

Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка  
Інститут журналістики

Права людини в медіаосвіті  
та медіадіяльності  
в Україні

---

Збірник матеріалів  
науково-практичної конференції

30 листопада 2018 р. (м. Київ)

УДК 007:[342.732+070.133: 174]

ББК 76.01

П68           **Права людини в медіаосвіті та медіадіяльності в Україні:**

матеріали Першої науково-практичної конференції (Київ, 30 листопада 2018 р.). – К. : Інститут журналістики, 2018. – 230 с.

До збірника ввійшли матеріали і тези доповідей, подані учасниками Першої науково-практичної конференції «Права людини в медіаосвіті та медіадіяльності в Україні» (30 листопада 2018 року, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка) до її Організаційного комітету. Тексти публікуються в авторській редакції. За науковий зміст і якість поданих матеріалів відповідають автори, а також (для студентів і аспірантів) наукові керівники.

© Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2018

© Автори статей, 2018

**Київський національний університет імені Тараса Шевченка**  
**Інститут журналістики**

**ПРАВА ЛЮДИНИ**  
**В МЕДІАОСВІТІ ТА МЕДІАДІЯЛЬНОСТІ**

Матеріали  
Першої науково-практичної конференції

30 листопада 2018 року

Київ–2018

## ЗМІСТ

<i>Баишук А.І.</i>	
ДОСТУП ДО ПУБЛІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У КОНТЕКСТІ ВІДКРИТОСТІ ВЛАДИ.....	10
<i>Берещак В.</i>	
КОНЦЕПТ «ДОСТУПНЕ ЖИТЛО»: ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ДЛЯ МЕДІА.....	15
<i>Боровик А.А.</i>	
ЦІННІСНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ МЕДІАОСВІТИ В УКРАЇНІ.....	18
<i>Бойко І.І.</i>	
ФОРМУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ВЧИТЕЛЯ ЯК УМОВА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВА ДИТИНИ НА ІНФОРМАЦІЙНУ БЕЗПЕКУ .....	21
<i>Василик Л.Є.</i>	
ЕКСПЛУАТАЦІЯ ЛЮДИНИ З ІНВАЛІДНІСТЮ У ПОЛІТИЧНО ЗАМОВНИХ МАТЕРІАЛАХ.....	25
<i>Вашиковська В.В.</i>	
ДОСЛІДЖЕННЯ ПОРУШЕННЯ ПРАВА ЛЮДИНИ НА ІНФОРМАЦІЮ В PR-МАТЕРІАЛАХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ.....	30
<i>Вашиковська Н.В.</i>	
ПРАКТИКА Й СТАНДАРТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У РОЗРОБЦІ РЕКЛАМНИХ ПРОДУКТІВ.....	33
<i>Владимиров В.М.</i>	
МЕДІАПРАВО ТА МЕДІАПРАВА У ЄВРОПІ, США, КИТАЇ, РОСІЇ .....	37
<i>Вознюк О.</i>	
СУЧАСНІ РІЗНОВИДИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ ЯК БАЗИС РОЗВИТКУ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ.....	41
<i>Волковинський О.С.</i>	
ФОРМУВАННЯ ЗАСАДНИЧИХ ПРИНЦИПІВ СПІВПРАЦІ МІЖ ЖУРНАЛІСТАМИ І ПРАВОНАХОДИМИ.....	45

<i>Волощук Г.І.</i>	
ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ ПРИ ВИСВІТЛЕННІ РОМСЬКОЇ ТЕМАТИКИ.....	50
<i>Герт О. Ю.</i>	
РОЛЬ МАС-МЕДІА В ПРОТИДІЇ ПОРУШЕННЯМ ПРАВ ЛЮДИНИ В УКРАЇНІ.....	52
<i>Гончар А.В.</i>	
СЕКСИЗМ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ФОРМА ПОРУШЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ.....	55
<i>Горська К.</i>	
ПРАВА НА ДОСТУП ДО ІНФОРМАЦІЇ В МЕРЕЖІ: НОВА ДИСКУСІЯ ПІД ВПЛИВОМ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЗАКОНОДАВЧИХ ІНІЦІАТИВ .....	57
<i>Гресько О. В.</i>	
МЕДІА І ПРАВО ГРОМАДЯН НА ІНФОРМАЦІЮ: ПІДЗВІТНІСТЬ І ПРОЗОРИСТЬ ВЛАДИ.....	60
<i>Гришко А.Б.</i>	
ПРОБЛЕМА ВИВЧЕННЯ МЕДІАПРАВА В УНІВЕРСИТЕТАХ УКРАЇНИ.....	64
<i>Грубич В.</i>	
ВИСВІТЛЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПИТАНЬ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ В УКРАЇНІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ «ТСН»).....	67
<i>Дешевий Д.</i>	
ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТСМЕНІВ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ.....	69
<i>Димид Т.Д.</i>	
ПРАВО НА СВІТОБАЧЕННЯ: МЕДІАКОНТЕКСТИ СУБКУЛЬТУРИ І ПРАВ ЛЮДИНИ.....	73
<i>Єрмакова І. О.</i>	
КОМПЛЕКСНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-СОЦІАЛЬНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ «РАЗОМ БЕЗ ОБМЕЖЕНЬ!» ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ІНКЛЮЗИВНОЇ ПІДГОТОВКИ ПРАВОЗАХИСНИХ ЖУРНАЛІСТІВ.....	77

<i>Желіховська Н. С.</i> СВОБОДА СЛОВА ЯК ПРАВО І НЕОБХІДНА УМОВА ДІЯЛЬНОСТІ МЕДІА.....	79
<i>Загребельна Д.І, Боровик А.А.</i> ТРАНСФОРМАЦІЯ ЦІННІСНОЇ ПАРАДИГМИ ПІД ВПЛИВОМ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	82
<i>Задорожна Є.Є., Шендеровський К.С.</i> СОЦІАЛЬНА ТА ПРАВОЗАХИСНА ЖУРНАЛІСТИКА: ПИТАННЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	85
<i>Зенталь О. Ю.</i> ЧИННИКИ АКТИВІЗАЦІЇ МЕДІАТЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ ЖІНОК В УКРАЇНІ.....	91
<i>Іванова Д. С.</i> ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ У ВИКОРИСТАННІ ОБ'ЄКТУ АВТОРСЬКИХ ПРАВ У РЕКЛАМНІЙ ПРОДУКЦІЇ.....	96
<i>Іванюха Т.В.</i> СЦЕНАРІЇ ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМ ДИТИНСТВА: ДОСВІД УКРАЇНСЬКОГО ТА ЗАРУБІЖНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ.....	100
<i>Карташева А.С., Шендеровський К.С.</i> РОМСЬКА ТЕМАТИКА В ЗМІ: ПОШИРЕНІ ПОМИЛКИ ЖУРНАЛІСТІВ ТА ОСНОВИ СУЧАСНОЇ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ.....	103
<i>Кобинець А. В.</i> ЯК ПРОТИДІЯТИ СВАВІЛЛЮ ЧИНОВНИКІВ У РЕФОРМУВАННІ КОМУНАЛЬНИХ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ ДІЯЛЬНОСТІ «ТИМЧАСОВІ КОНТРОЛЬНОЇ КОМІСІЇ СУМСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ З ПЕРЕВІРКИ СКАРГ ЗА ФАКТАМИ НЕЗАКОННОГО ВТРУЧАННЯ У ДІЯЛЬНІСТЬ КОМУНАЛЬНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СВОБОДИ СЛОВА НА ТЕРИТОРІЇ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ»).....	108
<i>Ковальчук Н. С.</i> ТАКТИЛЬНІ КНИГИ ДЛЯ ДІТЕЙ ІЗ ВАДАМИ ЗОРУ.....	113

<i>Козак А. В.</i>	
ПОНЯТТЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ У НАУКОВОМУ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ ДИСКУРСІ.....	116
<i>Коновалов О.С.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТА.....	120
<i>Коптєва А. О.</i>	
ПРАВО НА КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ .....	124
<i>Коцар М. О.</i>	
ПРАВОВА ЗАХИЩЕНА ТЕМАТИКА: КОНТЕНТ ОНЛАЙН-РАДІО.....	127
<i>Ладика І. Я.</i>	
СПЕЦИФІКА ТРАКТУВАННЯ ТЕРМІНА «ГЕНДЕР».....	130
<i>Лобойко Р.</i>	
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЩОДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ.....	134
<i>Мірошниченко П. В.</i>	
ПРАВА ЛЮДИНИ – ФУНКЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЧИ СУПУТНИЙ РЕЗУЛЬТАТ? (ЗРІЗ ДУМОК СТУДЕНТОК І СТУДЕНТІВ)....	138
<i>Могімі К.</i>	
«ВІЙНА НА ДОНБАСЬ» ЯК КАТЕГОРІЯ ДИСКУРСУ УКРАЇНИ В НІМЕЦЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА.....	143
<i>Небельська А. О.</i>	
РОМСЬКА ТЕМАТИКА У НОВИННИХ ПОВІДОМЛЕННЯХ УНІАН.....	147
<i>Нематіан золбін Д.Х.</i>	
ПРАВИЛА ПОДОЛАННЯ ДИСКРИМІНАЦІЇ ХВОРИХ НА ВІЛ/СНІД У ЗМІ.....	151
<i>Опришко А. Р.</i>	
ІНФОГРАФІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ТА ДОНЕСЕННЯ В МАСИ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ПРАВА ЛЮДИНИ.....	154
<i>Поліха Л., Ребрей Г.</i>	
ЦІННІСНИЙ ЗМІСТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДЕОРЕКЛАМИ ПРОТИ БУЛІНГУ В УКРАЇНІ.....	157

<i>Попович В. С.</i> ТИПОВІ ПОМИЛКИ ПРИ ВИСВІТЛЕННІ ТЕМАТИКИ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ В МЕДІА.....	161
<i>Пристапенко Т.О.</i> ПРАВО НА СВОБОДУ СЛОВА ВІТЧИЗНЯНИХ ЖУРНАЛІСТІВ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНИХ ДОКУМЕНТІВ ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА.....	164
<i>Ребро Д.Я.</i> ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРЕДУМОВ КОНСТРУКТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ ЩОДО ВИСВІТЛЕННЯ ЖИТТЯ БІЖЕНЦІВ ТА ОСІБ, ЯКІ ПОТРЕБУЮТЬ ДОДАТКОВОГО АБО ТИМЧАСОВОГО ЗАХИСТУ, УКРАЇНСЬКИМИ МЕДІА.....	173
<i>Ровинська А.С.</i> ВКЛЮЧЕННЯ МЕДІА В ПРАВОВУ ПРИРОДУ ФЕНОМЕНА ВОЛОНТЕРСТВА.....	177
<i>Рудченко А. С.</i> СОЦІАЛЬНИЙ МІФ ЯК ЧИННИК ДЕГУМАНІЗАЦІЇ В МЕДІА.....	179
<i>Рябічева О.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ FEATURE ЯК ІНФОРМАЦІЙНОГО ЖАНРУ.....	183
<i>Сагірман Е.</i> ОКУПАЦІЯ ЯК ВИКЛИК КРИМСЬКИМ МЕДІА (ПРО ПОРУШЕННЯ СВОБОДИ ЗМІ В КРИМУ).....	185
<i>Сандига А. В., Шендеровський К. С.</i> ДО ПИТАННЯ ВИСВІТЛЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ БЕЗДОМНИХ В МЕДІА.....	189
<i>Сидорук К. В.</i> ОБРАЗ ЛІТНІХ ЛЮДЕЙ В УКРАЇНСЬКИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ГАЗЕТАХ ( НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТ «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ» ТА «ДЕНЬ» ).....	193



<i>Скібан О. І.</i>	
ПРОБЛЕМИ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ В АСПЕКТІ ЦІННОСТЕЙ ПРАВ ЛЮДИНИ: НА ПРИКЛАДІ НАВЧАЛЬНИХ ВИДАНЬ ДЛЯ НЕЗРЯЧИХ В УКРАЇНІ.....	197
<i>Сокульський М. В.</i>	
ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВИСВІТЛЕННЯ ЛІТНІХ ЛЮДЕЙ У ЗМІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ГАЗЕТИ «ЕКСПРЕС»).....	199
<i>Сторончак Е.А.</i>	
РОЛЬ МЕДІА У ВИСВІТЛЕННІ ТЕМИ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ: ТИПОВЕ ТА ОСОБЛИВЕ.....	203
<i>Федотенко К. А.</i>	
ВЗАЄМОДІЯ ПРЕСИ, ВЛАДИ І СУСПІЛЬСТВА (ПРАВОВИЙ АСПЕКТ).....	206
<i>Хархаліс А.</i>	
СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМАТИКА ЗАЛЕЖНОСТІ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ: ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОЗАХИСНОГО ТА КОНСТРУКТИВІСЬКОГО ПІДХОДІВ.....	207
<i>Ципердюк І. М.</i>	
ЖУРНАЛІСТ УКРАЇНСЬКОЇ РЕДАКЦІЇ РАДІО “СВОБОДА” СЕРГІЙ НАБОКА: БОРОТЬБА ЗА ПРАВА ЛЮДИНИ.....	212
<i>Цуканова К. С.</i>	
ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ЦІННОСТІ СУСПІЛЬСТВА.....	216
<i>Черкашина А. В.</i>	
РОЛЬ МЕДІА У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМИ ШКІЛЬНОГО БУЛІНГУ .....	220
<i>Чернишук О. О.</i>	
МІЖНАРОДНА ЖУРНАЛІСТИКА НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ: ЗАМОВЧУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ, ЯК ПОРУШЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ...224	
<i>Швидкова Д. О.</i>	
ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО: ОБУМОВЛЕНІСТЬ ПОРЯДКУ ДЕННОГО УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА.....	227

## ДОСТУП ДО ПУБЛІЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У КОНТЕКСТІ ВІДКРИТОСТІ ВЛАДИ

Відкритість влади має базуватися на законодавчо прописаних інструментах, які передбачають часткове делегування влади громадськості, що можливо за умови забезпечення безперешкодного доступу до публічної інформації органів державної влади і місцевого самоврядування. Публічність також зменшує прояви корупції, забезпечує підконтрольність влади. У 2011 р. закон «Про доступ до публічної інформації» відкрив новий етап у комунікаціях влади з громадськістю, значно розширивши межі інформаційної відкритості. Проте й досі норми закону можуть потрактовуватися юридичними відділами державних структур на власну користь, медіаправо ще формується, залишається неузгодженість певних норм з деякими законами, що визначає *актуальність* тематики. Так, лише планується реформа щодо доступу до архівів органів державної влади, місцевого самоврядування.

*Мета дослідження* – розкрити основні норми законодавства та визначити проблемні питання щодо доступу до публічної інформації.

Революційний етап публічності характеризується спрощеним доступом до публічної інформації, максимальною прихильністю до прав запитувачів інформації, оприлюдненням публічної інформації у формі відкритих даних (з 2015 р.), удосконалюється система керування інформаційним наповненням веб-сайтів органів виконавчої влади, які зокрема стають доступними для користувачів з вадами зору та слуху (з 2013 р.).

Закон України «Про доступ до публічної інформації», відповідно нова редакція Закону «Про інформацію» та закон 2014-го р. «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Закону України «Про інформацію» та Закону України «Про доступ до публічної інформації», який спрощує доступ до публічної інформації та приводить у відповідність до зазначених законів ряд кодексів і 53 закони України, мають високу юридичну якість. Відповідно до міжнародного рейтингу законів про доступ до публічної інформації, які складає міжнародна організація «Ексіс-Інфо», основний український закон потрапляє до топ-10 кращих законів світу, посідаючи 7 позицію [7]. Безумовно, якість виконання норм цих законів гірша, подекуди залишається й сьогодні на імітаційному рівні, окремі статті не діють (наприклад, ст. 29 Закону «Про інформацію» щодо поширення

---

<sup>1</sup> Доцент, к.філол.н., Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка

інформації з обмеженим доступом, якщо вона є суспільно необхідною, і ст. 30 щодо звільнення від відповідальності суб'єктів інформаційних відносин за розголошення інформації з обмеженим доступом, якщо «суд встановить, що ця інформація є суспільно необхідною» [6]; ст. 11. Захист особи, яка оприлюднює інформацію Закону «Про доступ до публічної інформації» [2]), а суди інколи виносять щодо подібних справ протилежні рішення. Проте з кожним роком від набуття чинності Законом ситуація поліпшується.

Зауважимо, що Закон «Про доступ до публічної інформації» було підписано президентом України В. Януковичем під тиском журналістської спільноти і громадських організацій [7]. Традиційно предметом суспільного інтересу є інформація бюджетного характеру. Закон містить важливі правові норми про неможливість обмеження «доступу до інформації про розпорядження бюджетними коштами, володіння, користування чи розпорядження державним, комунальним майном, у тому числі до копій відповідних документів, умови отримання цих коштів чи майна, прізвища, імена, по батькові фізичних осіб та найменування юридичних осіб, які отримали ці кошти або майно» (ст. 6, п. 5) [2]. За сукупністю певних вимог (конфіденційна, таємна, службова інформація) обмеженню доступу підлягає інформація, а не документ (ст. 6, п. 7), тобто інформацію з обмеженим доступом заретушовують у документі та надають запитувачу інформації. Зобов'язані надавати інформацію не лише органи влади, але й інші організації, які розпоряджаються бюджетними коштами – університети, науково-дослідні інститути тощо. Також «не належать до інформації з обмеженим доступом декларації про доходи осіб та членів їхніх сімей, які: 1) претендують на заняття чи займають виборну посаду в органах влади; 2) обіймають посаду державного службовця, службовця органу місцевого самоврядування першої або другої категорії» (у зв'язку з прийняттям Закону України «Про запобігання корупції» (2014) п. 6 ст. 6 існує в іншій редакції). Наразі чиновники зобов'язані подавати декларації, що оприлюднюються у Єдиному державному реєстрі декларацій осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, на офіційному веб-сайті Національного агентства з питань запобігання корупції (ст. 47) [3] – <https://nazk.gov.ua>.

Відповідно до Закону «Про доступ до публічної інформації», надається до 5 робочих днів для відповіді на інформаційний запит, у разі надзвичайної ситуації – 48 годин, за необхідності, якщо запит стосується надання великого обсягу інформації або потребує пошуку інформації серед значної кількості даних, розпорядник інформації може обґрунтувати подовження строку до 20

робочих днів (ст. 20). У старій редакції Закону «Про інформацію» існували норми про 10 і 30 календарних днів відповідно. Звернімо увагу, що відповіді на запити не передбачають створення інформації розпорядниками, надаються лише копії (або електронний варіант) існуючої документації, якою володіють органи державної влади та місцевого самоврядування. Тут на вході інформації потрібно чітко розрізняти запити і звернення, хоча досить часто у практиці трапляються випадки, коли запитувачі інформації подають гібридні запити-звернення. У таких випадках протягом 5-ти днів запитувачу надсилається письмове повідомлення/ відповідь, а звернення скеровується у відповідний структурний підрозділ і відповідь надається протягом 30-ти денного строку згідно Закону України «Про звернення громадян».

Закон «Про доступ до публічної інформації» сприяв створенню структурних підрозділів або відповідальних осіб у різних установах органів влади, що опрацьовують інформаційні запити; конкретизується, яка інформація про суб'єктів владних повноважень має оприлюднюватися (ст.15, ст. 16). З метою спрощення процедури оформлення письмових запитів на інформацію відповідні форми запитів можна отримати безпосередньо у розпорядника інформації та на їх офіційних сайтах (ст. 19, п. 6). Форми затверджені наказом Міністерства юстиції України від 26.05.2011 № 1434/5 [5].

Інформація надається безкоштовно, але якщо передбачається виготовлення копій документів обсягом більш як 10 сторінок, запитувач зобов'язаний відшкодувати фактичні витрати на копіювання та друк, граничні норми яких встановлено Кабінетом Міністрів України (витрати стягуються, починаючи з 11 сторінки за умови, що надано реквізити для сплати) (ст. 21). Підкреслимо, що ціна на копіювання має бути *обґрунтованою* і автоматично не дорівнювати граничній нормі, тобто 0,1% розміру мінімальної заробітної плати за виготовлення однієї сторінки формату А4 [4]. Альтернатива платним послугам, якщо для запитувача вказана сума зavelика, – запрошувати запитувачів працювати з інформацією у спеціально пристосованих місцях. Не може бути відмовлено у наданні інформації, якщо вона є у відкритому доступі – на офіційних веб-сайтах розпорядника інформації.

Підкреслимо, що доступність публічної інформації на мережевих сервісах полегшує роботу державних структур, позбавляючи відповідні відділи частини рутинної роботи надання відповідей на інформаційні запити. Проте не завжди вдається уникати необхідності дублювати інформацію, що пов'язано, на нашу думку, із кількома причинами. По-перше, недостатньою грамотністю населення щодо пошуку державної інформації, по-друге, в

органах державної влади часто формально підходять до інформаційного наповнення і технічних параметрів сайтів: відсутність зручного інтуїтивного інтерфейсу, ефективної внутрішньої пошукової системи надзвичайно ускладнюють доступ до суспільно важливої інформації. Крім того, може мати місце неповнота викладу матеріалу відповідно до заявленої категорії інформації, коли позначена на веб-сайті категорія інформації не підкріплюється інформацією або ж у повній мірі їй не відповідає.

Ми спробували перерахувати важливі моменти щодо застосування норм цього закону, але у щоденній практиці виникає багато спірних питань, про що ми пересвідчилися обговорюючи з 2011 р. до цього часу проблеми доступу до публічної інформації з державними службовцями на семінарах в Інституті підвищення кваліфікації керівних кадрів Національної академії державного управління при Президентові України. Алгоритм дії у спірних ситуаціях розпорядникам інформації пропонують спеціалісти відповідного відділу Секретаріату Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, які співпрацюють із медіаюристами громадських організацій. Зокрема, це «трискладовий тест», який застосовується, коли є сумніви щодо відкритості/ закритості інформації: часто виникають питання щодо конфіденційної інформації або віднесення публічної інформації до службової. «Трискладовий тест» міститься у п. 2 ст. 6 Закону «Про доступ до публічної інформації» і полягає у дотриманні сукупності таких вимог: 1) наявність визначеного законом інтересу, для захисту якого обмежується доступ; 2) розголошення інформації може завдати істотної шкоди цим інтересам; 3) шкода від оприлюднення такої інформації переважає суспільний інтерес в її отриманні [2]. У разі позитивної відповіді на усі три питання доступ до інформації обмежується, якщо хоча б на одне питання відповідь негативна, інформація надається.

У разі необхідності отримання консультації щодо застосування Законів «Про доступ до публічної інформації», «Про звернення громадян», «Про захист персональних даних», правові норми яких можуть перетинатися і викликати запитання, звертатися до департаменту моніторингу інформаційних прав (відділ права на звернення та отримання інформації) Секретаріату Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини (нова структура була затверджена 24.07.2018). Також видається методична література із роз'ясненнями і рекомендаціями розпорядникам інформації, функціонує постійно діюча уніфікована платформа «Доступ до правди» (на базі інтернет-видання «Українська правда») для надсилання електронних запитів розпорядникам інформації, де можна отримати коментар медіаюриста, ознайомитися із існуючими запитами і відповідями на них.

Відзначимо, що громадські організації почали залучатися до моніторингу інформаційної відкритості з 2011 р. (ІРРП), поступово їх методологія ускладнювалася, не вичерпуючись лише дослідженням офіційних веб-сайтів. Комплексне дослідження виконання суб'єктами владних повноважень Закону України «Про доступ до публічної інформації» в рамках Платформи «Омбудсмен+» включає: 1) аналіз офіційних документів, якими керуються в своїй роботі органи влади, їх відповідність закону; 2) виконання інформаційних запитів; 3) оприлюднення публічної інформації на офіційних веб-сайтах; 4) забезпечення умов, безпосереднього доступу до публічної інформації в приміщенні суб'єкта владних повноважень [1].

**Висновки.** Таким чином, забезпечення доступу до публічної інформації відповідно до норм чинного інформаційного законодавства України є революційним етапом на шляху відкритості влади, що дозволяє контролювати владу, зменшувати рівень корупції, підвищує ефективність її дій та вимоги до публічності, незважаючи на наявність проблемних питань, що часто пов'язано, з одного боку, із недостатньою грамотністю населення щодо пошуку державної інформації, незнанням компетенції органів влади, з іншого – формальним або імітаційним підходом державних службовців до надання доступу до публічної інформації.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Методологія оцінки рівня забезпечення доступу до публічної інформації суб'єктами владних повноважень / експ. група І. Кушнір, Д. Слизьконіс, В. Таран, Т. Оексіук та ін.. — К. : ЦПСА«Ейдос», 2016. — 76с.
  2. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13 січня 2011 р. № 2939-VI [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2939-17> – Дата доступу: 20.10.2018.
  3. Про запобігання корупції : Закон України від 14 жовтня 2014 р. № 1700-VII [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#n3> – Дата доступу: 20.10.2018.
  4. Про затвердження граничних норм витрат на копіювання або друк документів, що надаються за запитом на інформацію : Постанова Кабінету Міністрів України від 13 липня 2011 р. N 740 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/740-2011-p> – Дата доступу: 22.10.2018.
  5. Про затвердження форм для подання запиту на отримання публічної інформації : Наказ Міністерства юстиції України від 26 травня 2011 р. № 1434/5 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0629-11> – Дата доступу: 22.10.2018.
  6. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. N 2657-XII [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> – Дата доступу: 20.10.2018.
  7. Світлана Заліщук та Тарас Шевченко на Громадському [Електронний ресурс] // [hromadske.tv](http://hromadske.tv). – Режим доступу: <http://video.meta.ua/6667224.video> – Дата доступу: 21.10.2018.
-

## КОНЦЕПТ «ДОСТУПНЕ ЖИТЛО»: ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ДЛЯ МЕДІА

Сучасний світ швидкоплинний, змінний, сповнений неочікуваних подій, неконтрольовано впливаючи як на масову, так і індивідуальну свідомість, дає необмежені можливості потокам інформації. Ті, використовуючи різноманітні засоби комунікаційних каналів, формують людину, родину, спільноту, громаду, суспільство в цілому.

Важливе місце у системі масових комунікацій у наш час посідають ЗМК як соціальний інститут, основним завданням якого є всебічне й об'єктивне інформування всіх суб'єктів суспільного життя про соціальну дійсність, що необхідне для оптимального функціонування всіх інших соціальних інститутів і суспільства в цілому як саморегулятивної системи [6, с. 73]. У зв'язку зі стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій мас-медіа мають необмежений вплив на суспільну думку. Вони формують порядок денний, продукують ідеї та стратегії глобального інформаційного простору. З одного боку це має негативні наслідки стереотипізації поведінки людей, тотальної масифікації [5, с. 10].

*Актуальність роботи* полягає у спробі всебічно й комплексно вивчити особливості відображення соціально-економічної теми «житло/нерухомість» в друкованих суспільно-політичних ЗМІ і їхніх онлайн-версіях на прикладі видання «Новое Время». Тема «житло/нерухомість» виступає лакмусовим папером і викриває типові протиріччя між складовими суспільства – між конкретною людиною і державними інститутами, між бідними і багатими, між власниками житла і охочими вирішити наболіле «квартирне питання».

*Об'єкт дослідження:* соціально-економічна тема «житло/нерухомість» у дискурсі масових комунікацій. *Предмет дослідження:* особливості відображення соціально-економічної теми «житло/нерухомість» друкованими і онлайн-ЗМІ на прикладі контенту журналу Новое Время. *Мета дослідження:* аналіз та визначення ролі соціального і економічного контексту, особливостей відображення теми «житло/нерухомість» як соціально-економічної категорії у друкованих засобах масової інформації

В умовах розвитку і становлення інформаційного суспільства економічна проблематика стає рушійною силою економічних перетворень в суспільстві. На сторінках ділової преси порушуються питання про майбутнє ринку праці, економічної свободи, дискусії щодо світової економіки, ринку фінансів, праці, нерухомості тощо. Враховуючи, що економічні й економіко-

---

<sup>2</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

політичні питання є центральними в публічних дискусіях, економічна і фінансова інформація починає цікавити широкий загал. Серед загальної кількості публікацій окреме місце посідає концепт «житло/нерухомість».

Термін «житло» належить до предметного поля кількох царин, серед яких економічні, юридичні, соціологічні науки. При цьому помилковим є, на нашу думку, ототожнювати терміни «житло» та «нерухомість», що почасти трапляється в науковому полі. Словник української мови визначає термін «житло» як «приміщення, пристосоване, признач. для життя людей; дім, оселя» та «місце для проживання, перебування». Натомість нерухомість подається як «нерухоме майно» [3].

Недоступність житла для широких верств. Цей показник вказує на загальний добробут населення, на рівень життя нації і розвиток економіки. Термін «доступне житло» розтлумачений у пункті 1 Указу Президента України від 08.11.2007 року №1077/2007 «Про заходи будівництва доступного житла в Україні та поліпшення забезпечення громадян житлом»: доступне житло – недороге житло, яке спроможні придбати громадяни з невисоким рівнем доходів, що потребують поліпшення житлових умов [4]. У сучасних суспільно-політичних і економічних умовах це питання набуває ознак проблеми. Адже в умовах війни на Сході України спостерігається певна нестабільність економічного сектору, зокрема ринку праці. Це впливає на рівень заробітної платні, а також працевлаштування населення. Окрім того, з'являється ще одна соціальна група населення – внутрішньо-переміщені особи, для яких питання житла є одним із перших на порядку денному. Згідно з інформацією Міністерства соціальної політики, станом на 25 квітня поточного року, підрозділами соцзахисту населення обласних та Київської міської держадміністрацій **взято на облік 1 млн 583 тис. 827 переселенців**, або 1 млн 273 тис. 657 сімей з Донбасу та Криму [2].

Низький рівень зарплатні при відсутності іпотечного кредитування на ринку. Цей негативний фактор також унеможлиблює вирішення житлового питання населення. Заступник директора Інституту демографії та соціальних досліджень Олена Макарова зазначила: «У новому Житловому кодексі необхідно враховувати коефіцієнт доступності житла для населення України. За підрахунками вчених, за нинішніх умов життя, віддаючи всі заробітки на придбання житла, середній українець зможе ним обзавестися: у Києві через 32 роки, Львові – 25, Запоріжжі – 20 років» [50]. Принагідно зауважити, що йдеться про людей працездатного віку за умови того, що вони належать до групи економічно активного населення.

Економічно активне населення – складається з населення обох статей віком від 15 до 70 років включно, яке впродовж певного періоду часу



забезпечує пропозицію робочої сили на ринку праці [1, с. 25]. За даними Державної служби статистики, у 2017 році кількість економічно активного населення віком від 15 до 70 років становила 18,0 млн осіб. Натомість у 2015 році цей показник був на рівні 18,1 млн осіб. Рівень економічної активності серед осіб віком 15-70 років склав 62,2%. І навіть за умови підвищення соціальних стандартів, зокрема зростання мінімальної зарплатні до 3 200 грн, індекс доступності житла в Україні є одним із найнижчих в Європі [50].

Зауважимо, що за законодавством житлом є приміщення, що пристосоване і призначене та постійного чи тимчасового проживання осіб. Це визначення, на нашу думку, спрощує мультифакторність житла як соціально-економічної категорії. Адже йдеться не лише про голі стіни, квадратні метри чи дах над головою, але й про комфорт, середовище існування, затишок осіб, які в ньому перебувають. Саме тому вважаємо за доцільне розмежовувати поняття «житло» як економічну і соціальну категорію. В першому випадку йдеться лише про товар, а в другому – про значно більше поле соціально-психологічних понять (доступність, інклюзія, затишок, безпека тощо). Відтак постає актуальність дослідження особливостей представлення теми «житло/нерухомість» в українських медіа.

У дослідженні ми провели контент-моніторинг і контент-аналіз друкованої та електронної версій суспільно-політичного журналу «Новое Время» за 2016-2017 роки.

Концептуальне змістове наповнення номерів журналу засвідчує його інтерес до висвітлення теми «житло/нерухомість» у різних форматах і під різними кутами подачі. Зокрема, окремі публікації містять елементи не тільки економічної розробки теми, але й соціальної, що підтверджує можливість представлення соціально-економічного концепту «житло/нерухомість» на сторінках суспільно-політичних видань.

Досліджуючи контент видання «Новое Время» за 2016–2017 роки, орієнтуючись саме на соціально-економічну проблематику окресленої теми, можна виділити у добірку найбільш повторюваних питань такі: доступність житла, економічні складові, комфортне середовище, тенденції ринку. На ці аспекти найчастіше звертали увагу журналісти в своїх матеріалах за окреслений період. В онлайн-версії журналу «Новое Время» представлений той самий контент, що й у друку, однак у форматі мультимедійного лонгріду – з додатковою інфографікою, візуалізацією даних.

Публікації друкованих та електронних версій журналу «Новое Время» засвідчують актуальність розгляду теми «житло/нерухомість» в медіа як соціально-економічної категорії і дають можливість виокремити найтипівіші теми журналістських матеріалів: *проблема доступного житла, комфортного*

середовища існування/універсального дизайну, житло в контексті прав людини, людиноцентристський підхід до теми житла, економічні складові теми «житло/нерухомість» і питання соціальної відповідальності девелоперів перед покупцями. У цьому контексті актуалізується синергетичний потенціал соціальної журналістики. Внаслідок того, що комунікації – це потужний засіб переконання, групи отримують доступ до газет, радіо і телебачення для того, щоб просувати свої визначення і версії проблем [7]. Ця теза підсилює особливу роль концепції соціальної відповідальності ЗМІ перед суспільством [6, с. 144]. При висвітленні теми доступності житла, журналіст зобов'язаний враховувати інтереси та можливості різних соціальних груп, дотримуватись цінностей прав людини та застосовувати засоби адвокаційної ролі в соціальній журналістиці для усунення, попередження відповідних порушень.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конюхова Є.О Договір соціального найму (оренди) житла за законодавством України [Текст] : Дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / Є. О. Конюхова. – Харків, 2016. – 189 с.
2. Міністерство соціальної політики України. Статистична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.msp.gov.ua/news/13032.html>
3. Словник української мови: в 11 томах. – Том 3, 1972. – С. 507.
4. Указ Президента України «Про заходи щодо будівництва доступного житла в Україні та поліпшення забезпечення громадян житлом» від 08.11.2007 №1077/2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/ru/documents/6956.html>
5. Шендеровський К. С. Інституціоналізація комунікацій у сфері вирішення соціальних проблем: дис. ... канд. н. із соц. комунік: 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій / К. С. Шендеровський; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2013. – 245 с.
6. Шендеровський К. та інші. Медіакомунікації та соціальні проблеми: Збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей в трьох частинах. Частина перша / Упор., ред. К. Шендеровського / Київ. нац. ун-т; Ін-т журналістики. – К., 2012. – 288 с.
7. Шендеровський К. С. Передумови інституалізації соціально значимих медіа / К. С. Шендеровський // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. «Филология. Социальные коммуникации». – 2011. – Т. 24 (63). – № 4. Ч. 1. – С. 121–134.

**Боровик А.А.<sup>3</sup>**

### ЦІНІСНО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ МЕДІАОСВІТИ В УКРАЇНІ

**Мета:** дослідити медіаосвітні процеси в Україні та визначити актуальність медіаосвіти з позицій прав людини

**Завдання:**

---

<sup>3</sup> Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара.

- Визначити роль медіаосвіти в сучасному світі.
- Проаналізувати причини необхідності медіаосвіти з позицій прав людини.
- Визначити основні положення Концепції медіаосвіти в Україні.

**Джерела дослідження:** Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція), Загальна Декларація прав людини.

Сьогодні, коли спостерігається насиченість сучасного суспільства засобами масової інформації, високий рівень споживання медіапродукції, з'являється актуальність звернення до медіаосвіти в сучасному соціокультурному просторі.

Задля покращення медіакомпетентності аудиторії має впроваджуватися медіаосвіта. Саме медіаосвіта спроможна навчити критичному сприйняттю медійної продукції, отримати навички та вмінь аналізувати та критично осмислювати медіаінформацію.

Стан освіти суспільства завжди був показником рівня розвиненості держави. Освічена людина має можливість в повній мірі розуміти, які права в неї є і як ними користуватися.

Згідно статті 26 Загальної Декларації про права людини: «Кожна людина має право на освіту... Освіта повинна бути спрямована на повний розвиток людської особи і збільшення поваги до прав людини і основних свобод...» [1]. І сьогодні, коли поняття «освіта» розширює свої межі, можемо говорити про медіаосвіту. Необхідність впровадження медіаосвіти відбиває сучасні потреби медіатизованого суспільства. Однозначно, маємо говорити про різносторонні та систематичні форми освіти в сфері ЗМІ

Спробуємо з'ясувати, які кроки робляться в Україні задля впровадження медіаосвіти. Одним з таких кроків є Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, яка в оновленому варіанті була схвалена Президією Національної академії педагогічних наук України 21 квітня 2016 року. В Концепції зазначається, що Концепції впровадження медіаосвіти в Україні розглядається як важлива складова модернізації освіти, яка сприятиме побудові в країні інформаційного суспільства, розвиткові економіки знань, становленню громадянського суспільства.

В Концепції зазначається, що вона базується на вивченні стану медіакультури населення України та міжнародному досвіді організації медіаосвіти. Основні положення Концепції відповідають завданням, сформульованим у Паризькій програмі-рекомендаціях з медіаосвіти ЮНЕСКО (від 22 червня 2007 р.), резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації (від 16 грудня 2008 р.), Феській

декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (від 17 червня 2011 р.) та Паризькій декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (від 28 травня 2014 р.) [2].

Що стосується основної мети Концепції, то вона визначається, як «сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей». [2].

В Концепції запропоновано визначення таких термінів як медіаосвіта, медіапедагогі, медіакультура, медіаобізнаність, медіаграмотність, медіакомпетентність, медіаінформаційна грамотність та інші.

Визначено мету, завдання, основні принципи медіаосвіти, пріоритетні напрямки розвитку медіаосвіти, форми медіаосвіти, та основні етапи реалізації Концепції. Так, під формами медіаосвіти вбачають її здійснення в усіх складових системи безперервної освіти в Україні. Основними формами медіаосвіти є шкільна, позашкільна, у вищій школі, батьківська медіаосвіта дорослих засобами медіа. Концепція передбачає підготовку і проведення широкомасштабного поетапного експерименту по впровадженню медіаосвіти на всіх рівнях. В якості першого пріоритету визначається розвиток практики шкільної медіаосвіти, яка має стати головною інтегруючою ланкою формування цілісної системи медіаосвіти в країні. Звертається увага на розроблення стандартів фахової підготовки медіапедагогів і медіапсихологів для системи освіти; активізація співпраці вищих навчальних закладів, які готують фахівців для медіавиробництва і сфери мистецтва, з Національною академією наук України, Національною академією педагогічних наук України та Національною академією мистецтв України; організація за участю громадських об'єднань і медіавиробників різних форм позашкільної освіти, налагодження повноцінного суспільного діалогу з метою оптимізації медіаосвітньої діяльності медіа.

Щодо основних етапів реалізації Концепції, то зараз вже почався другий етап – етап поступового укорінення медіаосвіти та стандартизації її змісту (2017–2020 роки), що передбачає виконання численних завдань та активних дій.

А попереду наступний етап – етап дальшого розвитку медіаосвіти та забезпечення її масового впровадження (2021–2025 роки).

Також в Концепції мова йде про основні умови реалізації Концепції. Зазначається, що пріоритетною умовою ефективної реалізації Концепції є її наукове забезпечення. Щодо взаємодії закладів освіти із зацікавленими відомствами і громадськими організаціями з питань медіаосвіти, то вона має здійснюватися на всіх рівнях.

Слід зазначити, що запропонована Концепція медіаосвіти не висвітлює всіх питань і аспектів медіаосвіти і потребує подальшого удосконалення і доопрацювання. Однак розробка даної Концепції – це вже певний етап для розвитку медіаосвіти в Україні.

**Висновки:** Отже, стрімкий розвиток в сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій і системи мас-медіа потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними. Медіаосвіта відповідає сучасним потребам суспільства, зважаючи на цінності прав людини. На жаль, в Україні медіаосвіта залишається ще фрагментарною. Необхідність впровадження медіаосвіти в освітницьку і просвітницьку практику не викликає сумнівів. Головна задача медіаосвіти – підготувати аудиторію до життя в інформаційному суспільстві, навчитися передбачувати, а при необхідності нейтралізувати наслідки негативного впливу ЗМК на людину.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Загальна декларація прав людини від 10.12.1948 Режим доступу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_015](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015)
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за ред. Л. А. Найдюнової, М. М. Слюсаревського. – Київ, 2016. – 16 с.

*Бойко І.І.<sup>4</sup>*

### **ФОРМУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ ВЧИТЕЛЯ ЯК УМОВА РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВА ДИТИНИ НА ІНФОРМАЦІЙНУ БЕЗПЕКУ**

*Постановка проблеми.* В останній чверті ХХ століття людство вступило в нову стадію – стадію побудови інформаційного суспільства, яке приховало у собі велику небезпеку для людства: доступність глобальних інформаційних мереж, з розміщеними загрозами для дітей, - витоки яких обумовлені проблемами сучасного суспільства [1]. Розвиток інформаційних технологій має переважно характер науково-технічний, за яким дуже часто

---

<sup>4</sup> Доцент, кандидат психологічних наук, комунальний заклад «Житомирський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти» Житомирської ОР.

губляться поняття моралі й честі, соціальної відповідальності, психологічної ідентичності; за яким приховано порушення соціально-психологічного балансу естетичного – неестетичного, містяться потенційні загрози – недостовірність інформації, ігрова залежність, цифрова деменція, націоналізм, тероризм, інформація про суїциди, сцени насильства, сайти сексуального характеру та ін. [2;3].

*Актуальність.* Тому, залишатися поза увагою українських науковців та освітян зазначена проблема не могла. Вирішення проблеми залежить, зокрема, від розуміння педагогами глибинних психологічних механізмів впливу на свідомість людини та володіння ними психотехнологіями захисту. Однак, складається враження, що у процесі стрімкого і безоглядного реформування, модернізації та інновації професійної сфери, освітяни не розгледіли у інформаційній мережі «потенційної загрози» не лише для дітей та молоді, але й для держави у цілому (концентрація та монополізація ЗМІ [4, 57-59]); «агресивні інформаційні впливи на психологічне здоров'я і розвиток дитини внаслідок активізації інтернет-буму з 1990-х рр. Особливо шкідливою «...» є нове явище *цифрової деменції*, коли внаслідок зловживання медіа у дітей виникають психічні розлади, затримується й викривлюється процес інтелектуального розвитку» [3]. *Метою статті* є питання дослідження психологічного контенту у психолого-професійній діяльності вчителя, *завдання* - обґрунтування та пошук можливостей формування у всіх суб'єктів освітнього процесу компетентності в галузі інформаційної безпеки, захисту інформації та створення безпечного освітнього простору.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій* встановив, що функціонування російської моделі медіа-холдингів в Україні призвело до політичної нестабільності внаслідок постійних «інформаційних війн» [4, 57-59]; склалася монополія на інформацію, знання [4, 57-59]; масова комунікація (за П. Лазарсфельдом, Р. Мертоном) провокує соціальної дії і масові смаки [5, 154]; глобальні мережі селективно підключають, або відключають індивідів, групи, райони і навіть країни відповідно до їхньої значущості у досягненні власних цілей (за М. Кастельс) та ін. [6, 27]. Відтак, вік інформації надав можливість використовувати її з різною метою. Психолого-педагогічні науки намагаються сьогодні знайти шляхи забезпечення «інформаційної безпеки» особистості, що розуміється як сукупність збалансованих інтересів особистості, суспільства, держави та забезпечення прав громадянина на захист свого здоров'я від неусвідомлюваної шкідливої інформації. Цьому сприяє психологічна культура. У межах наукових напрямків дослідження формування та розвитку психологічної культури особистості вченими вирішуються проблеми: самопізнання (А. Маслоу, К. Роджерс, Е. Фром,

К. Юнг); розуміння психологічної культури як важливого елементу розвитку особистості (Б. Ананьєв, Г. Балл, І. Бех, В. Біблер, Л. Виготський та ін.), як частина загальної культури (К.Абульханова-Славська, І.Дубровіна, О.Мотков); як психологічний феномен (Л.Колмогорова, В.Семикін); як особистісне утворення (М.Бахтін, М.Мамардашвілі); психологічна компетентності викладача (Ю. Варданян, О. Гура, А. Деркач, В. Зазикін, С. Brumfit, F. Kleppel, S. Savignon) та основні теоретичні підходи, щодо механізмів та форм її розвитку (О. Гура, Б. Дьяченко, Е. Зеєр, та ін.).

*Виклад основного матеріалу.* Зазначені наукові розробки є вагомим внеском у дослідження зазначеної теми. Однак, подальша перспективна освіта вчителя має бути спроектована у професійно обумовлену культурно-психологічну діяльність та посилена особистісно-детермінованим усвідомленням ролі та місця психологічної культури у створенні безпечного освітнього середовища. Під *інформаційною безпекою* учнів розуміємо стан, умови їх життєдіяльності при яких відсутні (мінімізовані) загрози нанесення шкоди особистому інформаційному простору та здоров'ю. Доступність інформації, її вплив на учнів, зросли настільки, що правомірним стає говорити про інформаційну соціалізацію особистості, а сама інформація перетворюється в один із потужних чинників її соціалізації. За таких умов розвиток психологічної культури учнів має забезпечувати надходження вітальної інформації до їх свідомості; пошук, переробку та критичне оцінювання інформації; їх конкурентну здатність та своєрідний імунітет до інформаційного негативу.

У зв'язку з цим модифікуються вимоги до професійної підготовки педагога та до підвищення рівня *психологічної безпеки та психологічної культури* в освітньому середовищі. Так, за результатами анкетування вчителів, нами встановлено, що понад 70% респондентів не в повній мірі враховують проблеми і реалії сучасного інформаційного суспільства, проте, більшість із них (82%) потребують на додаткові знання, навички, щодо запобігання загроз. Тому процес формування компетенцій вчителів у галузі інформаційної безпеки у навчальному процесі повинен носити комплексний характер і враховувати як існуючі стандарти освіти, вимоги реалій сучасного інформаційного суспільства так і усі суттєві загрози і можливі негативні наслідки інформатизації. *Психологічна безпека* як захист від впливу на свідомість з боку інших людей та інформаційних потоків може бути забезпечена оптимальним співвідношенням залежності – незалежності від інших людей шляхом тренування здорової автономії; керованістю своїх стереотипних реакцій у важливих і нестандартних ситуаціях, в умовах загроз інформаційній безпеці (загрози конфіденційності особистої інформації;

доступ та отримання інформації, забороненої для поширення серед дітей; залежність від мережевих, комп'ютерних ігор; криміналізація інформаційного простору; ненавмисні, випадкові загрози; шкідливе програмне забезпечення; несанкціоновані Інтернет покупки; кібербулінг, тролінг, сексуальні домагання, шпигунство; несанкціоноване використання не ліцензованого програмного забезпечення; хакерські атаки, спам [1;4;7-12]. Під компетентністю в галузі інформаційної безпеки педагогів розуміємо інтегровану характеристику якостей особистості, які дозволяють здійснювати психолого-педагогічну діяльність і включає саморозвиток у галузі інформаційної безпеки; наявність теоретичних знань основ інформаційної безпеки, практичних умінь, навичок успішного захисту інформації і протистояння загрозам інформаційної безпеки.

*Висновки.* Отже, з вище викладеного, можна зробити висновок, що недостатньо лише конструктивно екстраполювати викладені вище ідеї на систему відносин «людина-МЕДІА», а необхідно доповнити аспектом запобігання загрози психологічному здоров'ю та психологічному травматизму, а саму проблему «розширити» за рахунок вивчення психологічних закономірностей діяльності людини в умовах не тільки фізичної, а й психологічної небезпеки.

*Перспективи* подальших розвідок у цьому напрямі. У подальшому нами вбачається деталізація змісту інформаційної педагогічної діяльності вчителя в умовах сучасного інформаційного суспільства, щодо вдосконалення знань педагога про форми і методи інформаційного впливу та інформаційного подавлення; формування здатності орієнтуватися в потоках різноманітної інформації, виявляти можливі загрози, які пов'язані з відбором, оцінки і захистом інформації, забороненої для поширення серед дітей; оволодіння знаннями і методами захисту від кримінальної та терористичної інформації у різноманітному інформаційному потоці, оволодіння прийомами забезпечення інформаційної безпеки освітнього закладу і окремого індивіда.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Богатырёва Ю.И., Привалов А.Н. Компетентность педагога в области информационной безопасности: проблемы и пути решения / Богатырёва Ю.И // Информационная среда образования и науки. –2012. № 11.– С. 96-105.
2. [https://uk.wikipedia.org/wiki/Second\\_Life](https://uk.wikipedia.org/wiki/Second_Life) дата: 10.06.2017
3. <http://svit24.net/zdorovie/73560-psyhiatry-stryvozheni-poshyrenistju-novogo-psyhichnogo-rozladu-cherez-smartfony> дата: 10.06.2017
4. Психологічні аспекти національної безпеки: Тези Другої Міжнародної науково-практичної конференції. - Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2008. - 264 р.



5. Лазарфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // М.М. Макаров. Массовая коммуникация в современном мире. - М., 2000.
  6. Кастельс Мануель. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. - М, 2000.
  7. Баева И. А. Психологическая безопасность в образовании: Монография. СПб., 2002.
  8. Богатырёва Ю.И. К вопросу о компетентности в области информационной безопасности будущих педагогов / Ю.И. Богатырёва // Информационная среда образования и науки. – 2012. № 11.
  9. Девянин П.Н. Теоретические основы компьютерной безопасности // П.Н. Девянин, О.О. Михайловский, Д.И. Правиков, А.Ю. Щербаков.– М.: «Радио и связь». – 2000. -125 с.
  10. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб., 2004.
  11. Информационно-психологическая и психотронная война: Хрестоматия / Под общ. ред. А.Е. Тараса. - Мн.: Харвест, 2003. - 432 с.
  12. Почепцов Г.Г. Психологические войны. - М.: «Рефл-бук», К.: „Ваклер“, 2000. – 528с.
- 

*Василик Л.Є.<sup>5</sup>*

## **ЕКСПЛУАТАЦІЯ ЛЮДИНИ З ІНВАЛІДНІСТЮ У ПОЛІТИЧНО ЗАМОВНИХ МАТЕРІАЛАХ**

Використання політиками військового конфлікту на сході України та в його контексті життя людей з інвалідністю на окупованих територіях та в «сірій зоні», на жаль, спричинили в українських ЗМІ новий вид матеріалів з ознаками політичної замовності – тут в центрі уваги постали люди з інвалідністю, за допомогою яких медіа створюють іміджеву підтримку політикам, працюють на їх репутаційну складову. Люди з інвалідністю й до цього були тим соціальним прошарком у суспільстві, на якому неодноразово піарилися політсили. Тепер же ж бачимо фактично неприховану експлуатацію проблеми. Ми провели моніторинг матеріалів ЗМІ за 2014-2018 рр. Об'єктом дослідження стала ООО «Медіа Група Україна», зокрема медіаресурси телеканал «Україна», холдинг «Сьогодні Мультимедіа», «Регіональна Медіа Група» (канали «Донбас», «34 канал», «Сигма») як найближчі до окупованого регіону ЗМІ. Наша мета – з'ясувати, наскільки якісно журналісти формують контент, пов'язаний з людиною з інвалідністю як головним героєм матеріалів. Це спонукало звернути увагу на такі характеристики, як фахова термінологія, наявність стереотипів та мови

---

<sup>5</sup> Доктор наук із соціальних комунікацій, завідувачка кафедри журналістики ЧНУ ім.Ю.Федьковича.

ворожнечі, дотримання етичних стандартів, повнота викладу та баланс інформації, політична заангажованість.

