157 с.

3. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы. — М.: Наука, 1976. — 386 с.

4. Трубаков О. Н. Этногенез и культура древних славян. Лингвистические исследования. — М.: Наука, 1991. — 271 с.

5. Серажим К. С. Структура публіцистичного тексту: загальні підходи до текстологічного аналізу. — <http://journlib.univ.kiev.ua/nz/nz1/18.htm>.



Наукове видання

**Наукові записки  
Інституту журналістики**

Том 8

липень — вересень  
2002 рік

Підписано до друку 15. 04. 02  
Формат 60х84/8. Гарнітура Times.  
Друк трафаретний. Ум. друк арк. 20, 46  
Обл.-вид. арк. 22,0 Наклад 500 прим.

Підготовлено до друку навчально-видавничою  
групою Інституту журналістики.

Надруковано в навчально-поліграфічній  
лабораторії Інституту журналістики.

Адреса редакції та друкарні: 04119, Київ, вул. Мельникова, 36/1, Інститут журналістики, кімн. 103а,  
тел. 211-45-48, факс 213-09-81, e-mail: inst@journ.univ.kiev.ua