Моніторинговий підхід зафіксував, що основним замовником «джинси» став Гуманітарний штаб Ріната Ахметова. Стабільно майже щодня впродовж чотирьох років випускається в ефір такий сюжет на телеканалі «Україна». За викладеними в архіві телеканалу сюжетами фіксуємо, що у 328 з них об'єктом уваги стає людина з інвалідністю. Політик піариться на цій темі мало що не у кожному випуску новин. Сайт «Mediasapiens» неодноразово звертав на це увагу, теж оприлюднюючи результати моніторингів. Так, у 2017 році Марина та Отар Довженки констатували: «...тижневик телеканалу «Україна» нічим особливим не вирізнявся, окрім хіба що обов'язкових сюжетів про добродійність свого власника Ріната Ахметова, які виходять у кожному випуску. Цей гандж «України» геніально висміяв у своїй програмі Майкл Щур, і нам, споглядаючи, як уперто штампують піарники-журналісти ці позбавлені інформаційної та художньої цінності сюжети, залишається хіба що змиритися. І сподіватися, що глядачі розуміють, із якої причини ці матеріали з'являються в ефірі та чим вони відрізняються від новин» [1]. Сумнівні за суспільною значимістю сюжети, подані під виглядом інформаційних приводів, показують, що нинішні політики навіть тему людей з інвалідністю не гребують використати для отримання рейтингів. Але змиритися – не вихід, адже в такій ситуації, очевидно, недопрацьовує Комісія з журналістської етики, і сподіватися на високу медіаграмотність телеаудиторії теж не доводиться.

Зоя Красовська на «Детекторі медіа» зауважує: «На каналі «Україна» сюжет про роботу благодійних фондів на Донбасі звівся до того, що представники різних організацій дякують фонду Ріната Ахметова» [2]. Видається, інші фонди в зоні ООС не працюють. Лише в одному з випусків, інформуючи про рейтинги благодійних фондів в Україні, журналісти згадали ще й фонд Віктора Пінчука та Петра Порошенка. Медійники телеканалу «Україна» навіть у сюжети з іншими інформаційними приводами примудряються вставити піар фонду свого власника («Над окупованими територіями Донбасу нависла загроза епідемії СНІДу та туберкульозу», «Наставництво над дітьми-сиротами закріпили на законодавчому рівні», «Кабмін встановив нові правила для сімейних дитячих будинків і прийомних сімей», «День гуманітарної допомоги відзначають у світі» та ін.).

Телеканал демонструє моральну, благодійну та медичну модель у ставленні до людей з інвалідністю. Контент викликає співчуття до таких людей, особливо до дітей. Історії успіху героїв матеріалів зі зрозумілих причин відсутні, адже журналістам потрібно представити їх беззахисними,

безпорадними, не соціалізованими. Чи не єдині винятки інших ракурсів подання інформації – сюжети «Гуманітарна допомога Ріната Ахметова допомагає вижити дівчині з Донецьку» та «Штаб Ріната Ахметова придбав для Валерії Леонової надлегку інвалідну коляску». Проте в першому про дівчину в інвалідному візку Юлію Лисенко розповідають не як про майстра спорту з фехтування, а саме як про інваліда, якій необхідна опіка – новий візок надав фонд політика. Аналогічно й у другому йдеться про дівчину-візочницю не як про історію її успіху як фотомоделі, а як про обділену долею людину у візку.

Не йдеться в сюжетах і про права людей з інвалідністю – їх соціальну адаптацію, освіту, професійну реалізацію. Соціальна та економічна моделі бачення проблеми відсутні. Терміну «людина з інвалідністю» канал теж не завжди дотримується, а самі герої сюжетів окреслені епітетами-стереотипами «нужденні» («Гуманітарний штаб Ріната Ахметова продовжує допомагати нужденним»), «тяжкохворі» («Гуманітарний штаб Ахметова продовжує допомагати важкохворим дітям Донбасу»). Балансу інформації такі матеріали не мають, факти коментовані (виживання, порятунок, біда) і майже в кожній назві сюжету подається слово «допомога», «підтримка» як домінанта у ставленні до людини з інвалідністю. В результаті контент телеканалу «Україна» формує патерналістське відношення до людей, показує їх як неповносправних членів суспільства, над якими потрібна зовнішня опіка. Медійники закріплюють стереотип, за яким більшість потім і сприйматиме таких своїх співгромадян. Сюжети насичені медичними штампами, які підсилюють стереотип про життєву безпорадність («Рідкісна хвороба прикувала дончанку Наталю Сичову до інвалідного візка»), герої матеріалів постають як відокремлені, фактично викинуті з життя.

Деякі сюжети анонсують з порушенням етики. Для прикладу: «Глухая проблема» – «Гуманітарний штаб Ріната Ахметова допомагає родині з Луганська». У сюжеті розповідається про людину з порушенням слуху. На грані етики відзняті прямими кадрами неповнолітні з інвалідністю, чийми фізичними вадами та діагнозами журналісти спекулюють, шокуючи аудиторію. А в одному із сюжетів навіть продемонстрували повністю роздягненого 21-літнього юнака, хворого на важку форму аутизму. В той же час медіаексперти наголошують: «...візуальна частина медійного продукту не має бути образливою для людини, яку зображають» [3].

Контент у багатьох випадках дублюється на сайті газети «Сьогодні» – тут за останні чотири роки перепощено понад 300 матеріалів про діяльність Гуманітарного штабу Ріната Ахметова. Однак сам ресурс теж висвітлює проблеми людей з інвалідністю. На сайті за моніторинговий період ми

зафіксували 124 матеріали на цю тему. З них джинсових текстів про діяльність Гумштабу 23 – кожен п'ятий. Решта є авторськими матеріалами і мають відповідно інформаційні приводи. Тож «Сьогодні» подає дещо якісніший контент. Для прикладу, порушуються такі теми: запровадження Міжнародного дня жестових мов та проблеми людей з порушенням слуху, недотримання прав людей з інвалідністю у притулках, життя таких громадян на непідконтрольних Україні територіях, проблеми доступності, успіхи людей з інвалідністю у спорті, бізнесі; освітня інклюзія; соціальне забезпечення людей з інвалідністю, інвалідність серед учасників АТО та ін. Проте й поміж цих текстів знаходимо недотримання термінології: сайт називає людей з інвалідністю просто інвалідами («100 киевских инвалидов получили новые автомобили»), тиражує поширені стереотипи («Життя людей з проблемним здоров'ям на окупованих територіях Донбасу безрадісне і жалюгідне»), називає людей «каліками», «жебраками», «нужденними», «немічними», «жертвами» або «заручниками» ситуації, «прикутими до інвалідного візка». Так же показують їх опікунів: через важкі випробування, страждання. Про людей з інвалідністю пишуть в основному як про споживачів соціальних послуг, пільговиків, які знаходяться на утриманні держави, для яких храми запроваджують безкоштовні обіди тощо. Тобто складається враження, що журналісти з легкістю йдуть шляхом найпоширеніших стереотипів.

Типовими є правові консультації для осіб з інвалідністю. Якщо проблему доступності ще частково озвучують, то таке питання, як, наприклад, працевлаштування людей з інвалідністю, журналістами оминається. Правило інклюзії «нічого про нас без нас» не дотримуються, адже рідко таким людям надають слово у журналістських матеріалах. Нечасто експертами є представники організацій людей з інвалідністю. Таким чином маємо й порушення базових стандартів журналістики. Ілюструють такі матеріали на сайті «Сьогодні» переважно в найпростіший спосіб – фотографіями з інвалідним візком. Такі тексти характеристику людини зводять до одного – її інвалідності, натомість як особистість вона не показується. Один з небагатьох винятків – матеріал «Відомий мотиватор Нік Вуйчич святкує 35-річчя: ТОП-10 цитат, які заражають жагою до життя», який виділяється з окресленого контенту.

Телеканал «Донбасс», як і інші платформи ООО «Медіа Група Україна», продовжує ту ж редакційну концепцію, особливо у регулярних передачах «Истории гуманитарного штаба Рината Ахметова», «Всем миром», «Анонсы».

«34 канал» теж не відмовляється від інформування про Гумштаб Рината Ахметова, спекуюючи темою. Проте тут знаходимо і досить якісні журналістські матеріали, які розширюють кути подачі інформації. Наприклад, «В Инклюзивном парке Днепра появилась стена знакомств: о чем пишут жители города?», «Страховая компания отказала инвалиду в полисе», «В Днепре инвалиды войны выполнили прыжок мира», «Днепропетровец с ограниченными возможностями танцует гопак на одной ноге», «История инвалида-сироты из Крыма, который стал членом паралимпийской команды Украины».

Телеканал «Сигма» також час від часу транслює сюжети про Гуманітарний штаб Ріната Ахметова, проте такі матеріали, як «Чому в Маїуполі зупинилося будівництво майданчиків для дітей-інвалідів?», «Найуспішніший шахіст країни живе в Маріуполі», «Чи для всіх Маріуполь доступний?» та ін. не є замовною експлуатацією теми, а якісною журналістською продукцією. Такі тексти показують проблему багатограннішою, зокрема акцентують на соціальній моделі інвалідності, на бар'єрній природі суспільства. Проте фактично відсутні матеріали, де йшлося б про інституційні бар'єри, пов'язані з законами та політикою, економічні бар'єри, обмеження в інформації та комунікації. Тобто в різних ролях люди з інвалідністю не постають, як активні учасники громадського та політичного життя вони не показані.

Загалом медіагрупа ООО «Медіа Група Україна» («Україна», «Сьогодні Мультимедиа», «Регіональна Медіа Група») може готувати суспільно значимі матеріали про людей з інвалідністю, проте вплив власника спонукає появу досить значної кількості матеріалів з ознаками політичної замовності та спекуляції на проблемі. Водночас такі тексти є й зразками патогенної маніпуляції, коли людину з інвалідністю використовують як інструмент для гри на почуттях та емоціях. Тож проведений нами медіаогляд окреслює типові помилки, яких припускаються ЗМІ, та засуджує використання образу людини з інвалідністю у політичних цілях як особливо неприпустимого поведінку в медіасередовищі.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Довженко О., Довженко М. Джинса заколосилася. Огляд підсумкових тижневиків телеканалів ICTV, «Україна», «1+1», «Інтер» та 5-го каналу за 29 січня 2017 року // [https://ms.detector.media/monitoring/weekly/dzhinsa\\_zakolosilasya\\_oglyad\\_pidsumkovikh\\_tizh\\_nevikiv\\_telekanaliv\\_ictv\\_ukraina\\_11\\_inter\\_ta\\_5go\\_kanal\\_u\\_za\\_29\\_sichnya\\_2017\\_roku/](https://ms.detector.media/monitoring/weekly/dzhinsa_zakolosilasya_oglyad_pidsumkovikh_tizh_nevikiv_telekanaliv_ictv_ukraina_11_inter_ta_5go_kanal_u_za_29_sichnya_2017_roku/)

2. Красовська З. Маски-шоу, що зняли маски. Моніторинг теленовін 17–23 вересня 2018 року // [https://ms.detector.media/monitoring/daily\\_news/maskishou\\_scho\\_znyali\\_maski\\_monitoring\\_telenovin\\_1723\\_veresnya\\_2018\\_roku/](https://ms.detector.media/monitoring/daily_news/maskishou_scho_znyali_maski_monitoring_telenovin_1723_veresnya_2018_roku/)

3.Виртосу І. Як розповідати про людей з інвалідністю: поради для журналістів // [https://ms.detector.media/ethics/standards/yak\\_rozpovidati\\_pro\\_lyudey\\_z\\_invalidnistyu\\_poradi\\_dlya\\_zhurnalistiv/](https://ms.detector.media/ethics/standards/yak_rozpovidati_pro_lyudey_z_invalidnistyu_poradi_dlya_zhurnalistiv/)

---

*Вашковська В.В.*<sup>6</sup>

## ДОСЛІДЖЕННЯ ПОРУШЕННЯ ПРАВА ЛЮДИНИ НА ІНФОРМАЦІЮ В PR-МАТЕРІАЛАХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ

Право на інформацію визначає доступ громадян до суспільно важливих даних та забезпечується Загальною декларацією прав людини ООН на міжнародному рівні, а також Конституцією України та інформаційним законодавством, втілюється завдяки прозорій діяльності засобів масової інформації.

**Мета дослідження:** проаналізувати замовні матеріали в українських медіа, порівняти преференції аудиторії щодо PR публікацій залежно від наявності відповідного маркування або його відсутності.

**Завдання для досягнення мети:** 1) визначити замовні публікації завдяки аналізу наявних наукових робіт та досліджень; 2) порівняти преференції аудиторії за допомогою Інтернет-метрик щодо правильно оформлених рекламних матеріалів та тих, що містять певні порушення; 3) виявити основні порушення права на інформацію у проаналізованих текстах, окреслити масштаби та наслідки неетичних практик.

**Джерела дослідження:** інтернет-сторінки українських ЗМІ та інформаційних агентств (“Обозреватель”, “1+1”, “Сьогодні”, “УНІАН”, “Укрінформ”)

Дослідження PR та рекламних публікацій у ЗМІ вже проводили такі науковці, як *Н. Грицюта, М. Рябий, К. Мітєва*, аналізуючи етичну складову замовних матеріалів. У цій праці моральна функція не є основним об’єктом дослідження, робота фокусується на об’ємі, різновидах та суспільних наслідках замовних публікацій у контексті права людини на інформацію.

### Результати дослідження

У процесі дослідження замовних матеріалів було проаналізовано **53** статті, **28 із них** позначені відповідним чином, **25** не мають жодного маркування. Було вирішено проаналізувати кількість переглядів (оскільки саме це є базовою Інтернет-метрикою ефективності промоційних статей), що отримали PR-тексти, не позначені помітками “Реклама”, “На правах реклами” тощо у порівнянні з публікаціями, які були марковані відповідним чином.

---

<sup>6</sup> Студентка ОС «Бакалавр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

Моніторинг кількості переглядів немаркованих замовних матеріалів: фрагмент із загальної вибірки.

Назва	Видання	Кількість переглядів
Вибори президента України: Гриценко очолив рейтинг довіри виборців	“Обозреватель”	104 800
Почути людей: Ляшко сховався на базар	“Обозреватель”	4 100
Священик з Чернігівщини духовно підтримав військових в АТО	УНІАН	3 100
У Дніпрі розпочали масштабне відновлення вуличного освітлення	“Обозреватель”	18 800

Із отриманих результатів простежується, що ефективність замовного матеріалу суттєво варіюється залежно від тематики та рубрики оголошення. Найбільшу кількість переглядів отримали матеріали у категоріях “Політика”, “Суспільство”, “Економіка”. Інформацію щодо правил маркування та розміщення рекламних текстів було знайдено в розділах “Реклама”, “PR”, “Правила користування сайтом” тощо. ТСН, наприклад, визначає, що промоційні матеріали позначаються як “Новини компаній” або “Актуально”. З іншого боку, УНІАН і “Обозреватель” у рубриках PR та “Реклама” не надають конкретної інформації щодо маркування статей (“Місце розміщення: анонс на головній сторінці сайту або розділу, розміщення новини у відповідному розділі” - УНІАН про публікацію замовних новинних матеріалів).

Моніторинг кількості переглядів маркованих замовних матеріалів: фрагмент із загальної вибірки.

Назва	Видання	Кількість переглядів
Юрій Голик: У Дніпропетровській області будуть реконструйовані всі	ТСН, марковано “Актуально”	590

опорні та основні школи		
Николаевская область представила в Бельгии потенциал региона по развитию биоэнергетики	Українські новини, категорія “Прес-релізи”	301
Медведчук: Стремление Киева в НАТО уже раздражает Запад	“Корреспондент”, рубрика “Мнение”	3 100

У ході дослідження помічено, що ефективність маркованих матеріалів є у декілька разів нижчою.

### Результати дослідження

1. Протягом моніторингу було доведено залежність кількісних метрик (переглядів) від наявності маркування рекламних матеріалів. Публікації, розміщені у загальних розділах “Головне”, “Політика”, “Суспільство”, отримують більше переглядів, ніж ті, що є маркованими відповідним чином. Тексти, що не були позначені, отримали в середньому **в 2,7 рази більше** переглядів, ніж статті, визначені як “Реклама”, “Партнерські матеріали”, “Новини компаній” тощо.

2. **55%** із досліджених ЗМІ публікують правила маркування рекламних матеріалів у “Правилах користування сайтом”, у категоріях “PR”, “Реклама”, або у нижній частині (футері) веб-порталу. Із **15** проаналізованих ЗМІ тільки **8** мали вказівки щодо місця розміщення замовних статей.

3. Серед найбільш рейтингових українських ЗМІ (визначені за даними всесвітнього статистичного рейтингу Alexa Internet та Інтернет Асоціації України) тільки “ТСН” має чітку інструкцію щодо наявного маркування. Інші, як наприклад, УНАН та “Обозреватель”, не розголошують своєї політики відокремлення рекламних матеріалів.

**Висновки.** Аналізуючи результати дослідження у контексті порушення права людини на інформацію, варто зазначити, що в українських медіа спостерігаються як негативні, так і позитивні тенденції. Маркування поступово стає поширеною практикою під час розміщення партнерських та рекламних матеріалів, що є прогресивною зміною. Аудиторія може ознайомитися із правилами позначення таких публікацій і враховувати ці дані під час ознайомлення з новинами. Необхідно однак констатувати, що через помітну різницю в рейтингах маркованих та немаркованих текстів, журналісти та PR-фахівці все ще надають перевагу розміщенню матеріалів без відповідних позначень. У таких випадках читач не може відрізнити дійсно актуальні дані від замовлених статей, тобто право на отримання об’єктивної суспільно важливої інформації є порушеним.



Рішенням даної проблеми є встановлення законодавством ustalених загальнообов'язкових правил маркування в Інтернет-виданнях та чіткий державний контроль щодо виконання цих вимог. За умов відсутності такого регулювання маркування онлайн-матеріалів має добровільний характер, що в свою чергу призводить до омани аудиторії та порушення міжнародних статутів про права людини.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Моніторинг джинси у всеукраїнських друкованих та онлайн-ЗМІ. І-й квартал 2018 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/monitorings/monitorynh-dzhynsy-u-vseukrajinskyh-drukovanyh-ta-onlajn-zmi-i-j-kvartal-2018/>.
2. Черный PR в политике [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/chernyy-pr-v-politike>.
3. Грицюта, Н. М. Етика реклами як естимаційний орієнтир сучасного суспільства [Текст] : [монографія] / Наталія Грицюта. – К. : Паливода А. В. [вид.], 2012. – 415 с.
4. Джинса як нова перешкода у розвитку українського медіаринку [Електронний ресурс]–Режим доступу до ресурсу: <http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/16695/1/70-72.pdf>.

*Вашковська Н.В.<sup>7</sup>*

### ПРАКТИКА Й СТАНДАРТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У РОЗРОБЦІ РЕКЛАМНИХ ПРОДУКТІВ

**Вступ.** Соціальна відповідальність у бізнесі протягом останніх десятиліть знаходить своє відображення у рекламних продуктах суспільно свідомих брендів. Стимульовані законодавчими важелями та громадською думкою, компанії розглядають рекламу як спосіб просування цінностей та ідей. Етичні порушення у рекламі піддаються державному контролю та саморегулюванню на міжнародному та вітчизняному рівнях. Натомість, у законодавчій практиці та кодексах провідних організацій відсутнє єдине бачення “соціально відповідальної реклами”. У статті “Responsible Ads: A Workable Ideal” Марк Хайман характеризує систему визначення рівня соціальної реклами так: “Люди зрозуміють, що рекламний продукт є соціально відповідальним, коли побачать його”. Відсутність кодексу рекомендованих до використання “соціально відповідальних” рекламних технік ускладнює процес рекламного виробництва і підвищує ризики помилкового сприйняття інтенцій бренду громадськістю.

**Предметом дослідження** є рекламні прийоми, що характеризуються громадськістю як “соціально відповідальні”. **Мета дослідження:** аналіз

---

<sup>7</sup> Студентка ОС «Бакалавр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

провідних рекламних практик, що використовуються вітчизняними та закордонними спеціалістами на предмет соціальної відповідальності для створення ідеалу етично коректного рекламного продукту.

Поставлена мета передбачає подані **завдання**: проаналізувати понятійну базу терміну “соціальна відповідальність” у рекламному контексті; провести контент-аналіз рекламних сюжетів, які, на думку громадськості є “соціально відповідальними”; відокремити спільні риси цих продуктів та створити ідеал соціально відповідального рекламного продукту.

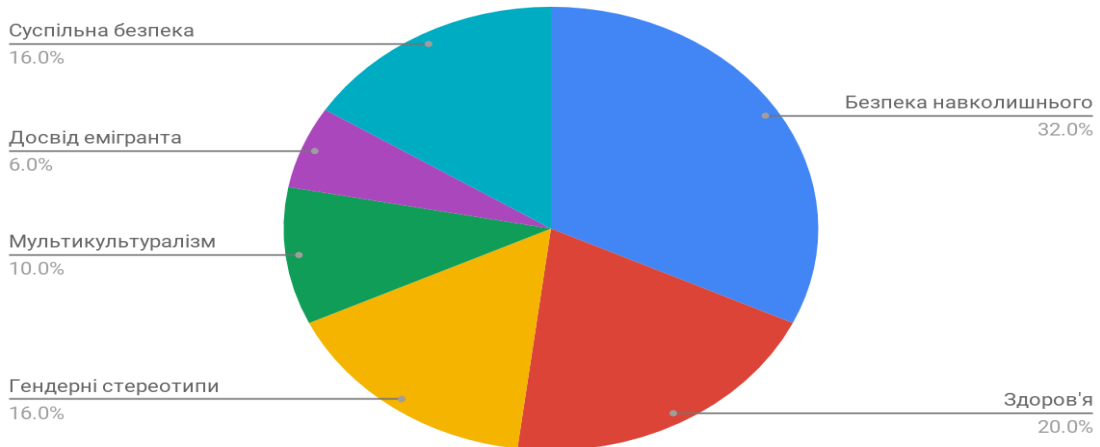
На початковому етапі дослідження варто визначитися із понятійною базою соціальної відповідальності. У науковому дискурсі поняття було визначене наступним чином: дія чи порядок дій, що вимагається згідно з суспільним становищем людини, звичаєм, законом, філософією чи релігією (1996, Moran); суспільна сила, що зобов’язує людей до виконання обов’язків та правомірних дій (1994, Wallace).

Із даних тверджень можна зробити висновок, що соціальна відповідальність вимагає від людини 1) серйозного ставлення до її обов’язків; 2) відповідності очікуванням, пов’язаним із професійною зайнятістю; 3) уважного ставлення та оцінки своїх вчинків. Проаналізувавши поняття “соціальної відповідальності”, науковці дійшли висновку, що дана характеристика значною мірою залежить від громадської думки. Отже, наступний етап дослідження - аналіз рекламних зразків, що сприймаються громадськістю як соціально відповідальні. До вибірки увійшли 100 рекламних продуктів, вплив яких на суспільство визначається позитивним за рейтингами авторитетних видань AdAge, Forbes, AdForum, Inc.com.

Після збору рекламних зразків для вибірки, був проведений їх аналіз з метою дослідити, які “меседжі” та рекламні прийоми позитивно сприймаються громадськістю на глобальному рівні.

Результати дослідження подано у вигляді діаграми:

### Тематична спрямованість соціально відповідальних реклам (у %)



Окрім тематичної, кожному рекламному продукту властива змістова своєрідність. Над розробкою норм рекламного продукту, що був би сприйнятий громадськістю як соціально відповідальний, працює плеяда українських та зарубіжних науковців. Нуман, зокрема, пропонує набір властивостей соціально відповідальної реклами:

1. Не наносить шкоди (окрім неунікної) жодній із зацікавлених сторін, при цьому позитивно впливаючи принаймні на одну із них.
  - a. Уникає методів, що можуть завдати шкоду вразливій частині населення;
  - b. Обережно використовує потужні заклики;
  - c. Попереджає про непередбачувані наслідки.

2. Заохочує поведінку, що відповідає довгостроковому соціальному забезпеченню
3. Підтримує гідність та автономію споживачів
  - a. Уникає обману, що може включати “дуту рекламу”.
  - b. Уникає прийомів, на які не давалася попередня згода.
  - c. Уникає поверхневої реклами.
  - d. Уникає прийомів “нав’язування згори” - йдеться про випадки, у яких думка представника влади чи людини на високій посаді розповсюджується як правильна.

4. Поважає власне “я” споживача
  - a. Не використовуються психоактивні прийоми;
  - b. Примиряє людей із розбіжностями у переконаннях.

Таблиця 1. Властивості соціально відповідальної реклами

Розвиток соціально свідомої реклами ускладнюється в умовах використання соціальної інженерії (англ. social engineering). Понятійний апарат терміну розгалужений; у широкому контексті соціальна інженерія розглядається як комплекс великомасштабних зусиль, спрямований на зміну форми соціальних структур (Fein, 20001). Джерелами впровадження є органи державної влади.

Соціальна інженерія має вертикальну структуру, що зробило даний набір технік інструментом діяльності тоталітарних держав. Демократичні спільноти негативно ставляться до використання соціальної інженерії з кількох причин: 1) входить до інструментів влади тоталітаризму; 2) містить патерналістські тенденції.

Розвиток соціальної відповідальності на територіях із патерналістським устроєм заповільнювався у порівнянні з демократичними суспільствами, члени яких сприймали зміни як засіб для задоволення власних потреб (“for their own good” - Hyman).

**Висновки.** Соціальна відповідальність у рекламі є однією із ознак її етичної та моральної коректності. Незважаючи на національну, мовну, та етичну своєрідність рекламних зразків, ідея розробки еталону соціально відповідального рекламного продукту не є утопічною.

Згідно із дослідженням понятійного апарату терміну “соціальна відповідальність”, можна зробити висновок, що основним мірилом коректності та етичності є думка громадськості.

Проаналізувавши рекламні продукти, що сприймаються громадськістю як етично коректні, вдається відокремити основні тематичні напрямки соціально відповідальної реклами - безпека навколишнього середовища, гендерні стереотипи, мультикультуралізм, суспільна безпека, проблема здоров'я та еміграції.

Виняткове значення для поширення соціально відповідальних рекламних продуктів має середовище їх створення та розповсюдження - в умовах індивідуалізму та поваги до “власного я” споживача, формуються вигідні умови для розвитку соціальної відповідальності у рекламних продуктах.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Fein, M. L.: 2001, ‘Social Engineering in Context: Some Observations on Turner’, *Sociological Practice: A Journal of Clinical and Applied Sociology* 3(2), 121–125.
2. Hyman M. Responsible Ads: A Workable Ideal / Hyman. // *Journal of Business Ethics*. – 2008.
3. The 10 Ads From 2017 That Left Us Shook [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.globalcitizen.org/en/content/these-10-ad-campaigns-2017-better-future/>.

4. Wallace, R. J.: 1994, Responsibility and the Moral Sentiments (Harvard University Press, Cambridge, MA).
  5. Moran, G.: 1996, A Grammar of Responsibility (The Crossroad Publishing Company, New York, NY)
  6. Грицюта Н. М. АНАЛІЗ НАУКОВОГО ОСМИСЛЕННЯ ЕТИЧНИХ КРИТЕРІЇВ РЕКЛАМИ: ПРИНЦИПИ КЛАСИФІКАЦІЇ / Н. М. Грицюта. // ISSN 1813-341X. Держава та регіони. – 2013
- 

*Владимиров В.М.* <sup>8</sup>

## **МЕДІАПРАВО ТА МЕДІАПРАВА У ЄВРОПІ, США, КИТАЇ, РОСІЇ**

Часи кінця ХХ – початку ХХІ століть, коли молодий інтернет являв собою зону, вільну від контролю урядів, минули. Влада багатьох країн світу більшою чи меншою мірою підсилює контроль над доступом громадян до інформації в Інтернеті (Автор UA.NEWS).

Восьмий рік поспіль показники свободи у мережі скорочуються. Про це свідчать дані Freedom on the Net 2018 міжнародної правозахисної організації Freedom House, повідомляє «Радіо Свобода».

Звіт охоплює 65 країн, на які припадає 87% користувачів інтернету. В методології Freedom House кожна отримує оцінку: вільні (0-30), частково вільні (31-60), невольні (61-100 балів).

Згідно з висновками, зазначеними у звіті, восьмий рік поспіль свобода інтернету в усьому світі знижується.

Зокрема, за останній рік – з червня 2017 року – свобода слова в мережі погіршилися у 26 країнах з 65. Найвищий показник погіршення ситуації зафіксовано у Єгипті, Шрі-Ланці, Камбоджі, Кенії, Нігерії, на Філіппінах та Венесуелі. Покращення були зареєстровані у 19 країнах, водночас підвищили свій рейтинг Вірменія і Гамбія.

Водночас рівень свободи інтернету знижується і у США. Конгрес повторно затвердив зміни до закону про спостереження за іноземними розвідками (FISA), включно із суперечливим розділом 702, тим самим завдавши удар по захисникам цивільних прав і приватності, а також втративши можливість реформувати повноваження з нагляду в інтернеті.

Крім того, як мінімум у 17 країнах ухвалили або запропонували закони, які обмежують діяльність інтернет-ЗМІ під приводом боротьби з «фейковими новинами» й онлайн-маніпуляціями. У 13 країнах виявлено факти переслідування громадян за поширення начебто неправдивої інформації.

Зазначається, що влада хоче контролювати і персональні дані громадян: 7 урядів 18 країн збільшили державний нагляд, часто уникаючи

---

<sup>8</sup> Доктор філол.н., проф., кафедра РЗГ Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка

незалежного нагляду і послаблюючи рівень шифрування, аби отримати необмежений доступ до даних користувачів.

Рейтинг України автори звіту оцінили в 45 балів: країна за останні роки перейшла з категорії «вільних» країн у «частково вільні». Вони пояснили це прагненням Києва захистити свободу інтернету на тлі конфлікту з сепаратистами, а також інформаційної війни з Кремлем.

Найбільш вільний інтернет за останній рік зафіксовано в:

- Естонії (6 балів),
- Ісландії (6),
- Канаді (15),
- Німеччини (19),
- Австралії (21),
- США (22),
- Великій Британії (23).

До країн, де інтернет перебуває у найбільш загрозливому стані, належать Казахстан (62), Білорусь (64) Росія (67), Узбекистан (75). Найгіршу оцінку отримав Китай – 88 балів. Його називають країною, яка «найбільш нахабно» керує інтернетом вдома і навчає світ цифровому авторитаризму.

Колишнє керівництво ЦРУ звинуватило Дональда Трампа у придушенні свободи слова, а сам Трамп неодноразово називав провідні американські ЗМІ «фейковими».

Постійний комітет Всекитайських зборів народних представників схвалив новий закон про кібербезпеку, який набув чинності в червні 2017 року. Закон у числі іншого вимагає від провайдерів співробітництва в розслідуваннях, пов'язаних з криминологічними злочинами й загрозами національній безпеці, а також зобов'язує їх тестувати й сертифікувати комп'ютерне встаткування, надавати владі повний доступ до даних користувачів.

Закон було схвалено на сесії постійного комітету Всекитайських народних зборів народних представників. Він, як стверджують влади Китаю, націлений на зміцнення національної безпеки перед такими погрозами, як атаки хакерів і тероризм. Однак його прийняття викликає серйозну стурбованість, особливо за межами країни.

Одна з вимог, що викликають серйозні побоювання правозахисників і представників бізнесу, - обов'язкове тестування й сертифікація комп'ютерного обладнання технологічних компаній. Як побоюються іноземні компанії, їм прийдеться розкривати владі вихідні коди, алгоритми кодування й іншу важливу інформацію.

Крім того, закон вимагає, щоб усі дані про компанії й китайських громадян, зібрані в Китаї, зберігалися на внутрішніх серверах, а за межі країни передавалися лише з дозволу влади.

Усе це, як побоюються іноземні компанії, негативно позначиться на роботі міжнародного бізнесу в Китаї й забезпечить серйозні переваги китайським компаніям і виробникам.

Влади Китаю це заперечують. За словами генерального директора Бюро кібербезпеки Керування кіберпростором Чжао Цзеляна, цей закон відповідає правилам міжнародної торгівлі і його ціль — захист національної безпеки: «Варто нам тільки заговорити про захищеність і надійності, як наші друзі, особливо закордонні, починають обурюватися. Вони вважають, що це синонім торговельних бар'єрів. Але це просте непорозуміння, упереджена думка», - заявив він.

За останній рік глобальна ситуація з волею в інтернеті знову погіршилася, відзначає фінансована урядом США організація Freedom House у щорічному дослідженні «Воля в мережі». На думку авторів доповіді, ланки уряду усе більше посилюють контроль над даними громадян, підсилюється цензура й стеження, розширюються онлайн-пропаганда й дезінформація. Найнижчий рівень свободи в інтернеті, на думку Freedom House, у Китаї, але Росія не так далека від нього.

Аналіз рівня волі в інтернеті в 65 країнах світу показав, що в 26 країнах ситуація стала гірше чому торік і тільки в 19 змінилася на краще.

По даним Freedom House, зараз майже 3,7 млрд людей у світі мають доступ до інтернету. З них 71% живе в тих країнах, де користувачів можуть затримувати або саджати у в'язниці за розміщення в інтернеті контенту на гострі політичні, соціальні або релігійні теми.

48% користувачів живуть у країнах, де користувачів можуть убити за діяльність в інтернеті, 47% — у країнах, де соцмережі або месенджери блокуються владою.

*Рейтинг «Свобода в мережі» складається на основі опитування експертів в 65 країнах миру організацією Freedom House, яка у своїй фінансовій звітності повідомляє, що на 90% фінансується федеральним урядом США.*

Дві країни поліпшили показники — Німеччина й Великобританія, а ще дві — США і Японія — погіршили.

Для США погіршення пов'язане зі відміною мережевого нейтралітету. Це передбачає надання інтернет-провайдерами рівних умов усім учасникам ринку, заборону блокувати сайти або застосовувати дискримінаційні заходи

проти будь-якого інтернет-трафіка. Вірменія й Грузія в топ-10 не ввійшли, але були названі Freedom House країнами з вільним інтернетом.

В КНР у 2018 році в рамках цього закону було закрито понад 3 тисячі сайтів, багатьом компаніям довелося збільшувати штат власних цензорів.

Як відзначають автори доповіді, головна погроза полягає не у внутрішній цензурі й жорсткості, а в тому, що Китай експортує свій, так званий «великий китайський файервол» в інші країни.

Росія за минулий рік, за оцінками Freedom House, також погіршила свої позиції (шостий рік підряд) і перемістилася з 51-го на 53-є місце, розташувавшись між Туреччиною і Еміратами.

У числі причин цього автори дослідження називають:

- блокування месенджера Telegram,
- обмеження VPN,
- прийняття закону про іноземних агентів,
- обмеження анонімності онлайн,
- ріст числа кримінальних справ, пов'язаних з висловленнями в інтернеті й т.п.

Компартія КНР вважає, що інтернет-цензуру потрібно посилити

Комуністична партія Китаю розкритикувала систему інтернет-цензури в країні, вважаючи її занадто м'якої. На думку влади, цензори «недостатньо намагаються забезпечити політичну безпеку» у країні.

На думку багатьох експертів, нинішня ситуація свідчить про те, що Компартія Китаю прагне повернути собі ідеологічну міць, втрачену після смерті Мао Цзедуна, і посилити контроль над суспільством.

"Жорсткість режиму зауважують останні роки усе більше людей, причому воно дійсно наростає разом з риторикою про необхідність відкритості миру,- заявив "Ъ" замдиректора ИСАА МГУ Андрій Карнеев.- Варіантів тут може бути два. Або це просте лукавство, або нинішнє керівництво взяло на озброєння практику пізнього Ден Сяопіна, який посилював політичний контроль для проведення радикальних економічних реформ".

Про те, що жорсткість контролю над інтернетом — це довгострокова політика уряду, говорить і опублікована на початку березня "Стратегія міжнародного співробітництва в кіберпросторі". Слово "суверенітет" зустрічається в ній 14 раз, а його збереження в кіберпросторі названо однією з головних завдань.

У розумінні Пекіна (цей погляд розділяє й Москва) це означає, що центральна влада повинна мати можливість у будь-який момент припинити поширення небажаної інформації, щоб не допустити повторення " арабської



весни" у Китаї. "Стратегія..." закликає до того, щоб правила поведінки в інтернеті вироблялися національними урядами під егідою ООН і при "відповідній участі" бізнесу, некомерційних організацій і приватних осіб.

---

*Вознюк О.<sup>9</sup>*

## **СУЧАСНІ РІЗНОВИДИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ ЯК БАЗИС РОЗВИТКУ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ**

Визнання того факту, що світ змінився у зв'язку з розвитком інформаційних та комунікативних технологій недостатньо для розробки нових педагогічних технологій, необхідних для підвищення якості сучасної освіти. Напрямки e-Learning (електронне навчання) та медіаосвіти є відповіддю педагогічного співтовариства на складену ситуацію в сучасному інфокосмосі. Вміння орієнтуватися в світі медіа стає найважливішою культурною потребою сучасної людини, а інформаційна грамотність, медіакомпетенція та медіакультура – ключові характеристики її соціально-культурного розвитку.

Медіакомпетентність включає в себе перелік можливостей і умінь, що відносяться до медіа, і які повинні включати в себе вимірювання знань, сприйняття та (відносно активного) використання (мас) медіа. Так Д. Бааке виділяє чотири параметри медіакомпетентності: медіакритика (аналітична, рефлексивна, етична); наука про медіа (інформативна, інструментальна та кваліфікаційна); використання медіа (просте та інтерактивне уявлення); медіапроекування (інноваційне, творче) [5].

Необхідно зрозуміти, як трансформації в інформаційно-культурному середовищі вплинули на світовідчуття та інтелектуальну діяльність сучасної людини, для того, щоб створити засоби навчання, відповідні сучасним культурним змінам. Трансформації інформаційно-культурного середовища призводять до зміни основних типів культурно-інтелектуальної діяльності сучасної людини. Суспільство, що формується за допомогою Інтернет, представляє собою безлику та звільнену від теоретичного мислення сукупність споживачів та носіїв інформації. Навіть володіючи теоретичним мисленням, але поряд з цим на постійній основі «пропускаючись» через даний тип взаємодії, людина цілком ризикує втратити ті можливості, які дозволяють включити її в процеси народження та розвитку знань.

---

<sup>9</sup> Кандидат психологічних наук, викладач кафедри психології КЗ «ЖОППО» ЖОР, м.Житомир.

На думку психологів, інформаційне середовище неоднорідне; з недавніх часів в ньому прийнято виділяти так званий кіберпростір. Для нього характерні своєрідні хронотопи, в рамках яких здійснюються специфічні – і тому представляють інтерес для психологічного аналізу – форми людської поведінки. Такого роду «середовищна» поведінка не обмежується пошуком, обробкою та передачею інформації, набуттям та трансляцією знань. В кіберпросторі як елементі інформаційного середовища здійснюється цілий конгломерат людських операцій, основу яких складають пізнавальна, ігрова та комунікативна діяльність.

Надання інформації, доступ до неї, можливість формування інформаційних потоків та їх спрямованість – ті реальні факти, які визначають соціальну самосвідомість особистості, її соціальну роль та статус. Сучасна людина, що знаходиться під впливом безперервно зростаючого обсягу інформації по необхідності, розробляє нові механізми її обробки та усвідомлення. Сучасні дослідники (О. С. Кордобовський, С. Д. Політико) відзначають підвищення ролі прагматики комунікації в інтерпретації інформації. Усвідомлення прагматики інформації (тексту) є однією з первинних умов її адекватної інтерпретації та залучення в когнітивний процес [2]. Особливо це важливо, коли мова йде про медіаповідомлення засобів масової комунікації. Таким чином, спрощення стратегії розуміння можна вважати фундаментальним алгоритмом когнітивного процесу.

Процес сприйняття інформації сильно залежить від типу комунікації. А. А. Брудний виділяє два типи комунікації. Аксиальна комунікація (від латинського слова «axis» – вісь) об'єднує тих, хто відправляє і отримує точно адресовані повідомлення. Ретиальна комунікація отримала свою назву від латинського слова «rete» – мережа. Кількість одержувачів ретиально спрямованого повідомлення залежить від того, чи знаходилися вони в зоні передачі, і від їх уваги до наповнення повідомлення [1]. Масова комунікація – це сильно технізована ретиальна комунікація.

Комунікація у відкритому інформаційному просторі Інтернету супроводжується також підвищенням суб'єктних ресурсів. Особливості Інтернету дозволяють користувачеві експериментувати з власною ідентичністю, створюючи «віртуальні особистості», які часто відрізняються і від персональної ідентичності, і від реальної самопрезентації користувачів. Віртуальна комунікація задає для користувача максимальні можливості у самовизначенні та безпосередньому самоконструюванні.

Психологічний аналіз даної феноменології в основному центрований навколо проблеми мотивації подібних «ігор з ідентичністю». Він виходить із загального трактування: Інтернет забезпечує людині можливість «втекти з

власного тіла» – як від зовнішнього вигляду, так і від індикаторів статусу в зовнішньому вигляді. А, отже, і від ряду базисів соціальної категоризації: статі, віку, соціально-економічного статусу, етнічної приналежності тощо. Відповідно, стверджується, що саме можливість максимального самовираження аж до невпізнаної самозміни є однією з поширених мотивацій Інтернет-комунікації у найбільш активних її учасників.

Дорослі, які використовують раціональне мислення, відразу намагаючись «зрозуміти» комп'ютер поступаються в швидкості початкового оволодіння ним дітям, які маніпулюють його можливостями як зовнішніми предметами і з незвичайною для дорослого швидкістю навчаються комп'ютером користуватися. Термін маніпулювання міцно увійшов в термінологію сучасного програмування. Маніпулювання медіаресурсами здійснюється при проектуванні електронних освітніх ресурсів. У психології маніпулювання пов'язують також з творчою (креативною) діяльністю. Утворення нових думок здійснюється завдяки здатності маніпулювання образами. Повсюдна візуалізація та інтерактивний режим самі по собі є інтелектуальними інструментами маніпулювання.

У процесі маніпуляції будь-якими об'єктами людина набуває периферичне або інструментальне знання, тобто знання деяких конкретних елементів, усвідомлюваних не самі по собі, в лише за допомогою їхнього осмислення того цілого, на якому зосереджено нашу увагу. Звідси випливає, що у всіх випадках, для того щоб оволодіти мистецтвом пізнання і дії, недостатньо одних лише приписів та вказівок, недостатньо також навчитися виконання будь-яких їх окремих фрагментів – необхідно ще придбати спеціальний навик ефективної їх координації. Пошук та маніпуляція інформацією стають провідними діями користувача Інтернет. Неосмислена, чисто технічна маніпуляція одержаною інформацією з Інтернету, стала з іншого боку трендом сучасної освіти. Одне із завдань педагогічного проектування електронних освітніх ресурсів полягає в тому, щоб сприяти розвитку здатності усвідомленого маніпулювання інформацією для розв'язання навчальних і практичних завдань.

Важливим аспектом маніпуляції з інформацією є фрагментація знань [4]. Величезна кількість інформації викликала в практиці навчання потребу звертатися не тільки до повних текстів, а й до їх фрагментів, що містять інформацію із тем. Особливо важливим це стає при розробці електронних навчальних ресурсів і об'єднуючих їх медіаосвітніх середовищ.

Під спроектованим медіаосвітнім середовищем, у вузькому сенсі, будемо розуміти організоване інформаційно-освітнє середовище як педагогічну систему, з максимальним залученням для цілей навчання

сучасних засобів медіа, що використовуються як повноправні засоби педагогічного процесу і є компонентами педагогічно спроектованих електронних освітніх ресурсів, які є ключовими складовими цього середовища. Таке медіаосвітнє середовище може бути реалізоване як локальна освітня комп'ютерна мережа, що має можливість виходу в регіональні та глобальні комп'ютерні мережі.

Проектувальник електронних освітніх ресурсів повинен навчитися маніпулювати фрагментами знань для досягнення головної педагогічної мети – розвитку особистості в процесі оволодіння компетентностями. Відмінність педагогічно спроектованого медіаосвітнього середовища від відкритого інформаційного простору полягає в наявності мети та її усвідомленості.

Різновидом усвідомленої маніпуляції є авторизація. Процеси створення і ведення гіпертексту в англomовній літературі отримали назву *authoring* (авторська діяльність, авторизація). Предметом авторизації може бути трансформація звичайного текстового документа у гіпердокумент, створення електронної бібліотеки гіпердокумента, виклад деякого оригінального матеріалу відразу в гіпертекстовій формі, аналіз і синтез бази знань тієї чи іншої проблемної області.

Навігація є центральним поняттям концепції гіпертексту і означає управління процесом переміщення в гіперпросторі з довільного вузла відправлення у вузол прибуття. Специфічною складовою навігації є броузінг. У гіпертекстовій літературі термін броузінг використовується як багатопланове поняття: процес швидкого проглядання гіпертекстових документів або гіпертекстової бази даних з метою пошуку певної інформації, але не її зміна; здатність людини сприймати інформацію в процесі біглого перегляду.

Помічено, що броузінг стимулює творче мислення і, що в процесі броузінга може виникати ефект «творчого осяяння», який може бути настільки сильним, що змусить радикально змінити мету броузінга. Броузінг здійснюється в процесі навігації по встановленим зв'язкам. Багатство встановленої системи зв'язків залежить від знань, якими володіє автор (розробник) гіпертексту і від його здатності створити гіпертекст, орієнтований на різні категорії користувачів і на різні завдання, заради яких створюється гіпертекстове інформаційне середовище. Це дуже трудомістка творча робота, критичне значення для виконання якої має інструментальний комплекс авторизації [3].

З огляду на сказане, можна зробити висновок, що особистісно-орієнтовані електронні освітні ресурси повинні: забезпечувати користувачеві широкі можливості для авторизації досліджуваного курсу; дозволяти

зберігати фрагменти текстів; запам'ятовувати освітню траєкторію в просторі електронних освітніх ресурсів; використовувати медіаресурси електронних освітніх ресурсів на власний розсуд тощо.

Таким чином, поряд з традиційними інтелектуальними діями: рефлексією, пошуком, вибором та комунікацією, в медіаосвітньому середовищі провідними діяльностями стають відносно нові види інтелектуальної діяльності такі як маніпуляція, авторизація та формалізація. Розробка сучасних електронних освітніх ресурсів, орієнтується на традиційні педагогічні категорії: знання, вміння, навички, становлення та традиційні види інтелектуальної діяльності. Однак ефективні освітні ресурси повинні дозволяти особистості опановувати тими культурними практиками, які вимагає від людини сучасне суспільство.

Медіакомпетентність та пов'язана з нею діяльність як раз і є таким сучасним орієнтиром при створенні електронних освітніх ресурсів. Причому поняття медіакомпетентності розширюється за рахунок використання нових цифрових технологій, що дозволяють маніпулювати із зображенням, звуком, гіперпосиланнями і текстом. На наш погляд, сучасні електронні освітні ресурси повинні дозволяти особистостям здобувати таку компетентність за рахунок можливості реалізувати свої культурно-інформаційні потреби засобами, наданими електронними ресурсами та освітнім середовищем в цілому.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Брудный А. А. Психологическая герменевтика. М.: Лабиринт, 1998. 336 с.
2. Кордобовский О. С., Политыко С. Д. Человек в информационном пространстве URL: <http://www.courier.com.ru/humanities/html/216/html>
3. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчально-методичний посібник / За ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. К.: Міленіум. 2010. 440 с.
4. Якубайтис Э. А. Фрагментация знаний // Открытое образование. 2002. № 5. С.76–79.
5. Вааке D. MedienKompetenz: Theoretisch erschließend und praktisch folgenreich In: Medien+erziehung. 1999. pp.7–12.

*Волковинський О.С.<sup>10</sup>*

### **ФОРМУВАННЯ ЗАСАДНИЧИХ ПРИНЦИПІВ СПІВПРАЦІ МІЖ ЖУРНАЛІСТАМИ І ПРАВОЗАХИСНИКАМИ**

Вивчення проблем, пов'язаних з формуванням засадничих принципів співпраці між журналістами і правозахисниками, має за мету

---

<sup>10</sup> Професор, доктор філологічних наук, Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка.

систематизувати загальні твердження задля ефективного використання у практичній діяльності із захисту прав людини. Завдання дослідження конкретизуються необхідністю встановити найбільш ефективні тези, що допомагають долати міжгалузеві бар'єри; надати первинним положенням статусу науковості для подальших продуктивних розробок; визначити теоретичну і практичну відсутність будь-якої альтернативи для неухильного дотримання прав людини.

Хоча співпраця журналістів і правозахисників посилюється з кожним роком, проте досі бракує теоретичного осмислення і системних узагальнень наявної практики. Переважно, головні положення щодо діяльності журналістів і правозахисників розглядаються відокремлено. Порівняння особливостей практичної роботи утворюють більш звичні тематичні зближення: «журналістики і ньюзмейкери», «правозахисники, громадські активісти, юристи». Автори досліджень конкретизують прояви принципових зближень у певному тематичному спрямуванні. Публікуються праці, у яких висвітлюється основа взаємодії між ньюзмейкерами і журналістами в політичному просторі [1]. Розроблено декілька офіційних документів стосовно регламентації правозахисної діяльності [2; 3]. Практикуючі журналісти і правозахисники налаштовують діалог між собою, закликають до взаємних дій. Ідея плідної співпраці між журналістами і правозахисниками популяризується індивідуальними [4] і колективними [5] зусиллями. Проте наукове осмислення визначеної проблеми в усій необхідній повноті лише проходить етап становлення.

Відповідні галузеві стандарти утверджують комплекси основних положень, якими керуються у своїй роботі журналісти і правозахисники. Просте, механічне поєднання таких принципів не призводить до підвищення їхньої практичної дієвості. Доцільно визначити такі принципи, які будуть покладені в основу ефективної співпраці між журналістами і правозахисниками. Теоретичне формування загальних положень для безпосередніх дій внесе елементи осмисленого їх впровадження в практику діяльності мас-медіа і ПО. З іншого боку, наукове обґрунтування принципів щодо взаємодії журналістів і правозахисників стає квінтесенцією масштабних емпіричних спостережень. Надання статусу науковості засадничим принципам співпраці між журналістами і правозахисниками забезпечить створення основи для організації цілеспрямованих вимірів і досліджень означеної галузі та ініціативно-життєдіяльних перспектив.

Для журналістів і правозахисників є надто актуальним принцип інформування суспільства з проблем дотримання чи порушення прав людини. «Обов'язок журналіста – сповіщати про порушення прав людини. І

коли державні чиновники або поліцейські служби кривдять журналістів, правозахисники протягують руку допомоги» [6]. У ситуаціях, коли переслідувань зазнають правозахисники, уже журналісти зобов'язані привернути увагу суспільства до таких випадків. Від усвідомлення цього положення залежать підсумкові досягнення співпраці між представниками ЗМІ і ПО. Без обопільної підтримки в інформуванні суспільства надзвичайно важко досягти добірних результатів.

Якісна журналістика досить часто переймається висвітленням питань, які так чи так пов'язані з дотриманням/порушенням прав людини. З наукової точки зору, висвітлення цих проблем доречно зробити системними і постійними. «Права людини заслуговують на те, щоб журналісти розбиралися в них глибоко, писали про них не від випадку до випадку, а постійно, доступно і переконливо, формуючи своїм ставленням, своєю активною позицією повагу до прав і свобод людини як демократичної цінності. Збільшення кількості правозахисних публікацій, уведення відповідних рубрик і тематичних добірок у ЗМІ допоможуть підвищити рівень правосвідомості громадян і залучити їх до активного громадського життя» [7, 271]. Принцип системності у спільній діяльності журналістів і правозахисників забезпечить результативне відстоювання прав людини в численних конкретних ситуаціях.

Більшість сучасних ЗМІ максимально налаштовані на інформаційний контент, оперативне поширення актуальних повідомлень. Доволі часто мас-медіа полюють за сенсаційними відомостями. Журналістам не завжди вистачає часу і зусиль для глибоко ознайомлення з проблемами порушення прав людини в різноманітних їхніх проявах. Відбувається поверхневе висвітлення тієї чи тієї ситуації. Правозахисники, навпаки, «опрацьовують» певні обставини впродовж років. Тому журналістам і правозахисникам доречно знаходити оптимальні варіанти з огляду на часові терміни та необхідність достатнього вивчення проблеми. Без взаємної допомоги надто сутожно втілити у практику принцип актуальності і оперативності оприлюднення суспільно важливої інформації.

Розрізнена чи автономна діяльність журналістів і правозахисників може призводити до трагічних прикладів. У ролі жертв порушення прав людини стають не лише звичайні громадяни, але й самі журналісти і правозахисники. Тоді з'являються сумні звістки про загибель виразників того чи того професійного цеху. Світова практика фіксує гіркий досвід, пов'язаний з численними смертями журналістів і правозахисників через відокремленні намагання відстоювати права людини. Так сталося з

журналістом Павлом Шереметом, правозахисницею Іриною Ноздровською та багатьма іншими.

Лише сумісними зусиллями представники ЗМІ і ПО здатні досягати результатів у відстоюванні прав людини. Журналісти привертають увагу суспільства до актуальності вирішення виразної проблеми. Правозахисники формулюють юридичні аспекти розв'язання болючих питань. Правозахисники постачають журналістам необхідний правозахисний дискурс. Працівники ЗМІ отримують можливість більш професійного і кваліфікованого занурення у царину прав людини. Коли зусилля журналістів і правозахисників об'єднуються, тоді чути своєрідний гучномовець, що привертає увагу суспільства до болючих проблем з дотримання/порушення прав людини.

Тому спільноспрямована діяльність представників мас-медіа і ПО повинна ґрунтуватись на принципі симбіозу. Стратегічна мета для втілення цього положення передбачає досягнення практичного впровадження правових норм у повсякденне життя людей.

Симбіозна форма взаємин між ЗМІ і ПО потребує переходу до активного міжнародного спілкування. Так формується принцип подолання регіональної (національної) локальності. Створення міжнародних об'єднань журналістів і правозахисників здатне суттєво покращити моніторинг і аналіз ситуації з дотриманням/порушенням прав людини в конкретній країні чи регіоні, прискорити реагування на події, уніфікувати алгоритми спільних дій. Прикладом у такому напрямку стають експертні оцінки різноманітними структурами ООН системного порушення прав людини в багатьох країнах світу. Йдеться про Конго, Південний Судан, Ліберію, Афганістан, Крим, східні регіони України.

Постійно-системні і стабільні взаємодії журналістів і правозахисників за принципом корисного партнерства стануть чинником загальної соціальної еволюції. Регулярні публікації у ЗМІ сприятимуть відповідальному ставленню до справи дотримання прав людини з боку конкретних учасників процесу. Завдяки цьому суспільство й окремі індивіди переходитимуть від спрощених форм громадського існування до більш складних.

Процес відстоювання основних прав людини вестиметеса на принципах діалогічності і прозорості. Інформація про стан дотримання/порушення прав людини повинна згуртовувати суспільство. Тоді відповідні органи влади відчують усвідомлений тиск громадськості.

Отож, формування засадничих принципів співпраці журналістів і правозахисників наближає до вирішення важливих завдань. ЗМІ, завдяки оприлюдненню фактів і випадків правових утисків, і ПО, через ствердження



верховенства права, забезпечать кожному члену громади чи групі населення потенційну і дієву можливість захисту їхніх інтересів. У найближчій перспективі працівники ЗМІ і ПО зобов'язані активно втручатись у створення сучасного законодавчого ґрунту. Потрібно також ставити за мету розробку, прийняття національних законів задля гарантій безпечної діяльності журналістів і правозахисників.

Покладення принципу симбіозу в основу спільної діяльності журналістів і правозахисників забезпечить невідворотність покарання осіб, причетних до порушення прав людини. Тільки так вдасться в суспільній свідомості виробити усталене переконання у відсутності альтернативи для дотримання прав людини. Це сприятиме верховенству закону і порядку в існуванні соціуму. Обопільна діяльність журналістів і правозахисників допоможе кожній пересічній людині відчувати себе захищеною від свавілля урядовців, можновладців, чиновників.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Красилова Н. Принципы взаимодействия ньюсмейкеров и журналистов в политическом пространстве. *Медиаискон*, 2012, № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1079>
  2. Керівні принципи щодо захисту правозахисників. Warsaw: Бюро ОБСЄ з демократичних інститутів і прав людини (БДПІЛ), 2015. 172 с. URL: <https://www.osce.org/uk/odhr/150476?download=true>
  3. Национальные правозащитные учреждения: История, принципы, роль и функции. Нью-Йорк, Женева: ООН, 2010. URL: [https://www.ohchr.org/Documents/Publications/PTS-4Rev1-NHRI\\_ru.pdf](https://www.ohchr.org/Documents/Publications/PTS-4Rev1-NHRI_ru.pdf)
  4. Буткевич М. Змінюються обличчя, змінюються люди, але ЗМІ, як і раніше, перетворюються на зливну трубу. *Прес-служба Правозахисного центру «Поступ»*. URL: <https://postup.lg.ua/print/790>
  5. Права людини та мас-медіа в Україні : Збірник конспектів лекцій / За ред. Виртосу І., Шендеровського К. К. : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2018. 260 с. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/lectures/humanrights2018.pdf>
  6. Rule of Terror: Living under ISIS in Syria: Report of the Independent International Commission of Inquiry on the Syrian Arab Republic. *United Nations Commission on Human Rights*. URL: [http://www.ohchr.org/Documents/HRBodies/HRCouncil/CoISyria/HRC\\_CRP\\_ISIS\\_14Nov2014.pdf](http://www.ohchr.org/Documents/HRBodies/HRCouncil/CoISyria/HRC_CRP_ISIS_14Nov2014.pdf)
  7. Третьякова О. В. Проблемы взаимодействия региональных СМИ и правозащитных НПО. *Научные ведомости БелГУ. Серия «Гуманитарные науки»*. 2010. № 24. Вып. 8. С. 265–271.
-

## ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ПРОБЛЕМ ПРИ ВИСВІТЛЕННІ РОМСЬКОЇ ТЕМАТИКИ

Згідно звіту Європейської комісії проти расизму та нетерпимості (ЄКРН) при Раді Європи одними із головних жертв дискримінації в Україні є роми. Нагадаємо, що дискримінацію визначають як порушення прав людини, заборонене цілою низкою обов'язкових для виконання документів в сфері прав людини [2]. Саме ненависть до людей іншого національного походження, статі або орієнтації – причина дискримінації. Якщо ви спитає хейтера про те, чому він так думає, то він буде апелювати до релігійних заповідей, до історичного минулого, традицій, буде шукати винних. Чому так сталося, він вам не скаже. Адже завжди буде той, хто винен, або той, кому варто сліпо вірити. Наприклад: погром ромського табору членами маловідомої групи «Твереза та зла молодь». За словами журналістів, в числі нападників були школярі, а організатором був 20-тирічний львів'янин. Для вирішення проблеми ненависті потрібно, зокрема, знайти її причину.

Отже, дискримінація – це порушення прав людини, яке виникає між представниками суспільства. У книзі Ентоні Гіденса «Соціологія» пояснюють, що дискримінацією ми називаємо реальну поведінку стосовно іншої групи, яка проявляється тоді, коли одні перешкоджають іншим скористатися можливостями, відкритими для інших. Так, наприклад, діти ромського походження не ходять до школи через знущання однолітків. На нашу думку, дискримінація починається з комплексів, коли неповноцінна людина хоче в такий спосіб піднятися в очах інших, або ж жити ілюзіями, що якщо ти в числі більшості – ти виграв.

Коли ми говоримо про журналістику, а особливо про одну з її функцій – виховну, ми повинні пам'ятати про стандарти журналістики та дотримуватись прав людини. Аналізуючи стан проблеми і в той же час пам'ятаючи, що колись давно, ще в 1948 році, «Загальна декларація прав людини» заборонила всі форми расової й іншої дискримінації, задаємось питанням: чому ці явища досі не зникли? чому сьогодні відбувається дискримінація людини людиною? Як журналісти ми розуміємо, що медіа несуть відповідальність за формування суспільної свідомості і мають вплив на її поведінкові моделі. Надто з огляду на те, що однією з причин ксенофобії є публікації в медіа, які порушують права людей та не відповідають

---

<sup>11</sup> Студентка ОС «Бакалавр», Чернівецький національний університет ім. Юрія Федьковича.

стандартам журналістики. Тому для того, аби знайти шляхи подолання дилем та труднощів, потрібно почати писати якісні матеріали.

Які вони? Якщо ми говоримо про один зі стереотипів – етнічний, то в нашій державі найбільшій дискримінації зазнають роми. Перше, чого боїться пересічний українець, – побачити людину ромського походження на вокзалі, на вулиці. Цією темою неодноразово спекулювали ЗМІ, забуваючи про те, що роми – теж народ, а не суто одні крадії. Коли останній раз ви бачили публікацію про рома – переможця олімпіади? Або рома – депутата? Якщо погортати стрічку новин, майже всюди будуть писати про ромів як злочинців або жертв. В такому суспільстві мало хто замислиться над тим, що крадії – це злочинці, та не подумає про те, що, можливо, одного дня їхнє життя врятує лікар ромського походження.

Причина такої проблеми – мовний бар'єр, низький рівень освіти, ізольованість цієї меншини та інше. У більшості людей немає паспорта, можливості освіти, працевлаштування. Представник ромської національності Сергій Григориченко каже, що «Головна причина небажання ромів йти до школи – це ксенофобія. Роми не йдуть у школу, бо з них там сміються, знущаються. І не тільки діти, а й вчителі». Через те, що люди не можуть реалізувати себе в соціумі, вони вимушені виживати.

Всі люди рівні у своїх правах. Ніхто не може бути дискримінований через свою стать, мову, расу, релігію, національне, регіональне чи соціальне походження або політичні уподобання. Тому медіа повинні дотримуватись цього правила, особливо тоді, коли пишуть про конфліктні ситуації. Журналісти зобов'язані готувати матеріали, які допоможуть аудиторії об'єктивно розібратись в проблемі, не вживати мову ворожнечі [1]. Тому пропонуємо такі рекомендації для етичного висвітлення національних меншин у ЗМІ:

1. Уникаймо узагальнень. Публікація «Закарпатські роми є надзвичайно небезпечним елементом для суспільства» стверджує, що всі роми в Закарпатті небезпечні. Що порушує один із стандартів журналіста «об'єктивність».

2. Не згадуймо про етнічне походження людини, якщо це не стосується теми матеріалу. Заголовок «Роми жорстоко побили вагітну українку: подробиці жахливої розправи на Одещині» стверджує, що етнічне походження є однією з причин злочину. Так, звичайно, є роми, які грабують, б'ють, гвалтують, нахабно й неадекватно поведуться, але злочини вчиняють злочинці.

3. Уникаймо екзоніму «цигани». Слово «ром» перекладається з ромської як «людина», екзонім «цигани» роми вважають некоректним чи

образливим. В інтерв'ю «Цигани в шоці від серіалу «Кармеліта» і фанатіють від індійського кіно» представник ромської національності Сергій Григориченко відповів на питання «чому не приємно?» так: «От якби я вас називав хохлушкою, полішучкою чи кацапкою. Це те саме для нас». Незважаючи на це, в питаннях та в назві залишили екзонім.

4. Не варто відокремлювати представників ромських громад від більшості населення. У публікації під назвою: «Змести це сміття: уряд готує жорстке рішення щодо циган» висвітлюється думка про розгін ромських таборів. Також порівняння зі сміттям принижує честь та гідність людей.

5. Для публікації варто обирати грамотні фото та кадри. Саме те, як ми проілюструємо матеріал, чи не найбільше вплине на думку читачів.

І найголовніша ціль – журналістика без мови ворожнечі. Тільки коли всі медіа зрозуміють, який вплив мають на думку в суспільстві та почнуть брати відповідальність за дискримінацію на себе, тоді журналістика стане якісною та ефективною і ми почнемо жити в суспільстві, де буде набагато менше ненависті.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Загальна декларація прав людини // Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_015](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015)
2. «Introduction to sociology». 7th ed. – New York, 2009. – P. 324.
3. Кодекс етики українського журналіста // Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.cje.org.ua/ua/code>

*Герт О. Ю.*<sup>12</sup>

### РОЛЬ МАС-МЕДІА В ПРОТИДІІ ПОРУШЕННЯМ ПРАВ ЛЮДИНИ В УКРАЇНІ

Медіа грає важливу роль у протидії порушенням прав людини. Ідентифікація держави та її інститутів влади в сфері порушень прав людини є суспільно значущим як і для журналіста, так і для свідомого громадянина країни. Завдання української журналістики базуються на підвищенні обізнаності у сфері прав людини, недискримінації та рівності, підвищення чутливості мас-медіа до проблематики вразливих груп, а також дотримання етичних журналістських стандартів у висвітленні питань, які пов'язані особливо із правами людини.

Тому **метою** дослідження вбачаємо розглянути медіа в системі захисту прав людини та в якості чинників протидії системним порушенням прав людини в Україні. Для реалізації даної мети поставлені наступні **завдання**:

<sup>12</sup> Студентка ОС «Бакалавр» Маріупольського державного університету.

- дослідити літературу за темою дослідження;
- розглянути механізми захисту прав людини в медіа-сфері;
- проаналізувати випадки та причини виникнення порушення прав людини в Україні;
- опрацювати випадки порушення прав людини в Приазов'ї.

Як зазначає Р. Дворкін, права людини – це «політичні козири в руках індивідів» [2; 28]. Люди на підставі прав можуть вимагати, щоб їм не спричиняли спротив при отриманні чогось чи дії, а також відшкодування шкоди в разі порушення таких вимог. З іншого боку німецький філософ О. Гьоффе визначає права людини як «суб'єктивні права, на володіння якими може претендувати кожна людина, незалежно від обставин» [2; 34]. Тобто визнання цих прав за кожним відбувається без застосування критеріїв гідності й негідності, наявності чи відсутності певних ознак.

Вільні, незалежні та плюралістичні засоби масової інформації, засновані на свободі інформації та слова, є основним елементом будь-якої демократичної держави. Свобода засобів масової інформації фактично є важливою складовою для захисту всіх інших прав людини.

За даними Української Гельсінської спілки з прав людини з 2015 до 2018 р. в Україні простежуються чотири різних реальностей прав людини: перша реальність в окупованому Криму; друга – в частині Донецької та Луганської областей, третя – в частині Донецької та Луганської областей вздовж лінії розмежування, контрольованій державою та четверта – в решті регіонів країни [3, 54].

З розвитком глобалізації та засобів масової інформації, донести ідеї до громадськості стало легше. Тому медіа можуть протидіяти порушенню прав людини та бути залученими у процес ланцюгових змін в країні. До таких механізмів належать адвокаційні та пропагандистські кампанії, створення діалогу для обговорення, лобіювання інтересів суспільства та донесення ідей та проблем через журналістські розслідування, творчість, організацію масових заходів.

Станом на 2018 р. в Україні зафіксовано понад 50 атак на громадських активістів і жодної покараної за це особи. До відомих інцидентів належить замах на Катерину Гадзюк, керуючу справами виконкому Херсонської міськради, яку облили кислотою. Після 31 липня 2018 р. розпочалася адвокаційна кампанія, надалі акція «Ніч на Банковій» об'єднала понад 14 міст України. Активістку врятувати не вдалось (померла в лікарні 4 листопада 2018 р. ).

Щодо слідства над справою К. Гадзюк, президент України П. Порошенко коментує, що вона не померла, її було вбито. Цей злочин,

значною мірою розкритий – знайдений вбивця, помічники, які зізналися, затриманий організатор [1].

Таким чином медіа можуть розповідати та протидіяти системним порушенням прав людини на всеукраїнському рівні. Також до масштабних порушень прав людей відносять позбавлення волі 64 українських політв'язнів в Кремлі, серед яких кримський режисер О. Сенцов. Засновниця «Євромайдан SOS» О. Матвійчук розпочала глобальну акцію «#SaveOlegSentsov», яка охопила інші країни світу [5].

За результатами дослідження групи з прав людини Програми з розвитку ООН, 91% жителів Донбасу обрали безпеку як основну цінність. Далі опинилася свобода 83%, на третьому – справедливість 67%. Цікаво те, що українці ставили таку позицію як «толерантність» на останні позиції. Демократична держава не може існувати без свідомого, толерантного суспільства. Як зазначає координаторка дослідження, С. Колишко, ще одним результатом дослідження виявилось те, що все частіше, ніж в інших регіонах, в Донбасі вибирали готовність терпіти матеріальні труднощі заради збереження своїх прав [3].

Маріуполь – перспективне місто, де після військових дій активно розвивається урбаністика, громадське та культурне життя громади. У серпні 2018 р. скоєно напад на арт-платформу «ТЮ» – перший культурний простір в Маріуполі, який скоординований ГО «Розвиток Приазов'я». В результаті постраждали гості, музиканти та адміністратор простору. Винуватих не знайдено, адже спочатку постраждалі стикнулися з ігноруванням цього інциденту, поза всі сюжети в місцевих ЗМІ [4].

Отже, медіа є невід'ємним механізмом протидії порушенню та знехтуванню правами та свободами людини. Виникнення порушення прав зумовлює популізм, який породжує політичну корупцію та безвідповідальність влади. Масові порушення прав людини в українському суспільстві розпочалися з окупації частини території України та збройний конфлікт на Сході, які продовжується у вигляді нападів на активістів, маніпулюванні та навіюванні недостовірних свідчень. Тому медіа можуть протидіяти порушенню прав людини та бути залученими у процес ланцюгових змін в країні. До таких механізмів належать створення діалогу для обговорення, лобіювання інтересів суспільства та донесення ідей та проблем через журналістські розслідування, творчість, організацію масових заходів саме на платформі ЗМК.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Катерина Гадзюк – слідство знайшло вбивцю активістки / UNIAN. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.gl/rnz5rt> (дата звернення 01.11.2018).

2. Ломанн Г. Філософія прав людини / Ш. Госепат, Г. Ломанн. – К. : Ніка-Центр, 2008. – 304 с.
  3. Права людини в Україні: перше півріччя 2015. Наукове видання. За ред. : А. Б. Благої, О. А. Мартиненка / Українська Гельсінська спілка з прав людини. – Київ, 2015. – 184 с.
  4. Пальчиков Д. Напад на арт-платформу ТЮ в Маріуполі: що сталося / Д. Пальчиков. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.gl/9TFhqE> (дата звернення 01.11.2018)
  5. Tatiana Goncharuk Peace-building versus human rights in Ukraine's Donbas / Goncharuk Tatiana. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <https://goo.gl/sDxi8e> (дата звернення 20.10.2018).
- 

*Гончар А.В.<sup>13</sup>*

## СЕКСИЗМ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ФОРМА ПОРУШЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ

Гендерна політика в Україні нині стрімко розвивається. Конституція, законодавчі документи та міжнародні акти мали б забезпечити відсутність обмежень чи привілеїв за ознакою статі, але на практиці ситуація в нашій країні далека від ідеалу. В контексті досягнення гендерної рівності, не малу роль грають засоби масової інформації, які часто-густо нехтують правами людини та стандартами журналістики.

Основна місія ЗМІ - інформувати. Але мова каналів інформації, подача цієї інформації прямолінійно впливають на аудиторію, формуючи її світосприйняття.

Медіаосвіта спрямована на навчання вмілому і безпечному користуванню мас-медіа. Оксфордська енциклопедія визначає медіаосвіту як предмет, пов'язаний одночасно з пізнанням того, як створюються і поширюються медіатексти, і розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їхнього змісту. Набута у процесі медіаосвіти медіаграмотність допомагає людині активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографа, преси, інтернету, допомагає їй краще зрозуміти мову медіакультури. [1] Існує протекціоністська теорія медіаосвіти. Це теорія громадянського захисту, культурних цінностей (які протиставляються контенту медіа). Назва й опис свідчать, що за основу тут взята теорія кулі. Прихильники цієї теорії вважають, що медіа здійснюють сильний та негативний вплив на аудиторію. Зокрема, діти сприймають зображення насилля на екрані за зразок, який впроваджують у реальному житті. Аудиторія тут є масою пасивних

---

<sup>13</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

споживачів, не здатною зрозуміти сутність медіаповідомлень. Метою медіаосвіти є пом'якшення негативного ефекту сильного залучення до медіа. Педагоги показують різницю між реальним та віртуальним життям, протистоять негативному медіаконтенту.

Не тільки насилля, та не лише діти транслюють з мас-медіа в буденність. Навіювання сексистських стереотипів із ЗМІ, відкладає у підсвідомості людей думку, що певна упереджена поведінка до обох статей цілком допустима. Сексизм – це ідеологія та практика дискримінації людей за ознакою статі. [2] Проте, будь-яке підкреслена систематична різниця між людьми за ознакою статі - тобто подвійні очікування у суспільстві від чоловіка та жінки, є елементом сексизму.

За рік моніторингу та дослідження контенту різних українських друкованих засобів масової інформації помічено систематичні порушення Закону України “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні”. Стаття 3 вважає неприпустимим зловживання свободою діяльності друкованих ЗМІ, а саме заподіяння шкоди честі і гідності особи. У дослідженні проаналізовано журналістські статті, мова яких містить сексистські висловлювання, стереотипне мислення та лексика, яка принижує гідність людини за ознакою статі. Українські ЗМІ, розповідаючи про жінок, часто звертають увагу на вік, зовнішній вигляд, сімейний стан, а не професіоналізм. Не було виявлено жодного матеріалу в контексті якого говорили би про “молодого білявого чоловіка, який тепер займає поважну посаду”. Інформаційний простір переповнений подібними стереотипами, які впливають на нашу свідомість.

Своїм гаманцем аудиторія голосує за контент та інформацію певного формату. Таким чином вирішує, бути чи не бути такому виданню, радіомовнику чи телеканалу в медійному світі. Тому в контексті медіаосвіти важливо підійти до проблеми сексизму в засобах масової інформації з двох сторін. По-перше, варто підвищувати рівень грамотності аудиторії (фільтрування контенту із наявним сексизмом). По-друге, свідомість та професіоналізм журналістів не повинні дозволяти їм використовувати стереотипи та вислови, які пригнічують гідність людини.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л. – К.: АУП, ЦВП, 2011. – 58 с
  2. Збірник наукових праць Донецького державного університетууправління. Том 8. Серія „Спеціальні та галузеві соціології”. Випуск 3 (80). – Донецьк: Вебер, 2007. – С. 221-241
-



## **ПРАВА НА ДОСТУП ДО ІНФОРМАЦІЇ В МЕРЕЖІ: НОВА ДИСКУСІЯ ПІД ВПЛИВОМ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЗАКОНОДАВЧИХ ІНІЦІАТИВ**

Інтернет вже давно став повноцінним інформаційним світом, стрімко і впевнено перебираючи функцію медіа. При цьому необхідно говорити не лише про ЗМІ, що перейшли у віртуальний простір, а й про нових інтернет-гравців інформаційного ринку – новинних агрегаторів. Ці медіапосередники фактично займаються поширенням новинних матеріалів, створених іншими та, в такий спосіб, будують свій бізнес на чужому авторському контенті. Очевидно, що в умовах жорсткої боротьби за монетизацію меедіаконтенту, така діяльність наносить шкоду новинній медіаіндустрії та підриває її економічні основи функціонування. Свою позицію з цього приводу неодноразово висловлювали представники найбільших та найвпливовіших світових медіахолдингів, які занепокоєні посиленням залежності медіа від новинних агрегаторів. Як аргумент у цій боротьбі з прямими конкурентами, медіа обрали дієвий інструмент – захист авторських прав на контент, що виробляється медіаорганізаціями. Статус правовласника на продукцію власного виробництва дозволяє медіям не лише забороняти його використання та поширення (у тому числі новинними агрегаторами), а й вимагати виплати справедливої винагороди за кожне таке використання. Поетапними кроками на шляху вирішення питання у законодавчій площині стала ініціатива у 2013 році Німеччини щодо прийняття закону «Lex Google», який передбачав виплату роялті від використання контенту німецьких ЗМІ пошуковим монополістом. Законодавчі ініціативи Іспанії аналогічного спрямування взагалі змусили Google News піти з іспанського інформаційного ринку, відмовившись від індексації ЗМІ цієї країни. Паралельно, пошуковому гіганту Google довелось зіткнутись із судовими позовами від Агентства France Press (AFP) за використання їх контенту агрегатором, із представниками бельгійських медійників (2007 р.), французькими видавцями (2013 р.).

У вересні 2018 року захист авторських прав медіаорганізацій щодо їх індексації пошуковими сервісами набув системного характеру. Саме тоді Європейський парламент 438 голосами підтримав проект Директиви про охорону авторських прав на цифровому ринку (Directive on Copyright in the Digital Single Market). Однак дві статті документу викликали великий

---

<sup>14</sup> Доцент кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну, Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, м.Київ.

резонанс. Стаття 11 проекту Директиви [1] передбачає, що за використання авторського контенту в мережі правовласникам повинні сплачуватись авторські відрахування. Стаття 13 [1] цього документа покладатиме відповідальність за створення ефективних інструментів відстеження використання авторського контенту на самі інтернет-платформи чи ресурси, що відтепер повинні будуть фільтрувати та блокувати завантаження та поширення на своїх ресурсах авторського контенту без дозволу правовласників.

І хоча підсумкове голосування відбуватиметься лише на початку 2019 року, рішення Європарламенту вже встигло сколихнути громадськість та, навіть, призвело до численних протестів. Петицію проти законодавчої ініціативи (розміщену на Change.org), підписали більше 1 млн людей. Відомий ресурс Вікіпедія очолив протестну інтернет-кампанію в мережі [2]. Відкриті звернення до законодавчих органів ЄС підписали відомі громадські діячі, серед яких Тім Беренс-Лі, творець World Wide Web, видавництва, університети та наукові установи країн Європи.

Чому ж настільки емоційною та бурхливою виявилась реакція на законодавчу спробу підтримати правовласників? Суспільний розкол насправді виявився значно глибше, та полягає в різнотлумаченні нововведень законотворцями, представниками медіа та інформаційної індустрії, громадськістю в контексті дотримання основоположних прав та свобод людини, свободи доступу до інформації та права вільно творити у мережі.

Серед основоположних прав, що опинилися під загрозою, все частіше називають «право людини на доступ до культурних цінностей», що гарантоване статтею 27 (1) Загальної декларації про права людини та статтею 15 (1 а) Міжнародного пакту про економічні, соціальні та культурні права [3].

Вільний доступ до інформації у глобальному інформаційному просторі, на чому наголошується у доповіді ЮНЕСКО «До суспільств знань», зокрема передбачає що самі журналісти як «гаранти вільного поширення інформації та ідей, що вносять суттєвий вклад у створення справжнього суспільства знань», «повинні максимально сприяти розповсюдженню якісного контенту» [4, с. 42-45]. Натомість, необхідність сплачувати медіям за поширення їх матеріалів, неминуче призведе до зменшення кількості каналів, за якими можна буде отримувати актуальні новини. Користувачі мережі, що вже звикли до «порційного» споживання інформації через сніпети у новинних агрегаторів, переконані, що таке обмеження порушує право людини на доступ до інформації та медіаплюралізм джерел.

Директор платформи You Tube Сюзан Воджискі (Susan Wojcicki) бачить проблему ширше та вважає, що проект Директиви становить загрозу

не лише для існування платформи, а й «для здатності користувачів поділитися своїм голосом із світом» [5]. За її словами ситуація лише посилить монополізацію інтернет-платформ, які розмішуватимуть інформацію з обмеженого кола інформаційних джерел, оскільки нестимуть безпосередню відповідальність за розміщення контенту.

Натомість ті користувачі, що самі продукують власний контент на сторінках у соцмережах чи у блогах, змальовують песимістичні перспективи впровадження законодавчого документа, що зумовить фактичну неможливість створення мемів та іншого некомерційного контенту з використанням об'єктів авторського права. Блокування авторського контенту ресурсами, на думку критиків, також може ускладнити роботу освітніх платформ, електронних бібліотек із архівами матеріалів (у тому числі і ЗМІ) та інших безкоштовних ресурсів, що є продуктами успішної інтернет-колаборації. Активні користувачі мережі щоденно діляться своїми знаннями на таких платформах, виробляють унікальний контент та упорядковують існуючу інформацію. Така діяльність безпосередньо пов'язана із використанням чужих авторських творів, а отже може опинитися під загрозою.

Власне, на боці противників законопроекту опинилось і багато представників медіакомпаній, що, як здавалося б, мають бути його прихильниками. Адже, сумний іспанський досвід вже показав де-факто сильну залежність медій від пошукових сервісів, подолати яку для багатьох виявилось неможливим. Трафік та відвідуваність сайтів ЗМІ суттєво впала після відмови Google індексувати ці ресурси. В умовах, коли пошукові сервіси вже створюють адженду та формують інформаційне поле навколо кожного користувача (маємо на увазі – filter bubble), втрата їхньої уваги може загрожувати втратою частини аудиторії для ЗМІ. Втім заради об'єктивності необхідно зауважити, що в багатьох критичних публікаціях щодо законопроекту, негативні наслідки його прийняття дещо перебільшені. Це стосується і некомерційних онлайн-енциклопедій, і освітніх депозитаріїв, і обробки та аналізу даних для проведення наукових досліджень освітніми та науковими установами. На всі ці види діяльності положення проекту Директиви не поширюються [ст. 2 проекту Директиви]. Але це не заважає критикам ініціювати дебати, що за словами Карло Перроне, президента Європейської асоціації видавців преси (ENPA), «виходять далеко за межі авторського права та охоплюють не лише свободу преси, але й функціонування демократії» [6]. Однак в ситуації, коли допоки відсутній ефективний інструментарій реалізації законопроекту, проблеми технологічного та процедурного характеру здатні спричинити істотні

негативні наслідки. Тож їх запобігання потребує подальшого широко обговорення на дискусійних майданчиках усіх рівнів.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Directive on Copyright in the Digital Single Market. Texts adopted. — Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2018-0337+0+DOC+PDF+V0//EN>. та <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016PC0593>. — Дата звернення: 12.10.2018.
2. Italy Wikipedia shuts down in protest at EU copyright law. — 3 July 2018. — <https://www.bbc.com/news/world-europe-44696302>
3. Universal Declaration of Human Rights (1948), International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights (1966). — <http://www.un.org/en/documents/udhr/>.
4. Towards Knowledge Societies: UNESCO world report. — France: UNESCO Publishing, 2005. — 226 p.
5. YouTube CEO urges YouTube creators to protest European copyright law. — 18 October 2018. — <https://www.cnbc.com/2018/10/22/youtube-susan-wojcicki-creators-protest-eu-article-13-copyright-law.html>.
6. ENPA reacts to Wikipedia hostile campaign against Copyright. — 3 July 2018. — Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://enpa.eu/news/enpa-reacts-wikipedia-hostile-campaign-against-copyright>.

*Гресько О. В.<sup>15</sup>*

### МЕДІА І ПРАВО ГРОМАДЯН НА ІНФОРМАЦІЮ: ПІДЗВІТНІСТЬ І ПРОЗОРИСТЬ ВЛАДИ

Обізнаність і вміння вимагати дотримання своїх прав і свобод у мирний спосіб є ознакою демократичності громадянського суспільства, високого рівня цивілізованості відносин між владою і громадянином. Питання щодо пошуку механізмів підзвітності та прозорості державних структур в Україні залишаються актуальними після Помаранчевої революції 2004 р., Революції Гідності 2014 р., коли було зафіксовано найчисельніше за часів незалежності зібрання людей з метою боротьби за свої права і свободи.

**Мета:** розглянути медіа як комунікаційні механізми контролю громадян у контексті прозорості, відкритості та підзвітності влади.

**Завдання:** проаналізувати законодавчу базу щодо права громадян на доступ до публічної інформації, фінансової звітності владних структур; визначити і охарактеризувати переваги і недоліки інформаційно-комунікаційних інструментів підзвітності влади.

Основними джерелами дослідження є Закон України «Про доступ до публічної інформації» [1], Бюджетний Кодекс України [2], науково-

---

<sup>15</sup> Кандидат філол. н., доцент кафедри телебачення та радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

практичні напрацювання І. Кричкевич [3], В. Тарнай [3], Р. Головенко [4] та ін.

У Законі України «Про доступ до публічної інформації» зазначено: «Публічна інформація - відображена та задокументована будь-якими засобами та на будь-яких носіях інформація, що була отримана або створена в процесі виконання суб'єктами владних повноважень своїх обов'язків, передбачених чинним законодавством, або яка знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень» [1]. Представники медіаспільноти, громадяни України мають знати, що чиновник зобов'язаний відреагувати на індивідуальний або колективний; усний, письмовий чи в іншій формі (поштою, факсом, телефоном, електронною поштою) запит на інформацію – «прохання особи до розпорядника інформації надати публічну інформацію, що знаходиться у його володінні» не пізніше 5 робочих днів і до 20 робочих днів із обґрунтуванням продовження у разі потреби: великий обсяг, пошук інформації серед значної кількості даних і т. д. [1]. Навіть у разі оприлюднення певних даних на офіційному сайті державної установи, в ЗМІ ігнорування запиту або відмова без певних причин і пояснень неприпустима.

Поінформованість українського суспільства щодо права доступу до публічної інформації не дуже висока, однією з причин є низька медіаактивність у висвітленні прав людини. Зокрема, за результатами аналізу медіаконтенту провідних аудіовізуальних українських ЗМК за 2018 р. було зафіксовано в середньому до п'яти матеріалів на тему доступу до публічної інформації кожного медіа. Мультимедійна платформа іномовлення України (Укрінформ) дає посилання на відеоролик Кабінету міністрів на YouTube [6], доступні он-лайн інструкції журналістів, правників, держслужбовців [7, 8, 9, 10]. Покращення інформування зазвичай відбувається завдяки кількісним і якісним показникам. Останні можуть бути більш ефективними у разі поширення матеріалів про успішні історії пересічних громадян, які досягли дотримання своїх прав у законний спосіб. Наразі в ефір поропляють більше проблемних матеріалів, а вирішення певних питань громадян соціально-побутового характеру відбувається, як правило, після публічного розголосу і залучення медіа, якими намагаються «залакувати» владні структури у разі невиконання висунутих вимог. Повернути довіру громадян до державної влади можливо завдяки успішній комунікації, що передбачає не лише офіційну реакцію-відповідь на запити громадян, а також має на меті (по можливості) вирішення нагальних питань українського суспільства.

Згідно з Законом «доступ до інформації забезпечується шляхом:

1) систематичного та оперативного оприлюднення інформації: в офіційних друкованих виданнях; на офіційних веб-сайтах в мережі Інтернет;

на єдиному державному веб-порталі відкритих даних; {Пункт 1 частини першої статті 5 доповнено новим абзацом згідно із Законом [№ 319-VIII від 09.04.2015](#)} на інформаційних стендах; будь-яким іншим способом; 2) надання інформації за запитами на інформацію» [1].

Інформаційно-комунікаційними інструментами контролю громадян щодо підзвітності, фінансової прозорості влади, можуть бути: блогосфера, громадянська журналістика, соціальні мережі, журналістика громад, публічні заходи (відкриті зустрічі та обговорення, засідання), офіційні сайти, ЗМІК, приватні теле- і радіоканали, суспільне мовлення, і т. д. Одним із найбільш ефективних інструментів підзвітності влади має бути Суспільне мовлення України (UA : ПЕРШИЙ, Українське Радіо, обласні телерадіокомпанії) з огляду на його основу місію.

Фінансова прозорість і підзвітність також регулюються на законодавчому рівні. «Необхідність публікації звітів органами місцевого самоврядування передбачена Бюджетним кодексом України. Відповідно до чинного законодавства не пізніше 1-го березня року після звітного необхідно опублікувати звіт про виконання бюджету на офіційному сайті та в газеті, яка визначена місцевою радою. Згідно з статтею 80 Глави 12 Бюджетного Кодексу України «звітність про виконання місцевих бюджетів визначається відповідно до вимог, встановлених щодо звітності про виконання Державного бюджету України у статтях 58-61 цього Кодексу». Ці статті надають інформацію про перелік необхідних даних, які повинні міститися у звіті» [2, с. 56].

Обробка даних для бюджетно-фінансової звітності має відбуватися за зручним для сприйняття та обговорення для масової аудиторії алгоритмом. Зокрема, пояснювальна записка має бути зрозумілою і простою з огляду на структуру і наповнення; статистичні дані, цифри у вигляді діаграм, таблиць, графіків, інфографіки і т. д. краще відображають динаміку змін; аудіовізуальний супровід як емоційно-психологічний складник сприяє пошквалюванню подачі інформації; інтерактивність, зокрема, інтеграція офіційних порталів державних структур із соціальними мережами і блогосферою забезпечує відкриті публічні он-лайн дискусії. Наприклад, одним із успішних механізмів є «Громадський бюджет» – ініціатива активних громадян, які задля покращення міста, району і т. д. об'єднуються в спільноти, пропонують власні проекти, шляхом е-голосування обирають найкращі з них для реалізації. Цей демократичний інструмент надає можливість кожному жителю брати участь у розподілі коштів місцевого бюджету, сприяє прозорості прийняття фінансових рішень. Однак попри процес децентралізації, що передбачає збільшення повноважень щодо

розпоряджень бюджетними коштами на місцях, поки що немає практики щодо публічних обговорень фінансового планування у більшості регіональних і обласних рад.

Прозорість діяльності державних органів влади може забезпечуватися наступним чином: доступ громадян до слухання рад, зустрічі з депутатами, мерами та ін. За даними International Budget Partnership Україна посідає 39 місце з 115 країн у 2016-17 за рівнем бюджетної прозорості (<https://www.internationalbudget.org>). За даними Transparency International Україна (червень 2017) «найбільш прозорою сферою в містах України є **доступ і участь** - рівень її відкритості 46%: у багатьох містах громадськість може бути присутньою на засіданнях депутатських комісій ради без присутності депутатів. Проекти рішень міськради та порядок сесій публікуються заздалегідь. Громадськість може впливати на те, як витрачається бюджет. Існує можливість подати електронний запит чи звернення. Друге місце за відкритістю займає сфера **інформування про роботу органів місцевої влади** - майже 46%. У багатьох містах регулярно публікують протоколи засідань президій ради, відкрито публікують оголошення, анонси, повідомлення органів влади, а контактні дані депутатів знаходяться у вільному доступі. Найбільш закриті для людей сфери, пов'язані з житлом, роботою комунальних підприємств і соціальних установ» [5].

**Перспектива і цікавість цієї розвідки для науки і практики** полягає у розробці та застосуванні дієвого механізму підзвітності влади в контексті дотримання прав і свобод людини за допомогою ЗМІК. Завдяки медіа громадськість має знати свої права щодо доступу до публічної інформації, володіти ЗМІК як зручним і доступним інструментом для контролю над діяльністю владних структур, ефективності планування і використання бюджетних коштів на регіональному і національному рівні.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI «Про доступ до публічної інформації».
2. Бюджетний Кодекс України від 08.07.2010 № 2456- VI.
3. Кричків І., Тарнай / Крайні практики бюджетної прозорості та підзвітності органів місцевого самоврядування. // Ігор Кричків, Володимир Тарнай. Центр «Ейдос», - К., 2018.
4. Головенко Р. / Як працює доступ до інформації. // Роман Головенко. ІМІ, - К., 07.05.2013. Режим доступу: [<https://imi.org.ua/articles/yak-pratsyuje-dostup-do-informatsiji>]
5. Здоренко Г. / Львів, Кропивницький та Івано-Франківськ лідирують у рейтингу відкритості – дослідження. // Ганна Здоренко. ДТ, - К., 27.06.2017. Режи доступу:

[<https://dt.ua/UKRAINE/lviv-kropivnickiy-ta-ivano-frankivsk-lidiruyut-u-reytingu-vidkritosti-doslidzhennya-246844.html>]

6. Хто може подати запит, яким чином це зробити, чим відрізняється запит від звернення, усі необхідні контакти. / Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України. 25.05.2018 Режим доступу: [<https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2467953-vse-pro-dostup-do-publicnoi-informacii.html>]

7. Що таке публічна інформація, як її здобувати і робити з неї новини. / Українська правда. // 18.01.2018 Режим доступу:

[<https://dostup.prawda.com.ua/news/publications/shcho-take-publichna-informatsiia-iak-ii-zdobuvaty-i-robyty-z-nei-novyny>]

8. <https://www.youtube.com/watch?v=OuC8WNtFtw>

9. <https://www.youtube.com/watch?v=-BunasHDYGO>

10. <https://www.youtube.com/watch?v=QyzQ1XWU5Ns>

*Гришко А.Б.<sup>16</sup>*

## **ПРОБЛЕМА ВИВЧЕННЯ МЕДІАПРАВА В УНІВЕРСИТЕТАХ УКРАЇНИ**

Основним предметом правовідносин в медіаправі є інформація. Об'єктна ознака формує медіаправо за змістом у певній частині інформаційного права з поширення висновків на положення загальної та особливої частини останнього. Закон про медіа – це закон, який регулює виробництво та використання медіа. Міжнародна декларація базується на ретельному дослідженні та аналізі існуючих міжнародних механізмів безпеки журналістів, а також на передових методах роботи журналістів та медіаорганізацій для забезпечення максимальної безпеки. Але злочини проти журналістів не припинилися, а тільки загострилися.

Мета – дослідити роль дисципліни медіаправо у процесі підготовки журналістів у закладах вищої освіти України.

Практика медіа права може включати всі види правових питань, які можуть виникнути під час виробництва або використання різних типів засобів масової інформації. Медіаправо може охоплювати безліч різних типів засобів масової інформації, включаючи телемовлення, Інтернет та друковані ЗМІ [1]. З дотримання державних правил до укладення угод, адвокати медіа виконують важливі та різноманітні послуги для своїх клієнтів. Закон про медіа охоплює цілий ряд різних типів законів, і правоохоронці та фахівці з питань судової практики можуть процвітати в цій сфері права [2]. Адвокати медіа можуть знайти сферу права захоплюючою, оскільки вони застосовують свої навички, які відповідають інтересам своїх клієнтів. Працюючи як ефективний медіа адвокат, швидше за все, потрібен різноманітний набір

<sup>16</sup> Студентка, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.



навичок. Коли організація ЗМІ має суперечку, яка може призвести до судового розгляду, вони можуть звернутися до того ж адвоката, який допомагає їм обговорити контракт або дотримуватись правил. Окрім того, коли виникають суперечки, адвокати медіа повинні мати навички судового розгляду, а також альтернативні навички вирішення спорів. Окрім законів, які безпосередньо регулюють використання засобів масової інформації, закони про медіа включають інші типи законів.

Актуальність теми дослідження полягає в недостатньому висвітленні проблеми вивчення важливого курсу у медіаосвіті. На даний момент в Україні досить невелика кількість університетів, що пропонують вивчати медіаправо. Що є недопустимим для сучасного журналіста. Ця сфера все ще не є досить вивченою та адаптованою для викладання в університетах.

Закон про медіа — це область, що швидко розвивається, яка висуває багато питань, що викликають велику увагу та суперечливість. Оновлення в законах включають використання заборон конфіденційності, регулювання преси, політичної сили медіа-магнатів, масового витоку державної інформації та відповідальності цифрових засобів масової інформації для запобігання поширенню надмірного вмісту та фальшивих новин [3]. Аналіз ґрунтується на обліку свободи засобів масової інформації, яка розглядає важливі демократичні функції, що виконуються ЗМІ. Закон про ЗМІ — це галузь права, що складається з набору правил, які регулюють засоби передачі інформації незалежно від середовища. Право засобів масової інформації поширюється на всі форми вираження (письмові, звукові, візуальні та аудіовізуальні) і методи соціального спілкування (преса, радіо, телебачення, кіно, книги, плакати, цифрові медіа, спілкування з громадськістю в Інтернеті) від преси до Інтернету, від запису до екрана, від мультимедіа до мультимедіа, незалежно від його вмісту (новини, документація, художня література, розваги, реклама). Засоби масової інформації також є відображенням демократичних дебатів, які часто призводять до політичних виборів. Засоби масової інформації таким чином інформують громадянина і дозволяють йому формувати думку, щоб зробити вибір свідомо.

Медіарегулювання має на меті досягти балансу між суспільним інтересом та інтересами кожного громадянина (наприклад, для захисту своєї репутації та конфіденційності). Оскільки цей захист обмежує свободу спілкування, яка є однією з характеристик демократичного суспільства, вона допускається лише за потреби [4]. Сьогодні цим важливим аспектом журналістської діяльності займаються не так багато практикуючих правознавців. Не кажучи вже про молодих журналістів, що ще навчаються. Дисципліна медіаправо вивчається у Київському національному університеті

імені Тараса Шевченка, Львівському національному університеті імені Івана Франка, Запорізькому національному технічному університеті та Національному юридичному університеті імені Ярослава Мудрого. Дисципліна в основному спрямована на навчання в складанні видавничих договорів на твори мистецтва, уникання порушень та захист власних прав. Журналіська діяльність передбачає обізнаність не тільки в захисті прав на твір, а й захист прав на саму діяльність. У контексті медіазаконодавства є часті збіги з авторськими правами, законами про торговельні марки та, у деяких випадках, патентами. Проблема обізнаності журналістів у власних правах та вивчення дисциплін, що до них відносяться є державотворчими й соціокультурними аспектами, що розглядалися у працях Близнюк А., Волковинського О., Мельникова О., Москаленка А., Подолян М., Янець Н., Шендеровський К. та інших, проте на сьогодні ще й досі залишилися певні питання про введення медіа права у цикл обов'язкових дисциплін.

Володіти великим досвідом у галузі права засобів масової інформації дуже важливо для сучасного журналіста, щоб мати уяву про практичні механізми захисту. Адвокати в цій сфері представляють своїх клієнтів та консультують їх з питань, наприклад пов'язаних із правом на імідж та конфіденційність, права на відповідь опонентам, свободу преси та відповідальність за публікацію. Також допомагають своїм клієнтам у розробці та проведенні переговорів про міжнародні розважальні контракти (наприклад, у сфері кіно та телебачення). Питання, яке виникає в останні роки, полягає в тому, як законодавчо регулювати правопорушення в медіапросторі соціальних мереж [5]. Суддя часто опиняється безпорадним перед цим питанням, оскільки відповіді не завжди очевидні в тій мірі, в якій жоден текст не регулює їх. Зрозуміло, що з розвитком соціальних мереж та зростанням кількості осіб, які до них причетні, в цій сфері виникли норми та прецедентне право, що помножується на правові питання, що виникають у соціальних мережах. Запровадження правосуддя означає не просто встановлення судів чи механізм забезпечення законності. Це означає щось набагато більше. Не що інше як встановлення справедливих відносин між людиною та людиною, між людиною та його владою, між індивідом та суспільством. Це є створенням соціальної держави, яка справедливо дбає про кожного громадянина та всіх інтересів людини.

Цього не можливо досягти лише за допомогою правових відносин, для встановлення справедливості необхідна співпраця членів інших професій та осіб, зайнятих покращенням людського існування. Найголовніше, це співробітництво тих, хто займається професійною журналістикою з правозахисниками.

Таким чином, висвітлена проблема інформованості студентів медійних спеціальностей щодо їхніх прав та обов'язків. Проаналізована важливість вивчення медіаправа та правових відносин в журналістському просторі.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Законодавство України. Засоби масової інформації. – К., 1999.- С. 205.
2. Законодавство та практика засобів масової інформації. – К.: ЦВП, 1996; Права людини: Міжнародні договори України, декларації, документи. – К.: Юрінформ, 1992;
3. Вільна преса в демократичній державі: Матеріали міжн. наук.-практ. конференції, 25-28 квітня / За заг. ред. Л.В.Губерського, А.З. Москаленка, 8.А. Вергуна). – К., 1995.
4. Подолян М.П. Першооснови журналістської творчості: Консп. лекцій. – К.: ЦВП, 1997.
5. Цимбалюк В. С. Мас-медіа право в інформаційному суспільстві / В. С. Цимбалюк // Інформація і право. – 2011. - № 1. – С. 30-33.

*Грубич В.<sup>17</sup>*

### **ВИСВІТЛЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПИТАНЬ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ В УКРАЇНІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ «ТСН»)**

Висвітлення питань окремих соціально вразливих груп населення в українських медіа щороку зростає. Ще з радянських часів не було прийнято говорити чи згадувати про соціальні питання таких людей. Сьогодні ж глобалізація впливає на розбиття таких традицій, медіа почало поступово давати новини про всіх і кожного. Але дуже часто досі самі журналісти, не знаючи конкретних стандартів щодо висвітлення соціальних питань тої чи іншої вразливої верстви населення, продукують стереотипне сприйняття аудиторією інформації, і що гірше – дискримінацію.

Медіа створюють «образ» людини чи групи людей. Адже в інформаційну добу масовокомунікаційні та соціальнокомунікаційні технології стали найбільш потужними інструментами впливу як на окремі соціальні групи, так і на суспільство в цілому. Засоби масової комунікації продукують контент, який впливає на ціннісні орієнтації соціуму, формує певні типи культури і моделі поведінки [1].

Чи не найбільше такий вплив створює телебачення загалом чи інформаційні телепрограми зокрема. Це підтверджують і опитування, згідно з результатами яких телебачення – на противагу електронним засобам масової інформації, популярність яких зростає – усе таки залишається визначальним у формуванні світогляду українців різних вікових груп.

Новинна телевізійна журналістика як основний чинник громадської думки володіє всіма можливостями для впливу й маніпулювання громадською свідомістю щодо розуміння соціальних питань та соціальних проблем. На це впливають текст, окрема лексика, відеоряд, редакційна верстка та інші елементи комплексу виробництва теленовин [3].

У контексті висвітлення соціальних питань людей з інвалідністю, чимало дослідників зазначають, що позитивного іміджу цієї групи населення досі не сформовано.

Автори навчального посібника «Інвалідність і суспільство» підкреслюють, що стереотипи в нашому суспільстві стосовно ставлення до людей з інвалідністю мають справді складний характер. До цих осіб часто ставляться з почуттям ворожості, страху. Або ж від них дистанціюються [2].

До того ж, 60% українців зазначили існування проблеми дискримінації, 40% з опитаних зіштовхнулися з проявами дискримінації особисто, а близько 33% згадали дискримінацію людей з інвалідністю. Такі дані загальнонаціонального соціологічного дослідження «Громадська думка про права людини», що провели Фонд «Демократичні ініціативи» та фірма «Юкрейніан соціолоджі сервіс» [4].

За даними Державної служби статистики України, щороку кількість людей з інвалідністю збільшується. На початок 2017 року це було близько 2,6 млн осіб, із них працездатного віку – 1,5 млн. А враховуючи те, що в країні йде війна, ми розуміємо, що ця цифра збільшується. Адже зростає кількість учасників бойових дій, які повертаються додому з набутою інвалідністю.

Сьогоднішній етап в Україні стосовно осіб з інвалідністю – інклюзія. Це більш чітке розмежування в суспільстві, окреме до кожної групи. А от медіа як потужний рупор повинно бути постійним учасником в процесах *включення* людей з інвалідністю в українське суспільство. А включення – це вже не розмежування, воно – для всіх і кожного. Коли нема розмежувань, бо всі – рівні.

Згідно з наведеними вище даними, суспільство й досі дискримінує осіб з інвалідністю. Відтак – медіа як соціальний інститут доки не виконує функцію включення вразливої соціальної групи населення до українського соціуму. Зокрема, у телевізійних новинних випусках інформація про цих людей з'являється несистематично, вибірково, до того ж, якість цих матеріалів потребує вдосконалення. Тобто українське телебачення у вирішенні соціальних питань осіб з інвалідністю демонструє неадекватну практику своєї інформаційної функції.

Джерельною базою дослідження стали праці таких українських науковців як К. Шендеровського, О. Михайлової, В. Іванова, О. Чекмишева,

В. Різуна, В. Сердюка, В. Качкана, І. Мащенко, А. Москаленка, Т. Шевченко, А. Топчій, О. Лаврик, а також західних фахівців К. Майера, Е. Фіхтеліуса, М. Стівенса.

Також до джерельної бази увійшов канал 1+1. Вечірні випуски «ТСН» відповідно. Канал 1+1 обрано тому, що він – один із найбільш рейтингових в українському інформаційному телевізійному просторі. Про це свідчать дослідження ІТК (Індустріального Телевізійного Комітету) в розділі «Рейтинги», підрозділі «Топ-вечірні новини». Вони надають ринку дані дослідження телевізійної аудиторії, які по замовленню ІТК готують дослідницькі компанії Nielsen та Комунікаційний Альянс.

Методи дослідження: моніторинг, контент-аналіз.

Результати дослідження показали, що проявів дискримінації в медіаматеріалах набагато менше, ніж раніше. З січня по червень 2018 року вийшло 45 телевізійних сюжетів, пов'язаних із темою людей із інвалідністю. У більшій половині матеріалів були відсутні міфи, акценти на вадах, а риторика також була прийнятною з точки зору толерантності. Але все одно залишалися поодинокі випадки з появою слова «інвалід», «хворий», міфи про неможливість працювати людям із інвалідністю, жити зі щасливою сім'єю тощо.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1) Вплив контенту засобів масової комунікації на український соціум / М. М. Хилько, В. М. Корнєєв // Current issues of mass communication. - 2014. - Issue 16. - С. 57-68. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk\\_2014\\_16\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2014_16_8)
- 2) Інвалідність та суспільство: навчально-методичний посібник. За заг. редакцією Байди Л.Ю., Красюкової – Еннс О.В. / Кол. авторів: Байда Л.Ю., Красюкова – Еннс О.В., Буров С.Ю., Азін В.О., Грибальський Я.В., Найда Ю.М. – К., 2012. - 216 с.
- 3) Михайлова О. П. Стандарти відображення проблем людей з інвалідністю в теленовинах / О. П. Михайлова // Наукові записки Інституту журналістики. - 2014. - Т. 57. - С. 46-51. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh\\_2014\\_57\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_57_12)
- 4) Опитування «Громадська думка про права людини в Україні» <https://dif.org.ua/article/gromadska-dumka-pro-prava-lyudini-v-ukraini>

*Дешевий Д.<sup>18</sup>*

### ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТСМЕНІВ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Робота присвячена аналізу підходів до висвітлення діяльності спортсменів з інвалідністю: інформаційні приводи, «мова ворожнечі», емоційна лексика.

<sup>18</sup> Студент ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

Мета роботи – з'ясувати та визначити сучасні тенденції українських онлайн-медіа у висвітленні діяльності спортсменів з інвалідністю, описати сучасний стан висвітлення діяльності спортсменів з інвалідністю в спеціалізованих спортивних та неспеціалізованих українських онлайн-медіа та створити підґрунтя для наступних досліджень.

Спортивні інтернет-ЗМІ майже повністю витіснили спортивну пресу з українського медіаринку або змусили перейти газети та журнали на електронний варіант. Це пов'язано з тим, що мережеві видання поєднують у собі переваги усіх інших видів журналістики (телебачення, радіо, преси), можуть постійно оновлюватись, розміщувати на своїх сторінках аудіовізуальні матеріали, надають своїм відвідувачам унікальну можливість переходити за посиланнями на інші теми та рубрики, характеризуються високим рівнем інтерактивності та фрагментованості [1, С. 207].

Нині спектр тематики у рубриці «Спорт» значно розширюється завдяки поданню не лише новин про забиті голи, здобуті очки, перебіг змагань, а й розповідей про романи зірок спорту, їхніх подруг — актрис, моделей, бійки фанатів у різних країнах, передруку чуток і скандальних історій із закордонних таблоїдів. Спортивні видання стають дедалі популярнішими, масовими, економічно вигідними [2, С. 174].

Проте в більшості випадків матеріали стосуються висвітлення діяльності спортсменів без інвалідності.

Для дослідження висвітлення діяльності спортсменів з інвалідністю було обрано спеціалізований спортивний онлайн-засіб масової інформації «tsn.ua».

Інформаційні приводи, пов'язані із висвітленням діяльності спортсменів з інвалідністю, у більшості випадків не пов'язані або віддалено пов'язані із їх спортивними досягненнями: «Найвідоміший спортсмен-інвалід потрапив в аварію», «Баскетбольний матч інвалідів-візочників завершився бійкою фанів», «У боях без правил дебютував одноногий боєць».

Використовувана лексика, зазвичай належить до «мови ворожнечі». У цьому сенсі поняття «мова ворожнечі» поширюється на всі висловлювання, спрямовані проти однієї особи або визначеної групи осіб. Об'єктом для ненависті, агресії й дискримінації зазвичай обирається особа або група осіб, що підходить під визначення «інший»: раси, етнічної приналежності, релігії, партії, орієнтації, меншини тощо [3, С. 91-92]. В більшості досліджених матеріалів на сайті використовується термін «інвалід». Крім того у новині 10 липня 2007 року «Інвалід кидає виклик чемпіону» в тексті журналістського матеріалу бачимо використання терміна «спортсмен-ампутант» замість «спортсмен з інвалідністю».

Емоційна лексика в журналістських матеріалах про висвітлення діяльності спортсменів з інвалідністю неспеціалізованих українських засобах масової інформації, зазвичай, використовується для того, щоб закцентувати увагу на тому, які молодці люди з інвалідністю, що можуть займатися спортом.

У новині за 11 серпня 2014 року «Українські паралімпійці здобули фантастичну перемогу на чемпіонаті світу з плавання». Крім, власне, емоційно-забарвленого слова «фантастичного» в заголовку, у тексті журналістського матеріалу ми бачимо й інші приклади. «Пишаємося нашими!», «Браво!» – окличні речення не притаманні інформаційним жанрам, оскільки вказують на суб'єктивну думку автора новини. «Усіх вразив виступ», – це не тільки емоційна лексика, а й маніпуляція, яка суперечить журналістським стандартам, оскільки вказує на суб'єктивну думку, не відділену від фактів, а також не має ніякого підтвердження слову «усі», жодної статистики чи опитування присутніх на події.

Для дослідження висвітлення діяльності спортсменів з інвалідністю було обрано спеціалізований спортивний онлайн-засіб масової інформації «sportarena.com». Причиною вибору стала широка тематична палітра медіа, яке спеціалізується не на одному виді спорту, а охоплює широкий спектр спортивних змагань та подій.

Інформаційні приводи в спеціалізованому спортивному засобі масової інформації «sportarena.com» майже завжди стосуються Паралімпійських ігор. При чому сконцентровані на перебігу подій під час Паралімпійських ігор, а не підготовці чи профілям спортсменів.

Про це говорять заголовки новин присвячених висвітленню діяльності спортсменів з інвалідністю в онлайн-медіа «sportarena.com»: «Україна виграє шість золотих медалей і злітає на третє місце в загальному заліку» (10 вересня 2016 року), «Українці виграла п'ять золотих медалей Паралімпіади» (новина за 11 вересня 2016 року), «14 медалей допомагають Україні зберегти третє місце в загальному заліку» (17 вересня 2016 року) «Україна завершила Паралімпіаду на рекордному третьому місці» (новина за 18 вересня 2016 року).

Звичайно, присутні й випадки інформаційних приводів іншого тематичного спрямування. Проте, варто зазначити, що з'являються вони рідко та часто зі спортсменами з інвалідністю пов'язані дуже дотично.

Використана лексика в журналістських матеріалах, які висвітлюють діяльність спортсменів з інвалідністю, частіше відповідає стандартам соціальної журналістики та закону України. Особливо це стосується

журналістських матеріалів 2018-го року, оскільки новини опубліковані раніше теж часто містять мову ворожнечі.

Емоційну лексику можна було зустріти доволі рідко та виключно в матеріалах, які висвітлюють Паралімпійські ігри.

У новині за 11 вересня 2016 року «Українці виграли п'ять золотих медалей Паралімпіади» використана така емоційна лексика, як «блискучий результат» та «фантастичний результат».

Серед основних результатів дослідження можна виділити наступні:

1) діяльність спортсменів з інвалідністю набагато рідше висвітлюється в українських онлайн-каталог, ніж діяльність спортсменів без інвалідності;

2) українські онлайн-медіа героїзують спортсменів з інвалідністю;

3) «мова ворожнечі» часто присутня в українських медіа при написанні матеріалів про діяльність спортсменів з інвалідністю.

Враховуючи проведенне дослідження, можемо зробити наступні висновки. На сьогодні основним інформаційним приводом для українських засобів масової інформації під час висвітлення спортсменів з інвалідністю є Паралімпійські ігри. «Мова ворожнечі» набагато рідше зустрічається у спеціалізованих спортивних українських медіа рідше використовують «мову ворожнечі». Використання емоційної лексики частіше з'являється у неспеціалізованих ЗМІ, проте, кількість матеріалів про висвітлення діяльності спортсменів з інвалідністю набагато більша в неспеціалізованих ЗМІ України, в профільних спортивних.

Обрана тема майже не досліджувалася українськими науковцями, тому результат цієї роботи дає розуміння про проблеми із системністю у висвітленні діяльності спортсменів з інвалідністю на прикладі українських онлайн-медіа, а також вказує на потребу звернути увагу на тематику висвітлення діяльності спортсменів з інвалідністю на профільних журналістських кафедрах та факультетах.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Черних О. С. Спортивні інтернет-ЗМІ України: основні проблеми розвитку / О. С. Черних // Регіональні ЗМІ України: історія, сучасний стан та перспективи розвитку / О. С. Черних., 2017. – С. 206–211.
  2. Вплив матеріалів спортивної тематики у ЗМІ на формування іміджу держави / В. В. Чекалюк // Наукові записки Інституту журналістики. - 2014. - Т. 55. - С. 174-178
  3. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору / Т. О. Ісакова // Стратегічні пріоритети. Серія : Політика. - 2016. - № 4. - С. 90-97.
-



## **ПРАВО НА СВИТОБАЧЕННЯ: МЕДІАКОНТЕКСТИ СУБКУЛЬТУРИ І ПРАВ ЛЮДИНИ**

Зі збільшенням інформаційної складової суспільного життя посилюється вплив ЗМІ, журналістики та субкультури журналістів на медіа поле України. Інформаційна культура та медійне поле України значною мірою формуються журналістами та можуть бути предметом культурологічного дослідження. Важливим є визначення вектора та тенденцій розвитку національної журналістики та субкультури журналістів, які мають бути спрямовані не на сумнівні симулякри мінливої моди та запозичені кластери з протиприродною аксіоматикою, а на захист феномену українських цінностей та мистецьких особливостей в українському медіа просторі.

В умовах непростих українських реалій вітчизняні ЗМІ мають зберігати наш національний колорит, стояти на сторожі нашої інформаційної безпеки, протидіючи метастазам денаціоналізації, захищаючи та поширюючи правдиві українські надбання не лише в медіа просторі України. Має рацію проф. І. Костиря, що: “Повідомлення, що виникають в межах ЗМІ, - це завжди анігіляція комунікації. Ситуація, що метафорично може бути описана як телефонна розмова людини з автовідповідачем, з однією поправкою в тому, що в межах повідомлення ЗМІ до реципієнта сам реципієнт не завжди усвідомлює, що комунікація відсутня” [6, 300]. При цьому “залежність окремої людини від ЗМІ... безперервно зростає та набуває кульмінації в періоди загальної кризи та нестабільності. Картина світу у свідомості сучасної людини майже повністю формується із ЗМІ, а, отже, відповідальність за продукти масової культури у значній мірі лежить на журналістиці” [6, 300]. Можливо, плекаючи національний “культурний ландшафт” [4, 190], варто звертатись і до досвіду 1940-х років, коли особливе місце посідала ідеологічна робота [4, 99]. Вплив медіа може бути різним (за змістом, обсягом, наслідками тощо).

На особливу увагу заслуговує “пафосно емоційний рівень впливу, пов’язаний із включенням сторонньої події у особисті моральні та ціннісні переживання глядача. Переведенням її цікавості на вищі рівні захоплення – почуття та емоції, зокрема страх, милосердя, співчуття, гнів та інші” [6, 301].

Проблема висвітлення питань окремих субкультур іноді подається російськими дослідниками в десятки разів частіше, ніж українськими

---

<sup>19</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

дослідниками (простий і наочний приклад – численні російські праці з кримінальної субкультури, а ширше – з девіантними, делінквентними та аномійними субкультурами) [11; 12].

Субкультурологія, як і раніше культурологія, в українському науковому просторі та культурному полі не мала свого “законного”, “повноцінного” місця, легітимно була відсутня в українській науці. Коли ж культурологія була визнана та затверджена офіційними інстанціями, то розпочались дискусії й з приводу теорії та історії субкультур, яка логічно постає не лише у межах соціології, права чи історії, а й у контексті культурології [11].

У науковому дискурсі субкультури поділяють на нейтральні (переважно), негативні й позитивні (здебільшого творчого і конструктивного спрямування) або на просоціальні (позитивні), асоціальні (які стоять осторонь соціальних проблем) і антисоціальні (соціально негативні); на усталені (“класичні”) та інноваційні субкультури; на вищі й нижчі (відповідно – ап- та андер-), існують і інші розподіли, наприклад: на вікові (дитячі, підліткові, молодіжні тощо). Доречним може бути й поділ субкультур на резонансні (іноді із зухвалим викликом суспільству тощо) і нерезонансні [10; 13]. Окрема мова – про основні та другорядні або похідні (точніше зазначити розподіл як базові та небазові) субкультури. Базові субкультури в теорії та історії субкультур потребують особливої уваги. Серед них доречно виокремити субкультури молодіжні (з усіх вікових субкультур найбільш важливі), субкультури бідних і багатих (як антиподи, особливо на полюсах – мільйонери “проти” безхатченків, олігархи “проти” бомжів тощо), окремі професійні субкультури.

Професійні субкультури (особливо кваліфікованих професій: юристів, економістів, програмістів, лікарів тощо) заслуговують на особливу увагу та аналіз. Професійні субкультури не є однорідними за своїм значенням. Серед них особливе місце посідають державотворчі субкультури (юристів, адміністративних працівників та інших) та суспільно значущі (лікарів, вчителів, журналістів та ін.). Субкультури адміністративних працівників, юристів і журналістів, за їх значних відмінностей, мають і чимало спільного. Всі вони є визначальними для життєдіяльності людини, суспільства та держави, а всередині них є своя внутрішня градація. Усі вони неоднорідні, наприклад: у юристів є внутрішні підкультури адвокатів, суддів, прокурорів тощо, на різних номенклатурних рівнях є свої “поняття” (у позитивному сенсі слова). Аналогічно за всієї зовнішньої єдності журналістів, численних працівників ЗМІ вирізняють спрямування їх видань, вимоги власників видань, кон’юнктура, уподобання (власні та керівництва), спеціалізація

журналіста (спорт, політика тощо) та певного видання (для якої аудиторії, про що, з яких позицій тощо), конкуренція, економічні, світоглядні, політичні та інші спрямованості.

Професія журналістів є не лише важливою, навіть необхідною для держави та суспільства, але й доленосною для майбутнього інформаційно-креативного суспільства XXI ст. Субкультура журналістів – важлива передова професійна субкультура. Не всі журналісти є носіями “своєї” субкультури, проте професія журналіста передбачає певний ореол, свої кліше, літературні штампи, стереотипи, забобони, прикмети тощо. Серед них: пошук сенсацій й інформації, якісне інтерв’ювання, зовнішній вигляд, етикет, відпрацьовані прийоми комунікації, настрої, віра у вдалий початок дня й приємну зустріч, “збої” техніки, у потрібний момент гарна ручка під рукою, успішні перемовини тощо.

За журналістської недбалості в тотальному інформаційному споживанні, нерозбірливості та поглинанні у реципієнтів може відбуватися втрата критичності (особливо здатності до критичного мислення), розсудливості, об’єктивності, організованості, послідовності, логічності, зваженості та доцільності щодо отриманої інформації. На думку І. Костири, “зростає ризик опинитися... у відчуженому від реальності інформаційному полі зі штучними квазіреальними об’єктами, що утворюють своєрідну віртуальну реальність” [7, 49], а за умов “кризового розвитку суспільства загрозливих масштабів набирає явище, коли ЗМІ транслюють не реальні цінності, а їх симулякри” [7, 48]. На особистому, груповому (зокрема субкультурному), національному (зокрема культурному) і планетарному (зокрема геокультурному) рівнях журналісти та сформовані ними ЗМІ постають як важливі регулятори численних соціокультурних та інших відносин. Преса, радіо, телебачення можуть перетворюватись на джерело прогресу й розвитку або навпаки, на джерело регресу та занепаду. Інформація зі ЗМІ може лікувати краще, ніж бальзам, а вражати сильніше, ніж куля, ця інформація здатна рятувати та давати надію помираючим й вести до загибелі та знищувати не гірше, ніж найстрашніша зброя. Недарма ЗМІ називають четвертою владою. Вони здатні активно і доленосно впливати на процеси у суспільному житті та у культурному полі України.

Для інформаційного суспільства необхідно: по-перше, право на доступність інформації (особливе питання: як і чим може бути забезпечене це право?); по-друге, пріоритетність соціокультурних інформаційних технологій у структурі формування медіадіяльності.

Перспективними видаються два шляхи: один – від медійного професіоналізму до розуміння системності культури; другий – від розуміння

цілісності культури до розуміння смислу й змісту медійної професійної діяльності. Жоден із цих шляхів не кращий за інший, вони рівнозначні – як шляхи до універсалізму, обидва потребують глибоких трансформацій у тому типі суспільного відтворення, що склався на основі соціально-комунікаційних технологій.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бездрабко В.В. Класифікація архівних документів: проблеми і пошук [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: [www.archives.gov.ua/Publicat/Researches/MaterialyConfer\\_11.php](http://www.archives.gov.ua/Publicat/Researches/MaterialyConfer_11.php)
2. Безклубенко С. Д. Стан і перспективи розвитку культурології / С. Д. Безклубенко. // Вісник КНУКіМ. Сер. Педагогіка. — К., 2000. — Вип. № 3. — С. 6–14.
3. Безклубенко С. Д. Теорія культури / С. Д. Безклубенко. — К., 2002. — 324 с.
4. Волков С.М. Інституалізовані соціокультурні системи: регіональна специфіка та динаміка / Сергій Волков. — К. : Інститут культурології НАМ України, 2010. — 248 с.
5. Кірсанов В. В. Прикладна культурологія: сутність та витоки / В. В. Кірсанов // Питання культурології. — К., 2007. — Вип. 23. — С. 40-44.
6. Костиря І. О. Влада мас-медіа та соціальна комунікація / І. О. Костиря. // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. — 2013. — № 4. — С. 296–302.
7. Костиря І. О. Роль засобів масової інформації в сучасній соціальній комунікації / І. О. Костиря. // Український інформаційний простір: науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин КНУКіМ / гол. редактор М. С.Тимошик. — Ч. 1. — У 2 ч. — Ч.2. — К.: КНУКіМ, 2013. — С.48-56.
8. Крисенко Д. С. “Медійний фронт” “Холодної війни” 1980-х років / Д. С. Крисенко. // Український інформаційний простір: Науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин КНУКіМ / Гол. редактор М. С. Тимошик. — Ч. 1. — У 2 ч.— Ч.2. — К.: КНУКіМ, 2013. — С. 56–63.
9. Панченко В. І. Мистецтво в контексті культури: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філос. наук: спец. 09.00.08 “Естетика” / В. І. Панченко. — К., 1999 — 36 с.
10. Радзиевский В. А. Основные резонансные субкультуры в культурном пространстве Украины: кросскультурный анализ / В. А. Радзиевский. // Вестник Санкт-Петербургского гос. уни-та культуры и искусств: науч. журнал. — №4 (17). — декабрь 2013. — С.117–121.
11. Радзівський В. О. Нотатки з субкультури аномії : монографія / В. О. Радзівський. — К. : Вид-во “Логос”, 2012. — 368 с.
12. Радзівський В. О. Про теорію та історію субкультур: нариси до субкультурології : монографія / В. О. Радзівський. — К. : Вид-во “Логос”, 2013. — 276 с.
13. Радзівський В. О. Резонансні субкультури як явища культури / В. О. Радзівський. // Вісник Держ. академії керівних. кадрів культури і мистецтв. — 2013. — № 1. — С. 186–189.
14. Садовенко С. М. Формування національної культури особистості народною казкою [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [tur.kosiv.info/tourism...culture...s-m...kazkoju.html](http://tur.kosiv.info/tourism...culture...s-m...kazkoju.html)
15. Сопілко І. Правова природа інформаційно-аналітичної діяльності / І. Сопілко. // Підприємництво, господарство і право, № 12 (216) 2013. — С.88-92.
16. Федотова О. О. Формування інформаційної культури молоді в процесі отримання освіти / О. О. Федотова. // Трансформаційні процеси в освіті і культурі: Зб.

мат-лів Міжнар. наук.-творч. конф., Одеса, Київ, Варшава 24–25 квітня 2013 р. — К. : НАКККіМ, 2013. — С. 19–22.

17. Щербань П. М. Формування національної самосвідомості в сім'ї: Наук.-метод. розробка на допомогу лектору-викл. нар. ун-ту українознавства / П. М. Щербань. — К. : Т-во "Знання" України, 2006. — 116 с.

*Єрмакова І. О.*<sup>20</sup>

## **КОМПЛЕКСНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-СОЦІАЛЬНИЙ ЕКСПЕРИМЕНТ «РАЗОМ БЕЗ ОБМЕЖЕНЬ!» ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ІНКЛЮЗИВНОЇ ПІДГОТОВКИ ПРАВОЗАХИСНИХ ЖУРНАЛІСТІВ**

**Ключові слова:** правозахисна журналістика, правозахисний активізм, людиноцентризм, захист прав людини, люди з інвалідністю, рівність.

Основним завданням розробки та впровадження саме такої форми підготовки журналістів слугували висновки дослідження українського медіадискурсу на предмет використання лінгвістичних конструкцій, які порушують Закон України від 19.12.17 р. № 2249-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України». В результаті дослідження було встановлено, що попри законодавчі зміни в Україні, медіа продовжують використовувати некоректні усталені терміни «інвалід», «людина з обмеженими можливостями» чи з «особливими потребами» і таке інше.

Первинним завданням було спільно із слухачами Державної реабілітаційної установи «Центр комплексної реабілітації для осіб з інвалідністю «Поділля» провести флеш-моб щодо порушень у медіа прав і свобод людей з інвалідностями. Підготовка цього заходу окреслила аргументовану і практичну потребу у напрацюванні у студентів сукупності окремих базових компетенцій для роботи з партнерами по проекту, які мають інвалідності. А саме були впроваджені у навчальний курс:

1. Тренінг-семінар «Як працювати з людьми з інвалідністю», тренер Рудченко А. С. Мета – отримання компетенцій щодо коректного використання лексики, вміння аргументовано заперечувати інші некоректні чи образливі конструкції.

2. Тренінг із психологами «Спілкування без обмежень», у партнерстві з кафедрою психології ДонНУ. Мета – отримання компетенцій для спілкування «на рівних» із людьми, що мають інвалідності, уникнення зайвої

<sup>20</sup> Старший викладач кафедри журналістики Донецького національного університету імені Василя Стуса, м.Вінниця.

жалості, надмірної героїзації, руйнування психологічних бар'єрів, відчуженості тощо.

3. Лекція із практичними завданнями «Почуй мене», лектор С. Заборовська, викладач жестової мови ДРУЦКРОІ «Поділля». Мета – отримання компетенцій щодо існування, використання, навчання жестовій мові в Україні, первинні навички спілкування жестовою мовою.

4. Участь студентів у ролі супроводу для їх ровесників з порушенням зору «Експерсії вуличками Вінниці». Отримання навичок спілкування, фізичного супроводу, розмовного супроводу експерсії для людей із порушенням зору.

5. Лекція директора ДРУЦКРОІ «Поділля» Романа Штогриня «Порушення прав і свобод людей з інвалідністю».

6. Проведення масштабного соціального експерименту «Разом! Без обмежень!» задля привернення уваги до потреб людей з інвалідністю, унеможливлення спекуляцій чи некоректного висвітлення в медіа, виховання соціальної та професійної відповідальності, людяності.

В експерименті взяли участь більш ніж 60 учасників: студентів кафедри журналістики ДонНУ імені Василя Стуса, слухачів ДРУЦКРОІ «Поділля», фахівців (юристи, психологи, соціальні працівники, медики, журналісти). Унікальним у нашій методиці є комплексний підхід у навчанні та обов'язкова присутність тренерів-експертів, що мають інвалідності, на всіх етапах підготовки студентів-журналістів та у фінальному флеш-мобі.

Результати експерименту довели ефективність впровадження комплексної підготовки фахівців у галузі правозахисної журналістики, де, окрім фахових компетентностей, студенти-журналісти додатково отримали досвід спілкування з людьми, що мають інвалідності різних назологій (порушення зору, слуху, опорно-рухового апарату), мали можливість на час експерименту бути в ролі людей з інвалідністю, використати їх досвід, що, безумовно, для більшості сформувало унікальний власний досвід, який суттєво якісно вплинув на журналістську роботу. У результаті такої ініціативи констатуємо глибше розуміння проблемних питань, активність у поширенні інформації про права людей з інвалідністю, проведення студентських досліджень, написання студентських наукових робіт, включення в громадські ініціативи щодо формування соціальної політики, вплив на місцевому рівні на сферу соціальних послуг, які безпосередньо стосуються та впливають на життя людей, що мають інвалідності. У новому навчальному році триває розробка методики комплексної підготовки студентів-журналістів, що базується на категоріях прав

людини. Наступний етап експерименту заплановано провести у травні 2019 року.

---

*Желіховська Н. С.<sup>21</sup>*

## **СВОБОДА СЛОВА ЯК ПРАВО І НЕОБХІДНА УМОВА ДІЯЛЬНОСТІ МЕДІА**

Поняття «свобода слова і дебатів» з'явилося у Британії 1689 року, коли в результаті «Славної революції» було ухвалено біль про права, спрямований проти абсолютизму. Це один з перших документів, який гарантував не лише свободу парламентських виборів, а й повну свободу обговорення членами парламенту справ королівства. Наступним важливим документом, який юридично визначав права людини стала «Декларація прав людини і громадянина» 1789 року. О основу ідей Декларації, що з'явилася після Великої французької революції, покладено концепцію рівноправ'я і свободи. Природним правом кожної людини було визнано свободу особистості, свободу слова, свободу переконань, право на захист власної гідності. Автори документу зазначали, що «невігластво, ігнорування прав людини або нехтування ними виступає єдиною причиною суспільних катаклізмів та розбещення урядів» [1]. Обмеження на свободу слова припустимі лише такі, які мають вимушений і морально виправданий характер.

Свобода слова як інструмент медіа забезпечує громадянам можливість висловлювати своє ставлення до влади і контролювати її дії. Рівень свободи слова у суспільстві сприяє створенню певної політичної системи і, навпаки, кожна політична система породжує власну шкалу цінностей [2].

Мета статті – простежити особливості трактування поняття «свобода слова» у наукових розробках і медійних проектах.

Проблема свободи слова постійно перебувала у полі зору науковців, серед яких Л. Василик, Н. Волобуєва, В. Гвоздєв, В. Здоровега, Н. Зелінська, В. Іванов, С. Квіт, І. Михайлин, Б. Потятиник, Г. Почепцов, Т. Приступенко, В. Різун, Н. Сидоренко, Л. Снісарчук, О. Чекмишев та багато інших українських вчених. Розглядаючи свободу ЗМІ як політичну, правову й етичну цінність, Т. Приступенко наголошує, що процес регулювання порушень принципів журналістської етики – це питання захисту свободи слова, адже «ця проблема стосується не лише журналістської діяльності, редакційних колективів, а й аудиторії ЗМІ, її культури, освіти, виховання тощо. А перед усім – права на об'єктивну та правдиву інформацію,

---

<sup>21</sup> Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри історії журналістики Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, м.Київ.

плюралізм думок, їх збалансованість» [3, 189]. Стверджуючи, що свобода слова – одне з найголовніших надбань людства, В. Іванов переконаний, що у деяких випадках інтереси суспільства потребують обмеження цієї свободи, зокрема, у випадку захисту суспільної моралі [4, 73]. І. Михайлин також акцентує увагу на соціальній відповідальності журналіста за використання свободи слова. Вченого непокоять факти свавілля, які свідчать про «використання наданої Українською державою свободи слова (чого не було в Радянському Союзі) для придушення й нищення цієї ж Української держави або для дестабілізації її внутрішнього життя» [5, 24]. Йдеться, на думку науковця, про рідкісний парадокс вітчизняного інформаційного простору, неможливий в жодній іншій державі світу.

В. Різун зауважує, що свобода слова – фундаментальна категорія для суспільної свідомості, а «права й свобода журналістів є центральним питанням у розумінні журналістської професії» [6, 59]. Аналізуючи номери часописів «Журналіст України» і «Телекритика», В. Гандзюк зазначає, що проблема свободи слова – одна з найболючіших і найактуальніших для українських журналістів: «Матеріали фахових видань спрямовані на викриття, оприлюднення й засудження дій влади щодо порушення свободи слова та перешкоджання працівникам ЗМІ у виконанні їхніх професійних обов'язків» [7, 67].

Серед вітчизняних медійних проєктів, варто виділити інтернет-видання, яке постійно стежить за дотриманням журналістами професійних стандартів – «Детектор медіа». Цим інформаційним ресурсом керує Наталія Лигачова, яка є одночасно власником потралу та правонаступницею ГО «Телекритика», а також очолює Українську громадську організацію «Детектор медіа». Одним з важливих напрямів діяльності сайту є критичний аналіз роботи вітчизняних ЗМІ з метою підвищення якості їхнього продукту. Для потралу не існує заборонених тем, про що свідчить їхній слоган – «Watchdog українських ЗМІ».

Дослідженню професійної діяльності українських і закордонних ЗМІ присвячено розділ Моніторинг, який складається з таких рубрик: Щоденні новини, Телетижневики, Ток-шоу, Регіональні теленовини, Регіональна преса/онлайн, Російські ЗМІ, Пропаганда та впливи, Ревю моніторинів, in English.

«Відчайдушні домогосподарки» – таку назву має аналітичний матеріал під рубрикою «Ток-шоу», у якому розкриваються результати моніторингу програм «Український формат» (NewsOne), «Право на владу» (1+1), «Народ проти» (ZIK) «Свобода слова» (ICTV), «Ехо України» («Прямий»), «Пульс» («112»), що вийшли в ефір упродовж 17-21



жовтня 2018 року. Детальний аналіз програм дозволив Ярославу Зубченку зробити висновок, що одна з основних проблем таких шоу – невідповідність учасників заявленій темі для обговорення, відсутність експертної думки, і як результат – дезорієнтація аудиторії щодо розуміння шляхів вирішення актуальних проблем. Автор називає гостей у студії диванними аналітиками, аргументація яких зводиться до рівня сварки на кухні. Бо замість профільних експертів до телевізійних студій запрошуються одіозні політики, які не поступаються одне одному за пристрастю та абсурдністю висловлювань, перетворюючи таким чином обговорення у пусту балаканину, яка не призводить до обговорення по суті питання, а лише до обміну емоційними репліками.

У рубриці «Російські ЗМІ» публікуються матеріали, які розкривають фейкові повідомлення російських засобів масової комунікації. Зокрема, 6 вересня цього року російське видання Lenta.ru опублікувало відео, на якому літак СУ-57 випускає снаряди і знищує міст. За словами Отара Довженка, жодних титрів з посиланням на джерело або на те, де саме відбувається знищення моста, у відеоролику немає. Білоруська служба «Радіо Свобода» відразу оприлюднила викривальний матеріал, у якому продемонструвала, що росіяни використали кадри демонтажу моста в Білорусі: міст, яким проходила дорога між Житковичами та Туровом у Гомельській області, був зведений 1985 року за економними, так би мовити, радянськими технологіями, тож потребував реконструкції. Міністерство з питань надзвичайних ситуацій вирішило висадити його в повітря й збудувати новий. Відеозапис контрольованого вибуху, проведеного 25 травня 2018 року, розійшовся у медіа. Як зазначає Отар Довженко, цей відеоматеріал було використано для зображення уявних перемог російського літака СУ-57. Про фейк написали всі провідні білоруські видання. З'явився навіть новий мем – «распятый мостик» (із натяком на розіп'ятого хлопчика, про якого брехали російські пропагандисти в окупованому Слов'янську 2014 року). Втім, відеоролик залишився на сайті Lenta.ru, який входить до лояльної до Кремля Rambler Media Group, у незмінному вигляді.

Підсумовуючи, варто зазначити, що завдяки критичному аналізу діяльності ЗМІ, Детектор Медіа відіграє важливу роль у дотриманні професійних стандартів і відповідальному ставленню до використання права на свободу слова, адже працівники медіагалузі зобов'язані брати на себе відповідальність за інформацію, яку вони передають. У наукових розробках українських вчених свобода слова визнається як принцип суспільного життя, усвідомлена необхідність, фундаментальна категорія для суспільної свідомості. Розглядаючи свободу ЗМІ як політичну, правову й етичну

цінність, автори вказують на безумовну необхідність свободи слова для виконання журналістами своїх професійних обов'язків.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Декларація прав людини і громадянина // [www.1789-fr.ru/declaration.htm](http://www.1789-fr.ru/declaration.htm)
2. Желіховська Н. С. Проблеми свободи слова у контексті суспільного дискурсу// Український соціум та медіа: динаміка взаємодії (2010 – 2015 рр.) : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова] – К. : Інститут журналістики, 2015. – С. 131–133.
3. Приступенко Т. О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації : навч. посіб. – К. : Інститут журналістики, 2004. – 375с.
4. Іванов В. Ф. Журналістська етика : підруч. / Іванов В. Ф., Сердюк В. Є. – К. : Вища шк., 2006. – 231 с.
5. Михайлин І. Л. Журналістика як всесвіт: Вибрані медіадослідження. – Х. : Прапор, 2008. – 512с.
6. Різун В. В. Основи журналістики у відповідях та заувагах // Київський нац. університет ім. Тараса Шевченка. – К., 2004. – 80 с.
7. Гандзюк В. О. Основна проблематика практичних фахових видань для журналістів України // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи – Луцьк, 2012. – С. 66–70.

*Загребельна Д.Г.<sup>22</sup>*

*Боровик А.А.<sup>23</sup>*

### ТРАНСФОРМАЦІЯ ЦІННІСНОЇ ПАРАДИГМИ ПІД ВПЛИВОМ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Мета:** дослідити актуальні ціннісні орієнтири, сформовані під впливом рекламної діяльності та визначити проблемні аспекти рекламної діяльності

**Завдання:**

- окреслити проблемне коли питань щодо ціннісної складової в рекламній діяльності;
- простежити тенденції розвитку цінностей в рекламному просторі;
- проаналізувати рекламну діяльність України на предмет виявлення дискримінації.

**Джерела дослідження:** Закон України «Про рекламу», Консолідований Кодекс Міжнародної Торговельної Палати із практики реклами та маркетингових комунікацій, робота К. Кнорре «Зовнішня реклама».

Цінності та етичні норми, які прийняті в тому чи іншому суспільстві завжди віддзеркалювали стан соціуму та перспективи розвитку, і сьогодення

<sup>22</sup> Студентка ОС «Бакалавр», Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро.

<sup>23</sup> Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро.

не є виключенням. Даючи визначення поняттю цінність, маємо зазначити, що цінність – це те, що диктують почуття людей, як найголовніше і до чого потрібно прагнути, споглядати, ставитися з повагою, визнанням. Цінність не є властивістю будь-якої речі, а є сутністю і одночасно умовою повноцінного буття об'єкта. Цінності визначають структуру суспільства, принципи його організації, відіграють роль стабілізуючого фактора, визначають можливість його успішного існування.

Говорячи про проблему цінностей, необхідно згадати погляди одного з найбільш великих її представників – американського філософа Р.Б. Перрі. Він підкреслював, що аксіологія (теорія цінностей) – галузь знання, в якому етика, політика, юриспруденція, економіка, естетика, філософія та релігія об'єднуються і знаходять своє місце[1,22]. За допомогою теорії цінностей людина може пізнати сама себе, свої найбільш важливі цілі та прагнення, і ці знання виявляться для неї не менше важливими, ніж знання законів природи.

Потрібно зазначити, що в основі концепції прав людини лежать основні цінності, такі, як людська гідність, свобода, рівноправність, толерантність, демократія, справедливість, життя та недискримінація.

Зрозуміло, що комплекс ціннісних орієнтацій буде формуватися під впливом різних детермінант інституціонального та соціально-психологічного характеру, серед яких є реклама. На нашу думку звернення до тих чи інших цінностей нерідко дозволяє рекламодавцеві значно підвищити ефективність впливу на цільову аудиторію, встановити контакт з новою аудиторією, продемонструвавши спільність ціннісних установок рекламодавця і споживача реклами. Очевидно, що при цьому обираються найбільш значимі для суспільства цінності – людські взаємини, самореалізація, безпека, здоров'я та ін.

Після аналізу рекламних повідомлень на предмет ціннісних орієнтирів, можемо дійти висновку, що сьогодні ми можемо говорити про два напрямки трансформації ціннісної картини під впливом реклами.

Перший напрямок – це впровадження нових ціннісних установок або комплексів цінностей, які з'являються у відповідь на необхідність отримати відповідну реакцію від реципієнтів і подекуди сформувати попит на той чи інший товар чи послугу. Один з прикладів впровадження комплексів цінностей – реклама алкогольних напоїв, де використовують звернення до здорового способу життя (заняття спортом, туризм, активний відпочинок), хоча алкоголь та спорт – речі несумісні.

Другий напрямок – зміна загальноприйнятих цінностей, пропонуючи готові виправдання для людей, які не дотримуються правил, традицій, норм. Так, за допомогою рекламних звернень, компаній мобільного зв'язку

пропонують дітям відкласти іграшки та взяти до рук гаджети, аргументуючи новими враженнями.

Безсумнівно, трансформація ціннісної картини суспільства веде до нових норм суспільних відносин, та як наслідок, до невідповідності узагальненим етичним нормам.

Загальними прикладами неетичного змісту реклами можна вважати показ сюжетів і ситуацій, образливих для людської гідності; прояв поганого смаку у виборі сценарію, тексту до нього, в режисурі і т.д. ; фальш у трактуванні і показі сюжету; невиправдані перебільшення в змісті реклами; створення негативних стереотипів; негативна спрямованість; нав'язливість; непереконлива аргументація; обман, свідоме введення в оману, використання нецензурної лексики.

Найбільш частим порушенням етичних норм є використання образів оголеного жіночого тіла та використання відповідних слів без достатнього обґрунтування [2, 141].

У Законі України «Про рекламу»[3] та Кодексі МТП із практики реклами та маркетингових комунікацій[4] немає чітких обмежень на використання сексуальної лексики та жіночих образів, тому величезна кількість товарів, які не мають жодного відношення до сексуальної тематики, рекламується із залученням відповідних слів і зорових образів. Наприклад, Інтернет-провайдер «Фрегат» у своїх рекламних кампаніях періодично використовує оголені жіночі та чоловічі частини тіла. Прикладом прояву сексуального підтексту може слугувати рекламний вислів «ДАМ ВСІМ Полтавський хлібодар» (Графічні пропорції дотримані).

Іноді рекламодавці вдаються до порівняння параметрів рекламованого товару (послуги) з конкурентами на фактах, які не є підтвердженими, або факти, які не можна перевірити[5, 5]. Зокрема, це висвітлюється такими висловами «найпомідорніша томатна паста», «подитячому м'який, по-дорослому ефективний», «у вас буде у 2,5 рази більше чистого посуду», «на 20% ефективніше відмиває жир», «більш густий та концентрований».

Маємо відзначати, неетична реклама може значно впливати на формування моделі споживача, яка веде до дискримінації, у більшості випадків до гендерної. Це гарно простежується в серії відео-роликів магазину «Comfy» приурочених до 8 березня.

Проте на питання неетичності реклами держава зважає доволі рідко, адже питання етичності – це не закон, а мораль. А мораль, у свою чергу, це справа суспільства.

Отже, в результаті проведених досліджень, ми прийшли до висновку, що рекламисти досить часто нехтують етичними нормами, задля залучення уваги реципієнтів, тим самим порушуючи права людини. І в деяких випадках це зводиться до дискримінації. Щоб зменшити кількість реклами, яка порушує права людей потрібно: удосконалити нормативно-правову базу, розробити чітку систему штрафних санкцій для порушників, реформувати систему контролю за рекламною діяльністю, а також актуалізувати питання щодо саморегулювання рекламної діяльності.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Горбатьок С. Є. Теорія цінностей як методологічна основа аксіології соціогуманітарної безпеки// Вісник НАДУ при Президентіві України – Вип.4. – К.: “Національна академія державного управління при Президентіві України”, 2016
2. Кнорре К. Зовнішня реклама. – Москва, 2005.
3. Закон України «Про рекламу» // Голос України. – 1996 -№121
4. Консолідований Кодекс Міжнародної Торговельної Палати із практики реклами та маркетингових комунікацій. Режим доступу: <http://reklamspilka.in.ua/ukr/250/>
5. Грицюта Н. М. Порівняльна реклама — етично некоректна технологія конкурентного середовища// Вісник ХДАК. – Вип. 42. – Х.: “Харківська державна академія культури”, 2014.

*Задорожна Є.Є.<sup>24</sup>*

*Шендеровський К.С.<sup>25</sup>*

### **СОЦІАЛЬНА ТА ПРАВОЗАХИСНА ЖУРНАЛІСТИКА: ПИТАННЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

Завдання сучасного журналіста не обмежується лише підготовкою та оприлюдненням матеріалів у засобах масової інформації. Сьогодні медійники є не лише спостерігачами певної проблеми, але й можуть бути співучасниками у формуванні стратегії для реалізації змін у конкретній ситуації. В той же час дослідники акцентують увагу на тому, що не будь-яка медіадіяльність сприяє вирішенню соціальних питань/проблем, підтримує людей при ухваленні компетентних рішень, об'єднує, мобілізує різних людей та різні соціальні інститути навколо соціальних ситуацій, здійснює соціальну критику та запроваджує соціальну адвокацію [1, 88].

Актуальність дослідження визначена процесами становлення та розвитку соціальної та правозахисної (адвокаційної) журналістики в Україні. З одного боку, активізувались дії різних інституцій з нагоди 70-річчя

<sup>24</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

<sup>25</sup> Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри соціальних комунікацій, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

проголошення Декларації ООН про права людини, 20-ої річниці заснування інституту Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини. З іншого боку, відбулась низька комплексних подій зовнішнього та внутрішнього активізму в медіадіяльності. Наприклад, у 2014 році на Львівському медіафорумі представники різних медіа ділилися власним досвідом створення соціальних проектів [2]; в рамках фестивалю Docudays.UA у 2015 році активісти та журналісти обговорювали, чи може журналіст бути правозахисником та межу між журналістикою та громадським активізмом [3]; широке обговорення в медіасередовищі в 2016-2018 роках результатів всеукраїнського дослідження «Що думають українці про права людини»; протягом вересня 2017 - березня 2018 року діяла Академія з прав людини для викладачів журналістики; в травні-липні 2018 року пройшов перший конкурс студентських журналістських робіт з правозахисної тематики; в серпні 2018 року відбувся перший медіафестиваль «Праволюдність» за участю студентів та викладачів журналістики, журналістів-практиків та експертів; в 2018 році був оголошений перший набір на освітню магістерську програму «Соціально-правозахисна журналістика» в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Мета дослідження полягає у порівнянні особливостей та тенденцій становлення, розвитку соціальної журналістики та правозахисної (адвокаційної) журналістики в умовах сучасної України.

Соціальна журналістика в Україні та світі не має загального, спільного розуміння [4, 55]. Українські дослідники, по-перше, визначають соціальну журналістику як тематичну, цільову, дієву, інклюзивну, конструктивну, якісну, журналістику зцілення та етичну журналістику в умовах сучасної України. На основі подібних прикладів дослідники виокремлюють типові та особливі показники соціальної журналістики при навчанні та практичній діяльності. По-друге, дослідники розглядають соціальну журналістику як спеціальний вид журналістики, який актуалізується в періоди суспільних криз, конфліктів, супроводжує та стимулює соціальні зміни в українському суспільстві. Сучасні дослідники фокусують увагу на жанрово-тематичні особливості соціальної журналістики. По-третє, теоретики визначають, що соціальна журналістика відрізняється від традиційної журналістики власне професійною ідеологією, намірами, цілями, людиноцентристським підходом, але від цього не змінюється її професійна медіасутність [5, 28]. Саме зміна моделей поведінки людей в українському суспільстві є головним наміром соціальної журналістики, як визнають більшість дослідників. Також вчені розглядають розвиток соціальної журналістики як позитивної, в межах двох медіапарадигм «соціальна історія» та «соціальні зміни», на підставі

сформованого каталогу соціальних медіа, що буде розглядатись прикладом для всієї медіаспільноти в Україні.

Правозахисну (адвокаційну) журналістику розуміють як тип журналістики, що спрямована на зміни у соціальній, політичній, економічній сферах, має на меті висвітлення системних порушень прав людини в Україні та активно залучає цільову аудиторію [6, 12]. Сам термін «адвокація» походить від латинського слова «advocare», що перекладають як «заклик до певних дій», адвокаційні кампанії завжди стосуються суспільно-значущих питань, проблем [7, 144]. Правозахисний журналіст не є стороннім спостерігачем, як у традиційних медіа, а бере активну участь у зміні ситуації чи вирішенні конфлікту, висловлює власну позицію, намагається захистити тих, до кого байдужі держава й суспільство. Безсторонність тут недоречна: це журналістика участі та співпричетності. В Україні правозахисна журналістика активно розвивається після Революції Гідності (2013-2014 рр.). В медіапросторі побутує поняття правозахисної журналістики, адвокаційна журналістика розглядається ширше. Професійною місією правозахисної журналістики вважаються зміни в політиці та практиці захисту прав людини [8, 16]. Правозахисна (адвокаційна) журналістика не замінює традиційну, а заповнює ту нішу, яку не може зайняти традиційна журналістика через різні причини [9, 24]. Теоретико-методологічна основа становлення та розвитку правозахисної (адвокаційної) журналістики ґрунтується на визначенні, з одного боку, широкої сфери журналістики на цінностях прав людини, з іншого боку, практики правозахисної журналістики.

Для соціальної та правозахисної (адвокаційної) журналістики спільним є провідні принципи людиноцентризму (людина в матеріалах виступає не засобом, а метою) та інклюзивності (видимість в суспільстві будь-якої людини, значущість голосу будь-якої людини, суттєвість життя будь-якої людини, інформаційна активність за участю будь-якої людини в сучасній Україні).

При цьому, соціальна журналістика – етноцентрична, фокусує увагу на людині, родині, спільноті, громаді в українському суспільстві; на будь-якій активності, ініціативі, програмі допомоги людей-людині в діях інституцій різних форм власності. Соціальна журналістика розглядає джерелом натхнення різні інформаційні приводи реальної діяльності та реальних людських пропозицій, практику інтеграції, адаптації, реінтеграції, реабілітації, протидії причинам та наслідкам обмежень у вирішенні соціальних питань розвитку сучасної людини, сучасних соціальних проблем.

Правозахисна (адвокаційна) журналістика – чутливо-конфліктна, фокусує увагу на сферу прав людини, на обов'язок влади різного рівня

формувати умови для реалізації прав людини, на можливості та обмеження сучасної людини – використовувати потенціал прав людини. Джерелами натхнення для правозахисної (адвокаційної) журналістики є інформаційні приводи реальної правозахисної діяльності та людських запитів, потреб, заяв, пропозицій, ініціатив у сфері захисту прав людини, ефективності діяльності національного механізму захисту прав людини.

І соціальна, і правозахисна (адвокаційна) журналістика формують свої практики як альтернативу медіацентризму. У медіацентричній журналістиці відсутня диференціація соціальних тем, соціальних принципів та правил; людина розглядається як об'єкт впливу, аудиторія - пасивна маса, яка підпорядковується навіюванню, а отже, завдання комунікатора - підпорядкування людей, виконання певного замовлення. Характерними показниками медіацентричного відображення є фрагментарність, односторонність публікацій, відсутність реального адресата, балансу «голосів» і цільової спрямованості. Так матеріал, тема якого з формальної точки зору є соціальною - наприклад, інформація про життя літньої людини або про фінансування програми медичної допомоги, - може не розкривати значення даної події для тих, хто в цій інформації зацікавлений, і при цьому грати роль титулки соціальної проблеми для тих, кого вона безпосередньо не торкається. Наприклад, висвітлюючи умови життя і роботи мігрантів, журналісти з позицій медіацентризму схильні демонструвати маргінальність, соціальну незахищеність даної соціальної групи або кримінальну загрозу, ігноруючи причини, шляхи та умови появи мігрантів в Україні. Для медіацентричної журналістики, глибока по вертикалі і широка по горизонталі лінійка соціальних питань/проблем, незалежно від їх об'єктивної актуальності для окремо взятої людини, стає чимось на зразок розмінної монети в політичних, економічних, PR-зіткненнях і конфліктах. Нерозсудливі вчинки в соціальній поведінці поступово стають суспільною нормою і входять в звичку, бо без будь-якої морально-духовної конотації активно тиражуються ЗМІ. Тенденція в медіацентричній «соціальній практиці ЗМІ» - голосніше прокричати про проблеми, але не спробувати системно, стратегічно в ній розібратися (дитячий суїцид, домашнє насильство, насильство підлітків над підлітками, насильство дорослих над дітьми та дітей над дорослими тощо).

І соціальна, і правозахисна (адвокаційна) журналістика формують свої практики на принципі *«перше слово – людина»*, відповідно і соціальні, і правозахисні журналісти у своїй риторичі формують приклад адекватної, коректної, недискримінаційної практики, наприклад, «людина з інвалідністю», «дитина у конфлікті з законом», «людина бездомна», «людина, яка живе з ВІЛ», «людина, яка постраждала від торгівлі людьми»,



«людина, яка відносить себе до ЛГБТ», «роми», «людина із залежностями», «внутрішньо переміщена особа» тощо. Другий об'єднуючий принцип *«медіаматеріал на цінностях прав людини (повага, гідність, рівність, цінність та безпека життя тощо)»*, відповідно і соціальні, і правозахисні журналісти ідентифікують свою діяльність як ціннісну.

На відміну від засобів самоідентифікації соціальних та правозахисних журналістів, значне місце в сучасній журналістиці, особливо в телевізійному просторі, займають соціальні/правові програми, які окремі дослідники визначають як передачі прагматичного характеру, а саме: глядач ніби бере на озброєння ті чи інші практичні поради або робить для себе після передачі певні висновки, які допомагають йому прийняти вірне рішення і зробити правильний вибір. В результаті соціальна місія ЗМІ ніби стає інструментальною, прикладною. Сьогодні такого роду програми і передачі прийнято називати споживчою (службово-сервісною, консультаційною) журналістикою, оскільки медіа починають визначати свою соціальну роль вже не як «обслуговування» громадянина України, а як обслуговування саме споживача. А категорія корисного пов'язана з категоріями звичайного, повсякденного. На переконання дослідників, з подробиць і дрібниць побуту, способу життя ніби складається стійка типологічна визначеність, своєрідне «обличчя» всього суспільства (або його частини) як такого. Передачі, наприклад, соціально-правового напрямку намагаються «допомогти глядачам» *грамотно* використовувати сучасні інформаційні технології, щоб *подолати* всілякі життєві проблеми різних споживчих і сімейних конфліктів.

На нашу думку, така практика (прагматичної, сервісної, консультативної) журналістики вигідна владі, бо обходить конфлікти та їх причини/наслідки, не фокусує на обов'язках влади різного рівня, ігнорує роль організацій громадянського суспільства, замовчує величезний людський вразливий стан в сучасному суспільстві, відповідно служить не людям-громадянам і негромадянам в Україні, а «політкоректно сформованій темі».

Для соціальної та правозахисної (адвокаційної) журналістики принципово важлива діалоговість: журналіст є модератором, де за умовним столом всі представники – носії різних поглядів мають змогу висловити точку зору, послухати один-одного, долучитись до формування компромісу, домовленості). При цьому, для соціальної журналістики важливим є конструктивний об'єднуючий компроміс, що визначається результатами інтеграції людей, в першу чергу, з числа соціально вразливих груп. Для правозахисної (адвокаційної) журналістики принципово важливі діалоги щодо зміни політики (національної – місцевої) захисту прав людини;

консолідуючі зміни, звертання до відкритих питань (постійне відслідковування змін у вирішенні ситуації).

Відмінним в особливостях соціальної та правозахисної (адвокаційної) журналістики є те, що перша виступає за баланс інтересів, представляючи позиції різних людей чи груп, тоді як правозахисна, хоч і характеризується діалоговістю, стосується захисту інтересів чи прав людини/групи людей. Це пояснюється тим, що тема захисту прав людини стосується конфлікту особи та держави. Також ці види журналістики відрізняються тим, що соціальна реалізує позитивну роль (тут не місце для песимістичних сценаріїв), на відміну від правозахисної, яка більше фокусується на точності й реалістичності. Роль стимулу змін в суспільстві - ще одна ознака, яка по-різному виконується соціальною та правозахисною журналістикою. Соціальні журналісти виконують роль агентів соціальних змін (допомагають розв'язати соціальну проблему, підштовхують до змін), але для правозахисних журналістів важлива конкретна зміна ситуації та участь в цих змінах конкретних людей. За дослідженням «Що українці знають і думають про права людини» [10], українці доволі високо цінують права людини, але не дуже чітко орієнтуються в темі, половина населення ніколи не намагалася захищати свої права через різні причини.

Висновки. В українському суспільстві відбувається становлення соціальної та правозахисної (адвокаційної) журналістики як альтернативи класичній журналістиці, яка не спромоглась домовитись про тактику, стратегію свого розвитку. Попри спільні медіапринципи, подібні ознаки, які були виявлені в ході дослідження, соціальна та правозахисна (адвокаційна) журналістика автономно розвивають визначений потенціал. Некоректним є формування висновків про те, яка із зазначених журналістських практик є «широкою», а яка «вузькою». При цьому ми прогнозуємо подальший розвиток зазначених практик як соціально-правозахисний, інтегральний вид медіадіяльності в Україні.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шендеровський К. С. Інституалізація соціальної журналістики в Україні / К. С. Шендеровський // Наукові записки Інституту журналістики. - 2014. - Т. 57. - С. 88-96.
2. Гриценко Є., Клінова О. Букви для людей : як працює соціальна журналістика в Україні // Platfor.ma [сайт]. Режим доступу : <https://lab.platfor.ma/sotsialna-zhurnalistika/> (02.12.2014). – Назва з екрана
3. Ставнійчук О. Адвокаційна журналістика : камені спотикання / Профстандарт / Медіаетика // MediaSapiens. Медіаграмотність [сайт]. Режим доступу : [https://ms.detector.media/ethics/standards/advokatsiyna\\_zhurnalistka\\_kameni\\_spotikannya/](https://ms.detector.media/ethics/standards/advokatsiyna_zhurnalistka_kameni_spotikannya/) (30.03.2015). – Назва з екрана.
4. Соколова К.О. Соціальна журналістика в Україні та світі : розуміння, суперечності, результати // Перспективні напрями дослідження українського медійного

контенту : фундаментальні та прикладні аспекти : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова, А. Волобуєва] - К. : Інститут журналістики, 2016. - С. 55-58.

5. Шендеровський К.С. Передумови інституціоналізації медіакомунікацій при розв'язанні соціальних проблем // Медіакомунікації та соціальні проблеми : Збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей в трьох частинах. Частина перша / Упор., ред. К.С. Шендеровського / Київ. нац. ун-т; Ін-т журналістики. - К., 2012. - С. 8-34

6. Бацюкова С., Виртосу І. Адвокаційна журналістика : світовий та український досвід. - Луганськ, 2013. Режим доступу : [https://issuu.com/irf\\_ua/docs/rol-2013-7-18\\_2](https://issuu.com/irf_ua/docs/rol-2013-7-18_2)

7. Роль журналістики у підтримці та захисті прав людини. Посібник для громадсько-активних журналістів. - Луганськ, 2011. Режим доступу: [http://hr-activists.net/sites/default/files/library\\_doc/hr\\_for\\_journalists.pdf](http://hr-activists.net/sites/default/files/library_doc/hr_for_journalists.pdf)

8. Шендеровський К., Виртосу І. Правозахисна або адвокаційна журналістика : концептуальний підхід становлення та розвитку медіадіяльності // Права людини та мас-медіа в Україні : Збірник конспектів лекцій [тексти] / Авт. Кол. - За ред. Виртосу І., Шендеровського К. - Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. - С. 16-26

9. Там само. - С. 16-26.

10. Що українці знають і думають про права людини : загальнонаціональне дослідження // [І. Бекешкіна, Т. Печончик, В. Яворський та ін.]; під заг. ред. Т. Печончик. - Київ, 2017. - 308 с.

*Зенталь О. Ю.<sup>26</sup>*

## **ЧИННИКИ АКТИВІЗАЦІЇ МЕДІАТЕМИ ЗАХИСТУ ПРАВ ЖІНОК В УКРАЇНІ**

Останнє п'ятиріччя в Україні неодноразово демонструвало громадянам нагальність питання гендерної рівності та недискримінації у різних сферах життя. Соціальні, політичні та воєнні виклики для українського суспільства актуалізували вимогу захисту прав людини, рівність прав і свобод жінок та чоловіків.

25 вересня 2015 року на Саміті ООН під час 70-ї сесії Генеральної Асамблеї ООН було прийнято резолюцію «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року» [1], якою було визначено 17 глобальних цілей для досягнення усіма країнами, включаючи Україну, з урахуванням специфіки національного розвитку. П'ятою з 17 цілей визначено «забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток» [2]. Таким чином, «Порядок денний зі сталого розвитку 2030 визнає, що права людини відіграють ключову роль у розвитку, а гендерна рівність є необхідною умовою досягнення Цілей Сталого Розвитку» [3].

<sup>26</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

Разом з тим, порядок денний не є поняттям виключно зі сфери міжнародних документів. До основних теорій масової комунікації належить теорія порядку денного, згідно з якою, у концепції Джеймса Дірінга та Еверета Роджерса, постановка інформаційного порядку денного та його формування залежить від того, хто в ньому домінує – громадськість (громадський порядок денний), політики (політичний порядок денний) чи медіа (медійний порядок денний) [4]. Особливістю моделі дослідників є взаємодія та одночасне конкурування кожного з цих трьох порядків денних.

В українському медіапросторі циркулює чимало медіатем, серед яких – захист прав жінок в Україні. Будучи пов'язаною з тими, хто встановлює інформаційний порядок денний, кожна її активізація, під якою ми розуміємо появу нових повідомлень у ЗМІ, зумовлена певними чинниками.

*Мета* дослідження – виявити чинники активізації медіатеми захисту прав жінок в Україні. *Завдання* – визначити, розглянути та проаналізувати чинники активізації медіатеми захисту прав жінок.

*Джерельну базу дослідження* складають матеріали засобів масової інформації (за період з лютого 2014 р. до жовтня 2018 р.) «Радіо Свобода», «Громадське телебачення», «Еспресо ТВ», «Українська правда. Життя», інформаційного агентства «УНІАН», інтернет-сайтів «Media Sapiens», «Новинарня», «Центр інформації про права людини», публікації у соціальних медіа, нормативно-правові акти, а також книга Дж. Дірінга й Е. Роджерса «Формування порядку денного» та монографія Е. Ноель-Нойман «Громадська думка. Відкриття спіралі мовчання».

У результаті проведеного моніторингу та аналізу матеріалів ЗМІ було виявлено та класифіковано чотири чинники активізації медіатеми захисту прав жінок в Україні.

Перший чинник – суспільно-політичний. Такі тригери, як події Революції Гідності та збройного конфлікту на сході України активізували значну частину суспільства, невід'ємною складовою якого є жінки, ставати на захист своїх прав та свобод. Саме жінки під час мирної фази протестів Євромайдану були активними волонтерками та учасницями ненасильницького спротиву, однак, навіть з початком радикалізації протистоянь, які набули силового характеру, частина жінок все одно продовжувала брати в них участь [5]. Так, протягом періоду Революції Гідності можна було спостерігати активізацію медіатеми захисту прав жінок в Україні у контексті жіночих сотень Самооборони Майдану.

З початком збройного конфлікту на сході України, чимало жінок вирішили обороняти державу у якості бійців у зоні антитерористичної операції. Частина з цих жінок обрала даний шлях як продовження свого

попереднього протестного досвіду на Євромайдані, частина – вперше, усвідомивши постану загрозу своїм правам і свободам [6]. Це не могло не привернути увагу журналістів, що, у свою чергу, призвело до активізації у ЗМІ медіатеми захисту прав жінок в Україні через суспільно-політичний чинник.

Другий чинник – протестний. Він є дотичним до суспільно-політичного, однак його варто розглядати окремо, оскільки суспільно-політичний чинник стосується здебільшого значимих подій – наприклад, загальнонаціональних акцій протесту чи збройного конфлікту. Протестний же чинник має локальний характер і стосується конкретних вимог певної групи осіб. У контексті захисту прав жінок в Україні, до нього належать акції протесту в 2016 році жінок-бійців проти заборони доступу до обіймання «чоловічих» посад жінками в армії, що здобуло назву «Марш невидимого батальйону» [7], а також мітинг «Жінкам владу, жінок в Раду» громадських активісток у 2018 році з вимогою включити до нового виборчого законодавства гендерну квоту у 50% для жінок [8]. Ці тригери з боку громадськості спричинили інтерес журналістів, що також призвело до активізації медіатеми захисту прав жінок в Україні.

Третій чинник – законодавчий. Річ у тому, що, в принципі, будь-який прийнятий нормативно-правовий акт стосується значної кількості громадян країни. А тому, будь-який ухвалений документ, що стосується захисту прав жінок в Україні, одразу спричинює активізацію цієї медіатеми, оскільки завданням журналістів є проінформувати свою аудиторію (половину якої умовно становлять жінки) щодо владних рішень, які її стосуються.

До таких нормативно-правових актів належать скасування Кабінетом Міністрів України у 2017 році наказу №256 Міністерства охорони здоров'я, яким визначались 450 заборонених для жінок професій [9], прийняття Закону України «Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України з метою реалізації положень Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами» у 2017 році [10], а також підписання Президентом України у 2018 році Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків під час проходження військової служби у Збройних Силах України та інших військових формуваннях» [11]. Таким чином, прийняття органами державної влади нормативно-правового акту є тригером, який активізує в ЗМІ медіатему захисту прав жінок в Україні.

Четвертий чинник – хештег-штормовий. Він є надзвичайно потужним, оскільки, будучи віртуальним, не обмежується кількісно, часово та

просторово. Саме хештег-шторми є явищем, яке може інтегруватись з міжнародного інформаційного простору в національний, вписуючись у контекст реалій конкретної країни та знаходячи своє відображення у ЗМІ.

Прикладом цього є відома з 2015 року в соціальних медіа міжнародна хештег-ініціатива #RedMyLips [12], спрямована проти гендерного насильства. Вона щорічно відбувається протягом 16 днів (#16Days), під час яких усі, хто хочуть підтримати постраждалих від насильства осіб та виразити необхідність говорити про випадки насильства (#TalkAboutViolence), фарбують губи червоною помадою та, сфотографувавши селфі, розміщують світлини на сторінках у соціальних медіа з хештегом #RedMyLips.

Через рік після запуску міжнародної хештег-ініціативи #RedMyLips, в Україні було започатковано національну хештег-кампанію #ЯНеБоюсьСказати [13]. Вона полягала в публічному викладенні у соціальні медіа власних історій тими, хто пережив сексуальні домагання та насильство. Ця хештег-кампанія стала досить масштабною в Україні, оскільки дозволила тим, хто раніше приховував такий досвід, мати змогу висловитися та досягти своїми історіями потенційно необмежену аудиторію.

Вперше послуговуючись у цьому контексті положеннями теорії спіралі мовчання Елізабет Ноель-Нойман [14], слід зазначити, що хештег-шторми є потужним інструментом для відкритого висловлення своєї позиції жінками, які пережили насильство, без вимушеності мовчати та страху залишитися в ізоляції. Ініціативи та кампанії у вигляді хештег-штормів, за допомогою своєї масштабності, створюють для таких жінок відчуття підтримки більшості, що є дуже важливим не тільки для привернення уваги аудиторії соціальних медіа до проблеми насильства, але й активізації медіатеми захисту прав жінок.

Як бачимо, хештег-шторми, як чинник активізації у ЗМІ медіатеми захисту прав жінок, є потужним інструментом, який використовується у соціальних медіа, має властивість інтегруватися з міжнародного інформаційного простору в національний, а також поширюватися традиційними ЗМІ, оскільки масштаб кожної хештег-кампанії свідчить про її актуальність, активізацію уваги громадськості та, відповідно, медіа.

Отже, виходячи з вищевикладеного, можна підсумувати, що до чинників активізації медіатеми захисту прав жінок в Україні належать суспільно-політичний, протестний, законодавчий та хештег-штормовий. У межах кожного з цих чинників відбуваються певні тригер-події, які спричинюють інтерес журналістів, що призводить до активізації у ЗМІ медіатеми захисту прав жінок в Україні.

Результати дослідження будуть цікаві для науковців та практиків,

предмет інтересу яких становлять медіа у контексті захисту прав людини та гендерної рівності.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Резолюція "Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року" (2015) [Електронний ресурс] // Цілі сталого розвитку в Україні – Режим доступу до ресурсу: <http://sdg.org.ua/ua/resources-2/344-2030-2015>
2. Цілі сталого розвитку 2016-2030 [Електронний ресурс] // Представництво ООН в Україні – Режим доступу до ресурсу: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholitia/tsili-staloho-rozvytku>
3. Гендерна рівність [Електронний ресурс] // Представництво ООН в Україні – Режим доступу до ресурсу: <http://www.un.org.ua/ua/nasha-robota/gender>
4. Dearing J. The Media Agenda, Public Agenda, and Policy Agenda / J. Dearing, E. Rogers // Agenda-setting / J. Dearing, E. Rogers., 1996. – (SAGE Publications). – (Communication concepts 6). – С. 5–6.
5. Радіо Свобода Україна. Жіноча сотня навчає самозахисту в Українському домі [Електронний ресурс] / Радіо Свобода Україна // YouTube – Режим доступу до ресурсу: <https://www.youtube.com/watch?v=0JWzmntYgII>.
6. 39 жіноча сотня Самооборони. Жіноча сотня № 39, або жінки в умовах війни [Електронний ресурс] / 39 жіноча сотня Самооборони // YouTube – Режим доступу до ресурсу: [https://www.youtube.com/watch?v=pInh\\_rQN9Wo](https://www.youtube.com/watch?v=pInh_rQN9Wo).
7. “Марш невидимого батальйону”: Генштаб скасував наказ про відмову приймати жінок на контракт ЗСУ. ФОТО [Електронний ресурс] // Новинарня – Режим доступу до ресурсу: <https://novynarnia.com/2016/01/21/marsh-nevidimogo-batalyonu-genshtab-skasuvav-nakaz-pro-vidmovu-priynyattya-zhinok-na-kontrakt-zsu/>.
8. «Жінкам — владу, жінок — у Раду» (ФОТОРЕПОРТАЖ) [Електронний ресурс] // Громадське Телебачення – Режим доступу до ресурсу: <https://hromadske.ua/posts/zhinkam-vladu-zhinok-v-radu-fotoreportazh>.
9. Жінка може все: МОЗ скасував обмеження на 450 професій для жінок [Електронний ресурс] // Еспресо TV – Режим доступу до ресурсу: <https://espresso.tv/news/2017/12/21/zhinka-mozhe-vse-moz-skasuvav-obmezheniya-na-profesiyi-dlya-zhinok>.
10. Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України з метою реалізації положень Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами [Електронний ресурс] / Закон України від 06.12.2017 № 2227-VIII // Верховна Рада України – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2227-19>.
11. Президент підписав закон про забезпечення рівних прав жінок та чоловіків на військовій службі // УНІАН [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.unian.ua/politics/10296540-prezident-pidpisav-zakon-pro-zabezpechennya-rivnih-prav-zhinok-ta-cholovikiv-na-viyskoviy-sluzhbi.html>.
12. #яНеБоюсьСказати, #redmylips, #BriefMessage: щоб люди «не відморозувались» від явища насильства [Електронний ресурс] // Media Sapiens – Режим доступу до ресурсу: [https://ms.detector.media/web/social/yaneboyusskazati\\_redmylips\\_briefmessage\\_schob\\_lyudi\\_ne\\_vidmorozhuvalis\\_vid\\_yavischa\\_nasilstva/](https://ms.detector.media/web/social/yaneboyusskazati_redmylips_briefmessage_schob_lyudi_ne_vidmorozhuvalis_vid_yavischa_nasilstva/).
13. #яНеБоюсьСказати. Мережею шириться флешмоб проти замовчування насильства [Електронний ресурс] // Українська правда. Життя – Режим доступу до ресурсу: <https://life.pravda.com.ua/society/2016/07/5/214776/>.

14. Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: Пер. с нем./Общ. ред. и предисл. Мансурова Н.С. – М.: Прогресс-Академия, Весь Мир, 1996. – 352 с.

*Іванова Д. С.<sup>27</sup>*

## **ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ У ВИКОРИСТАННІ ОБ'ЄКТУ АВТОРСЬКИХ ПРАВ У РЕКЛАМНІЙ ПРОДУКЦІЇ**

Однією з особливостей сучасних ринкових відносин є активне використання в цивільному обороті об'єктів авторського права. Більш за все це відноситься до сфери маркетингових комунікацій, метою яких є забезпечення взаємозв'язку з покупцями, посередниками та іншими учасниками ринкових відносин, а також формування попиту і стимулювання збуту. Діяльність у рекламній сфері безпосередньо пов'язана зі створенням і використанням об'єктів авторського права. На сьогоднішній день порушення авторських прав є однією з гострих проблем для України. Певні аспекти використання об'єкту авторського права, механізм застосування ліцензійних договорів залишаються невирішеними і продовжують наносити серйозну економічну шкоду зарубіжним та українським правовласникам.

Дослідженням проблем сфери інтелектуальної власності в різні періоди займалися такі вчені, як: Б. Антимонов, В. Дроб'язко, О. Йоффе, І. Венедіктова, О. Дронова, В.Жаров, О. Підопригора, А. Сергєєв, О. Святоцький, Р. Стефанчук, Г. Андрощук та інші. Але невирішеними залишилися проблеми пов'язані з використанням об'єкту авторського права в рекламі та застосування ліцензійних договорів в авторському праві.

Що стосується умов використання об'єкту авторського права в рекламі, регулюють такі законодавчі акти як: «Закон України про авторське право та суміжні права», «Закон України про рекламу» та Цивільний кодекс України.

В ході дослідження, було виявлено, що у тому випадку, коли рекламний продукт є об'єктом інтелектуальної діяльності, що охороняється законом, можливі дві основні форми його використання, які приведено в таблиці (див. табл..1).

Таблиця 1.

№	Форма використання	Опис
1	Рекламний продукт	Це відбувається в ситуації, коли автор (працівник) перебуває в трудових відносинах з

<sup>27</sup> Студентка ОС «Бакалавр» спеціальності «Реклама та зв'язки з громадськістю» Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.



	використовується в режимі службового твору	<p>користувачем (роботодавцем) і створює твір в межах встановлених для працівника трудових обов'язків, як зазначено в Законі про авторське право [1, ст.1]. За загальним правилом, виняткове право на службовий твір належить роботодавцю, якщо трудовим або іншим договором між роботодавцем і автором не передбачено інше. В цьому випадку у автора службового твору виникає право на винагороду (майнове право), розмір якого визначається угодою з роботодавцем.</p> <p>Якщо відповідно до договору між працівником і роботодавцем виключне право на службовий твір залишається у автора такого твору, у роботодавця виникає право використовувати твір способами, зумовленими метою службового завдання і в що впливають із завдання межах.</p>
2	Рекламний продукт створюється за договором авторського замовлення і використовується відповідно до умов договору	<p>За загальним правилом, в цьому випадку матеріальний носій твору переходить до замовника разом з виключним правом на твір або з дозволом на використання виключного права в обумовлених договором межах [1, ст.15]. Відчуження виключного права фактично означає відмову учасника від можливості використовувати свій твір на користь набувача за договором. В цьому випадку до набувача переходить також і право на оприлюднення твору, який спочатку належить автору і носить характер особистого немайнового права. Видача дозволу на використання виключного права (висновок ліцензійного договору) означає передачу майнових прав автора замовнику в обумовлених договором межах.</p>

Тож у тому випадку, якщо рекламодавець хоче використовувати в рекламі об'єкт, що охороняється авторським правом, йому необхідно отримати дозвіл правовласника – автора або іншої особи, що володіє винятковим правом на твір.

Рекламодавцю необхідно знати, що до об'єктів авторських прав відноситься не тільки твір в цілому, але і назва, персонаж твору, якщо за своїм характером вони можуть бути визнані самостійним результатом творчої праці і мають об'єктивну форму вираження [1, ст.9]. У той же час

закон дає перелік об'єктів, які, хоча і мають ознаки твору, але, тим не менш, до об'єктів авторських прав не відносяться. Це офіційні документи державних органів та органів місцевого самоврядування, державні символи і знаки, а також символи і знаки муніципальних утворень, твори народної творчості та повідомлення про події та факти, які мають виключно інформаційний характер. Зазначені об'єкти можуть бути використані в рекламі, але тільки в тому випадку, якщо таке використання не вводить в оману споживачів та інших осіб щодо об'єкта рекламування [2, ст.1].

У тому випадку, якщо на твір закінчився термін дії виключного права, воно може використовуватися будь-якими зацікавленими особами за умови дотримання особистих немайнових прав автора. Із цього витікає основна особливість використання твору в рекламі. Як правило, ім'я автора в рекламі не згадується саме через призначення рекламного продукту. Рекламний продукт просуває певний товар, увагу споживача реклами зосереджено на сюжеті, в центрі якого — об'єкт рекламування, і не повинно відволікати на автора оригінальної ідеї. А якщо врахувати, що подібні ідеї, як правило, розробляються в співавторстві, то стає зрозуміло, що з технічної точки зору вказівку імен авторів в даному випадку дати складно. Ситуація є цілком закономірною, коли рекламодавець або інший користувач може отримати згоду автора на анонімне використання твору в рекламі [1, ст.11]. Однак після смерті автора і в разі, коли твір перейшло в суспільне надбання, закон дозволяє спадкоємцям та іншим зацікавленим особам виступати на захист особистих немайнових прав автора. Тим самим рекламодавець не застрахований від можливих позовів на свою адресу з боку таких осіб.

Таким чином, можна запропонувати наступне: перш ніж оформляти дозвіл на використання твору в рекламі, рекламодавцю необхідно впевнитися, що він має справу з належною стороною за договором, і що особа насправді є дієздатною розпоряджатися виключним правом на твір. Найчастіше виключне право належить самому авторові твору або його спадкоємцям. Однак якщо мова йде про службові твори, виняткове право, як зазначалося вище, може виникати у роботодавця. Крім того, Цивільний кодекс допускає наступну конструкцію: автор може укласти договір з третьою особою про відчуження виключного права на твір. Такий договір може бути як безпосередньо при створенні твору і до його оприлюднення, так і пізніше, протягом всього терміну дії авторського права. Оскільки договори в сфері авторського права не підлягають державній реєстрації, інформація про них є закритою, і рекламодавець в цьому випадку повинен отримати інформацію від автора або його спадкоємців, чи є вони правовласниками щодо конкретного твору.

Відповідно до законодавства [1, ст. 32], передача прав на використання твору в рекламі може здійснюватися на підставі ліцензійних договорів. В ході дослідження було виявлено необхідність створення механізму застосування ліцензійних договорів, що дозволить попередити та вирішити певні правопорушення стосовно використання об'єктів авторського права під час створення рекламної продукції.

Ліцензійні договори про використання авторських прав полягають в простій письмовій формі, але недотримання форми договору може бути наслідком його недійсності. Закон вимагає обов'язкового зазначення суми винагороди автору або іншому правовласнику за ліцензійним договором. При відсутності умови про розмір винагороди або про порядок його визначення такий договір вважається неукладеним. Крім суми винагороди в договорі повинен бути вказаний об'єкт авторського права і способи його використання, а також територія, на якій дозволяється використання, і термін договору. При відсутності умови про територію дії договору вважається, що він діє на всій території України, а при відсутності умови про термін його дії, договір вважається укладеним на п'ять років. При цьому договір не може діяти, якщо закінчився термін дії виключного права.

Виключне право на твір діє протягом життя автора і сімдесят років після його смерті. Після закінчення цього терміну твір переходить у суспільне надбання і може використовуватися будь-якою зацікавленою особою, але з умовою дотримання особистих немайнових прав автора [3, ст.446].

Підводячи підсумок, хотілося б відзначити, що проблема використання об'єкта авторських прав в рекламному продукті відноситься до числа складних і багатоаспектних. У цій статті були виявлені основні принципи такого використання, які можуть бути покладені в основу подальшої розробки зазначеної проблеми.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Закон України «Про авторське право і суміжні права» [Редакції від 22. 07. 2018р] // [Електронний ресурс] // Сайт Верховної Ради України. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>
  2. Закон України «Про рекламу» [Редакції від 26. 07. 2018р] // [Електронний ресурс] // Сайт Верховної Ради України. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
  3. Цивільний кодекс України [Редакції від 04. 11. 2018р] // [Електронний ресурс] // Сайт Верховної Ради України. Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
-

## **СЦЕНАРІЙ ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМ ДИТИНСТВА: ДОСВІД УКРАЇНСЬКОГО ТА ЗАРУБІЖНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ**

У сучасному світовому інформаційному просторі в контексті розмови про соціально відповідальну медіадіяльність активно артикулюються проблеми дітей і дитинства. Здавалося б, прийнято всі можливі документи глобального і місцевого масштабу, які б гарантували дотримання прав неповнолітніх, однак, незалежно від рівня розвитку країн, ЗМІ виносять на порядок денний все нові і нові проблеми найбільш незахищеної верстви – дітей. Мета цього дослідження – виявити найактуальніші сценарії висвітлення проблем дитинства в українському та зарубіжному телепросторі шляхом розв'язання таких завдань: 1) розглянути дитячу проблематику в контексті соціально відповідальної журналістики, 2) проаналізувати репрезентацію проблем дітей на українських телеканалах, 3) порівняти їх зі сценаріями висвітлення цієї проблеми в англomовному медіапросторі. Джерелами дослідження було обрано телепрограми ТК «Інтер», «СТБ», британської телемережі BBC та медіапродукти журналістів-правозахисників У. Р. Романо та Ш. Обейд-Чиной.

На думку більшості експертів, соціальна відповідальність медіа повинна виявлятися в наданні якісної об'єктивної інформації, розробці та інтеграції основних компонентів соціальної відповідальності в стратегії розвитку будь-якого представника медіа зокрема і ЗМК в цілому [2], що стосується і дитячої проблематики. Саме соціально-правова незахищеність більшості громадян вплинула на розуміння журналістики як правозахисту в більшості країн світу. Як стверджує К. Шендеровський, «соціальне одужання людини / людей залежить від трьох умов за участю медіа: правильно поставлений діагноз соціальної проблематики, наявність потенціалу соціальної солідарності людей і вміння кожної людини використовувати інформацію для розвитку самостійності в прийнятті соціального рішення [4, с. 7]. Наявні посібники «Медіа та права дитини» [3], «Медіакомунікації та соціальні проблеми» [4] окреслюють головні ідеї, труднощі, рекомендації для журналістів при висвітленні проблем дитинства, однак українське та зарубіжне телебачення напрацювали власний досвід у цьому питанні.

Жанрово-тематична реалізація правозахисної функції в українському медіапросторі проявляється переважно в функціонуванні соціальних проектів на провідних загальнонаціональних каналах, у тому числі «Інтер» і «СТБ».

---

<sup>28</sup> Доцент, к.філол.н., Запорізький національний університет.

Незважаючи на тотальну комерціалізацію і панування різного роду інфотейнменту, в ефірі названих українських телеканалів є чимало позитивних прикладів програм і проектів спрямованих на висвітлення і захист прав дітей. Це, зокрема, програми «Серце підкаже», «Стосується кожного» (ТК «Інтер»), «Кохана, ми вбиваємо дітей», «Врятуйте нашу сім'ю», «Хата на тата» (ТК СТБ). Наприклад, навесні 2012 р. на телеканалі «Інтер» стартував соціальний проект «Серце підкаже». Програма присвячена усиновленню дітей. Завдяки цьому проекту вихованці дитячих будинків - діти 7-13 років - змогли обрати собі батьків. Канал надає сиротам можливість провести деякий час в прийомних сім'ях і після цього вирішити, з ким вони захочуть залишитися. Перераховані проекти українських телеканалів спрямовані на захист сімейних цінностей, налагодження діалогу в сім'ях і суспільстві і виконують важливу соціальну роль. Отож, українське телебачення для донесення проблем дітей до глядацької аудиторії використовує переважно розважальні телепрограми та редакційні соціальні проекти.

У зарубіжній медіапрактиці для винесення проблеми на «порядок денний» найчастіше використовуються аналітичні та документальні жанри – розслідувальна програма та документальний фільм. Прикладом соціально важливого медіапроекту BBC є програма «Панорама». Присвячена актуальним подіям британського та світового масштабу, вона активно приділяє увагу проблемам дитинства. Журналісти розслідують випадки булінгу, вбивства підлітків, дитячої праці, історії дітей-прохачів, досліджують проблеми охорони в школах, шкільних реформ, усиновлення, психічних хвороб. Історії, розглянуті у програмі, зазнають громадського розголосу, а пов'язані з ними питання розв'язуються на найвищому рівні.

У контексті висвітлення проблем дітей країн, що розвиваються, на особливу увагу заслуговує медіадіяльність режисерів Ш. Обейд-Чиної і У. Р. Романо. Шармін Обейд-чиной – пакистансько-канадська журналістка, режисер-документаліст, її фільми про права жінок, проблеми дітей, біженців, маргінальні співтовариства від Саудівської Аравії до Сирії, від Тимору до Філіппін завоювали десятки нагород і зробили автора однією зі ста найвпливовіших персон 2012 р. за версією журналу «Тайм». Про мету стрічки «Діти Талібану» (2009), присвяченій дітям Пакистану – майбутнім терористам-смертникам, автор говорить: «Я хочу спонукати вас поглянути зовсім іншими очима на дітей, які стають терористами-смертниками. У 2009-му році на території Пакистану було скоєно 500 терактів. Той рік я провела з дітьми, які готувалися стати смертниками, і з вербувальниці з Талібану. Я намагалася зрозуміти, як же Талібан перетворює дітей в живий снаряд і чому

ці діти так активно підтримують цю справу» [5]. У наші дні, коли проблема тероризму знаходиться на піку загострення, мало хто говорить про те, що діти і жінки-смертники – результат фінансової кризи і кризи інституту сім'ї в країнах Азії: вербувальники цілеспрямовано шукають бідні сім'ї і переконують батьків відправити дитину в їх школу. В обмін вони надають безкоштовну їжу і дах, а іноді платять сім'ї щомісячну стипендію. У пропагандистських роликах, знятих Талібаном, молодих людей навчають тому, що атаки з самогубством обгрунтовані і що зрадники підлягають знищенню.

Політематичною є і творчість американського правозахисника, фотографа і режисера У. Роберто Романо. Його документальні фільми «Украдене дитинство» (2005), «Темна сторона шоколаду» (2010), «Урожай» (2010), фотовиставка «Обличчя свободи» (з 2009) - про дітей-рабів: збирачів какао-бобів на плантаціях Кот д'Івуара, сільхозробітників з Мексики в садах і полях США, ремісників і ткачів Непалу, Індії і Пакистану - і про їх вкрадене дитинство. Фільми та фотоматеріали У.Р.Романо нагадують всім жителям благополучних країн Європи і Америки, що «приблизно 218 мільйонів дітей працюють в умовах сучасної глобальної економіки. Сотні тисяч експлуатуються в килимовій промисловості Південної Азії. Діти у віці від 4 до 14 викрадаються, продаються в боргову кабалу або залучаються до примусової праці, що приносить їм фізичні та емоційні страждання. Їх заробітна плата мізерна, порівняно з дорослими і діти позбавлені можливості отримати освіту, бідність - їх постійний супутник» [6].

Отже, в українській та зарубіжній телевізійній медіапрактиці представлені такі сценарії висвітлення дитячої проблематики: розважальний, розслідувально-аналітичний, документальний, проектний. Усі вони спрямовані не тільки на фіксацію проблеми, але і на її розв'язання. Безумовно, медіа- та правозахисна діяльність цих та багатьох інших документалістів і журналістів заслуговує подальшого наукового розгляду і є прикладом для наслідування у всіх країнах пострадянського простору.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Виртосу І. Журналістика як правозахист [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://osvita.mediasapiens.ua/view/zhurnalistika\\_yak\\_pravozakhist/](http://osvita.mediasapiens.ua/view/zhurnalistika_yak_pravozakhist/)
2. Експерт визнано найбільш соціально відповідальним медіа [Електронний ресурс] // Телекритика [сайт]. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/news/2009-03-26/44631> (26.03.2009).
3. Медіа та права дитини. Посібник для журналістів, створений самими журналістами. – К.: Інтерньюз-Україна, 2009. – 64 с.
4. Шендеровський К.С. та інші. Медіакомунікації та соціальні проблеми: Збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей в трьох частинах. Частина перша / Упор., ред. К. С. Шендеровського / Київ. нац. ун-т; Ін-т журналістики. – К., 2012. – 288 с.

5. Sharmeen Obaid Chinoy films [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sharmeenobaidfilms.com/category/films/>

6. Stolen Childhoods [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://facesoffreedom.goodweave.org/gallery/?album=108>

*Карташева А.С.<sup>29</sup>*

*Шендеровський К.С.<sup>30</sup>*

## **РОМСЬКА ТЕМАТИКА В ЗМІ: ПОШИРЕНІ ПОМИЛКИ ЖУРНАЛІСТІВ ТА ОСНОВИ СУЧАСНОЇ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ**

Актуальність дослідження. Однією з головних цілей асоціації між Україною та Європейським Союзом є зміцнення прав людини та основоположних свобод, у тому числі прав осіб, які належать до національних меншин, недискримінації цих осіб і поваги до різноманітності. На жаль, слід констатувати, що Україна має велику кількість системних проблем на шляху становлення верховенства права і поваги до прав людини .

Саме ромське населення зазнає порушень своїх прав частіше за інших: одними з найбільш резонансних справ, наслідки яких актуальні і сьогодні, можна назвати події у селі Лоцинівка Одеської області в серпні 2016 року та селі Ольшани Харківської області у травні 2017 року, розгромлені тимчасові поселення ромів в Києві, Львові, Тернополі (протягом 2017-2018 років). Ольга Руденко (Петровна), ромський посередник з Торецька зазначає: «Ромське життя – дуже коротке. Я майже не бачила ромів, які б дожили до 70 років. Ромські жінки – виснажені, худі, вони погано харчуються, тому що все віддається дітям. Часто кажуть, що роми – кочівники. Але одна справа кочувати з власної волі, а зовсім інша – робити це вимушено. Під час війни вся наша країна пізнала тепер долю ромів і відчула, як це переїхати і шукати своє місце серед інших. Інтеграція можлива тоді, коли є прийняття. Люди мають зрозуміти, що «циган» - це не штамп, що не всі вони крадуть та ледарюють. Не слід їх таврувати через всі ці стереотипи, сформовані століттями. У мене є роми, які працюють на лісовому складі, гірниками на шахті. Вони хочуть змінюватися, жити нормальним життям, але й зберегти власні традиції. Не завжди для цього є умови» [1].

<sup>29</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

<sup>30</sup> Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри соціальних комунікацій, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

Негативне ставлення до представників ромської національної меншини з боку суспільства призводить до расової, міжетнічної ворожнечі та суперечить декларованим намірам України щодо розвитку правової держави. Де-факто роми є сегрегованою спільнотою. Де-юре існує «Стратегія захисту та інтеграції в українське суспільство ромської національної меншини на період до 2020 року» [2], за фактом, вона виконується вкрай формально.

Мета дослідження: визначити умови розвитку в Україні медіапрактики відображення ромських питань. Хронологія дослідження визначена наступними подіями: 2016 рік, огляд українських медіа на теми погромів і виселення ромів з села Лоцинівка (Одеська область), використовується функціонально-прагматичний аналіз; 2018 рік, січень – жовтень, ромська тематика в інформаційних повідомленнях новинної стрічки УНІАН, використовується контент-аналіз; 2018 р., червень – липень, моніторинг новин, які були присвячені ромській тематиці у 11-ти інтернет-ЗМІ за трагічними подіями у Львові (вбивство Давида Паппа, рома); 2017-2018 рр., огляд позитивних журналістських матеріалів, які обрали роми, використовується функціонально-прагматичний аналіз.

Медіа не тільки формують порядок денний, активно конструюючи нашу реальність, але й закладають певні усталені моральні норми, поведінкові практики тощо. Проблемами, з якими стикається ромське населення, традиційно є дискримінаційне поводження та упереджене ставлення з боку суспільства, відсутність ідентифікаційних документів, що тягне за собою ускладнений доступ до освіти, медицини, соціальних послуг і працевлаштування. В сукупності зазначені проблеми призводять до соціальної ізоляції ромської національної спільноти та обмеженості у реалізації прав.

За результатами дослідження майже трьохсот журналістських текстів, некомпетентність журналістів при поданні ромської теми визначаємо в наступному: стереотипне мислення журналіста та стереотипи як частина медіаінформації; журналісти в більшості не враховують або ігнорують становище ромів як вразливої соціальної групи в українському суспільстві; журналісти в інформації про ромів (ромська тематика) не фокусують увагу на права людини, ігнорують основні цінності прав людини та потребу у правовому захисті ромів через системні порушення в Україні прав людини; журналісти в своїх матеріалах про ромів не висвітлюють діяльність ромських посередників, організацій громадського суспільства та міжнародних організацій в Україні, а соціальним темам активності, взаємодії надають виключно політичний, владний окрас.



Сучасна медіакомпетентність журналістів при підготовці та висвітленні ромської теми позначена вимогами, правилами та уроками від колег-журналістів. До особливих вмінь журналіста, від яких залежить сучасна якість матеріалу ромської тематики потрібно віднести наступне:

- забути про стереотипи та не створювати нові;
- уникати мови ворожнечі, коли говоримо про ромів [3];
- роми – це не екзотика: не потрібно показувати їх як щось казкове та екзотичне, овіяне загадковістю та магичністю;
- не розділяти українське суспільство на «ромів» і «не ромів» («ми»/»вони»). Роми – це теж громадяни України, навіть якщо вони не мають паспорта;
- показувати обличчя і голоси. Врятувати ромів від знеособлення можуть особисті історії - інтерв'ю, репортажі, які показують звичайне життя, розповідають про успіхи, невдачі, допомагають розгледіти за абстрактною меншиною звичайних людей та побачити спільне;
- допомагати голосу рома звучати, неодмінно потрібно давати слово тим, хто сам його не може взяти;
- розповідати про історію та культуру. Для нашої аудиторії може виявитися несподіванкою те, що роми живуть поруч з нами 600 років, мають свою культуру і мову, що в Україні вже немає кочових поселень, і роми живуть осіло;
- не фарбувати людей «в темний» колір – негативні наслідки обов'язково відгукнуться на долі конкретної людини ромської національності;
- уникати узагальнень. Фрази на зразок «усі роми не мають вищої освіти» – це прихована мова ворожнечі, вона породжує стереотипи. Роми – різні, не варто узагальнювати;
- не спрощувати життя людей ромської національності. Ми не можемо говорити про всіх, бо це ніколи не буде правдою. Чому? Бо це неоднорідна соціальна категорія, де є багато успішних і неуспішних історій. Замовчувати перші – несправедливо. Родини, які ведуть звичайний, «соціально схвальний» спосіб життя, не хочуть, аби їх називали жебраками. Тому перш ніж публікувати будь-що, перевіряйте себе на спрощення і узагальнення;
- не бути послідовниками поширеного способу реагування на «іншого» в нашому суспільстві, а саме: обмеження взаємодії, відмова від комунікації, виключення певних соціальних груп з поля свого зору. Це сприяє відтворенню практик дискримінації, тому що не напрацьовуються позитивні навички взаємодії;

- не згадувати про національність. Особливо цим грішать у кримінальній хроніці. Злочини не мають національності;

- вмійте своїми матеріалами заповнювати порожнину: дискутуючи про дискримінацію, люди говорять у рамках двох полюсів: «все має регулювати держава» та «це залежить від людей, від кожного з нас». Між цими полюсами – порожнеча;

- долайте дискримінацію, бо люди розуміють її досить поверхнево, насамперед, як будь-який «утиск» та обмеження, часто не пов'язуючи цей «утиск» з певними критеріями. Для того, щоб проводити будь-яку адвокацію щодо викорінення певних дискримінаційних практик, треба працювати за такими напрямками: зниження відчуття соціального тиску;

- вмійте використовувати «правила малих справ», «принцип навпаки» тощо. Так один із найкращих способів перевірити матеріал на чутливість – застосувати принцип навпаки: поміркуйте, чи написали б ви щось схоже про будь-яку іншу людину;

- вмійте добирати експертів. Носії ксенофобських поглядів не можуть бути експертами з ромської тематики;

- вмійте пояснити процедури оформлення паспорта та реєстрації місця проживання; умов проживання і виховання дитини/дітей; отримання соціальної та правової допомоги на відповідній локальній території;

- бути толерантним журналістом. Відчуття соціальної незахищеності і поганого матеріального становища загострює ненависть до вразливих груп. Інтолерантність до специфічних груп є дуже деструктивною практикою, тому що вона небезпечна перш за все для усього суспільства, а вже потім – для вразливих груп. Завдяки тому, що рівень нетолерантності залишається достатньо високим, «під загрозою» є всі члени суспільства. Тобто «важко передбачити, яка з груп стане наступною жертвою нетолерантного суспільства вже завтра» [4];

- шукати приводи, окрім нападів, для тем є безліч: проблеми з отриманням документів, оформлення у школу, комунікація з державними органами. Варто пам'ятати також і про них, а не лише про злочинні історії;

- висвітлювати непопулярні теми. «Я буду лікуватися разом з ромами?» «Мої діти ходитимуть із ними в один клас?» «Їм потрібна паліативна допомога?» Так! І це треба пояснювати;

- сприяти розвитку ромського самоврядування та самоорганізації. Вважаємо, що саме створення органів самоорганізації населення, допоможе пришвидшити та якісно покращити інтеграцію ромської національної меншини. Адже створення сталої громади задля економічно-ефективного

функціонування всієї країни, залежить не від вказівок зверху, а від конструктивно спрямованої ініціативи знизу;

- використання принципу «повернення до кризи», що надасть журналістським матеріалам послідовності відображення кризових подій в ромській тематиці протягом тривалого часу;

- розповідати по ромів – не означає критикувати чи хвалити. За будь-яких обставин у центрі уваги повинні бути права людини, їх дотримання. Роми, як і представники інших етносів, здатні вчиняти незаконні дії, невинуваті вчинки, проте вони так само, як і представники інших національних спільнот, спроможні любити, піклуватися про свої сім'ї, створювати культурні багатства, стояти за честь Вітчизни;

- дотримуватися балансу. Важливо, кому ми надаємо слово. Контактувати із ромськими активістами і правозахисниками.

Відображення ромської тематики пов'язано з системним інформуванням українського суспільства: (1) діалог з владою через актуалізацію обов'язків за Стратегією захисту та інтеграції в українське суспільство ромської національної меншини на період до 2020 року; (2) діалог з ромськими активістами через результати моніторингу становища ромів; (3) діалог з правозахисниками через розгляд ситуацій порушення прав людини; (4) конструктивний діалог з ромами через популяризацію їх успіхів, досягнень, історію, культуру та вирішення соціальних питань інтеграції в громаді; (5) діалог з місцевими громадами на основі вимог щодо інклюзивного розвитку.

Насправді, для того, щоб писати про ромів правдиво, щоб журналістська ромська тема була компетентною та відповідальною журналістською діяльністю, достатньо бути відкритим до теми і дотримуватися журналістських стандартів. Головне - не стати рупором ксенофобії. Це ніколи не закінчується для журналістів та аудиторії людей добре.

В 2017-2018 рр. з'явився цілий ряд професійних журналістських текстів, які підходять до освітлення ромської тематики виважено та об'єктивно. Їхні матеріали роблять значний внесок в привертання уваги до проблем ромів та сприяють залученню до боротьби за права національних меншин всіх небайдужих.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Канарьова А., Кінашук Б. (Не)такі як ми. Як роми із зони АТО вимушено стали кочівниками / Як роми з Донбасу вимушено стали кочівниками – спецпроект // Громадське телебачення [сайт]. – Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/yak-romy-z-donbasu-vymusheno-staly-kochivnykamy-spetsproekt> (14 червня, 2017). – Назва з екрану.

2. Про Стратегію захисту та інтеграції в українське суспільство ромської національної меншини на період до 2020 року: Закон України // Офіційний вісник Президента України від 19.04.2013 — 2013 р., № 11, стор. 21, стаття 361.

3. Козир Н., Григор'єв О. Мова ворожнечі в Інтернет-ЗМІ стосовно представників ромської національної меншини в Закарпатті // Права людини в Україні. Інформаційний портал Харківської правозахисної групи [сайт]. – Режим доступу: <http://khp.org/index.php?id=1394667648> (13.03.2014). – Назва з екрана.

4. «Українські ландшафти дискримінації. Скорочений звіт за результатами соціологічного дослідження. – Харків, 2016.

*Кобинець А. В.<sup>31</sup>*

**ЯК ПРОТИДІЯТИ СВАВІЛЛЮ ЧИНОВНИКІВ У  
РЕФОРМУВАННІ КОМУНАЛЬНИХ ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ  
ДІЯЛЬНОСТІ «ТИМЧАСОВІ КОНТРОЛЬНОЇ КОМІСІЇ СУМСЬКОЇ  
ОБЛАСНОЇ РАДИ З ПЕРЕВІРКИ СКАРГ ЗА ФАКТАМИ  
НЕЗАКОННОГО ВТРУЧАННЯ У ДІЯЛЬНІСТЬ КОМУНАЛЬНИХ  
ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СВОБОДИ  
СЛОВА НА ТЕРИТОРІЇ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ»)**

Регламентований Законом України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», який вступив у дію з 1 січня 2016 року, процес реформування друкованої періодики, триває, але досить повільно і з великими проблемами. Чільними серед них є небажання засновників, серед яких, переважно, органи місцевого самоврядування в особі обласних, міських та районних рад, дати дозвіл редакціям газет увійти в ринок повноцінним і незалежним суб'єктом господарювання комунальної преси. На жаль, нині в медіа спільноті широко відомий обурливий факт ненадання дозволу на реформування обласної газети «Запорізька правда», заснованій на майні обласної територіальної громади, депутатським корпусом Запорізької області, в результаті чого з наступного року може зникнути єдина в регіоні українськомовна обласна газета із сторічною історією. На жаль, подібні факти протидії реформуванню преси в Україні з боку засновників (співзасновників) мають місце.

В цьому контексті позиція Держкомтелерадіо однозначна: це максимальна підтримка пропозиції трудових колективів щодо роздержавлення, про що неодноразово наголошував очільник Держкомтелерадіо Олег Наливайко. У листі, з яким він, зокрема, звернувся до Кабміну, було висловлене прохання доручити органам державної влади сприяти трудовим колективам редакцій періодичних друкованих видань у реалізації Закону та забезпечити прийняття рішення про реформування та

<sup>31</sup> Кандидат філологічних наук, доцент кафедри періодичної преси Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, лауреат премії імені Івана Франка.

спосіб реформування. Також він неодноразово повідомляв і про необхідність надання газетам місцевої сфери розповсюдження, що стали на шлях реформування, адресної допомоги.

Тому метою цього дослідження є вивчення ситуації, що склалася в Сумській області в період реформування комунальної преси та дій обласної влади на стабілізацію обстановки в деяких редакційних колективах.

Прикладом дотримання прав людини й, зокрема, журналістів, котрі намагалися відстоювати своє право на роботу у періодичних друкованих виданнях є висновки діяльності «Тимчасової контрольної комісії Сумської обласної ради з перевірки скарг за фактами незаконного втручання у діяльність комунальних засобів масової інформації та забезпечення свободи слова на території Сумської області», що й визначає завдання цієї публікації. [1]. Вона була створена 22.12.2015 року, причому ця необхідність була продиктована ситуацією, що склалася навколо міської газети «Народна трибуна» міста Глухова, а саме: районна рада своїми рішеннями звільнила з роботи редактора газети і оголосила про її ліквідацію. Створюючи такий дорадчий орган, депутати Сумської облради, діючи згідно із Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні», вирішили, що він протидіятиме незаконним спробам органів влади втручатись у діяльність комунальних засобів масової інформації. Ще один позитивний момент у створенні такої комісії – саме вона мала сприяти втіленню в життя Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації». До складу тимчасової комісії увійшли депутати всіх фракцій, її головою комісії обрано Н.Є. Калініченко, головного редактора районної газети «Білопільщина». Термін діяльності цієї комісії визначений на два місяці, але значна кількість скарг та заяв змусила продовжити його ще на два місяці.

Першим на розгляд комісії надійшло звернення редактора Глухівської міської газети «Народна трибуна» С.П. Халімоненко з проханням протидіяти закриттю редакції та звільненню працівників. До роботи над цим проблемним питанням було залучено у якості консультантів незалежних юристів, медіа-експертів, журналістів, громадських діячів, а саме: голову Сумської обласної організації НСЖУ В.М. Бойка, голову правління СОГО «Сумський прес-клуб» А.О.Федорину, доцента кафедри журналістики СумДУ В.О.Садівничого, координатора руху «ЧЕСНО» в Сумській області А.Товстуху, голову ГО «Журналістський Майдан», медіа-юриста, члена НСЖУ А.М.Даценка, заступника голови громадської ради при голові Сумської облдержадміністрації Ю.Кондратенка. Протягом двох тижнів консультанти вивчали контент газети, дотримання її працівниками

журналістських стандартів, давали правову оцінку діям депутатів Глухівської міської ради. Висновки експертів лягли в основу висновків «Тимчасової контрольної комісії Сумської обласної ради з перевірки скарг за фактами незаконного втручання у діяльність комунальних засобів масової інформації та забезпечення свободи слова на території Сумської області», яка рекомендувала редактору видання звертатися до суду, залучила до захисту прав журналістів юриста, а також громадськість до обговорення подій навколо газети «Народна трибуна». У процесі розгляду проблеми було надіслано кілька звернень до Національної спілки журналістів України, Адміністрації Президента України, Міністерства внутрішніх справ України, Генеральної прокуратури України щодо необхідності сприяння захисту прав журналістів. Також голова комісії Н.Є. Калініченко направила до Головного управління Нацполіції та прокуратури в Сумській області депутатський запит щодо інформування про розгляд заяви і звернень з перешкоджання роботі журналістів та перевищення органами влади повноважень. Редакції міської газети «Народна Трибуна» комісією рекомендовано продовжувати процес реформування, а також провести відповідно збори трудового колективу й повідомити про свої наміри співзасновників.

Наступним стало звернення голови Сумської облради С.П. Салатенка щодо ситуації, яка склалася навколо Тростянецької районної газети «Новини Тростянецьчини», та передані разом матеріали: звернення народного депутата України В.В.Бухарєва, головного редактора газети П.А.Зленка до нього. Вивчивши матеріали справи щодо незаконного втручання Тростянецьких райради та райдержадміністрації у діяльність районної газети, комісія рекомендувала редактору П.А. Зленку звернутися до суду щодо захисту прав. Голові комісії Н.Є. Калініченко було доручено звернутися до голів партійних осередків області, котрі в Глухівській міській та Тростянецькій районній радах перешкоджають діяльності газет та ігнорують дотримання Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», порушуючи права журналістів та свободу слова.

Всього було написано та розіслано 13 звернень. Також комісія доручила її голові Н.Є. Калініченко ініціювати звернення до НСЖУ щодо запровадження номінації «Вороги реформування» та подати на розгляд комісії при НСЖУ прізвища посадовців області, котрі найбільше перешкоджають процесу реформування. Ця ініціатива була підтримана, ганебна «номінація» була створена. Водночас комісія у процесі своєї діяльності аналізувала всі судові позови щодо захисту прав журналістів, надаючи відповідні рекомендації.

Потрібно зазначити, що всього на розгляд надійшло п'ять звернень: два – з Глухова, два – з Тростянця, одне – з Шостки, де міськрада теж перешкоджала реформуванню газети в порушення вищезазначеного Закону України про реформування ЗМІ. Тимчасова контрольна комісія провела чотири засідання за участю представників громадськості, журналістів, медіа-експертів, одне з яких – у Глухові. Окрім зареєстрованих офіційних звернень, члени комісії надавали роз'яснення іншим комунальним виданням, брали участь у роботі сесій райрад з питань, що перебували у компетенції цієї комісії. Комісія звернулася до Верховної Ради та Президента України з пропозиціями щодо внесення змін у Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», які б могли мінімізувати всі проблемні питання стосовно протидії органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у процесі реформування комунальних газет. Також комісією разом із НСЖУ та всеукраїнським громадським об'єднанням «Асоціація місцевої преси» розроблено дорожню карту реформування, яка роздана для користування усім очільникам ЗМІ.

У Сумській області виходять у світ 21 комунальне друковане періодичне видання, що підлягають реформуванню згідно із законодавством, 13 із них обрали перший етап реформування. Члени комісії вважають, що основним результатом роботи цих газет є те, що процес реформування в області відбувається поступально. Більшість видань отримуються стандартів свободи слова; майже відсутні щодо них тиск та цензура з боку влади. У своїй роботі комісія привертала увагу до порушення прав журналістів, створювала атмосферу нетерпимості до дій таких посадовців, об'єднувала навколо захисту своїх прав усіх журналістів, громадськість.

Водночас необхідно зазначити, що в перші місяці реформування комунальних та державних друкованих ЗМІ була виявлена низка проблем системного характеру. Місцеві органи влади, особливо – органи місцевого самоврядування (райони, обласні, міські ради) подекуди не бажають втрачати газети, засновниками або співзасновниками яких вони є. Це небажання продиктоване нерозумінням цілі й суті реформи, але головне – страхом втратити контроль над місцевими виданнями, потрапити під прискіпливий контроль такого дієвого інструменту, як вільна преса.

Отже, в результаті дослідження можна зробити висновок, що в Сумській області є намагання влади змінити напередодні реформи редактора чи відмовити редакціям у прагненні реформуватися, або, всупереч вимогам Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» вигадати якийсь інший, не передбачений законом, більш зручний для влади спосіб впливати на ЗМІ, використовувати

їх для впливу на соціум, для вирішення певного кола проблем. Органи місцевого самоврядування часто забороняють колективам іти на перший етап реформування (хоча законом право вибору етапу надане колективам редакцій), не приймають від них офіційно поданих згідно до чинного законодавства пропозицій (є випадки, коли їх просто не реєструють), свідомо не приймають на сесійних засіданнях, передбачених законом, рішень, здійснюють тиск на колективи редакцій. Тому комісія запропонувала: затвердити «Програму підтримки комунальних ЗМІ Сумської області», які беруть участь у першому етапі реформування, профільній комісії облради забезпечувати моніторинг реформування ЗМІ та вживати заходів у межах повноважень щодо недопущення незаконного втручання органів влади та місцевого самоврядування в роботу редакцій та діяльність журналістів, звернутись до центральних органів влади – Верховної Ради України, Кабміну, Держтелерадіо щодо забезпечення реформування державних та комунальних друкованих ЗМІ, недопущення протиправних дій та перешкоджання законній діяльності журналістів. Цей досвід може бути корисним іншим регіонам як такий, що вказує на шляхи подолання проблеми протистояння органів місцевої влади періодичним друкованим виданням, які прагнуть змінюватися шляхом реформування, а також стати об'єктом наукових досліджень пресознавців, істориків, політологів та фахівців у царині державного управління.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Депутат обласної ради Наталія Калініченко - про ситуацію з реформування комунальних ЗМІ на Сумщині // Сумська обласна рада. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sorada.gov.ua/>.
  2. Бухтатий О., Штурхецький С. Економічні аспекти реформування комунальної преси в Україні (2013-2015 рр.) / О. Бухтатий, С. Штурхецький. // Economics and Management. – 2016. – С. 37 – 41.
  3. Огляд процесу та виклики реформування комунальної преси // Українська асоціація медіа-бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.osce.org/uk/project-coordinator-in-ukraine/364211?download=true>.
  4. Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації: Закон України від 24.12.2015 № 917-VIII // Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua>.
  5. Сучасний медіа-менеджмент в друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси: Вид. 2-ге, доповн. та виправлене / За ред. В. Іванова та Н. Ланге. – Київ: ЦВП, АУП, 2008. – 300 с.
-



**ТАКТИЛЬНІ КНИГИ ДЛЯ ДІТЕЙ ІЗ ВАДАМИ ЗОРУ**

Актуальність дослідження. Кожна людина у демократичному суспільстві повинна почуватися комфортно, мати вільний доступ до необхідної інформації для свого власного розвитку і пізнання навколишнього світу незалежно від віку, статі, расової приналежності чи стану здоров'я. Проте не завжди вдається досягти цього доступними засобами, особливо, коли це стосується дітей з різними фізіологічними порушеннями, наприклад, зору. Для них отримання повноцінної інформації досі проблематичне. Тому вивчення цієї проблеми, пошук конструктивних рішень для її вирішення є нагальною необхідністю.

Основний виклад. Численні дослідження (Л. Солнцева, Є. Островська, В. Кручинін, Л. Плаксіна, В. Сverdло, Л. Семенов, Н. Хопренінова та ін.) показали, що «діти з порушеннями зору (особливо з глибокими) не можуть опанувати навичками просторового орієнтування, а потребують систематичного навчання» [1]. Тому постає завдання – забезпечити незрячого реальним уявленням про світ і зробити це найбільш цікавими, простими і доступними способами. В цьому може допомогти книга. Для дитини молодшого шкільного віку вона є об'єктом реальної дійсності, яка має значний освітній потенціал, широкі комунікативні можливості. Таке постійне спілкування забезпечує розвиваючий ефект.

На думку Е. Огар: «Повноцінне і продуктивне формування дитини-читача можливе тільки на основі використання дитячої літератури в якості навчального матеріалу в освітньому процесі. Книги як реальні об'єкти сучасного освітнього простору гарантують учневі вихід у природне середовище, формують у нього особисті міркування знань» [2].

Такі завдання виконують спеціалізовані дитячі садочки, навчально-виховні комплекси (ясла - садок - початкова школа), де працюють відповідні фахівці-тифлопедагоги. Їх девіз – «Лікуємося граючи». Заняття проводяться за спеціальною методикою, що дозволяє розвивати зорове сприйняття дітей, при цьому підібрані ігри та вправи стимулюють і активізують зір. До того ж всі дидактичні ігри і завдання підбираються індивідуально, залежно від зору дитини.

Сучасна соціальна політика української держави щодо дітей з фізіологічними проблемами поступово наближається до міжнародних стандартів, що створює оптимальні умови для їх інтеграції в суспільство,

---

<sup>32</sup> ОС «Бакалавр», спеціальність «Видавнича справа та редагування» Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

надає «рівні можливості для навчання, отримання інформації, соціального обслуговування та подальшого працевлаштування» [3]. Реалізуються міжнародні та українські програми щодо запобігання порушення прав особистості, створення умов нормального розвитку, освіти й життєдіяльності таких дітей. Існує мережа як традиційних, так і новітніх видів установ для лікування, навчання і консультування дітей з порушенням зору, відкриваються спецкласи в загальноосвітніх школах, розширюється практика спільного навчання із здоровими дітьми (програма інклюзивної освіти).

«Стан зору визначає формування образу зовнішнього світу, відповідно до якого будується психологічна система незрячої дитини, її особливості, здатність сприйняття довкілля у всій складності взаємовідносин об'єктів та соціального життя людей» – зазначає Е. Огар [2].

У навчанні таких дітей використовується виразний матеріал різних видів. Величезне значення надається справжнім наочним посібникам. Робота з ними сприяє формуванню бісенсорного (візуально-відчутного або тактильно-слухового) і полісенсорного (з використанням всіх аналізаторів) сприйняття досліджуваного матеріалу. Пізнання кольорових зображень стимулює зорову реакцію, активізує зорові функції, створює у дітей позитивний емоційний настрій.

Таким чином, можна відзначити, що дидактичний матеріал відіграє важливу роль в організації гурткових занять для дітей із порушеним зором. Одним з таких видів є тактильна книга – видання з об'ємними зображеннями, виготовленими з різних матеріалів, на дотик максимально близьких до оригіналу. Обстежуючи предмети пальцями, можна відчутти те, що важко пояснити словами. Вона призначена для наочно-практичного (в поєднанні зі звуковим рядом) сприйняття дитиною предметів навколишнього світу. У книзі передається форма, структура, контур, фактура поверхні тих чи інших речей. Як зазначає С. Смотрик: «Для діток, які мають порушення зору або взагалі незрячі, книга – це основне джерело пізнання світу. Отакі книги дають змогу на відчуття виявити, який цей предмет має зовнішній вигляд. Діти можуть його описувати, складати казки – таким чином у них розвивається мовлення, уява» [4].

Учені давно з'ясували, що саме таке сприйняття найповніше задовольняє потреби дітей, активно розширює їхнє уявлення про довкілля. При спілкуванні з тактильною книгою незряча дитина дізнається в зображенні про ті предмети, з якими вже стикалась в житті. І на цій базі пізнає нове. Це збагачує уявлення, розширює образи в пам'яті, формуються компенсаторні можливості. При збільшенні запасу уявлень краще розуміється і значення слів. Окрім того, за допомогою тактильної книги

збагачується словник дитини. Її пальчики здатні «побачити» основний сюжет, де батьки можуть навіть обговорити з нею прочитане.

Така книжка – і гра, і елемент пізнання світу. Адже незряча дитина сприймає навколишнє середовище зовсім інакше, ніж зряча. У цьому розпізнанні світу тактильне сприйняття подушечками пальців має величезне значення. Тому тактильні відчуття повинні викликати тільки позитивні емоції. В іншому випадку вона відмовиться від «поганого» предмета і не зможе впізнати його.

Проте існує проблема забезпечення такими книжками. Вартість однієї тактильної книги в Україні становить 600-1500 гривень, за кордоном її ціна коливається від 300 до 600 євро. Тому не кожен потенційний читач може її придбати. Тут потрібна державна підтримка.

Цю проблему уже давно і досить успішно вирішують у Фінляндії та Швеції, де існують відповідні урядові програми виробництва тактильних посібників. Вони можуть мати різноманітні варіанти, залежно від вікових особливостей їх користувачів. Також тут розробили новий стандарт тактильної книжки – для маленьких незрячих дітей.

Над такими виданнями працюють і українські тифлологи – вчені, педагоги, бібліотекарі. Першу в Україні бібліотеку тактильних книг презентували в Черкасах, де діти із вадами зору зможуть більше дізнатися про традиції, побут, правила дорожнього руху, природні явища та багато іншого.

Тактильні посібники вкрай необхідні бібліотекам в школах для занять в молодших і середніх класах, особливо в період впровадження інклюзивного навчання, бо «завдяки інклюзії підвищується конкурентність освіти загалом»[5]. Дітям, які освоїли ці книжки в ранньому віці, легше і цікавіше навчатись й надалі.

Отож, тактильна книга для дітей із порушенням зору є необхідністю. У малечі із особливими потребами спостерігаються відхилення у фізичному розвитку, знижується рухова активність рук, а також відчуваються труднощі в координації очей. У цих випадках незамінним помічником є тактильні книги, які відіграють дуже важливу роль в житті дитини, вони стають сполучною ланкою між нею та навколишнім світом, надають знання про речі та поняття, недоступні для безпосереднього сприйняття.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Виховання сліпих дітей дошкільного віку в сім'ї. – К.: Логос, 1993. С. 47.
2. Огар Е. Сучасні пізнавальні видання для дітей: поле для наукових роздумів / Е. І. Огар // Збірник праць науково-дослідного центру періодики. – Львів, 2003. Вип. 11. 556-563 с.

3. Інклюзивне навчання [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://bit.ly/2quxgT9>
4. Як виглядає перша в Україні бібліотека тактильних книжок для незрячих дітей? [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://bit.ly/2GHw8Tn>
5. Тактильні медіа та соціальне підприємство [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://bit.ly/2KgMxmI>
6. Інклюзивна освіта для дітей з інвалідністю в Україні [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://bit.ly/2PuEPc8>
- 

*Козак А. В.*<sup>33</sup>

## ПОНЯТТЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ СВІДОМОСТІ У НАУКОВОМУ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОМУ ДИСКУРСІ

У зв'язку з різкими змінами клімату та необхідністю вжити заходів щодо збереження планети, про що засвідчує Рамкова конвенція Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату, громадяни мають бути обізнані в екології, розуміти наслідки своєї діяльності, а також імовірну реакцію природи на втручання людини в розвиток екосистеми.

Адже відповідно до Паризької угоди зміна клімату Землі і її несприятливі наслідки є предметом спільного занепокоєння людства [1].

Тож Сторонам цієї Конвенції необхідно захищати кліматичну систему на благо нинішнього і майбутніх поколінь людства на основі справедливості і у відповідності з їх спільною, але диференційованою відповідальністю і можливостями [1].

У взаємодії людини й довкілля спрацьовує “ефект бумеранга” – людина завдає школи довкіллю, довкілля б'є по людині – її здоров'ю, її сьогоденню й майбутньому. Людина - невіддільна складова природи, складова довкілля загалом. Знищуючи довкілля, людство знищує себе [2, 76].

Саме тому важливо дослідити формування екологічної свідомості в громадян та фактори, які впливають на неї, з'ясувати, як теоретики визначають поняття екологічної свідомості.

Актуальність даного дослідження полягає у сприянні розвитку наукового соціально-комунікаційного дискурсу в Україні, а також у допомозі формуванню свідомого громадянського суспільства.

Адже наразі українське суспільство має вирішити безліч глобальних екологічних проблем, таких як зміни в атмосфері, забруднення Світового океану, потепління клімату, винищення лісів, збільшення парникового ефекту, забруднення ґрунтів та інші. Наслідки збільшення їхнього впливу з кожним роком призводять не лише до ще більшого руйнування природних об'єктів, а й до численних жертв серед населення у всьому світі. Для

---

<sup>33</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

ефективного вирішення цих проблем необхідно розуміти причини, які сприяють їх виникненню. Однією з них є екологічна свідомість громадян.

Об'єктом дослідження є науковий соціально-комунікаційний дискурс, предметом - поняття екологічної свідомості.

Незважаючи на велику кількість наукових статей про екологічну свідомість, досі немає єдиного визначення, яке було б чітким та зрозумілим для українського суспільства, а також легким для використання в засобах масової інформації.

Мета дослідження: визначити поняття екологічної свідомості для застосування в українському інформаційному просторі. Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань: 1) визначити, як дослідники характеризують екологічну свідомість; 2) з'ясувати її типи; 3) вивчити, як формується екосвідомість; 4) запропонувати визначення поняття "екологічна свідомість" для українських медіа.

Джерельна база дослідження – Закон України "Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року", наукові праці дослідників, присвячені або пов'язані з цією тематикою (А. Львовичкіна, Л. Черевко, І. Попова, В. Акоюн, М. Мальований, В. Скребець, М. Горін, З. Курлянд, Т. Димань та ін.).

Екологічна свідомість – це вищий рівень психічного відображення природного, штучного, соціального середовища та свого внутрішнього світу; рефлексія місця та ролі людини в екологічному світі, а також саморегуляція цього відображення [2, 79].

Н. Ф. Реймерс і О. В. Яблоков визначають екологічну свідомість як глибоке, доведене до автоматизму розуміння нерозривного зв'язку людини з природою, залежності благополуччя людей від цілісності та відносної стійкості (незмінності) природного середовища [3, за 8].

Також екологічну свідомість розглядають як відображення свідомості процесів взаємодії між людиною як організмом та людиною як особистістю, з однієї сторони, і суспільством та навколишнім світом – з іншої, в тих аспектах біологічного та соціального життя, що обумовлені природними факторами [4, 14]. Під екологічною свідомістю розуміють єдність розуміння навколишнього середовища і місця, функцій людини в ній [4, за 8].

Дослідник В. Є. Борейко визначає екологічну свідомість як сукупність екологічних та природоохоронних уявлень, світоглядних позицій, стратегій практичної діяльності, спрямованих на збереження об'єктів природи [3, за 1].

Екологічна свідомість формується насамперед завдяки стимулюванню екологічного мислення. У межах екологічного мислення індивід визначає своє місце та роль у навколишньому середовищі, шукає напрямки діяльності

у цьому середовищі й шляхи її реалізації. До категорій екологічного мислення можна зарахувати такі категорії, як “своє – чуже”, “корисне – шкідливе”, “свідоме – несвідоме”, “економне – витратне” та ін. До того ж розвиток екологічного мислення, як і процесу пізнання дійсності взагалі, стане ефективнішим, якщо базуватиметься на сучасних наукових знаннях і теоретичних уявленнях [2, за 24].

А. Львовчіна зазначає, що залежно від особливостей когнітивного, емотивного й конативного компонентів свідомості виокремлюють три типи екологічної свідомості: антропоцентричний, біоцентричний та екоцентричний. Варто розглянути детальніше кожен тип.

Сутність антропоцентричної свідомості розкривається насамперед у таких світоглядних принципах:

1. Найвищою цінністю є людина. Усе інше в докільлі цінне настільки, наскільки корисне людині. Докільля – це власність людини і вона може розпоряджатися ним на власний розсуд.

2. Світ має ієрархічну будову. Вершину ієрархії займає людина, середину – речі, створені людиною, фундамент – об’єкти природи, які, у свою чергу, упорядковуються залежно від корисності для людини.

3. Метою взаємодії з довколишнім середовищем є використання його для задоволення тих чи інших потреб людини, для отримання нею “корисного продукту”. Природа – це об’єкт дії людини, а не самодостатній суб’єкт.

4. Розвиток докільля має підпорядковуватися розвитку людства (С. Дерябо, В. Ясвін, О. Рудоміно-Дусятська) [2, 82].

Також дослідниця А. Львовчіна зауважує, що протилежним антропоцентричному типу екологічної свідомості є природоцентричний, або, як його ще називають, біоцентричний тип свідомості [2, 83]. Природоцентрична екологічна свідомість – це система уявлень про світ, що базується на ідеї підпорядкування соціуму природі [2, за 22].

Окрім цих двох типів, дослідники виділяють ще екоцентричну свідомість. О. Набочук визначає екоцентричну екологічну свідомість як стійку систему уявлень про світ, для якої є характерними: зорієнтованість на екологічну доцільність, відсутність протиставлення людини і природи; сприймання індивідом природних об’єктів як повноправних суб’єктів, партнерів по взаємодії з людиною; розуміння людиною доцільності балансу прагматичної і непрагматичної взаємодії з природою [3]. Дослідники розуміють наслідки глобальної екологічної катастрофи, а тому спрямовують свою діяльність на розробку концепцій збереження та розвитку докільля, в основі яких є екоцентризм.

З огляду на аналіз вищезазначених дефініцій, особливостей типології та формування екосвідомості, пропонуємо сформулювати зрозуміле та зручне для використання в засобах масової інформації визначення поняття “екологічна свідомість”.

Екологічна свідомість – це розуміння людиною того, що вона є частиною екосистеми, а також усвідомлення нею наслідків діяльності у цій системі. Даний термін важливий для використання та поширення в інформаційному просторі, збільшення кількості сюжетів на природоохоронну тематику, а також для підвищення рівня обізнаності та екосвідомості українського суспільства.

Висновки. За результатами теоретичного аналізу можна дійти таких висновків: Єдиного повного та цілісного визначення поняття “екологічна свідомість” не існує. Проте проведення досліджень та вивчення формування екологічної свідомості в населення, факторів, які впливають на неї є надзвичайно важливими для сьогодення.

Існує декілька класифікацій типів екологічної свідомості, проте більшість дослідників, залежно від особливостей когнітивного, емотивного й конативного компонентів свідомості, розрізняють антропоцентричну, біоцентричну та екоцентричну екосвідомість.

Екологічна свідомість формується завдяки стимулюванню екологічного мислення. Необхідною ознакою екологічного мислення є визнання виняткової пріоритетності проблеми стійкості біосфери по відношенню до антропогенних діянь серед усіх інших проблем практичної діяльності людини [5, 98].

Формулювання визначення екосвідомості для полегшеного сприйняття українським суспільством та застосування в засобах масової інформації може стати поштовхом для створення спеціального словника з екологічної психології для медійників.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рамкова конвенція Організації Об'єднаних Націй про зміну клімату [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_044](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_044)
2. Львовичкіна А. М. Основи екологічної психології : Навч. посіб. – К. : МАУП, 2004. – 136 с. – Бібліогр. : с. 130-132.
3. Набочук О. Ю. Рецепція проблеми структури екологічної свідомості старшокласника / О. Ю. Набочук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://junnat.kherson.ua/ekologichna-svidomist.htm>
4. Литвинчук А. Екологічна свідомість та самосвідомість як предмет наукового дослідження / А. Литвинчук [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://social-science.com.ua/article/1130>

5. Соціоекологія конспект лекцій для студентів енергетичного інституту фаху 8.070801 – Екологія і охорона навколишнього середовища / Укл. В. О. Кудінов. – Одеса: “Наука і техніка”, 2004. – 128 с.

---

*Коновалов О.С.*<sup>34</sup>

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТА**

Будь-яке цивілізоване суспільство, на якій би стадії розвитку воно не знаходилося, не може відмовити людині в його бажанні спілкуватися і висловлювати свої емоції в процесі творчості. Вірніше було б сказати, що кожна епоха породжує нові лідируючі форми культури, які найбільш ефективно задовольняють ці інтереси і потреби, виявляються найбільш дієвими як з точки зору утилітарних функцій, так і найбільш прийнятними за своїм соціальним статусом. Соціальна ціна в даному випадку еквівалентна рівню комунікації, взаєморозуміння та консолідації членів суспільства.

Тим часом термін «медіакультура» як дітище сучасної культурологічної теорії, введений для позначення особливого типу культури інформаційного суспільства. При цьому у вітчизняній науці і практиці більш поширеними до недавнього часу були такі поняття, як «засоби масової інформації» (ЗМІ), «засоби масової комунікації» (ЗМК), в західних дослідженнях використовується термін *mass media*.

Медіа - це термін ХХ ст., Введений для позначення технічної продукції «масової культури», тому у дослідників з'явилася можливість переглянути історію і теорію культури, використовуючи досвід соціології, економіки та інших дисциплін. Поява даного феномена спричинила за собою формування нової медіареальності сучасної медіасредини, медіаринку, медіаменеджменту, медіакритиці, функції, статус та сфера діяльності яких стають набагато різноманітнішими, ніж це було раніше. Чималу роль в дослідженні функціонування медіакультури на Заході в ХХ в. зіграли такі теоретики культури і соціологи, як Т. Адорно, Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, В. Беньямін, Ж. Бодрійяр, Ж. Дерріда, Ж. Дельоз, М. Маклюен, Г. Маркузе, С. Жижек, Х. Ортега-і-Гассет, М. Фуко та ін.

Вальтер Беньямін по праву вважається однією з ключових фігур в процесі переосмислення художньої культури ХХ ст., Одним з творців

---

<sup>34</sup> Студент ОС «Магістр» Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.



відповідного концептуальної мови [1, 15]. Ще в середині 1930-х рр. він позначив суть проблем, з якими зіткнулися, з одного боку, соціальні теорії, а з іншого - сучасне мистецтво і художня критика. Для останніх найбільш знаменною подією стали необмежені можливості технічного репродукування, зникнення онтологічних і соціальних кордонів між копією та оригіналом, руйнування «аури» твори мистецтва. Все це швидко знецінило такі поняття, як творчість і геніальність, вічна цінність і таїнство мистецтва. Більш того, репродукційна техніка вивела репродукційний предмет зі сфери традиції, замінила його унікальне існування масовим - на місце індивідуального споживання і насолоди сучасна культура пропонує все більш різноманітні і витончені форми масового споживання.

Найбільш важливі в цьому ключі досягнення канадського соціолога Герберта Маршалла Маклюена, який вважається одним з перших медіатеоретик, заново переглянувши всю історію культури. Він присвятив свої роботи аналізу комунікативних каналів в сфері культури і досліджував повсякденне життя людини в інформаційному суспільстві - світі, створеному новітніми засобами масової інформації. Саме Маклюен одним з перших використав термін «media», який культурологами, а потім і соціологами, філософами, журналістами став використовуватися для позначення різних засобів комунікації.

М. Маклюен вів свою активну наукову діяльність у 1950-1960-і рр., Коли сучасний погляд на культуру, як відомо, вимагав акцентів на текстовому аналізі, так що інтерес Маклюена до мови, риторики та поезики медіа виник не випадково. Інтерес до масової культури підігрівало навколишнє оточення - в той час багато критиків задумалися про світ «тотемістських медіа». Америка середини минулого століття була зачарована і перебувала під гіпнозом нового світу - світу кіно, коміксів, реклами, поп-музики, світу символів і дотепності, розкішного хаосу людських пристрастей і об'єктів бажання. Маклюен став писати про це, зробивши основний акцент на культурних кліше нових медіа.

Щоб уникнути непорозуміння, уточнимо, що медіа - це не просто засоби для передачі інформації, це ціле середовище, в якому виробляються, естетизуються і транслиуються культурні коди. «Медійні, - зазначає В. Савчук, - це екзистенційний проект спраглих пробитися і достукатися поверх і через газетну смугу, теле- і радіоефір» [2,38]. У подальшому своєму розвитку особливості цієї медіасреди «викристалізуються» і втілюються в

окремомий феномен, який стає знаковим для історії культури того чи іншого періоду.

З появою медіакультури стало можливим говорити про розширення звичної для нас схеми комунікативного процесу. Для початку згадаємо класичну схему передачі інформації. Для цього потрібно чітко розрізнити повідомлення (або послання), інтерпретацію (або сприйняття) і комунікацію. Повідомлення (message) - це «річ», який передається продукт інтелектуальної діяльності людини. Інтерпретація - це «думка», тобто купується знання. Комунікація - це лише операція передачі, трансляції.

Вивчення соціокультурної ситуації в сучасній Україні демонструє, те що розширюючийся медіапростір все більш активно впливає на суспільну свідомість як сильний засіб інформації, культурних і освітніх контактів, так само як умова формування креативних можливостей персони вже новітнього тисячоліття. У цьому зв'язку поглиблюються наші суспільні зв'язки і моделі постсучасної ідентичності, змушуючи ще раз вдатися до осмислення подібних явищ, так само як «масмедіа» і «медіакультури» і їх значимості в соціумі.

У числі найбільш значущих функцій ЗМІ називається функція формування масової свідомості (ідеологічна або соціально орієнтована), яка містить в собі великий спектр впливу - починаючи з повідомлень про факти, події, впливу на громадську думку, до впливу на цінності, ідеали, світогляд аудиторії [3, 11].

До ідеологічної функції додається культурно-освітня - формування політичної, економічної культури, етичне і естетичне виховання, а крім того пропаганда знань з області медицини, фізичної культури, культури дозвілля і т. д.

У літературі, як вітчизняній, так і зарубіжній, зустрічається далеко не співпадаючий перелік визначень функцій ЗМІ. Частково дані відмінності задаються ступенем детальності характеристик функцій ЗМІ (детальніші підфункції виділяються в самостійні, частково - різним розумінням актуальності для сучасності тих чи інших суспільних завдань, що вирішуються за допомогою ЗМІ).

Аналіз вікових особливостей розвитку студентів, виявило, що описуваний період життя є найбільш активним в плані розвитку творчих здібностей, власних світоглядних поглядів, тому утворення на матеріалі медіакультури є ефективним в студентські роки. Таким чином, на думку

багатьох вчених, пік інтелектуальної активності припадає приблизно на 17 - 20 років. Юнацький вік зіштовхує особистість з безліччю нових, суперечливих життєвих ситуацій, перехідний вік стимулює і активізує її творчі потенції.

Таким чином, юнацький вік - це той вік, в якому творча активність як ніколи висока.

Творчість допомагає студентові «дорослішати», так як саме в ній він може приймати свої навіть найсміливіші рішення, саме через творчість він може відстоювати власну точку зору. Ранній юнацький вік володіє всіма передумовами творчої діяльності: здатність виділяти своє «Я»; умінням протиставляти себе як суб'єкта об'єктів свого впливу і рефлексувати свої слова, дії, думки. «Інакше кажучи, самосвідомість забезпечує внутрішню стійкість і спадкоємність усвідомлення своїх переживань, станів, емоцій і, таким чином, підтримує стабільність і напруженість інтелекту особистості» [4,49]. Крім того, отримує розвиток важливий інтелектуальний компонент творчості - дивергентне мислення, що припускає безліч однаково правильних відповідей на одині і ті же питання.

Безумовно, формування медіакультури буде успішно, в разі якщо воно ґрунтується на творчій активності самої персони і передбачає характерні риси його життєвого світу і інтересів (в нашому випадку в області медіакультури, як важливої частини життя сучасної молоді).

Базою медіаосвітньої діяльності вважається «пробудження творчого початку особистості і включення мистецтва в її реальний життєвий світ» [5,18], в світ медіа.

Виходячи зі сказаного, ми маємо право дати новому феномену наступне визначення: медіакультура - це сукупність інформаційно-комунікативних засобів, вироблених людством у ході культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості та соціалізації особистості. Вона включає в себе культуру передачі інформації і культуру її сприйняття; може виступати і системою рівнів розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати той чи інший медіатекст, займатися медіаторчеїстю засвоювати нові знання за допомогою медіа [5, 26]. Все сказане доводить, що медіакультура - це явище динамічне, що розвивається разом із суспільством в контексті його соціально-культурної модернізації.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Беньямін В. Твір мистецтва в епоху його технічної відтворюваності: обр. есе. М., 1996.
  2. Савчук В. Конверсія мистецтва. СПб., 2001. С. 25.
  3. Маклюен М. Розуміння медіа. М. ; Жуковський, 2003.
  4. Барт Р. міфології. М., 2000..
  5. Жижек С. Кіберпростір, чи Нестерпна замкнутість буття // Мистецтво кіно. 1998. № 1. С. 125.
- 

*Коптєва А. О.*<sup>35</sup>

## ПРАВО НА КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

Журналіст постійно робить сюжети для розповсюдження інформації у колах суспільства. Для якісного контенту необхідно мати достовірні джерела інформації. Однак слід зазначити, що не завжди джерело інформації бажає розкривати своє ім'я у цілях безпеки.

Мета дослідження – розглянути види захисту журналістських джерел в Україні та порівняти їх із міжнародними.

Проблему охорони джерел інформації журналіста досліджували такі науковці: О. Кузнецова, В. Іванов, В. Сердюк, Т. Шевченко, Д. Хілден, В. Овербек та інші.

Журналіст – це особа, яка збирає, оброблює та розповсюджує інформацію за допомогою засобів комунікації на професійній основі [6]. Джерело – це будь-яка особа, яка надає інформацію журналістові [9]. Для поширення інформації необхідно робити посилання на джерело. Існує класифікація джерел інформації. Первинні джерела – свідки або учасники подій. Вторинні – переказ інформації від первинного джерела [4]. Джерело повинно упевнитись у своїй анонімності. У світі прийняті такі угоди для конфіденційності матеріалів, які надає джерело:

- «Не для запису» – публікація інформації заборонена. Вона надається тільки для розуміння ситуації та направлення журналіста у потрібний бік.
- «Без згадки про ім'я» – оприлюднення матеріалу, але посилання на джерело має бути відсутнє.
- «Часткова згадка» – загальна характеристика джерела інформації. На кшталт, «Як стало відомо з урядових джерел»
- «Для запису» – публікація матеріалу з посиланням на джерело [4].

---

<sup>35</sup> Студентка Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця.

Також треба відзначити, що заборонено викривати інформацію щодо джерела. Ім'я та данні про джерело, голос та фотографії, які ідентифікують особистість заборонені у публікації [8]. Журналіст повинен дотримуватися вимог джерел інформації. Однак окрім журналіста, який повинен зберегти анонімність джерела, тим самим надавши йому безпеку, потрібно звернути увагу на закон. Чинне законодавство України не відповідає Європейському стандарту захисту конфіденційності. В Україні журналісти керуються Законами України «Про інформацію» [2], «Про друковані засоби масової інформації в Україні» [1], «Про телебачення і радіомовлення» [3]. Однак слід зазначити, що за цими законами суд має право вилучити у журналіста інформацію про джерело на першу вимогу суду. Через це виникає конфлікт між судом і журналістом. Розглянемо справу журналіста Михайла Подоляка, який опублікував статтю «Таємна вечерея» у видавництві «Українська газета» стосовно версії отруєння Віктора Ющенка [5]. Михайло Подоляк провів журналістське розслідування, у якому висунув версію отруєння В. Ющенка. Після випуску статті, М. Подоляка декілька разів викликали до суду як свідка у справі замаху на життя В. Ющенка. Прокуратура вимагала розкриття джерел, але журналіст категорично відмовився це робити. У результаті суд не знайшов винних у цій справі. Через великий резонанс журналіст не розкрив ім'я джерела, але у більшості випадків під опорою закону, відбувається витік інформації.

У США діють закони, за якими журналіст не має право розповсюджувати інформацію про анонімне джерело без його згоди. Якщо журналіст порушує цей закон, джерело інформації може подати на нього до суду за невиконання умов договору [4]. Але є виняток у цьому законі. Якщо журналіста підозрюють у кримінальному злочині, суд може вилучити матеріали. Для розкриття джерел інформації у США позивач повинен довести, що джерело інформації має стосунок до справи, його ім'я є обов'язковою умовою суду та з'ясування цього імені можливо тільки через редакцію [4]. Однак не всі штати мають такі закони. За таких обставин, коли джерела інформації не захищені законом, потрібно робити вибір: або розкривати таємницю, або сідати за ґрати. Журналіст Майрон Фарбер, який працював у видавництві «The New York Times», сидів у тюрмі сорок днів за мовчання та не розголошення джерел інформації. Газета за час перебування Фарбера за ґратами сплатила 285 тисяч доларів штрафу. 100 тисяч видавництво заплатило після арешту та по 5 тисяч на день за кожен день відмови працювати зі слідством [8].

У Європі журналістські джерела охороняє Рекомендація Ради Європи № R (2000) 7 «Про право журналістів не розкривати свої джерела

інформації», де Рада Європи гарантує захист джерелам інформації не тільки в оприлюдненні матеріалу, а ще й у суді [7]. Право на захист має юридична та фізична особи, які мають стосунок до збирання інформації. Вплинуло на розвиток захисту журналістських джерел у Європі судова справа «Гудвін проти Великобританії» [8]. Гудвін мав таємне джерело інформації у компанії «Текра». Їм був комп'ютерний майстер, який повідомив про фінансову кризу в компанії. Гудвін пішов до керівництва «Текра», щоб підтвердити або спростувати інформацію. Після того, як керівники дізналися про витік інформації, вони подали заяву до суду. «Текра» вимагала у видання розкрити джерело інформації, але Гудвін відмовився це робити. У результаті суд оштрафував видавництво у розмірі 5000 фунтів стерлінгів [8]. Гудвін зміг відстояти у Європейському суді свої права та права таємниці джерел. Суд вирішив відхилити позов «Текра», бо розкриття таємних джерел інформації – це порушення свободи слова.

Якщо буде заборонено приховувати джерела інформації, потенційні джерела будуть боятися ділитись інформацією задля своєї безпеки. Таким чином, ЗМІ втратять велику кількість інформації. Це зумовить скорочення кількості журналістських розслідувань, бо будуть відсутні надійні джерела.

Для збереження прав журналістів та прав анонімних джерел інформації в Україні, потрібно перейняти досвід європейських країн. По-перше, потрібно терміново редагувати закон, де буде обмеження прокуратури у вимаганні відкриття конфіденційних джерел. Потрібні виключення, але для розкриття анонімних джерел, потрібні вагомі аргументи. По-друге, в Україні не досконало сформований етичний кодекс журналіста. Існують усні переконання, які взяті з аксіології. Ми живимо у XXI столітті і потрібен документ, який прописує не тільки права, але й обов'язки журналістів. Якщо закон про таємницю джерел інформації вступить у силу, потрібно обов'язати журналіста ретельно перевіряти чи правдиву інформацію розголошує анонімне джерело. За розповсюдження неправдивої інформації, журналіст повинен встати перед судом й отримати адміністративне порушення, штраф та виправні роботи. За розкриття даних джерел інформації потрібно штрафувати журналіста та саджати за ґрати. Адже розкриття конфіденційних джерел загрожує життю та здоров'ю самого джерела. Тобто якщо джерело буде вбито, після його розкриття у суді, журналіст повинен також за це відповідати.

При виконанні усіх законів, прав та обов'язків, справи будуть розкриватися швидше. При захисті анонімних джерел, буде надходити більше важливої інформації, яка буде робити у громадськості резонанс. Завдяки цьому може знизитись злочинність в Україні.

Отже, було проаналізовано захист анонімності джерел інформації у різних країнах світу. Україні потрібно терміново розглянути нові закони стосовно джерел інформації. Слід звернути увагу на Європейський досвід, адже він більш досконалий та може бути адаптований під українські реалії.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про друковані засоби масової інформації» // База даних "Законодавство України" [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2782-12>
2. Закон України «Про інформацію» // База даних "Законодавство України" [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2657-12>
3. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» // База даних "Законодавство України" [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3759-12>
4. Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. Журналістська етика: підручник / Іванов В.Ф., Сердюк В.Є. – К.: Вища шк., 2007. – 237 с.
5. Мигаль М. Редактор «Української газети» Михайло Подоляк: «Свої джерела інформації я ніколи не розкриваю». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://khp.org/index.php?id=1121789149&w=%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BB%D0%B0+%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97>
6. Практикум із журналістської етики: Навчальний посібник/ В. Ф. Іванов, С. В. Штурхецький. – Під ред. проф. В. Ф. Іванова. – К: видавець О. Зень, 2012. – 320 с.
7. Рекомендація № (2000)7 Комітету Міністрів Ради Європи [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.coe.kiev.ua/docs/km/r%282000%297.htm>
8. Шевченко Т. Захист журналістських джерел. [Електронний ресурс] / Шевченко Т. – Режим доступу: <https://cedem.org.ua/analytics/zahyst-zhurnalistskyh-dzherel/>

*Коцар М. О.<sup>36</sup>*

### ПРАВОЗАХИСНА ТЕМАТИКА: КОНТЕНТ ОНЛАЙН-РАДІО

З огляду на стрімкий технологічний розвиток та збільшення можливостей українців мати якісний доступ до мережі інтернет, традиційні медіа все більше починають з'являтися в віртуальному середовищі. Проте є

---

<sup>36</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

низка медіа-ресурсів, які не мають аналогових відповідників. Це ті засоби масової інформації, які існують виключно у веб просторі.

Мета роботи з'ясувати, чи достатньо останнім часом нові медіа, а саме онлайн-радіо приділяють увагу правозахисній тематиці. Завдання дослідити те, яким чином представлена тематика прав людини в контенті на прикладі трьох передових онлайн-радіостанцій України, а саме: Радіо Аристократи, Old Fashioned Radio та Радіо Skovoroda.

Джерела дослідження – сайти зазначених онлайн-радіостанцій.

Чому сьогодні дослідникам варто звертати увагу на контент інтернет-радіо? За даними компанії ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» станом на 2017 рік прослуховування радіо на мобільному телефоні онлайн обігнало прослуховування радіо в автомобілі.

З 30 березня 2018 року в Україні з'явився 4G (з англ. 4th Generation) – стандарт четвертого покоління мобільного радіозв'язку завдяки якому споживання контенту інтернет-медіа з мобільних пристроїв стає ще більш швидким та зручним. За даними незалежного дослідження «Smart Ukrainians 2018» 45% українців є власниками смартфонів, що становить у п'ять разів більше, ніж у 2013 році.

Кількість користувачів інтернету в Україні збільшується з кожним роком за рахунок зменшення вартості послуг інтернет-провайдерів, появи якісного покриття навіть в малозаселених місцевостях. Онлайн-медіа мають чимало технічних переваг перед традиційними ЗМІ, а саме: оперативність, інтерактивність, мультиплатформеність та доступність до широкого кола населення.

Розглянемо більш детально, який відсоток від загальної кількості контенту онлайн-радіостанції приділили правозахисній тематиці в період з 1 січня 2018 року до 31 вересня 2018 року.

Радіо «Сковорода». Це недержавна, комерційна станція, яка розпочала роботу в 2015 році у Львові. З початку 2018 року в ефірі звучать дев'ятнадцять регулярних розмовних шоу. Всього за цей період на сайті мовника опубліковано 267 подкастів на теми: музика, технології, подорожі, урбаністика та гумор. 29 подкастів – на правозахисну тематику. Серед регулярних програм варто виділити «MAJORITY OF MINORITIES» (20 епізодів). Ведучий Володимир Беглов за підтримки Freedom House Ukraine проводить інтерв'ю з правозахисниками та активістами, які захищають права різних меншин: етнічних чи професійних, релігійних чи мовних, вікових чи гендерних. Також варто зазначити, що в ефірі радіо «Сковорода» регулярно звучить програма «ДІТИ 2.0» з Юлією Гемберг. Частина подкастів (9 шоу) присвячена захисту прав дітей.



Радіо Аристократи. Це київська онлайн-радіостанція, яка була створена у 2014 році. Переважно контент радіо – це розважальні музичні шоу та інтерв'ю з музикантами як українськими, так і зарубіжними. Серед регулярних програм (всього 27), які частково зачіпають права людини, є дві на суспільно-політичну тему: «Цивілізація» з Іваном Яковиною та «Голос (А)».

Отже, серед 392 подкастів, які були опубліковані в період з 1 січня 2018 року до 31 вересня 2018 року лише 13 були на правозахисну тематику.

Old Fashioned Radio. Київська радіостанція, яка спеціалізується на джазі. Окрім п'яти регулярних програм про джаз, радіостанція має в ефірі кілька шоу про сучасне мистецтво, музику різних жанрів, політику, історію, літературу. Початок мовлення 2016 рік. Всього 20 розмовних програм в ефірі в період з 1 січня 2018 року до 31 вересня 2018 року. Серед них варто виділити два шоу: «Еволюція або смерть» з Іваном Семесюком, де нерідко запрошуваними гостями були правозахисники та активісти, а також спеціальні серії подкастів на підтримку фестивалю документального кіно про права людини Docudays UA. З 291 подкасту на сайті онлайн-радіо 23 на правозахисну тематику.

Висновки. Сьогодні інтернет для ЗМІ став пріоритетним інструментом просування контенту. А для онлайн-медіа, про які йшла мова в цьому дослідженні, це єдиний можливий спосіб існування взагалі. Ми не можемо не брати до уваги тенденцію, що для споживача комп'ютер чи смартфон основний спосіб задовольняти свої інформаційні потреби. Тож науковцям слід ретельно вивчати цю сферу, адже на сьогодні існує дуже мало вітчизняних досліджень щодо контенту онлайн-радіо.

Правозахисна тематика в умовах нестабільного політичного становища в державі повинна займати чи не центральне місце в контенті медіа. Навіть в розважальних музичних онлайн-радіо України ми можемо побачити подкасти на будь-які популярні теми, а також спроби торкнутися прав людини, але поки що вони не надто вдалі. Підсумовуючи можна порахувати, що 11% (Радіо «Сковорода»), 3% (Радіо Аристократи), 8% (Old Fashioned Radio) від загальної кількості контенту були на правозахисну тематику, що досить мало.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Колодкін В. Радіо в Інтернеті / В. Колодкін // Вестник ВГУ. Серія: Філологія. Журналістика. – 2004. – № 1.
2. Артамонова І. М. Системні характеристики онлайн- та офлайн-ЗМІ / І. М. Артамонова // Вісник СумДУ. Серія: Філологія. – 2008. – № 1.

*Ладика І. Я.*<sup>37</sup>

### СПЕЦИФІКА ТРАКТУВАННЯ ТЕРМІНА «ГЕНДЕР»

У науковому середовищі існує багато різних визначень поняття «гендер», проте усі дослідники сходяться у тому, що розрізняють терміни «гендер» та «стать».

**Метою** нашого дослідження є визначення специфіки трактування терміна «гендер» серед науковців. Для цього ми зібрали та порівняли різні дефініції у сферах психології та літературознавства, які пропонують найавторитетніші гендерні дослідники та дослідниці. Серед них відзначаємо праці Тамари Марценюк, Тамари Мельник, Терези де Лауртіс, Крістін Делфі та Джудіт Батлер.

Відтак, слово «гендер» прийшло в українську мову з англійської («gender») й означає соціальну стать людини на відміну від статі біологічної («sex»), соціальну роль, соціальні можливості жінки й чоловіка в суспільстві – освіті, професії, доступі до влади, сімейні ролі й репродуктивну поведінку.

На відміну від поняття статі, гендер стосується не суто фізіологічних властивостей, за якими різняться чоловіки та жінки, а соціально сформованих рис, притаманних «жіночості» (femininity) та «мужності» (masculinity). Гендер – це соціально-рольовий статус, який визначає соціальні можливості в освіті, професійній діяльності, доступі до влади, розподілі сімейних ролей та репродуктивній поведінці [1, с. 16-18].

Дослідниця гендеру Тамара Марценюк теж акцентує увагу на соціальному походженні цього явища: «Гендер – це певні соціальні ролі, що їх очікують від чоловіків і жінок. ...Коли говорять про гендер, то мають на увазі насамперед нерівність, а не лише відмінність між чоловіками і жінками. Разом із нерівністю йдеться про ієрархію, стратифікацію і владу, вбудовану в гендерні відносини [2, с. 17].

Гендерна дослідниця Тамара Мельник подає таке визначення поняття: «Гендер – це змодельована суспільством та підтримувана соціальними інститутами система цінностей, норм і характеристик чоловічої й жіночої поведінки, стилю життя та способу мислення, ролей та стосунків жінок і чоловіків, набутих ними як особистостями в процесі соціалізації, що насамперед визначається соціальним, політичним, економічним і культурним контекстами буття і фіксує уявлення про жінку та чоловіка залежно від їхньої

---

<sup>37</sup> Студентка 4 курсу факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка.

статі». Йдеться про те, що гендер – це не щось природне, набуте з народженням. Для кожної конкретної людини гендер – це своєрідний «костюм» або маска, які слід носити відповідно до соціальних ролей, до пануючих культурних чи політичних особливостей в суспільстві [3, с.37-38].

Гендер – це не просто роль, яку ми граємо залежно від нашого бажання чи небажання. Гендер – це радше базова ідентичність, за якою люди визначають та позиціонують один одного, відповідно до якої очікується наша діяльність у суспільстві. Гендеру «навчаються» шляхом соціалізації і гендер конструюють протягом усього життя [4, с. 12].

Професорка Тереза де Лауртіс зазначає, що «принципова різниця між категоріями «гендер» та «стать» полягає у відмінній їхній генезі. Стать як фізіологічна категорія має анатомічну основу та природний характер. Гендер – це своєрідна смислова надбудова над статтю, сформована культурою сукупність атрибутів, моделей поведінки, ролей, які приписані чоловікові та жінці; це категорія, конструйована суспільством. Гендер не розглядається як щось дане, наперед притаманне людині – це «набір ефектів, що виникають у тілах, поведінці і суспільних відносинах» внаслідок «складної політичної технології» залучення у поле дії культурних оцінок і переваг через мовні практики [4, с. 47-48].

Учені говорять, що гендер є культурно зумовленим або культурно конструйованим. Адже кожна культура має свої стандарти фемінності (жіночності) та маскулінності (фемінності), які є не стабільні й незмінні, а, навпаки, різні й варіативні. Ці стандарти ще називають гендерними нормами [1, с. 14-15].

Поняття «гендер» з'являється у соціально-гуманітарному знанні другої половини ХХ ст. як похідне від поняття статі. Однак, гендер є не біологічною, а соціокультурною категорією: індивід не отримує «гендер» автоматично від народження, а набуває у процесі включення в суспільне життя. У Глосарії Гендерного інформаційно-аналітичного центру «Крона» про гендер зазначено, що це – комплекс культурних і соціальних характеристик, що охоплює всі сфери діяльності людини. Гендер неоднаково осмислюється й трактується на різноманітних етапах розвитку гендерної теорії, котрі як змінюють один одного, так і функціонують паралельно. На сучасному етапі розвитку гендерної теорії бажаним до використання є останнє з наведених тут означень.

Сучасні теорії гендерних відносин доводять, що соціальні відмінності між чоловіками та жінками не мають біологічного походження, не є «одвічно даними», а лише набутими, приписаними індивідові суспільством». Окрім того, поняття «гендер» має множинний і ситуативний характер. Уявлення

про те, що означає бути жінкою чи чоловіком, змінюється залежно від історичного і соціально-культурного контексту [7, с. 7-8].

Загалом усі дослідники наголошують на соціальній природі і сутності гендеру, визначених різними нормами для чоловічої та жіночої дії і взаємодії, а також на важливості соціалізації у формуванні гендерного образу, гендерної ідентичності особистості [8, с. 50].

Теоретики гендеру Крістін Делфі та Джудіт Батлер відійшли від загальноприйнятого твердження, що стать є первинною, бо дається з народження, а гендер – вторинним. Вони вважають, що «гендер передуює статі» і що культурне обумовлювання соціального розподілу праці (Делфі) і соціального значення (Батлер) саме і слугує засобами конструювання статевих відмінностей як природних і до-соціальних. Гендер слід усвідомлювати не як «реальну» соціальну відмінність між чоловіками і жінками, а як певні уявні, дискурсивні рамки, що окреслюють групи суб'єктів, соціальні ролі яких визначаються їхнім статевими/біологічними відмінностями на противагу їхньому економічному становищу або участі в етнічних і расових спільнотах. Статеві відмінності також мають усвідомлюватися як уявні, дискурсивні рамки, в яких групи соціальних суб'єктів визначаються різною їхньої статевою/біологічною конституцією. Іншими словами, як «гендер», так і «стать» можуть аналізуватися як уявні, дискурсивні рамки, проте з відмінним змістом [3, с. 212].

Для теоретиків гендеру інтелект тої та іншої статі – це нейтральна пасивна сутність, порожня форма, до якої записуються різні «соціальні» уроки. В їхньому викладі тіло є лише пасивним представником для таких записів. Дослідниця Джоан Скотт назвала «соціальну стать» або гендер «первинним способом визначення владних стосунків» [3, с. 213, 16].

Черговим викликом для журналістики стала гендерна революція чи навіть їхня низка за останні шість десятиліть, від моменту «винайдення» у 1968 році американським соціологом Робертом Столлером самого терміна «гендер». Усвідомлення того, що більшість оточуючих нас «традицій» та «порядків» є не лише відносними, але й іноді – контрпродуктивними, такими, що стоять на заваді прогресу загалом та вільному розвиткові особистості зокрема – все більше опановує колективний розум [4, с. 21].

Звичайна для освічених сучасників думка про те, що поведінка людини насамперед визначається не так своїми біологічними особливостями, як її соціальною роллю на тлі суспільних відносин, стала ще півстоліття тому справжнім відкриттям для науковців. Люди настільки різні, а суспільні відносини – мінливі, що сьогодні неможливо визначити роль чи місце людини винятково за її біологічними (вік, стать, вага, колір шкіри, наявність

особливих потреб) чи ментальними (вірування, ідеологічні переконання, гастрономічні уподобання) характеристиками [4, с. 55].

Гендер – поняття міждисциплінарне, тому його визначення існує також і в літературі. У «Літературознавчій енциклопедії» його тлумачать як «рольові, зумовлені впливом соціуму особливості поведінки представників обох статей, зафіксовані у поняттях «фемінність» (жіночність) і «маскулінність» (чоловічність), тлумачення яких відрізняється від біологічного трактування статі» [5, с. 215].

У психології існує окремий напрям, який досліджує зокрема і питання гендеру – гендерна психологія. Ця наука визначає його як «соціально-психологічну характеристика особистості, сформовану у процесі соціалізації, що визначає людину як чоловіка чи жінку і обумовлена культурою, традиціями, соціальними очікуваннями та нормами». «Гендер» є запереченням абсолютної біологічної зумовленості відносин між чоловіками і жінками, наголошенням на невиправданості ототожнення біологічної статі та гендеру (соціальна стать)[8, с. 48-49].

Отже, підсумувавши сказане вище, можемо зробити висновок, що дослідники наполягають та акцентують на соціальній природі гендеру, його конструйованість суспільством, залежність гендеру від конкретної епохи та соціуму. Гендер слід неодмінно відмежовувати від поняття статі, адже остання є природною і визначається з народження. На відміну від неї, гендер формується під час виховання у сім'ї та у процесі соціалізації.

Результати дослідження мають як теоретичну цінність, адже здійснено глибинний аналіз природи поняття «гендер» й систематизацію його визначень, так і практичне значення, позаяк, по-перше, можуть бути використані при підготовці спеціалізованого навчального курсу на правозахисну тематику для закладів вищої освіти; по-друге, й, головне, для практикуючих журналістів задля уникнення суттєвих помилок у тлумаченні терміна в авторських публікаціях.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Гендер для медій / Маєрчик М., Плахотнік О., Ярманова Г. – К.: Критика, 2017. – 217 с.
2. Гендерна абетка для українських медіа / Котова-Олійник С., Стельмах Б., Ярош О. : посібник / Софія Котова-Олійник, Богдана Стельмах, Оксана Ярош. – Луцьк: Волинська мистецька агенція «Терен», 2013. – 50 с.
3. Гендерний підхід: історія, культура, суспільство. – Львів: ВНТЛ-Класика. – 2003. – 252 с.
4. Гендерні медійні практики: Навчальний посібник із гендерної рівності та недискримінації для студентів вищих навчальних закладів / Колектив авторів. – Київ, 2014. – 206 с. – Електронний додаток: диск «Гендерні медійні практики».

5. Літературознавча енциклопедія: У двох томах. Т. 1 / Авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. – К.: ВЦ «Академія», 2007. – 608 с. (Енциклопедія ерудита).
  6. Марценюк Т. Гендер для всіх. Виклик стереотипам / Тамара Марценюк. – К.: Основи, 2017. – 256 с., іл.
  7. Марценюк Т. Гендерна рівність і недискримінація: посібник для експертів та експертом
  8. Ткалич М. Г. Гендерна психологія : навч. посіб. / М. Г. Ткалич. – К. : Академвидав, 2011. – 248 с. – (Серія «Альма-матер»).
- 

*Лобойко Р.*<sup>38</sup>

## ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЩОДО ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ МОЛОДІ

Анотація: проаналізовано проблемні аспекти щодо працевлаштування молодого покоління у сучасному світі. Запропоновані можливі шляхи вирішення проблеми безробіття. Запропоновані певні низки правових документів для повного інформування про правила офіційного працевлаштування.

Ключові слова: зайнятість населення, ринок праці, молодь, Конституція України, роботодавець, безробіття, працевлаштування.

На сьогоднішній день в Україні проблема офіційного працевлаштування молодого покоління є актуальною та потребує негайного вирішення. Проблема розвитку офіційного працевлаштування молоді бентежить громадян, проживаючих на території України. У сучасному світі вважають, що саме молоде покоління є соціально незахищеним осередком суспільства та більш за всіх вразливим. На сьогодні ситуація складається так, що ринок праці повністю наповнений кадрами, через наявність системного кризису починається масове скорочення робочих місць. За відсутності певного досвіду у практиці, базових професійних знань та, можливо, моральної невідповідності до певної конкуренції, втілити право на офіційне працевлаштування молодому поколінню на сьогоднішній день становиться із кожним разом все складніше, а згодом стане навіть неможливо. Через несвоєчасне офіційне працевлаштування безробітне молоде суспільство втрачає навички, професійні вміння та кваліфікацію. Безробіття дуже впливає на такі аспекти, як фізичне та психологічне здоров'я молоді. Хоча у Конституції України вказано, що кожний житель України має повне право на працю та офіційне працевлаштування.

Конституція України – це основний Закон української держави, що прийнятий 28 червня 1996 р. вищим представницьким органом державної влади (Верховною Радою України), володіє вищою юридичною силою і регулює фундаментальні положення організації суспільного і державного

---

<sup>38</sup> Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, студентка 3 курсу, спеціальності «журналістика», спеціалізації «медіакommунікації».

життя: належність державної влади, характер власності, права і свободи громадян, національно-державний і адміністративно-територіальний устрій, систему і принципи діяльності механізму здійснення повновладдя народу [1, с. 247].

Проблему офіційного працевлаштування молоді в Україні за 2015-2016 роки було детально розглянуто телеканалом «24 канал». Після проведених досліджень вивели наступну статистику (Мал.1):



Мал. 1 Статистика безробітності.

Статистика в котрий раз доказує, що проблеми потребують негайного формування ринку праці та забезпечення високого рівня зайнятості більшої частини населення, а особливо слід відзначити, що цього потребує молодь.

Зайнятість населення – це сукупність соціально-економічних відносин між людьми щодо забезпечення працездатного населення робочими місцями, формування розподілу та перерозподілу трудових ресурсів з метою її участі у суспільно корисній праці та забезпечення розширеного відтворення робочої сили [2, с.37-40].

Чому саме молодь не в змозі працевлаштуватися на роботу? Саме тому, що зараз в Україні серед роботодавців існують певні правила щодо офіційного працевлаштування таких осіб на роботу, які офіційно ніде не зазначаються. Офіційна відмова роботодавців – це відсутність робочих місць, хоча насправді це недостовірна інформація. Проблема стала актуальною через те, що держава, роботодавці та, безпосередньо, молоді спеціалісти не в змозі знайти спільної мови та домовитися на тих чи інших умовах працювати. Роботодавці відзначають, що відмовляються приймати на роботу молодих студентів, які щойно закінчили вищі навчальні заклади, лише тому, що вони не мають певного досвіду роботи у тій чи іншій сфері діяльності.

На сьогоднішній день молодь є головною силою майбутнього, до рук яких перейде незалежна, суверенна та демократична держава. Молодь – це соціально-демографічна група, яка виділяється на основі зумовлених віком особливостей соціального становища молоді, їх місця і функцій в соціальній структурі суспільства, їх специфічних інтересів та цінностей [3]. Молодь – це майбутнє.

Сьогодні в Україні молоді віком від 14 до 35 років (а саме ця вікова група відповідно до ст. 1 Закону України «Про сприяння соціальному ставленню та розвитку молоді в Україні» є молоддю) більше 10 мільйонів. А це п'ята частина населення України. Як показує статистика, лише 40% опитаних студентів вузів України вважають, що вони можуть отримати роботу за спеціальністю, а третина випускників професійних технічних училищ змінює свою професію і здобуває іншу спеціальність [4].

Молодь більше піддається і зовнішнім і внутрішнім впливам щодо ситуації із забезпеченням її зайнятості як продуктивнішої частини населення. Спостерігається така ситуація, що в умовах нестабільності молоді робітничі кадри можуть бути скороченими з підприємств через брак відповідного досвіду (до 10-20%), працівники фінансових установ – через зменшення обсягу операцій та зниження рівня доходу (до 9-12%), менеджери середньої ланки – через оптимізацію організаційних структур суб'єктів господарювання, що пов'язано із уповільненням темпів ділової активності (до 8-10%), працівники держапарату – через проголошення Президентом України скорочення чисельності держапарату, в тому числі по Секретаріату на 20% тощо [5, с.44-54].

Зараз на ринку праці майже немає вільних вакансій. Існує деякий дисбаланс між характеристиками бажаної та дійсної роботи. Більшість випускників вищих навчальних закладів після випуску перебувають на обліку у ролі безробітного. Всі вони мають різноманітні спеціальності. Це в той час, коли Україна потребує висококваліфікованих працівників наступних професій: токарі, фрезерувальники, верстатники, наладчики устаткування, слюсарі різноманітних видів виробництва, арматурники, бетонники, муляри, будівельники, монтажники, теслі, електрики, водії різних категорій, швачки.

У процесі пошуку роботи безробітна молодь стикається із певними психологічними труднощами. Їхньою причиною є відсутність в особи внутрішньої готовності до активних дій, невміння змінити попередні установки, мотивація поведінки в нових ринкових умовах [6, с.30]. Отже, за підсумками багатьох досліджень було встановлено та зафіксовано основні проблеми офіційного працевлаштування серед молоді. А саме:



- Повна відсутність можливостей щодо розділу випускників вищих навчальних закладів на робочі місця стосовно отриманої спеціальності;
- Ринок праці потребує певних спеціалістів, але вищі навчальні заклади випускають зовсім інших;
- Роботодавці намагаються не приймати на роботу молодих спеціалістів, так як вони не володіють певними навиками та не мають досвіду роботи;
- Незацікавленість молоді у трудовій діяльності, відсутність мотивації;
- Надмірно завищені вимоги щодо заробітної плати;
- повна відсутність певних програмних та фінансових основ у діяльності служби зайнятості щодо офіційного працевлаштування молодого покоління в Україні.

Для того, щоб вирішити дану проблему треба з чогось почати. Найперше, що треба зробити - це активізувати певні чинники, які б запобігли розширенню можливостей молодого покоління стосовно реалізації власних планів, також певні заходи, що повинні проводитися задля зменшення безробіття серед молоді:

- створити єдину молодіжну біржу праці;
- обов'язково повинна бути наявність стажування студентів;
- створити курси стосовно техніки пошуку роботи та наявність факультативних занять зі створення професійного резюме та самопрезентації;
- реалізувати координацію міжнародної діяльності щодо обміну студентами для стажування або волонтерства;
- влаштувати зустріч з колишніми безробітними, які вже мають досягнення в роботі з метою проведення лексичних занять. Забезпечити масштабне висвітлення позитивного досвіду засобами масової інформації;
- скоординувати безробітних на існуючі тренінги та семінари стосовно офіційного працевлаштування, підвищення самооцінки та інші. Семінари створені заради визначення спеціальностей, професійних наслідків та кваліфікації, які повинен мати кожен випускник; [7], <http://nuph.edu.ua/ru/тренінг-успешное-трудоустройство>]
- створити медіа-проекти, які були б акцентовані на фінансування заходів зайнятості серед молодих спеціалістів.

Аналізуючи проблему безробіття серед молоді, можна зробити певні висновки. Основний шлях подолання соціальної напруги на ринку праці – формування нормативно-правової та фінансової баз єдиної системи соціально-професійної орієнтації та адаптації молоді, як складової

частини політики розвитку людських ресурсів, де були б задіяні всі зацікавлені сторони.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кравчук М.В. Теорія держави і права. Проблеми теорії держави і права: Навчальний посібник. – 3-тє вид., змін, і доп. – Тернопіль: Карт-бланш, 2002. – 247с.
2. Краснов Ю. Методологічні основи відтворювального механізму зайнятості населення // Україна: аспекти праці. – 2008. - №4. – С.37-40
3. Айдарова И.А. Проблеми працевлаштування молоді на ринку праці // Гуманітарні наукові дослідження. 2014. №6 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://human.snauka.ru/2014/06/7156>
4. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України від 05.02.1993р. №2998-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [zakon5.rada.gov.ua](http://zakon5.rada.gov.ua)
5. Богоявленська Ю. В. Адміністративно-правові механізми управління зайнятістю молоді в Україні в умовах фінансової кризи // Економіка та держава. – 2009. – №3. – С.44-54
6. Гаркавенко Н. Напрями вдосконалення політики зайнятості населення у ринкових умовах // Україна: аспекти праці. – 2008. – №6. – С.26-32.
7. Тренінг «Успешное трудоустройство» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nuph.edu.ua/ru/тренинг-успешное-трудоустройство>.

*Мірошниченко П. В.*<sup>39</sup>

### ПРАВА ЛЮДИНИ – ФУНКЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЧИ СУПУТНІЙ РЕЗУЛЬТАТ? (ЗРІЗ ДУМОК СТУДЕНТОК І СТУДЕНТІВ)

Протягом минулого навчального року на факультеті журналістики Запорізького національного університету було внесено зміни до програм двох дисциплін – «Журналістська етика» та «Суспільствознавча журналістика». Автори цих курсів брали участь у роботі «Академії з прав людини для журналістів та журналісток» – амбітної програми стажування/підвищення кваліфікації викладачів і викладачок журналістики українських вишів за підтримки Програми розвитку ООН в Україні та Міністерства закордонних справ Данії. Актуальна й украй важлива інформація про стан сфери прав людини в Україні від активістів і активісток різноманітних громадських правозахисних організацій не могла не змінити ставлення учасників «Академії» до цієї проблематики, як, власне, і розуміння підходів до викладання навчальних курсів, дотичних до неї. Ще в межах роботи «Академії» доцентка кафедри теорії комунікацій, реклами та зв'язків з громадськістю ЗНУ І. Бондаренко скорегувала зміст власної програми «Журналістська етика» для студентів 2 курсу факультету журналістики,

<sup>39</sup> Доцент, к. філол. н., факультет журналістики Запорізького національного університету.

включивши до другого модулю дисципліни теми про «Права та свободи людини у фокусі журналістської діяльності»[1, 19]. Автор цих тез так само додав до другого модулю програми вибіркової дисципліни для студентів-журналістів 3 курсу «Суспільствознавча журналістика» ряд тем про «Права людини в сучасному/ постсучасному суспільстві та журналістика» [1, 59]. Оновлені програми були успішно апробовані. Знання й уміння студентства, здобуті під час вивчення курсу, зокрема, «Суспільствознавчої журналістики», забезпечили їй стале місце в навчальному плані факультету журналістики Запорізького національного університету.

70-та річниця Загальної декларації прав людини, що відзначається 2018 р., залучення автора цих рядків і студенток ЗНУ до різноманітних заходів, ініційованих «Академією з прав людини для журналістів та журналісток», а також підготовка низки бакалаврських робіт із проблематики дотримання й захисту прав людини, спонукали до пошуку відповідей на питання, чи сформувалось у свідомості студентів і студенток, які вивчали курси «Журналістської етики» та «Суспільствознавчої журналістики» з акцентом на правах людини, адекватне уявлення про них, роль і значення журналістської діяльності у процесі їхнього висвітлення? З цією метою 8 листопада 2018 р. було проведено анкетування на тему «Права людини – функція журналістської діяльності чи супутній результат?» 15 студенток і студентів 3 та 4 курсів мали змогу відповісти на 14 різних за типами та функційним призначенням питань (див. *Додаток*), сформульованих на основі резюме до загальнонаціонального дослідження про права людини в Україні [2].

Згідно з результатами опитування 12 респондентів звертають увагу на журналістські матеріали про права людини. З них, щоправда, двоє не змогли назвати питань із цієї теми, які найчастіше порушуються в мас-медіа. Троє опитаних не змогли пригадати, який останній журналістський матеріал про права людини їм траплявся.

Здебільшого інформацію про права людини респонденти черпають із матеріалів онлайн-видань, інтернетівських сайтів, соціальних мереж і блогів. Наступним за популярністю джерелом інформації з цієї проблематики є телебачення, а далі – з величезним відривом – газетно-журнальні видання, кіно, література й театр. Радіо не обрав ніхто. Цікаво, що відповідаючи на запитання про останній матеріал про права людини, що траплявся їм, респонденти здебільшого стисло змальовували його проблему («Матеріал про запорізького лікаря, у якого померла пацієнтка і за це його побили родичі цієї пацієнтки»), не зазначаючи ЗМІ. Всього у чотирьох анкетах є інформація про конкретне медіа, матеріал якого привернув увагу опитаних. Це – випуск програми «День. Тема» Запорізького комерційного телеканалу «ТВ5» про

проблеми з нарахуванням і виплат субсидій, відео «Громадського» (онлайн-ресурс), «у якому хлопчик розповів, що над ним знущаються тільки тому, що він «не такий». Також відзначили всі випуски шоу «Говорить Україна» (телеканал «Україна») та програми про захист прав споживачів «Ревізор» («Новий канал»). Одна респондентка вказала матеріал газети «Червоний гірняк» (м. Кривий Ріг) «про захист жінок у нашій країні, як потрібно нас захищати та берегти».

Відповідаючи на питання про ознаки, за якими найчастіше дискримінують людей в Україні, респонденти найчастіше називали расові, етнічні, гендерні, сексуальної орієнтації та здоров'я. Здебільшого вони корелюють з відповідями на третє питання анкети, тобто можна припустити, що уявлення про стан справ у царині прав людини респонденти формують на основі мас-медійних матеріалів, але, з огляду на деякі з наведених вище прикладів відповідей, часто-густо некритично.

Всі опитані погоджуються з тим, що права людини природні, а держава мусить гарантувати людині їх дотримання. Однак лише в 5 з 15 анкет на питання, хто є головним порушником прав людини, фігурувала відповідь «органи державної влади». У дев'ятох було обрано варіант «самі громадяни», а в одному «криміналітет» зі стрілочкою до варіанту «органи державної влади». У вісьмох анкетах з варіантів відповіді на 6 питання обрано варіант «звернутися до Національної інституції з прав людини», у чотирьох – «до правоохоронних органів, суду». Сім опитаних порадили б жертві дискримінації звернутися до ЗМІ. І лише один респондент вважає, що жертва дискримінації має «забути про проблему, нічого не робити». Варто звернути увагу також на те, що на запитання про джерела точної інформації про дотримання прав людини в Україні, лише один опитаний запропонував відповідь «правозахисні організації». Ніхто з учасників опитування не згадав офіційного сайту Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, конкретних правозахисних центрів і організацій.

З твердженням, сформульованим у першому питанні анкети, всі опитані погоджуються здебільшого цілком. Результати цього нерепрезентативного опитування корелюють із висновками загальнонаціонального дослідження – студенти-журналісти, як і більшість його респондентів, вважають захист прав людини функцією і ледве не місією журналіста/ журналістки, а не супутнім результатом професійної діяльності. Опитування також виявило некритичне ставлення респондентів до матеріалів ЗМІ з буцімто проблематики прав людини, певну плутанину з їх концептуальним розумінням. Отже, в майбутньому, викладаючи курси «Журналістської етики» та «Суспільствознавчої журналістики» з акцентом на

правах і свободах людини, їхні автори мають звернути особливу увагу на усунення помилкових і нечітких уявлень студентів про концепцію прав людини, про джерела точної інформації про стан справ у цій сфері, розвиток і вдосконалення навичок критичного мислення, зокрема у ставленні до мас-медійних матеріалів про права людини.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Права людини та медіадіяльність: Збірник навчальних програм викладачів і викладачок журналістики / За ред. Шендеровського К. – К.: Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2018.
2. Що українці знають і думають про права людини: загальнонаціональне дослідження / [І. Бекешекіна, Т. Печончик, В. Яворський та ін.]; під заг. ред. Т. Печончик. – Київ, 2017. – 56 с.

#### *Додаток*

##### Анкета на тему

«Права людини – функція журналістської діяльності чи супутній результат?»

1. «Захист прав людини – це надважливе завдання в діяльності журналіста!» Чи погоджуєтесь Ви з цим твердженням:
  - А) Так, цілком погоджуюсь;
  - Б) Так, скоріше погоджуюсь;
  - В) Більше не згоден/ не згодна, ніж згоден/ згодна;
  - Г) Зовсім не погоджуюсь;
  - Г) Мені байдуже.
2. Чи звертаєте Ви увагу на журналістські матеріали в різних медіа, присвячені проблемам дотримання прав людини в Україні?
  - А) Так; (якщо обрали цей варіант, продовжуйте заповнювати анкету)
  - Б) Ні; (якщо обрали цей варіант, продовжуйте заповнювати анкету з 6 питань)
3. Які питання дотримання прав людини найчастіше, на Вашу думку, порушуються в українських мас-медіа?
4. У яких ЗМК Вам найчастіше трапляються матеріали про права людини?
  - А) газети, журнали;
  - Б) радіо;
  - В) телебачення;
  - Г) онлайн-видання, інтернет-сайти;
  - Г) соціальні мережі, блоги;
  - Д) документальне, ігрове кіно, література, театр.
5. Назвіть або опишіть, якщо пам'ятаєте, останній журналістський матеріал про права людини, який Вам траплявся. Якій проблемі він був присвячений?
6. Якщо хтось із Ваших близьких і знайомих став би/ стала б жертвою дискримінації, щоб Ви порадили йому/ їй вчинити?
  - А) звернутися до ЗМІ та розповісти про проблему;
  - Б) звернутися до правоохоронних органів, суду;
  - В) звернутися до Національної інституції з прав людини;
  - Г) поділитися проблемою з друзями та рідними, сподіватися на їхню допомогу;
  - Г) забути про проблему, нічого не робити.
7. За якими, на Вашу думку, ознаками найчастіше дискримінують людей в Україні?

8. «Права людини – природні, їх кожна людина має від народження, а держава мусить гарантувати людині дотримання її прав». Чи погоджуєтесь Ви з цим твердженням?

---

- А) Так, цілком погоджуюсь;
- Б) Так, скоріше погоджуюсь;
- В) Більше не згоден/ не згодна, ніж згоден/ згодна;
- Г) Зовсім не погоджуюсь;
- Г) Мені байдуже.

9. Хто є головним порушником прав людини?

- А) журналісти;
- Б) криміналітет;
- В) самі громадяни;
- Г) органи державної влади;
- Г) Ваш варіант \_\_\_\_\_;
- Д) Не знаю.

10. Чи хотіли б Ви взяти участь у підготовці журналістського проекту, присвяченого цінностям прав людини?

- А) Так, тому що журналісти зобов'язані захищати права людини;
- Б) Так, бо журналісти повинні доносити інформацію про права людини та механізми їхнього захисту;
- В) Ні, тому що тема дотримання та захисту прав людини мене не цікавить взагалі;
- Г) Ні, тому що в нашій країні говорити про права людини все одно що товкти воду в ступі
- Г) Не знаю.

11. Звідки журналісти можуть узяти точну інформацію про стан справ із дотриманням прав людини в Україні?

---

12. Чи чули Ви про проект радіо «Юніверс» «Неумовно»?

- А) Так. (Якщо обрали цей варіант відповіді, перейдіть, будь ласка, до наступного запитання).
- Б) Ні. (Якщо обрали цей варіант відповіді, дякуємо за Ваш час і увагу, витрачені на це опитування!)

13. Чи слухали Ви проект радіо «Юніверс» «Неумовно»?

- А) Так. (Якщо обрали цей варіант відповіді, перейдіть, будь ласка, до наступного запитання).
- Б) Ні. (Якщо обрали цей варіант відповіді, дякуємо за Ваш час і увагу, витрачені на це опитування!)

14. Які плюси та мінуси, на Вашу думку, має проект «Неумовно»? Яка історія з нього Вам сподобалася найбільше? Чому?

---

## «ВІЙНА НА ДОНБАСІ» ЯК КАТЕГОРІЯ ДИСКУРСУ УКРАЇНИ В НІМЕЦЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА

Необхідність українсько-європейських зв'язків у сфері масової комунікації в контексті входження країни до Євросоюзу набуває неабиякої актуальності. Особливо зважаючи на складні геополітичні і внутрішньополітичні виклики і складнощі, що опосередковано і прямо впливають на розвиток України. Серед таких факторів – військова агресія Росії, анексія Криму, курс на євроінтеграцію, внутрішньополітичні проблеми, економічні складнощі тощо. Імідж України в очах інших держав формується на основі цих та інших факторів, які формуються, ретранслюються та продукується за допомогою масових комунікацій.

Німеччина – одна із найбільш впливових країн Європейського Союзу. Завдяки її ЗМІ також формуються асоціації стосовно України, відбувається інформування німців і європейської спільноти в цілому стосовно нашої держави, її новин, проблем: тотальна корупція, порушення прав людини, економічні негаразди, низький рівень життя, а також позитивні новини: фінал Чемпіонату з футболу, Євро-2021, Євробачення-2017 тощо.

Тривалий час медіаобраз країни в німецьких виданнях був представлений лише низкою тем, тому виникає необхідність ширшої презентації України через німецькі онлайн-ЗМІ. Німецький медіадіяч Т. Ахеліс зауважує, що «імідж України на Заході гірший, ніж країна є насправді, і позитивний потік інформації з України все ж таки потрібен». Цікавою в цьому контексті виглядає думка, трансльована в німецькому виданні *Neue Zürcher Zeitung* від 11.01.2018 року, де сказано, що «Європа відкрила для себе сутність України після Революції гідності, але європейці майже нічого не знають про країну та українців в цілому та сформували багато кліше».

Усе зазначене вище підтверджує важливість формування позитивного дискурсу України і цивілізованих масово-комунікаційних зв'язків з іншими країнами, зокрема Німеччиною.

**Мета дослідження** – з'ясувати особливості виникнення, творення і функціонування дискурсу України в німецьких онлайн виданнях «Bild» і «Die Welt». **Об'єкт дослідження** – видання «Bild» і «Die Welt» в контексті відображення дискурсу України в німецьких онлайн-ЗМІ. **Предмет дослідження** – контент матеріалів стосовно війни на Донбасі в зазначених

---

<sup>40</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

ЗМІ. Джерельною базою нашого дослідження виступили онлайн-видання «Bild», «Die Welt». Для дослідження представлення дискурсу України в німецьких видання ми обрали матеріали цих видань з січня до вересня 2018 року.

«Bild» – найбільша німецька щоденна ілюстрована газета-таблоїд, яку друкує видавництво Axel Springer Verlag. Вона побачила світ 24 червня 1952 загальним накладом 455 тис. примірників, налічувала лише чотири сторінки і поширювалась безкоштовно. Наразі є передплата як на традиційну «паперову», так і на електронну версії видання. Щоденний наклад – близько 3,4 мільйона примірників, з яких продається в середньому близько 2,66 мільйона. Щодня газету читають близько 11,49 млн осіб. Усі матеріали в онлайн-версії написані з метою викликати емоції у читача, у заголовках нерідко використовується метафоричність, гра слів, заклики і прямі звернення до читацької аудиторії. Серед основних риск онлайн-версії видання можемо виділити інтерактивність, гіпертекстуальність, оперативність, мультимедійність і мультиконтекстність. Спостерігається сполучення різних типів контенту в межах одного матеріалу.

«Die Welt» – німецька щоденна громадсько-політична газета, яка належить видавництву Axel Springer Verlag. Поширюється у 130 країнах, має аудиторію читачів понад 670 тисяч читачів, що робить її однією з найвпливовіших ЗМІ країни. Має друковану і онлайн-версії журналу. Згідно із новою стратегією видання, яку вибудували ще у 2015 році, редакція газети має спочатку викладати всю інформацію та матеріали в онлайн, а тільки потім братися до друкованих варіантів газети. При цьому онлайн-версія має лише 20 безкоштовних статей на місяць, а за інший контент треба платити.

У обох медіа виходить чимало різних форматів контенту, присвячених Україні – лонгрідів, авторських фічерів, інформаційних відео тощо. Ми опрацювали контент за період з 1 січня 2018 року до 1 вересня 2018 року, виявивши 637 авторських матеріали, у яких йдеться конкретно про дискурс України (в решті матеріалів висвітлюється українське питання побіжно, воно не є центральним). У виданні «Die Welt» дискурсу України присвячено 431 матеріал, а «Bild» висвітлював дискурс України у 206 матеріалах.

Топ-темою головної сторінки обох сайтів Україна у контексті суспільно-політичних зрушень була представлена 275 разів у «Die Welt» і лише 76 – у «Bild». Це пояснюється тематичним спрямуванням обох медіа, де перше видання – суспільно-політичний сайт, а другий – таблоїдний. При цьому найчастотнішими ідентифікаторами на позначення подій із дискурсу України в зазначених німецьких медіа були лексеми «конфлікт», «війна», «криза» та суміжні слова із негативною конотацією. Зокрема, частим є вживання мовної



одиниці «українська криза» (131 разів), «криза в Україні, обтяжена агресією Росії» (67 разів), «український внутрішній конфлікт» (175), «російська агресія в Україні» (56 разів), «українська тема» (98 разів), «війна на Донбасі» (110 разів). Можемо констатувати, що висвітлення суспільно-політичних подій в Україні німецькими онлайн-виданнями за окреслений період відбувалося під знаком війни на Донбасі.

Цей факт свідчить про те, що Україна ототожнюється в очах німців із воєнним контекстом. Наведемо кілька заголовків із статей «Путін вдарив по Європі через Україну», «Європе залишає Україну в біді», «Чи може Путін захопити всю Україну». Висвітлення подій в Україні німецькими виданнями присвячено також темі боротьби з корупцією і перебігу реформ. Наприклад, матеріал Die Welt «Захід повинен вирвати Україну з лап пострадянської системи», «Україна на роздоріжжі між демократією та автократією» тощо.

Особливо популярністю в останні два місяці в дискурсі України в німецьких ЗМІ користується тема виборів 2019. «В Україні на кону стоїть вільна Європа», «Україна не повинна стати глухим кутом» – ось такими заголовками рясніють обидва онлайн-видання. Аналізуючи тематику матеріалів стосовно суспільно-політичних зрушень, ми виділили кілька найбільш часто повторюваних тем. Серед них: війна на Донбасі – 345 (54%); вибори і політична криза – 122 (19%); економічні питання – 120 (18,5%); соціальне та культурне життя – 54 (8,5%).

Із результатів проведеного контент-аналізу стає зрозумілим, що одним із головних аспектів розгортання образу України в медіа-просторі Німеччини є транслювання негативних смислів за рахунок використання іменників з негативною конотацією, на кшталт: *der Krieg* – війна, *der militärische Konflikt* – військовий конфлікт, *die Annexion* – анексія, *die Besetzung* – окупація, *Krise in der Ukraine* – криза в Україні, *der ukrainische Konflikt* – український конфлікт, *die Intervention in die Ukraine* – інтервенція в Україну, *die Aggression gegen die Ukraine* – агресія проти України, *die Opfer des Krieges* – жертви війни, *der Tod* – смерть тощо. Під час дослідження ми встановили, що ЗМІ мають безпосередній вплив на формування іміджу державних службовців. Позитивні та негативні повідомлення онлайн-публікацій формують у читачів стереотипні образи і хибні уявлення стосовно України. Використання маніпуляцій у друкованих ЗМІ має на меті цілком зрозумілі завдання: ввести в оману та стимулювати відповідні дії у цільової аудиторії. Основою для всіх маніпулятивних технологій є створення штучної реальності.

Наприклад, у виданні *Bild* на початку цього року простежувалась чітка позиція стосовно України: небезпечна, втягнута у війну країна. У статті «Хто

вкрав спокій в Україні» за допомогою маніпулятивних технологій формується певний образ України як небезпечної й незрозумілої, чужої, країни із пострадянською дійсністю. Інтернет, як глобальний комунікативний ресурс, активно використовується кремлівськими каналами, і пропаганда Росії інколи просочується на сторінки якісної німецької преси у вигляді авторських колонок проросійських політиків.

Досліджуючи матеріали, інформаційний приводом до написання яких стала сучасна ситуація в Україні в контексті суспільно-політичних зрушень, ми відзначили факт зростання інтересу німецьких онлайн-видань до українського питання. Варто відзначити, що відсоток маніпулятивних технологій в текстах німецьких онлайн-виданнях, взятих для дослідження, невисокий – 5,7%. Це говорить про дотримання журналістських стандартів об'єктивності і збалансованості, які сповідують обидві редакції. Під час аналізу нами було встановлено, що маніпулятивні технології зазвичай супроводжують відповідним візуальним рядом – це або інофографіка, або карикатури як жанр візуальної інформації. На окрему увагу заслуговує такий жанр Інтернет-маніпуляцій як медіа-віруси. Це повідомлення, які створюються та існують у медіапросторі й уводять приховані концепції ідеологічного коду.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Менджеричкая Е.О. Термин «дискурс» в современной зарубежной лингвистике // Лингво-когнитивные проблемы межкультурной коммуникации : сб. / ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. М., 1997б. С. 130 – 133.
  2. Огляд німецьких ЗМІ про ситуацію в Україні (30 листопада – 6 грудня) [Електронний ресурс] / Йорг Дрешер ; Український кризовий медіа центр. – Режим доступу: <http://uacrisis.org/ua/38336-deutsch-30-november-bis-6-dezember-2015-was-deutschsprachige-medien-zur-ukraineberichteten>.
  3. Партико З. Теорія масової інформації та комунікації : навч. посіб. / З. Партико. – Л. : Афіша, 2008. – 292 с.
  4. Приходько А.М. Дискурсологія концепту vs концептологія дискурсу // Вісник Харківськ. Нац. Ун-ту ім. В.Н. Каразіна. – 2007. №782. – С. 66-67.
  5. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови / О. Д. Пономарів. – К. : Либідь, 1992. – 265 с.
-

## РОМСЬКА ТЕМАТИКА У НОВИНИХ ПОВІДОМЛЕННЯХ УНІАН

**Вступ.** Українське та світове законодавство в один голос стверджує про рівність усіх людей у правах, закликає толерантно ставитися один до одного та забороняє дискримінацію. Всі люди народжуються вільними і рівними у своїй гідності та правах, вони наділені розумом і совістю і повинні діяти у відношенні один до одного в дусі братерства [1]. Особи, які належать до меншин, мають право брати активну участь у культурному, релігійному, суспільному, економічному та державному житті, користуватися надбаннями своєї культури, сповідувати свою релігію та спілкуватися своєю мовою без зазнавання дискримінації [2].

Попри існування законодавчих обмежень, що гарантують захист прав будь-якої людини, в українському суспільстві існують вразливі групи та національні меншини, які постійно піддаються дискримінації. Ромська національна меншина є однією із найвразливіших. Згідно з результатами, отриманими за допомогою вимірювань за Богардусовою шкалою соціальної віддаленості, українці найбільш нетолерантно ставляться до ромської національної меншини [3, за номером 10; 11]. Нерідко формуванню такого ставлення сприяють і самі засоби масової інформації. У сучасних ЗМІ ромська тематика представлена у різнобічному висвітленні. З одного боку, залишаються актуальними проблеми використання у медіапродуктах мови ворожнечі або стереотипів. Яскравий приклад цього — висвітлення медіа трагедії у селі Лощинівка у серпні-вересні 2016 року. Відкрито або приховано ЗМІ у своїх медіапродуктах підтримували вчинення місцевими жителями самосуду із погромом ромських будинків та незаконне рішення місцевої влади про виселення ромів із Лощинівки після пред'явлення підозр у скоєнні вбивства представнику цієї національності. Медіа, серед яких “Українська правда”, ICTV, 1+1, Бесарабія.inform, Одеса.dero поширювали неперевірену інформацію, оперували не фактами, а стереотипами щодо однієї сторони конфлікту, а саме: вказували на приналежність підозрюваного до ромської національності, посилались на неперевірену інформацію про розміщення у Лощинівці наркопритону, який організувала місцева ромська спільнота [4]. З іншого боку, ЗМІ намагаються створювати продукти, які, навпаки, сприяють послабленню негативних стереотипів та формуванню у громадськості толерантного ставлення до людей ромської національності.

---

<sup>41</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

Медіапроект Ukraïner розповідає про ромів як про людей, які займаються громадською та політичною діяльністю, навчаються, працюють, досягають успіху, мають власні будинки, сім'ї. Ukraïner використовує інклюзивний підхід, показуючи ромів людьми, які беруть участь у суспільному житті на рівні з іншими, людьми, яких чують.

**Мета** — встановити кількісні та якісні параметри висвітлення ромської тематики у новинних повідомленнях УНІАН за критеріями соціальної журналістики. **Завдання** — здійснити огляд досліджень ромської тематики у ЗМІ іншими науковцями та сформувану джерельну базу; знайти всі інформаційні повідомлення про ромів у новинній стрічці УНІАН із січня по 10 жовтня 2018 року та проаналізувати їх кількісні і якісні параметри. Для проведення дослідження використовувався метод контент-аналізу. Особливості висвітлення ромської тематики у новинних повідомленнях УНІАН залишаються малодослідженими, особливо за критеріями соціальної журналістики. Це і зумовлює **актуальність** наукового пошуку.

**Огляд джерел.** Ромську тематику в медіа вивчав Юрій Бідзіля. За дослідником, аналіз наукових публікацій, статей в періодиці та матеріалів інформаційних ресурсів засвідчує, що в значній частині країн Європи, і в Україні, зокрема, роми відносяться до аутсайдерів сучасного суспільства, насамперед через ксенофобські настрої щодо них, брак інформації про їх історико-культурні традиції та слабку інтеграцію ромів у соціально-громадське життя країн, де вони мешкають [5]. Дослідниця Наталія Зіневич зазначає, що у вітчизняному медіапросторі майже немає якісного контенту про ромську національну меншину, який би ніс соціальний та естетичний зміст. Вона стверджує, що журналісти часто згадують ромське походження порушників, закріплюючи стереотипний криміналізований образ, узагальнюють негативні випадки на все ромське населення, порушуючи журналістські етичні стандарти, згідно з якими, злочинність та бідність не мають етнічного забарвлення [6].

**Результати.** Оскільки дослідження ромської тематики в медіа проводиться за критеріями соціальної журналістики, коротко розглядаємо, що таке соціальна журналістика. Соціальна журналістика — це невід'ємна складова соціально значущих комунікацій [7]. Костянтин Шендеровський визначає її як тематичну, цільову, інклюзивну та активну медіадіяльність в умовах сучасної України. Нами виокремлено три якісні ознаки соціальної журналістики, за якими аналізувалося висвітлення ромської тематики в новинах УНІАН: інклюзивність, людиноцентризм, діалоговість.

**Інклюзивність.** Із січня по 10 жовтня 2018 року було знайдено 59 повідомлень, у яких безпосередньо або опосередковано згадуються роми. Пік

згадування та найбільше новинних матеріалів на сайті стосуються нападів на ромські табори у Києві, Тернополі та Львові, розслідувань і судових процесів, пов'язаних із погромами, реакції вітчизняних органів влади і світової спільноти на цю ситуацію та політику влади після погромів таборів. Такі новини становлять 66,1% від загальної кількості (39 із 59). 18,6% новин (11 із 59) згадують про ромську національну меншину в негативному контексті і повідомляють про участь ромів у криміналі. У новинах цієї категорії присутні стереотипи про криміналізований образ та узагальнення на все ромське населення. Серед них: роми злочинці, крадії, шахраї, небезпечні, неохайні, забруднювачі навколишнього середовища. У всіх одинадцяти кримінальних новинах вже у самих заголовках журналісти акцентують увагу читача на національній приналежності ромів, надаючи злочинам етнічного забарвлення та використовуючи мову ворожнечі: *"Отямився в калюжі крові: у Києві біля вокзалу цигани розбили голову 16-річному хлопцю"*, *"Крадіжки, сморід і блохи": кийвський залізничний вокзал окупував циганський табір"*. Поширеним у заголовках матеріалів є використання таких некоректних та зневажливих виразів: *"роми окупували територію"*, *"вокзал окупував циганський табір"*, *"роми окупували нове місце"*. Такі новини, формують негативний образ ромів-кочівників. Натомість немає жодної новини, яка б розповідала про ромів як про активних членів суспільства, які беруть участь у культурному та політичному житті свого регіону чи країни, приймають важливі рішення на рівні з іншими людьми. Відсутні новини, які б висвітлювали їх історії успіху та досягнення, говорили про ромів як про людей, які також здобувають знання, працюють, досягають кар'єрного росту, мають свої традиції.

8,5% (5 новин) інформують про правопорушення, скоєні проти ромів, непов'язані із нападами на табори, та про порушення прав ромів. Це новини про: підозри про підпал ромського дитсадку; скандал через антиромське оголошення в італійському потязі; напад на жінку-ромку; подробиці нападу на жінку-ромку; закриття засідань по трагедії у Лощинівці. У цій категорії новин є лише повідомлення про саму подію, інцидент чи порушення прав людини, але немає супровідних новин про результат: чим закінчилися розслідування, чи були покарані винуватці? У чотирьох новинах із п'яти у заголовках робиться акцент на національності, що привертає увагу аудиторії у позитивному контексті і може сприяти активізації діяльності громадських організацій, органів державної влади щодо захисту прав ромської національної меншини.

Найменшу кількість займають новинні повідомлення про політику влади у ромських питаннях — 6,8% (4 із 59). Варто врахувати, що тут

розглядаються тільки ті новини, що стосуються політики влади, не пов'язаної із проведенням запобіжних заходів після погромів ромських таборів. У цих новинах піднімаються такі основні теми: усунення терміну “цигани” зі шкільних підручників (антидискримінаційна політика); відкриття експозиції, присвяченої геноциду ромів (культурна політика); полегшення процедури отримання паспортів для ромів (політика у сфері цивільно-правових відносин); пропозиція експерта Ради Європи надавати ромам землю під створення легальних таборів (соціальна політика). Новин про діяльність громадських, благодійних чи волонтерських організацій, що займаються ромськими питаннями немає взагалі.

Окремим блоком варто розглядати новини, які стосуються погрому ромських таборів. Із 39 повідомлень цього блоку 11 розповідають про подробиці нападів, 16 — про хід розслідувань та судові процеси над підозрюваними, 4 — про реакцію місцевої та немісцевої влад та проведення ними відповідної політики з метою захисту ромів, 1 новина — про захисну політику правоохоронних органів, 1 новина — про активізм суспільства — вихід львів'ян на марш проти расизму, 4 новини — реакція світової спільноти на події — засудження погромів та словесна підтримка ромської національної меншини, 1 новина — про похорон загиблого рома, 1 новина опосередковано згадує, що Арсен Аваков обговорив напади на ромські табори з послами та дипломатами країн “Великої сімки”. Але, знову ж таки, немає новин, які б повідомляли про результат і дали відповіді на питання: чи провели органи влади ту захисну політику, яку обіцяли? Чи отримали роми захист? Як склалися долі ромів, які постраждали від нападів на їхні табори?

**Людиноцентризм.** У новинних повідомленнях про ромів він відсутній. Немає викладу тієї чи іншої події, проблеми через саму людину, її особисту історію. Новини повідомляють про ромів через інших людей, а не через них самих. Втрачається принцип інклюзії: “Нічого для нас без нас!”. Майже у всіх матеріалах журналісти не дотримуються балансу думок: подають думки очевидців, які передають здебільшого негативне, упереджене ставлення, коментарі представників влади, правоохоронців, але у новинах майже немає голосів самих ромів. Із 59 новинних повідомлень лише у чотирьох подаються думки ромів. Враховуючи вищезазначені результати, робимо висновок, що **діалоговість** між більшістю та меншістю у новинах відсутня.

**Висновки:** За період із січня по 10 жовтня 2018 року роми згадуються у 59 новинах, 39 з яких стосуються теми погромів ромських таборів. 18,6% новинних повідомлень висвітлюють ромів стереотипно та використовують мову ворожнечі. Оскільки новин, які показують ромів як активних людей, немає, принцип інклюзії порушується. Також відсутні інформаційні

повідомлення про діяльність організацій громадського суспільства. У 93,2% матеріалів журналісти не дотримуються балансу думок щодо врахування думки ромів, що говорить і про відсутність діалоговості між більшістю та меншістю. Людиноцентризму у новинах немає. За підсумками дослідження, новини УНІАН, що висвітлюють ромську тематику, критеріям соціальної журналістики відповідають частково.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Загальна декларація прав людини [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_015](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015).
2. Декларація про права осіб, що належать до національних або етнічних, релігійних та мовних меншин [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/declarations/pdf/r47-135.pdf](http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/pdf/r47-135.pdf)
3. Марценюк Т. Проблеми ромів в Україні: гендерні аспекти / Тетяна Марценюк. // Український соціологічний журнал. – 2013. – №1–2. – С. 55.
4. Бакальчук В. О. Суспільно-політичний вимір протидії мові ворожнечі (нетерпимості) в Україні [Електронний ресурс] / Бакальчук В. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/mova-8e1e2.pdf>.
5. Бідзіля Ю. Ромський інформаційний сегмент на Закарпатті в контексті проблем міжкультурної комунікації та медіаосвіти [Електронний ресурс] / Юрій Бідзіля. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [http://personal.pu.if.ua/depart/hanna.marchuk/resource/file/Zbirnik\\_Dorob\\_1\(1\).pdf](http://personal.pu.if.ua/depart/hanna.marchuk/resource/file/Zbirnik_Dorob_1(1).pdf).
6. Хмельовська О. Вчена Наталія Зіневич: «Роми століттями жили поряд з нами, але ніби у паралельному світі» [Електронний ресурс] / Оксана Хмельовська – Режим доступу до ресурсу: <https://science.platfor.ma/nataliya-zinevich/>.
7. Шендеровський К. С. Інституціалізація соціальної журналістики в Україні / Костянтин Шендеровський. // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – №57. – С. 88.

*Нематіан золбін Д.Х.<sup>42</sup>*

### ПРАВИЛА ПОДОЛАННЯ ДИСКРИМІНАЦІЇ ХВОРИХ НА ВІЛ/СНІД У ЗМІ

У дискурсі українських ЗМІ досі трапляється дискримінація щодо ВІЛ-інфікованих, незважаючи на застереження правозахисників та поради медіа-експертів, тож мета нашої статті – систематизувати поради для журналістів для якісного висвітлення проблеми. Щоб зрозуміти її обсяг, звернемося до статистичних даних: у 2001 р. частка ВІЛ-народжених дітей сягнула 27 %, на 2005 р. – 2% населення України були ВІЛ інфіковані, за чотири місяці 2018 р. в Україні за даними Центру суспільного здоров'я ВОЗ України було зареєстровано 5764 нові випадки. Це надзвичайно великі цифри, які потребують суспільного обговорення завдяки медіа, об'єктивного

<sup>42</sup> Студентка, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

неупередженого щодо дискримінування ВІЛ-інфікованих висвітлення проблеми, уникнення стереотипів як шляху до їх стигмації.

Тож для початку ЗМІ мають уникати штампів про ВІЛ як смертельну інфекцію, адже це перша стадія СНІДу, від якого не помирають. СНІД лише провокує хворобу, тому писати про СНІД як причину смерті не коректно. Систематичне нагадування про те, яким шляхом передається хвороба, допоможе значно зменшити рівень дискримінації. Часто люди вважають, що інфекція передається повітряно-крапельним шляхом, або навіть через обійми та предмети побуту. Аби відкинути бачення людей про те, що інфіковані це люди з колочками, де з кожної сочиться отрута, варто згадати, що інфекція передається через кров, подразнення на слизовій оболонці та статевим шляхом. Найчастіше призводить до СНІДу переливання крові. Але ні в якому разі не кашель. Варто відзначити, що особливої уваги заслуговує перевірка на зараження вірусом через статевий акт. ВІЛ проявляється через півроку, тому важливо наголосити на потребі перевірки навіть через такий тривалий час. Медики констатують, що найшвидше поширюється вірус в Одеській, Дніпропетровській, Миколаївській, Херсонській, Київській та Чернігівській областях [1], тому вважаємо, що саме медівникам цих регіонів варто присвятити увагу проблемі.

Для зменшення рівня дискримінації не слід поширювати такі найтипівіші міфи про ВІЛ:

- ВІЛ – це те ж саме, що й СНІД, тому його носії небезпечні для оточення.

ВІЛ – вірус імунодефіциту людини, що призводить до захворювання на ВІЛ-інфекцію/СНІД. СНІД – сукупна назва уражень, що відбуваються на III-IV стадіях інфекції, яку спричинює вірус імунодефіциту людини (ВІЛ). Отже, ВІЛ – це перша стадія інфекції, а СНІД – друга-третя стадії.

- На ВІЛ хворіють лише наркозалежні та повії.

Дійсно, споживачі/споживачки наркотиків можуть інфікуватися через шприц, повії теж у зоні ризику, але, незважаючи на це, дослідження «Індекс стигми» встановило, що 46 % людей, які захворіли, не належать до жодної з цих груп. Публікації «Між голкою і ліжком: обличчя українського СНІДу у фотографіях» дуже ґрунтовно висвітлили цю проблему. Тут збалансовано в ілюстраціях розвіяли міф про те, що ВІЛ-інфіковані – це одні повії та наркомани.

- ВІЛ передається під час поцілунку чи рукостискання.

Передача вірусу через поцілунок, рукостискання, спільний посуд, чхання, або ж навіть перебування в одному приміщенні неможлива. Варто згадати про те, що ЗМІ опублікували чимало матеріалів про проблему, але до



сих пір не вдалося повністю подолати дискримінацію хворих та зруйнувати стереотипи. У публікації «Таким, як ти, дитина не потрібна!» висвітлено проблему ВІЛ-інфікованих дітей, які через дискримінацію живуть, наче в ізоляторі.

- Жінки, які мають ВІЛ, не можуть народити здорових дітей.

Це стається не завжди, будь-яка ВІЛ-позитивна жінка має шанс народити здорову дитину. Якщо ж дівчина не приймає профілактичну терапію, такий шанс становить 27 %. Такому стереотипу ЗМІ мало протистоять. Але й публікацій, які б запевняли, що хвора на ВІЛ мати завжди народить ВІЛ-інфіковану дитину, ми не зафіксували. Тому можна зробити висновок, що ЗМІ досить коректно подають цей аспект.

- Від ВІЛ помирають.

Тривалість життя людей з ВІЛ зростає, адже хворі приймають АРТ. Такі люди можуть продовжити тривалість життя в середньому на 20 років і більше. Одна чим раніше діагностують ВІЛ і розпочнуть лікування, тим більше шансів прожити довше. Наприклад, у матеріалі «Епідемічна ситуація з ВІЛ-інфекції в Україні» вжито такі слова «Структура причин смерті ВІЛ-інфікованих осіб у 2016 році майже повторювала структуру попередніх років». Констатуємо стереотип: від ВІЛ-інфекції помирають. Пам'ятаючи про правозахисну функцію журналістики, варто застерегти авторів подібних публікацій від того, щоб не створювався образ ВІЛ-інфікованих як приречених і таких, що становлять загрозу для оточення.

Перед тим, як почати писати новину про ВІЛ-інфікованих людей, варто пам'ятати про основні правила та не допускати у своїх публікаціях дискримінації, адже саме через журналістику читачі формують своє світобачення. Журналістам варто думати про те, як їхні рядки вплинуть на аудиторію та долі героїв їхніх матеріалів.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Топ-5 областей України за кількістю ВІЛ-інфікованих // Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20161201-top-5-oblastej-ukrayiny-za-kilkisty-vil-infikovanyh/>
  2. Віннікова Д. Як писати про СНІД // Електронний ресурс. – Режим доступу: [http://redactor.in.ua/ru/actual/5732.Yak\\_pisati\\_pro\\_SN%D0%86D](http://redactor.in.ua/ru/actual/5732.Yak_pisati_pro_SN%D0%86D)
-

## **ІНФОГРАФІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ТА ДОНЕСЕННЯ В МАСИ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ПРАВА ЛЮДИНИ**

«Інфографіка – це інструмент, який дозволяє очам та мозку розуміти те, що зазвичай знаходиться поза межами нашого природного сприйняття», - так окреслив термін Альберто Каїро, викладач інтерактивних медіа й візуалізації у Школі комунікації Майамі (США). Інфографіка (англ. infographic) – візуальне представлення масиву даних або інструктивного матеріалу, за допомогою якого великий обсяг інформації у вигляді слів або чисел перетворюється на комбінацію зображень і тексту, що дозволяє глядачам швидко осягнути суть цієї інформації [1].

Візуальний спосіб подачі інформації відомий ще з Древніх часів, свідченням чого є наскальний живопис, єгипетські ієрогліфи та ін. Цей вид комунікації не втратив свою актуальність під тиском прогресу, ба навіть більше, за даними Google Trends, цікавість до такого формату подачі за останні роки значно підвищилася. Це підтверджують дослідження – за статистикою маркетингового агентства Великобританії Socialable, більше 45% користувачів інтернету «клікають» на посилання, якщо воно веде на інфографіку, і 30% поділяться цією інфографікою, навіть якщо вона не несе важливої інформації (станом на квітень 2012 р.) [2]. Відповідна ситуація в Україні. Ми не відстаємо у попиті на інтерактивний контент: інтерес до візуалізації з'явився у 2011 р., а в 2013 р. популярність запиту зросла майже у 800 разів. Сьогодні кількість пошуків «інфографіка», «інфографіка новини» та «інфографіка онлайн» лише зростає [2]. Візуальний контент активно використовують в абсолютно різних сферах, починаючи від науки і статистики та закінчуючи журналістикою та освітою. Він є універсальним засобом для поширення певного меседжу з багатоскладовою концепцією. Інфографіка особливо добре працює там, де необхідно показати причинно-наслідковий зв'язок у максимально прозорій формі, аби читач декодував написане так, як задумав автор. Аліса Роусторн з «New York Times» пояснює це так: «За останні роки світ зробив стрибок від текстової цивілізації до цивілізації зображень... Існує одна проста причина, чому візуалізація стає

---

<sup>43</sup> Студентка, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

настільки важливою. Це наше бажання розібратися в тому, що відбувається навколо, в той час, як це стає все більш і більш складним» [2].

Підтвердженням слів Аліси Роусторн є візуалізація, яку використовують українські аналітичні сайти, аби пояснити складні політичні процеси, реформи, подати дані моніторингів порушень державою та її інститутами владних повноважень. Найвідомішими з них «Слово і Діло», «Центр громадського контролю та моніторингу» та ін. Якщо в Україні політична, соціальна або економічна тематика не обділена увагою аудиторії, то правозахисні матеріали набули активного поширення після Революції Гідності й громадськість ще до кінця не розуміє всієї важливості цієї теми в мас-медіа.

Що ж таке правозахисна журналістика або ширше – адвокаційна журналістика? Це журналістська практика в Україні на цінностях прав людини. У широкому розумінні це тематична журналістська спеціалізація, яка охоплює широке коло медіатем: і традиційних (інтеграція та розвиток людини в українському суспільстві), і нових (чутливо-конфліктні теми в умовах війни, представлення голосів вразливих груп населення тощо). Вужче – це інформаційний супровід змін у політиці, правозахисного активізму, боротьби за права вразливих груп населення [3].

Опорними завданнями адвокаційної журналістики є підвищення обізнаності у сфері прав людини, рівності та недискримінації меншин і вразливих груп. Саме тому у сучасній подачі прав людини вкрай необхідна своєрідна наочність, яскрава ілюстративність. Загальна декларація прав людини Генеральної Асамблеї ООН, Конвенція про захист прав і основних свобод людини 1950 р. та Конвенція про права дитини Генеральної Асамблеї ООН чи інші нормативні гарантії містять важливу інформацію, з якою суспільство повинно бути ознайомлене. І набагато легше і доступніше ці правові документи сприйматимуться через інформативні зображення. Це якраз перша ланка у популяризації прав людини. Спочатку ми засвоюємо побачене, далі опановані знання впливають на наші рішення і при цьому накопичуються певний пласт навичок, у результаті чого досвід формує поведінку. До того ж візуальні дані є амортизатором для сприйняття різними соціальними і віковими групами однієї і тієї ж інформації, до прикладу, дітям легше пояснити їхні права за допомогою картинок або пенсіонерам простіше побачити, аніж запам'ятати перелік свобод. Аудиторія сприймає таку інформацію не як абстрактний «сухий» документ, а як наближений

практичний посібник. Власне, інфографіка робить офіційний текст цікавішим і доступнішим. Це пов'язане з тим, що інфографіка вдало використовує таку людську особливість: близько 90% потрібної інформації ми сприймаємо очима, а 65% людей є візуалами від природи, тобто в переважній більшості сприймають інформацію візуально (за даними Social Science Research Network).

Проаналізувавши сайт Української Гельсінської спілки з прав людини, платформу Центру інформації про права людини, інформаційний портал Харківської правозахисної групи, можна відмітити певну тенденцію: візуалізація слугує підсумком певних реформ, моніторинрів, думок експертів, але не для прямого поширення і популяризації прав людини. Себто правозахисні українські ресурси окреслюють певні існуючі проблеми, але не подають першочергової бази законів у спрощеному вигляді (аби громадяни розуміли, які їхні права утискаються). Як от Антисемітські напади (2004 – 2014) на сайті Центру інформації про права людини: інфографіка зображає пригнічення національних меншин, але не подає перелік прав, які порушили. Так же подано особливості порушення соціальної допомоги в інфографіці інформаційного порталу Харківської правозахисної групи: в цьому випадку суспільство інформують щодо нововведень у законодавстві.

У підсумку з усього вище сказаного впливає, що інфографіка – ефективний спосіб популяризації правової тематики, особливо у сучасному інтерактивному медіапросторі. Українські інтернет-платформи мають певні особливості у візуальній подачі прав людини. По-перше, правозахисні теми менш поширені, аніж політична, соціальна, економічна аналітика, а це в свою чергу впливає на інформаційне ілюстрування. По-друге, на прикладі сайту Української Гельсінської спілки з прав людини, платформи Центру інформації про права людини, інформаційного порталу Харківської правозахисної групи ми помітили певні тенденції: візуальні дані використовують не лише для переліку прав та гарантій громадян, а й для узагальнення дій, які сприяють обізнаності населення.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Definition - What does Information Graphic (Infographic) mean? // Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.techopedia.com> (дата звернення: 30.10.2018).
2. Шиян О. Усе буде інфографіка? // Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://detector.media> (дата звернення 25.10.2018)

3. Права людини та мас-медіа в Україні: Збірник конспектів лекцій [Тексти] / Авт. кол. – За ред. Виртосу І., Шендеровського. Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. 16-17 с.

---

*Поліха Л.<sup>44</sup>*

*Ребрей Г.<sup>45</sup>*

## ЦІННІСНИЙ ЗМІСТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДЕОРЕКЛАМИ ПРОТИ БУЛІНГУ В УКРАЇНІ

Питання насильства з кожним роком все більше притягує інтерес громадськості, маючи на меті не тільки просвітницьку ціль роз'яснення, що таке насильство різного роду, як з ним боротися і йому протистояти, а й найголовніше, як йому запобігти. Першим і вірним кроком на цьому шляху є визнання того, що така проблема існує, бо саме замовчування, ігнорування, невизнання факту насильства робить можливим його безперешкодне і безкарне процвітання.

**Мета статті** — з'ясувати моральні, особистісні, естетичні цінності у творенні рекламного відеозвернення проти булінгу в Україні. **Завдання** — окреслити важливість морального здоров'я та встановити характерні особливості відеореклами проти булінгу.

Останніми роками в Україні зросла увага навколо такого негативного явища як булінг. Серед наукових розробок щодо цього питання варто відзначити дослідження «Стоп шкільний терор» експерта Українського інституту дослідження екстремізму Богдана Петренко [1], ґрунтовною працею у дослідженні моральної сфери особистості є монографія Мирослава Савчина та Ігора Галяна «Моральна свідомість та самосвідомість особистості» [2]. Теми ціннісного впливу соціальної реклами на людину торкалася Інна Стацук у статті «Соціальна реклама: від (ре)трансляції цінностей до аксіологічної інтеракції» [3]. Корисними джерелами інформації про булінг є інтернет ресурси [unicef.org](http://unicef.org), [osvita.ua](http://osvita.ua), [stopbullying.com.ua](http://stopbullying.com.ua) тощо.

Найчастіше моральним ідеалом для дітей стають їх батьки, та переважна більшість дітей навіть не мають чи не розуміють з кого треба брати приклад моральної поведінки. Не маючи гідного прикладу, дітям взагалі важко диференціювати поведінку чи вчинки людини як моральні чи аморальні. Сучасне суспільство підтримує і пропагує не завжди істинні моральні цінності, тому зорієнтуватися не тільки дитині, а й дорослому доволі не просто. До того ж люди так звикли керуватися власною

---

<sup>44</sup> Кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри журналістики ДВНЗ «Ужгородський національний університет».

<sup>45</sup> Практичний психолог, УЗОШ №9, м.Ужгород.

інтерпретацією моральних норм та цінностей, що вже й не усвідомлюють, якими є істинні моральні орієнтири. Знаходячи підкріплення аморальних моделей поведінки у сучасному щоденному житті, людина видозмінила і підлаштувала під свою зручність, вигоду загальнолюдські моральні цінності. При цьому така форма поведінки, яку завжди можна виправдати стала звичною і бажаною. Саме тут роль ЗМІ є найвагомішою. Висвітлюючи та популяризуючи гідні, високоморальні вчинки простих та відомих людей піднімається моральна свідомість і дітей, і дорослих, прищеплюються істинні моральні орієнтири, підтримується прагнення бути морально здоровими особистостями. Коли діти будуть бачити реальну різницю між добрими і поганими вчинками, моральною і аморальною поведінкою не тільки з повчальних книжкових розповідей, а й з реальних історій сучасного життя, підкріплених правильною позицією і поведінкою близького оточення, тоді вони зможуть сформувати власну систему уявлень моральних норм, зможуть сміло їх апробувати на власному досвіді і використовувати не тільки на словах, а у власному реальному житті, зможуть диференціювати свої вчинки, поведінку, ставлення через призму образу морально здорової особистості.

Для покращення вкрай невтішної ситуації щодо булінгу в нашій країні чи не вперше робляться вагомі кроки, як з боку держави, різних організацій так і з боку небайдужих відомих і простих людей.

Всесвітньо відомий мотиваційний спікер Нік Вуйчич проводив на запрошення Лілії Гриневич мотивуючі зустрічі з учителями та учнями у Києві та допомагає МОН у роботі над матеріалами для протидії булінгу.

Публічна участь відомих людей у боротьбі з булінгом позитивно впливає на сприйняття школярами цього явища, як справді негативного та надає вагому підтримку тим, хто від нього страждає.

Так відомий український співак Дмитро Шуров (Гурт Ріанобой) зняв кліп «Все, що тебе не вбиває» присвячений проблемі шкільного булінгу, а також проблемі нерозуміння і неприйняття людей, які вирізняються. Він розповів свою власну історію про цькування в школі й ініціював однойменний флешмоб у соцмережах. До флешмобу також приєдналися такі відомі українці, як співачка Джамала та колишня заступниця міністра внутрішніх справ, а нині виконавчий директор громадської організації "ЛЖВ" Анастасія Деєва. Музичний твір «Все, що тебе не вбиває» виконує потужну роль соціальної реклами.

Відомими проектами проти шкільного цькування в Україні є роботи ЮНІСЕФ, зокрема в рамках інформаційної кампанії «Викресли булінг» підготовлено соціальну серійну рекламу. Важливими зверненнями проти булінгу є відеорозробки МОН України, а також окремі напрацювання:

Дніпропетровського вищого професійного училища будівництва, Херсонського центру освіти молоді та дорослих, Ленковецького НВК (Кельменецький р-н, Чернівецької області), роботи учасників різноманітних медіазаходів, до прикладу «Мовчання покриває насильство» представлено на фестивалі для студентів та викладачів журналістики "Праволюдність: Mediafest", а також твори на конкурсах соціальної реклами, зокрема праця Калуської ЗОШ №5 на 5-му конкурсі соціальної реклами «Наше майбутнє — без шкідливих звичок», «Правильний вибір»; відеореклама «Ніколи не здавайся!» Єлизавети Воробйової, (Старобільська гімназія Старобільської районної ради Луганської області) на VI Всеукраїнському дистанційному конкурсі студентських та учнівських наукових робіт із соціальної педагогіки/соціальної роботи (2018) тощо.

У відеозверненнях можна виокремити такі типи аудиторії: *жертви, батьки, булери, активісти та спостерігачі*. Сформовані месиджі, зокрема для жертв це заклики на кшталт «не здавайтесь», для батьків — ознаки для вчасного вияву булінгу, для булерів — пропозиція зайнятості та особистісного розвитку на противагу булінгу. Завзяту позицію у роликуні Ленковецького НВК демонструють активісти, де чітко і відверто говорять про недопустимість булінгу. Доволі невиразно окреслено у творчих роботах роль «мовчазних» спостерігачів, які можуть теж допомогти жертві. З однієї сторони це логічно та з іншої — ці учасники можуть продемонструвати відхід від стереотипних дій і кардинально перевернути ситуацію, спрямувавши у позитивне вирішення проблеми.

«Інструментальна» («інструкційна») та «ціннісна» складові здебільшого поєднанні у цих соціальних творах, зокрема описано чітку дію або вказівку, а на емоційно-моральному рівні представлено біль та переживання унаслідок цькування.

Категорія добра — основний лейтмотив соціальної реклами проти булінгу. Ця моральна цінність включає в себе найважливіші для спілкування людей «взаємо», а саме *взаєморозуміння та взаємодопомога*. «Самовартість» найболючіше та найгостріше питання у темі висвітлення булінгу. У творенні рекламного соціального продукту важливим є не тільки представити проблему, але не принизити людську гідність. «Цінність» близьке до поняття «значущість». Для того, щоб діти свідомо не завдавали шкоди іншому слід піклуватися про їхнє моральне здоров'я. Саме турбуючись про усвідомлення цінності життя кожної особистості, розуміння беззаперечної поваги до кожного, важливості співчуття, проявлення доброти, підтримки чи безкорисливого надання допомоги дитина набуває справжні моральні орієнтири, що будуть формувати основу ціннісних орієнтацій її особистості,

моральних переконань, спонукатимуть до моральних дій, поведінки. Морально здорова особистість ніколи не принизить і не образить іншого.

Прекрасне і потворне, піднесене і низьке, трагічне — категорії естетичних цінностей, які вповні відображені у соціальних творах проти булінгу. Названі категорії мають потужний та надзвичайний психологічний вплив. Звісно відіграє важливу роль якість рекламного продукту. Професійні роботи ЮНІСЕФ у плані концептуального підходу та дизайнерських рішень є досконалыми рекламними творами, котрі вповні виконують поставлені завдання та досягають мети. Водночас не можливо проводити пряме технічне порівняння із виготовленими відеозразками навчальних закладів. Адже сильною стороною такого роду робіт є безпосередня зануреність, співвідчуття та життєправдивість шкільних ситуацій.

Безперечно всі заходи щодо протидії шкільному булінгу, в тому числі і соціальна реклама впливатимуть позитивно на зменшення випадків насильства серед дітей, але не варто забувати, що борючись з наслідками, слід думати насамперед на випередження: тобто про профілактику і недопущення жорстокості. Певні дії вже є на рівні держави, зокрема у Верховній Раді зареєстрували та підтримали у першому читанні законопроект 8584, що покликаний протидіяти булінгу та захищати права дітей. МОН України спільно з Prometheus планують запустити онлайн-курс проти булінгу. Тема шкільного цькування болюча та важлива, і безсумнівно буде пропрацьована на різних рівнях, в тому числі висвітлена ще не один раз на фестивалях та конкурсах. Є сподівання, що Україна позбудеться ганебного четвертого місця у світі у Європі за рівнем підліткового насилля.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Петренко Б. Стоп шкільний терор / Богдан Петренко [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://uire.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Doslidzhennya-buling.pdf>
  2. Савчин М. В., Галян І.М. Моральна свідомість та самосвідомість особистості. [Монографія] / за ред. М. В. Савчина, І.М. Галяна. – Дрогобич, 2009. – 288 с.
  3. Стащук І. Соціальна реклама: від (ре)трансляції цінностей до аксіологічної інтеракції / Інна Стащук // Наукові записки УКУ. - 2015. - Ч. 6 : Журналістика. Медіакомунікації, вип. 1. - С. 156-168.
-



## ТИПОВІ ПОМИЛКИ ПРИ ВИСВІТЛЕННІ ТЕМАТИКИ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ В МЕДІА

Дослідження висвітлення тематики людей з інвалідністю в ЗМІ є актуальним сьогодні, коли наша держава намагається досягнути соціальних, правових та економічних висот країн Європейського Союзу. На жаль, чіткому встановленню європейських норм щодо ставлення до людей з інвалідністю в суспільстві заважає не лише радянське минуле, але нав'язування неправильного ставлення до людей з інвалідністю навіть найбільш великими та впливовими засобами масової інформації України. Саме їх вплив на українську громаду підтримує вже сформовані неправильні погляди на проблему інтеграції людей з інвалідністю в суспільство, поширює принизливе почуття жалю до цих осіб та заважає повноцінному знищенню дискримінації на українських землях, адже для ЗМІ часто особа з інвалідністю є всього лише інструментом для здобуття емоційної реакції від своєї аудиторії.

**Мета роботи:** дослідження об'єктивності висвітлення тематики людей з інвалідністю в українських ЗМІ.

**Завдання роботи:** виділення найбільш типових ситуацій, при яких до цієї тематики звертаються ЗМІ; виділення найбільш розповсюджених порушень при висвітленні цієї тематики в ЗМІ.

**Об'єкт дослідження:** публікації українських медіа, що розкривають тематику людей з інвалідністю.

Можна окреслити такі найбільш розповсюджені помилки при висвітленні тематики людей з інвалідністю в медіа:

- Спроби «створити глибину» матеріалу, використовуючи людей з інвалідністю для викликання жалісливих почуттів у аудиторії;
- Демонстрація виконання звичних для будь-якої людини дій особою з інвалідністю як чогось неймовірного;
- Концентрування уваги не на особистості, а на порушеннях її здоров'я;
- Використання лексики, що закріплює стереотипи і принижує честь та гідність людей з інвалідністю;

---

<sup>46</sup> Студент третього курсу спеціальності «журналістика» Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця.

Спільною ознакою всіх цих порушень є оцінка людей з інвалідністю як неповноцінних членів суспільства, яка розповсюджується в суспільстві медіа.

Використання людей з інвалідністю в ролі «страждених жертв» досить характерне для пострадянських держав, в яких лише нещодавно припинилась практика сегрегації та вилучення людей з інвалідністю від решти суспільства. Цей вплив досі помітний неозброєним оком, він полягає в демонстрації особи з інвалідністю відірваною від суспільного життя не в контексті засудження такого стану справ. Найбільш розповсюдженим прикладом таких порушень є нескінченні сюжети, в яких інваліди, що займаються звичними справами, надмірно героїзуються. Це видає в авторах матеріалу дискримінаційні погляди, які виражаються в очікуванні неспроможності виконання цими людьми звичних дій.

Прикладом цього порушення можна назвати матеріал з сайту ТСН «БЕЗНОГИЙ КОМУНАЛЬНИК ІЗ ЗОЛОТИМИ РУКАМИ ВСЛАВИВСЯ СВОЄЮ РОБОТОЮ НА ДНІПРОПЕТРОВЩИНІ», від 7 грудня 2017 року [1]. В ньому розповідається про чоловіка з інвалідністю в селі, бо в нього «золоті руки». В матеріалі немає ніякого інфоприводу, один член суспільства просто ходить на робоче місце та виконує свої обов'язки, при тому, що характер його інвалідності жодним чином не заважає йому займатись цією справою. Весь сюжет його образ героїзується його підлеглими, роботодавцем, самою кореспонденткою, а про назву професії нічого не сказано, адже це не важливо. Головне в сюжеті – це демонстрація унікальної, на думку авторів, особи, а саме працюючого чоловіка з інвалідністю.

Тематику людей з інвалідністю часто використовують для емоційної маніпуляції з метою виклику жалю у аудиторії. Людина з інвалідністю показується як нещасна, налякана або неспроможна, як така, що страждає від життя. З попереднім порушенням різниця в очікуваній реакції від реципієнта, там – це підняття настрою та позитивні емоції (хоч і зі смачний соусом у вигляді підсилення дискримінаційних стереотипів), а тут – викликання почуття жалю. Зазвичай в таких сюжетах немає навіть і натяку на інформаційний привід, просто показується нещасна людина з інвалідністю, у якої виникли деякі проблеми.

Першим прикладом є матеріал з сайту «ТСН» під назвою: «У МОСКВІ У СЛІПОЇ СПІВАЧКИ ВКРАЛИ ЛАБРАДОРА-ПОВОДИРЯ» [2], від 30 липня 2015 року. А поки ви будете думати, чому крадіжка пса стала новиною, вам нагадають, що без нього жінка не може пересуватись містом.

Звичайно, крадіжка – це абсолютно аморальний вчинок, але вони оточують нас завжди, а такий локальний та, на жаль, звичайний випадок став причиною написання цілого інформаційного повідомлення, вірогідно, лише заради виклику співчуття у аудиторії. А її викликали не лише самим фактом крадіжки, а й нагадуванням неспроможності та несамостійності жінки до самостійного пересування містом.

Другим прикладом є матеріал з сайту «ТСН» під назвою: «ЛІДІЯ ТАРАН ЗДІЙСНИЛА МРІЮ ХЛОПЧИКА-АУТИСТА», від 5 жовтня 2016 року[3]. Розповідається про ведучу ТСН, що відвела хлопчика з аутизмом у дельфінарій. Матеріал вже викликає деякі сумніви, не лише емоційною маніпуляцією за допомогою дитини з інвалідністю, а й ,можливо, спробою зробити собі гарне ім'я, допомагаючи дітям з інвалідністю вибірково, замість боротьби за вирішення більш глобальних проблем. Цікавою є еволюція заголовку, на сайті він звучить так: «Лідія Таран здійснила мрію хлопчика-аутиста»[3], на ютуб-каналі так: «Лідія Таран здійснила мрію хлопчика з аутизмом»[4], а в самому сюжеті ведучий при вимові заголовку узагалі збився не став вимовляти діагноз, залишивши його на потім[3][4].

Існує багато рекомендацій по використанню спеціальної лексики при висвітленні тематики людей з інвалідністю в ЗМК, але досі законодавчо вона ніяк не обмежувалась, якщо не рахувати свіжий закон № 2249 - VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України», який у законодавстві перетворив характеристику особи «інвалід» на додаток до слова «людина». Відтепер «дитина-інвалід» стала «дитиною з інвалідністю» і тому подібне. Хоч це і важливий крок до формування чіткого ставлення держави на проблему, він не зобов'язує суспільство користуватись новими визначеннями, та замінює далеко не всі образливі терміни. Журналістам краще користуватись рекомендаціями, наприклад, від сайту «Детектор медіа», адже саме на ЗМК лежить велика відповідальність, саме їхні слова буде повторювати аудиторія.

Яскравим прикладом такого порушення є матеріал з сайту «ТСН» від «СНАЙПЕРИ-ТЕРОРИСТИ ЦІЛЯТЬ В УКРАЇНСЬКИХ ВІЙСЬКОВИХ ТАК, АБИ ЗРОБИТИ З НИХ КАЛІК» від 14 червня 2014 року [5]. Використання слова «каліка» в матеріалі одного з найпопулярніших українських ЗМК недопустиме, адже воно принижує людей з інвалідністю і закріплює у свідомості аудиторії це лайливе прізвисько, а це точно не допоможе інтеграції людей з інвалідностями в суспільство. Цікаво, що ведуча і

кореспондентка попереджують, що лише цитують лікарів, але єдиний медпрацівник, у якого беруть інтерв'ю говорить не «...роблять з них (військових) калік...», а «... роблять з них (військових) інвалідів...». Схоже, слово «каліка» це творче доповнення до слів лікаря від «ТСН».

**ВИСНОВКИ.** Навіть в найбільш популярних українських медіа досі можна знайти порушення, що розповсюджують стереотипи та упереджене ставлення до людей з інвалідністю, що в свою чергу заважає людям з інвалідністю інтегруватись в суспільство.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ТСН «БЕЗНОГИЙ КОМУНАЛЬНИК ІЗ ЗОЛОТИМИ РУКАМИ ВСЛАВИВСЯ СВОЄЮ РОБОТОЮ НА ДНІПРОПЕТРОВЩИНІ [Електронний ресурс]. 2017. Режим доступу до ресурсу: <https://tsn.ua/ukrayina/beznogiy-komunalnik-iz-zolotimi-rukami-vslavivsyasvoyeyu-robotoyu-na-dniropetrovschini-1057235.html/>
2. У МОСКВІ У СЛІПОЇ СПІВАЧКИ ВКРАЛИ ЛАБРАДОРА-ПОВОДИРЯ [Електронний ресурс]. 2015. Режим доступу до ресурсу: <https://tsn.ua/svit/u-moskvi-u-slipoyi-spivachki-vkrali-labradora-povodirya466023.html/>
3. ЛІДІЯ ТАРАН ЗДІЙСНИЛА МРІЮ ХЛОПЧИКА-АУТИСТА [Електронний ресурс]. 2016. Режим доступу до ресурсу: <https://tsn.ua/video/video-novini/lidiya-taran-zdiysnila-mriyu-hlorchikaautista.html>.
4. Лидия Таран осуществила мечту мальчика с аутизмом [Електронний ресурс] // 2016 Режим доступу до ресурсу: [https://youtu.be/Kyh\\_PpSEhYs/](https://youtu.be/Kyh_PpSEhYs/)
5. СНАЙПЕРИ-ТЕРОРИСТИ ЦІЛЯТЬ В УКРАЇНСЬКИХ ВІЙСЬКОВИХ ТАК, АБИ ЗРОБИТИ З НИХ КАЛІК [Електронний ресурс]. 2014. Режим доступу до ресурсу: <https://tsn.ua/ukrayina/snayperi-terroristicilyat-v-ukrayinskih-viyskovih-tak-abi-zrobiti-z-nih-kalik-354512.html/>

*Пристапенко Т.О.<sup>47</sup>*

### ПРАВО НА СВОБОДУ СЛОВА ВІТЧИЗНЯНИХ ЖУРНАЛІСТІВ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНИХ ДОКУМЕНТІВ ТА НАЦІОНАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА

**Актуальність** вивчення питання права на свободу слова вітчизняних журналістів в контексті міжнародних документів та національного законодавства України в цій царині обумовлена необхідністю застосування міжнародних стандартів в реальну діяльність представників мас-медіа, розробку ефективної державної інформаційної політики в цьому напрямі.

**Мета дослідження** полягає в тому, щоб обґрунтувати сучасний стан захисту права на свободу слова українських журналістів, його взаємозв'язок з програмною діяльністю в цьому напрямі впливових міжнародних організацій, національного законодавства в умовах європейського вибору

<sup>47</sup> Канд. іст. наук, проф., Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, м.Київ.

України для подальшої демократизації вітчизняних політичних та громадянських інститутів суспільства, плюралізації та свободи мас-медіа, скасування цензури, формування партнерських взаєностосунків влади та ЗМІ, запровадження міжнародних стандартів у діяльність мас-медійних організацій. Ці напрями є одними із пріоритетних щодо включення нашої країни в міжнародні політичні та світові комунікаційні процеси.

В основу дослідження покладена Концепція національної стратегії у сфері прав людини, законодавчий вітчизняний досвід щодо захисту права на свободу слова представників ЗМІ та його практична реалізація, глобальна інформаційна діяльність ООН/ЮНЕСКО в цьому контексті.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **основних завдань**:

- здійснити аналіз вітчизняних стратегій та законодавства щодо права на свободу слова журналістів;
- відстежити основні пріоритети національної політики в цьому аспекті;
- визначити роль міжнародних організацій, зокрема ООН/ЮНЕСКО та Ради Європи, у розвитку та формуванні незалежних та плюралістичних ЗМІ;
- виявити взаємозалежність міжнародних документів у сфері становлення демократичних мас-медіа і вітчизняного інформаційного законодавства України;
- з'ясувати реалії законодавчого забезпечення свободи слова в Україні, прав та свобод журналістів.

**Джерельну базу дослідження становлять:**

- офіційні документи міжнародних організацій: ООН/ЮНЕСКО, Ради Європи, неурядових організацій, присвячені проблемам свободи слова та правам журналістів;
- вітчизняне законодавство щодо діяльності засобів масової інформації;
- вітчизняні періодичні видання з досліджуваної тематики;
- наукові дослідження зарубіжних і вітчизняних фахівців з актуальних проблем розвитку плюралістичних мас-медіа, свободи журналістської діяльності. Зокрема, такими джерелами є філософсько-правові концепції соціальної відповідальності, свободи, справедливості (Г. Йонаса, П. Рікера, Дж. Роулза та ін.), у сучасній глобальній інформаційній площині розвинуті Б. Беллом, М. Макклуюеном, Т. Стоуньєром, О. Тоффлером, Ф. Сібертом, І. Шраммом, Т. Пітерсоном, У. Дайзардом, Ф.

Уебстером та ін. Важливу роль у розумінні та розв'язанні питань наукової розвідки відіграли дослідження зарубіжних авторів, які торкалися нормативно-правових проблем функціонування ЗМІ країн Центральної та Східної Європи – Ф. Кас міра, Е. Монкса, А. Рідінга, П. Гроса, а також вітчизняних – Є. Макаренко, В. Іванова, О. Каплій, Н. Петрової, О. Арістової О. Вознесенської, О. Дзьобань, І. Домбровського, Н. Кравченко, О. Баранова, Ю. Брижка, Ю. Базанова, В. Трутня та ін.

**Результати обговорення.** Становлення та формування сучасного інформаційного законодавства України із закріпленням прав та свобод журналістів як творчих працівників почалося відразу після прийняття Декларації про державний суверенітет України [1] та Акту проголошення її незалежності [2]. Саме ці документи новітньої історії держави лягли в основу сучасного вітчизняного інформаційного законодавства з його фундаментальними базовими принципами – права на свободу слова, самовираження та баланс думок, незалежну інтелектуальну творчість, скасування цензури як політичного інституту, а відтак – необхідність запровадження міжнародних журналістських стандартів у діяльність вітчизняних ЗМІ на основі документів в ООН/ЮНЕСКО, Ради Європи, ОБСЄ та ін.

Активна та дієва робота щодо розробки законодавства в масмедійній галузі, прав та свобод журналістів розпочалася після прийняття Основного Закону нашої держави – Конституції України 28 червня 1986 року [3]. Однією з важливих статей Основного Закону в умовах розбудови її інформаційного простору стала 15 стаття документу. В її змісті були закладені фундаментальні принципи нових суспільно-економічних відносин країни, які ґрунтуються на засадах політичної, економічної та ідеологічної багатоманітності. Жодна ідеологія не може визнаватися державою як обов'язкова. Цензура заборонена. Держава гарантує свободу політичної діяльності, не забороненої Конституцією і законами України.

Ці положення 15 статті знайшли втілення і подальший розвиток у другому розділі Основного Закону «Права, свободи та обов'язки людини та громадянина». Через всі статті цього розділу проходить ідея щодо невідчужуваності та непорушності прав і свобод людини, їх невичерпності. Підкреслюється, що при прийнятті нових законів або внесенні змін до чинних законів не допускається звуження змісту та обсягу існуючих прав і свобод. І це повною мірою стосується також і діяльності журналістів, їхніх прав і свобод, доступу до інформації та її поширення, свободи журналістської діяльності та ін.

І це повною мірою стосується також і діяльності журналістів, їхніх прав і свобод, доступу до інформації та її поширення, свободи журналістської діяльності та ін. Серед статей, які безпосередньо чи опосередковано регламентують діяльність представників ЗМІ, у другому розділі Основного Закону можна виділити статті 31, 32, 34, 35, 36, 54.

Важливим продовженням та деталізацією зазначених норм Конституції України стало прийняття у 2015 році відповідним Указом Президента України «Національної стратегії у сфері прав людини» [3]. Затвердження цього документу було зумовлено необхідністю вдосконалення діяльності держави щодо утвердження та забезпечення прав і свобод людини, створення дієвого механізму захисту в Україні прав і свобод людини, вирішення системних проблем у зазначеній сфері. Стратегія була спрямована на об'єднання суспільства довкола розуміння цінності прав і свобод людини, які захищаються на основі принципу рівності та без дискримінації. Метою реалізації Стратегії було забезпечення пріоритетності прав і свобод людини як визначального чинника під час визначення державної політики, прийняття рішень органами державної влади та органами місцевого самоврядування.

Одним із важливих стратегічних напрямів цього документу стало забезпечення свободи думки і слова, вираження поглядів і переконань, доступу до інформації та вільного розвитку особистості.

Відповідні положення Конституції України, Національної стратегії у сфері прав людини, норми законодавства в інформаційній галузі ( а це близько 40 законів та інших нормативно-правових документів), Кримінального Кодексу України та Цивільного Кодексу України, надзвичайно важливі для діяльності журналістів, їх прав та свобод, розвитку в цілому мас-медійного простору нашої держави, запровадження міжнародних журналістських стандартів в інформаційну галузь. Адже йдеться, передусім, про досвід реалізації подібних норм і механізмів у законах західних країн, про чесні та прозорі взаємовідносини між пресою та владою, про баланс їхніх інтересів у суспільстві. Така практика нормотворчої роботи країн західної демократії щодо права на інформації, свободи слова передусім концептуально базується на положеннях Загальної декларації прав людини ООН (1948 р.) [1,18-24].

Цей документ, 70-річчя його прийняття яке відзначає все прогресивне людство 10 грудня 2018 року, став своєрідною віхою в історії світової демократії. З його ухваленням на міжнародному, наднаціональному рівні було визнано, що кожна людина володіє гідністю з моменту народження і до смерті. З прийняттям Декларації людство отримало надію – надію на право кожного бути вільним, жити у світі без насильства, дискримінації, бідності,

воєн, екологічних катастроф. Кожній людині має належати низка прав, званих правами людини, які не можуть даруватися або бути забрані кимось. Будь-яка держава, що приєдналася до Декларації, зобов'язується дотримувати ці права по відношенню до всіх людей (не тільки громадян), які перебувають на її території. Крім того, міжнародне співтовариство має право контролювати дотримання прав людини державою. Відтак, йдеться про те, що Декларація стала першим каталогом прав людини, що включає як права цивільні та політичні (право на життя, на свободу від катувань, тортур, свободу слова), так і соціально-економічні та культурні (право на створення профспілок, на працю і відпочинок, медичне обслуговування та ін.). У Статуті ООН, прийнятому в 1945 році, йдеться про обов'язок держав сприяти в співпраці з ООН в умовах загальної пошани і дотримання прав людини. Положення Декларації були згодом використані при створенні національних законодавств багатьох країн світу. Вони практично цілком були повторені в багатьох країнах світу. Конституція України так само базується на положеннях Загальної Декларації прав людини, зокрема її другий розділ – «Права, свободи та обов'язки людини і громадянина».

На основний документ ООН посилаються також Конституційні суди багатьох країн світу. Відтак документ у такий спосіб перетворився у «необхідне» право, обов'язкове для виконання.

Декларація ООН також стала основою для створення міжнародної системи захисту прав людини. Йдеться, зокрема, про регіональну систему – африканську, американську, європейську. До речі, щодо європейської системи, то вона визнана найбільш ефективною в царині захисту прав людини. Її результатом стало ухвалення Європейської конвенції з прав людини у 1950 році (Конвенція про захист прав людини та основоположних свобод) [4] і створення Європейського суду з прав людини згідно з протоколом № 11 Європейської Конвенції з прав людини, який функціонує на постійній основі.

У самій ООН у 1966 році були прийняті так звані Білль про Права, Міжнародний пакт, що містив громадянські та політичні права [5], Міжнародний пакт про соціально-економічні та культурні права [1, 24-36] і два факультативні протоколи до них [6].

У самому тексті Загальної декларації прав людини є низка статей, що стосуються свободи слова та підпадають під діяльність творчих представників ЗМІ. Перш за все, це перша частина Преамбули документа, в якій йдеться про наступне: «беручи до уваги, що зневаження і нехтування правами людини призвели до варварських актів, які обурюють совість людства, і що створення такого світу, в якому люди будуть мати свободу



слова і переконань і будуть вільні від страху і нужди, проголошено як високе прагнення людей...» [1, 18].

Важливе значення в контексті свободи слова та журналістської діяльності мають статті 3, 12, 18 та 19. Так стаття 19 зазначає право на свободу переконань і на вільне їх виявлення. Підкреслюється, що це право включає свободу безперешкодно дотримуватися своїх переконань та свободу шукати, одержувати і поширювати інформацію та ідею будь-якими засобами і незалежно від державних кордонів.

Своє більш конкретне наповнення і втілення основні ідеї цих статей, і особливо 19 статті Загальної декларації прав людини, знайшли своє подальше відображення у діяльності та документах Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури – ЮНЕСКО. Особливо така роль організації посилилася після 25 сесії її Генеральної конференції в 1989 році, у зв'язку з прийняттям Нової стратегії в галузі комунікації [7, 10].

ЮНЕСКО розгорнула свою діяльність, спрямовану на заохочення вільного поширення інформації як на міжнародному, так і на національному рівнях та її більш широкому, збалансованому та безперешкодному поширенні для вільного вираження думок. Зусилля організації концентруються, зокрема, на сприянні незалежності та плюралізму засобів масової інформації, нових комунікаційних технологіях, використанні комунікації для запобігання конфліктів та зміцнення миру після конфліктів. Так, ЮНЕСКО спільно з Департаментом громадської інформації ООН (ООН-ДОІ) та із залученням деяких міжнародних професійними організаціями, які співпрацюють у царині мас-медіа, провела серію регіональних семінарів під назвою «Сприяння незалежним та плюралістичним засобам інформації». Перший такий семінар відбувся у Віндгуці (Намібія, 1991 р.), другий – в Алма-Аті (Казахстан, 1992 р.), третій – у Сантьяго (Чілі, 1994 р.), четвертий – у Сані (Йемен, 1996 р.), п'ятий – у Софії (Болгарія, 1997 р.), на якій автору дослідження довелося побувати і безпосередньо брати участь у її роботі.

У прийнятих на цих форумах деклараціях відображаються потреби суспільств в галузі комунікації в різних частинах світу, зокрема, щодо захисту прав журналістів під час виконання ними їх професійного обов'язку, а також під час перебування їх у зонах конфлікту.

Генеральна конференція ЮНЕСКО на своїй 26 сесії (1991 р.) зафіксувала важливість рішень першого Віндгукського семінару та його Декларації щодо розвитку свободи, незалежності та плюралізму ЗМІ, підтвердивши ключовий зміст документу про те, що вільна, плюралістична та незалежна преса є суттєвим елементом демократичного суспільства [7, 10-11].

Генеральна конференція, враховуючи важливість таких засадничих принципів у діяльності демократичних країн світу, передала Генеральній Асамблеї ООН побажання оголосити 3 травня «Всесвітнім днем свободи преси». Генасамблея затвердила цю пропозицію на своїй 48 сесії. Незмінність принципам свободи слова, розвитку незалежних та плюралістичних ЗМІ з боку ООН засвідчило і привітання Генерального секретаря ООН Антоніу Гутерреша у зв'язку із Всесвітнім днем свободи слова у травні 2018 року. Зокрема, він закликав уряди боротися за свободу преси і захищати журналістів. Відстоюючи свободу преси, підкреслив Генеральний секретар, ми відстоюємо наше право знати правду [8, 1].

Нині ЮНЕСКО опинилася перед серйозним викликом, який пов'язаний із заявою США від 12 жовтня 2017 року щодо їх виходу зі складу організації. До речі, США роблять це не вперше. Раніше такий крок було здійснено в 1985 році за президенства Рональда Рейгана зі схожими обвинуваченнями ЮНЕСКО в антиамериканізмі та необґрунтованих витратах внесків. США тоді підтримала Велика Британія, яка повернулася до ЮНЕСКО в 1997 році, а США – в 2003 році – за часів президента Джорджа Буша-молодшого. Це рішення набуде чинності з 31 грудня 2018 року. Одночасно з цим таким кроком США Ізраїль також почав підготовку щодо виходу з ЮНЕСКО.

Міжнародні правозахисні журналістські організації – «Комітет захисту журналістів», «Репортери без кордонів» та «Артикл 19» у своїй спільній заяві з цього приводу засудили рішення уряду США, оскільки це буде серйозним ударом щодо роботи міжнародного співробітництва у напрямі зміцнення свободи преси та вільного глобального обміну інформацією, який зробить світ менш безпечним місцем для журналістів [9, А.5].

На думку міжнародних експертів та аналітиків, вихід США із ЮНЕСКО – це небезпечний симптом кризи всієї системи ООН і устремління Вашингтона демонтувати існуючу модель міжнародної організації – оскільки в умовах кризи та подальшого краху однополярного світу ООН вже не відповідає інтересам США. Цей крок також необхідно пов'язувати і з ідеями щодо реформування РадБезу ООН (скасування чи послаблення інституту права «вето»), з рішенням Трампа щодо виходу з Паризької кліматичної угоди та угоди Іранської ядерної програми. Таке посягання на засади діяльності ООН, визначеними за результатами Другої світової війни, може призвести до руйнівних наслідків в галузі гуманітарного міжнародного співробітництва, захисту прав та свобод людини, яке повинно зміцнювати та об'єднувати всі країни та народи планети.

Особливо це стає важливим в діяльності як міжнародній, так і внутрішній нашої держави. Як відомо, Україна, яка у жовтні 2017 року була

обрана членом Ради ООН із прав людини на 2018-2020 рр. за квотою від Східної Європи [10, 5]. Таке членство нашої країни надаватиме додаткові можливості для дотримання в державі прав людини, і зокрема, прав журналістів, сприяння розвитку плюралістичних ЗМІ, свободі слова та праву на інформацію.

В доповіді ООН щодо прав людини в нашій державі за 2017 рік було підкреслено, що до цих пір не розслідується справа проти сайту «Миротворець», який акумулює дані про «ворогів народу». На цьому веб-сайті продовжуються друкуватися особисті дані журналістів. Це призвело, наприклад, до того, що навіть один з вітчизняних банків відмовився віддавати клієнту гроші на підставі того, що він є на сайті «Миротворець». У доповіді також згадується й заборона на ввезення російських книжок. Так, було підкреслено, що в період з 1 січня 2017 року по 14 лютого 2018 року Державний комітет телебачення і радіомовлення України заборонив 30 книжок, виданих у РФ. У звіті ООН також зазначалося про 18 випадків посягань на свободу думки та ЗМІ. Комісія виявила 9 фактів нападів на журналістів, 5 із яких були здійснені представниками крайніх правих організацій. При цьому згадувалася байдужість правоохоронних органів. Як приклад, йшлося про блокування холдингу «NEWSONE» та побиття його журналіста, напад на журналістів «Радіо Свобода» та два випадки нападів на журналістів ЗМІ з боку представників радикального угруповання «С14» [11, 5].

А експерти Інституту масової інформації за 8 місяців 2018 року зафіксували 168 порушень свободи слова та прав журналістів [12, 2]. Долучилася до цієї сумної статистики і Національна спілка журналістів України, повідомивши, що лише у вересні було здійснено 6 нападів на жінок-журналістів [13, 3]. З приводу такої ситуації з відповідною заявою виступив голова НСЖУ С. Томіленко, який звинуватив у таких діях безвідповідальних українських чиновників, які ділять журналістів на «своїх» та «чужих», позбавляючи в такий спосіб представників ЗМІ відповідних прав та свобод. А це призводить до агресії та фізичного насильства щодо працівників мас-медіа. Відтак «політикам необхідно припинити спекуляції та цькування журналістів, а правоохоронцям – прозвітувати не відписками, а прізвищами тих журналістів, кривдники яких повинні бути належним чином покарані» [14, 4]. Адже саме з цією метою ЮНЕСКО ухвалила рішення щорічно, 2 листопада, відзначати День припинення безкарності за злочини проти журналістів. Цій даті, зокрема, були присвячені 1 листопада 2018 року за сприянням Національної спілки журналістів України громадські слухання «Фізична безпека журналістів та свобода слова в Україні [15, 3].

**Висновки.** Ситуація щодо обмеження свободи слова в Україні, прав та свобод журналістів, інших демократичних цінностей відбувається всупереч нормам і положенням Конституції України, іншим законодавчим актам держави, міжнародним документам, ратифікованими Верховною Радою України. Саме про таку небезпечну тенденцію йшлося на Ялтинській міжнародній конференції «Yes, 2018», присвяченій обговоренню українського політсезону 2018-2019 року та захисту вітчизняного інформаційного простору [16, 2].

Питання взаємодії та дотримання балансу у стосунках держава – мас-медіа, тиск на свободу слова, важливість запровадження міжнародних стандартів у діяльність мас-медіа, критики та контролю з боку ЗМІ за діяльністю державних інститутів, право мас-медіа бути в опозиції до влади – такими були основні питання міжнародного форуму ОБСЄ у Варшаві щодо основних стратегій ЗМІ, які обговорювалися у вересні 2018 року [17, 6-7]. Ця новітня стратегія діяльності мас-медіа покликана унебезпечити виклики та загрози, перед якими опинилася світова спільнота – кібератаки, гібридні інформаційні війни, тиск на свободу слова тощо. Досягти цього можна за умов застосування міжнародних стандартів та норм в діяльність мас-медіа, розвитку плюралістичних та незалежних від олігархів ЗМІ, поваги до демократичних цінностей, верховенства прав в державі, ефективної державної інформаційної політики, існування дійсно «четвертої влади» - одного з найважливіших інститутів демократичного суспільства, який контролює та опонує іншим гілкам влади, виступає за права та свободи всіх громадян суспільства.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Права людини: міжнародні договори України, декларації, документи / [упоряд. Ю. К. Качуренко]; переднє слово Л. Кравчука. - 2-ге вид. - Київ : Наукова думка, 1992. - 198, [2] с.
2. Конституція України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). - 1996. - № 30. - с. 141. - Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
3. Про затвердження Національної стратегії у сфері прав людини: Указ Президента України від 25 серпня 2015 року № 501/2015 // Офіційний вісник України. - 2015. - № 69. - 8 вересня. - Ст. 2257. - С.12.
4. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод : Рада Європи; Конвенція, Міжнародний документ від 04.11.1950, поточна редакція від 01.06.2010, підстава 994-527, набуття чинності в Україні з 11.09.1997 // [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_004](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004)
5. Міжнародний пакт про громадянські і політичні права: ООН; Пакт, Міжнародний документ від 16.12.1966, ратифікація від 19.10.1973, підстава 2148-08 // [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_043](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_043)
6. Факультативний протокол до Міжнародного пакту про громадянські та політичні права: ООН; Протокол, Міжнародний документ від 16.12.1966, набуття чинності для

України міжнародного договору від 25.10.1991 // [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_086](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_086)

7. Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры. Основные документы в области коммуникации. 1989-1995гг.. – С 11-96/WS/2.-1996. – С. 10.

8. День. — 2018. — 4-5 трав. (№ 78/79). — С. 1.

9. Королёв Дмитрий. Выход США из ЮНЕСКО: первый шаг к демонтажу ООН? / Дмитрий Королёв // 2000. – Вип. 43. – 2017. – 27 окт. – С. А.5.

10. Україна - член ООН із прав людини // Україна молода. Рубрика «Новини плюс». – Вип. 125. – 2017. - 19 жовт. – С. 5

11. Иванова Евгения, Петик Марина. Отчёт ООН: дела Майдана и нападение на «Вести» / Евгения Иванова, Марина Петик // Вести. – Вип. 48. – 2018. – 20 марта. – С. 5

12. Україна молода. Рубрика «Рахункова палата» – Вип. 100. – 2018. – 14-15 вересня. – С. 2.

13. Україна молода. Рубрика «Рахункова палата» – Вип. 108. – 2018. – 5-6 жовтня – С. 3.

14. А чого ви туди підходили // Медиакурсьєр в Україні. – Вип. 39. – 2018. – 26 сєнєбря – 2 октєбря. – С. 4.

15. Вести. Рубрика «Что будет сегодня». – Вип. 183. – 2018. – 1 нєбря. – С. 3.

16. Коновалова Кристина. Ялтинская международная конференция «Yes, 2018» / Кристина Коновалова // Сєднєня. – Вип. 167. – 2018. – 17 сєнєбря. – С. 2.

17. Хрусталёв Андрей. За критику со стороны медиа власть должна благодарить / Андрей Хрусталёв // Вести. – Вип. 151. – 2018. – 17 сєнєбря. С. 6-7.

*Ребро Д.Я.<sup>48</sup>*

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРЕДУМОВ КОНСТРУКТИВНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ ЩОДО ВИСВІТЛЕННЯ ЖИТТЯ БІЖЕНЦІВ ТА ОСІБ, ЯКІ ПОТРЕБУЮТЬ ДОДАТКОВОГО АБО ТИМЧАСОВОГО ЗАХИСТУ, УКРАЇНСЬКИМИ МЕДІА**

Українські медіа, попри багатий досвід роботи з висвітлення різних соціальних питань, поки не в силах донести до аудиторії присутність, голос та права біженців та осіб, що потребують захисту. На нашу думку, наразі українське суспільство знаходиться на етапі визнання, прийняття та поваги до прав біженців та людей, що потребують додаткового або тимчасового захисту.

**Актуальність теми.** В 2002 році Україна ратифікувала Конвенцію про статус біженців та Протоколу щодо статусу біженців, тим самим засвідчивши про готовність допомагати людям, які були вимушені тікати зі своєї країни у пошуках захисту[1]. Проте ми виявили, що суспільство до цього дня майже не володіє інформацією про те хто такі біженці, в чому вони потребують і чого прагнуть. А діяльність ЗМІ з висвітлення питання недостатня та показує

<sup>48</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

упередженість та недостатню інформованість великої кількості журналістів. Це призводить до неспроможності конструктивно сформулювати інформаційний продукт. Тому наразі актуальною є потреба у вирішенні медіапроблеми конструктивного виготовлення інформації про життя та інтеграцію біженців та осіб, які потребують захисту.

**Мета.** Метою нашого дослідження є обґрунтування необхідності переходу медіа від традиційних шляхів висвітлення явища біженців та осіб, які потребують захисту, до конструктивних. Конструктивною ми розглядаємо таку журналістику, яка сприяє вирішенню соціальних питань, удосконаленню умов для інтеграції нового соціуму в українське суспільство та зменшенню емоційної напруги щодо умовно нового для України явища.

**Методи дослідження.** Для опрацювання матеріалів медіа, журналістських підходів до висвітлення теми та опрацювання міжнародних рекомендацій нами було використано методи зіставлення, порівняння, узагальнення та контент-аналіз (для опрацювання матеріалів ТСН).

Практичне значення нашої роботи полягає у створенні рекомендацій журналістам українських медіа щодо конструктивного висвітлення теми біженців та осіб, що потребують захисту, для сприяння їх інтеграції в українське суспільство.

**Теоретичне підґрунтя.** Питання конструктивізму в медіа було порушено Гриценко О. як передумови демократизацій мас-медіа [2]. Проте матеріалів щодо конструктивного висвітлення питання біженців та наукових робіт на цю тему критично мало.

**Джерела дослідження.** Нами було опрацьовано матеріали інтернет-ресурсу ТСН з червня 2017 року по вересень 2018 року, які прямо чи опосередковано стосуються теми біженців та осіб, що потребують притулку.

**Результати дослідження.** Перед нами була поставлена задача проаналізувати матеріали медіа у пошуках типових помилок журналістів щодо висвітлення теми біженців, і, визначивши їх, запропонувати нові шляхи для висвітлення теми. Нами було визначено, що найбільш доцільним був би перехід від традиційного висвітлення у світлі негативу, до конструктивного, такого, яке сприяє вирішенню проблем.

Основна з цих проблем вказана у звіті ООН з питань біженців за серпень 2018 року, де написано: «Расизм та ксенофобія, загалом погана економічна ситуація, законодавчі розбіжності та корупція перешкоджають інтеграції біженців. Деякі шукачі притулку та біженці вирішили переїхати до третіх країн у пошуках ефективної міжнародної охорони та кращих перспектив інтеграції»[3].

Конструктивною журналістика зможе стати тоді, коли журналісти усвідомлять ці проблеми і надаватимуть матеріали які сприятимуть їх вирішенню. Враховуючи новизну теми для України не дивно, що багато матеріалів є непрофесійними, недостовірними і навіть шкідливими. Саме для того аби визначити типові помилки журналістів та запропонувати шлях до конструктивної медіа діяльності в сфері біженців та осіб, які потребують додаткового захисту, нами було проаналізовано матеріали ТСН на цю тему з червня 2017 року по вересень 2018 року, всього 12 статей та відеоматеріалів. Також нами було опрацьовано поради закордонних журналістів з висвітлення питання біженців та осіб, які потребують захисту.

Результати нашого дослідження показали, що журналісти ТСН, як одні з представників сучасних українських медіа, допускають чотири типи помилок в своїх матеріалах:

Зловживання термінами та надмірно емоційними висловами.

1. Неправильна термінологія.
2. Наголос на негативі.
3. Некоректна лексика.

Журналіст відповідальний за вплив, який його матеріал матиме на аудиторію. І якщо в матеріалах використовуються такі вислови як: «У МВС б'ють на сполох» [4], «загроза нацбезпеці», «вони будуть прориватися у будь-який спосіб» [5], тощо – це спричиняє відчуття загрози, страху та небезпеки від осіб, які потребують захисту, та біженців.

В іншому репортажі ми виявили, що журналіст вживає словосполучення: «постачальник біженців» [6] - в контексті Сирії. Попри те, що аудиторія розуміє контекст речення, в сенсі, що люди прибувають з цієї країни, вживане слово об'єктивізує біженця.

Крім того ми звернули увагу, що низка матеріалів сфокусована на негативних моментах, які трапились в Європі, і використано такі вислови як: «початок кінця для ЄС», «загроза для України», тощо. Біженців називають тягарем євро економіки, героями кримінальних хронік, а саме явище біженців – міграційною бомбою.

На нашу думку, ці приклади і більше показують недоліки висвітлення ситуації з біженцями та особами, що потребують додаткового захисту.

В результаті зробленого нами аналізу статті закордонної журналістки Веронік Містен, щодо правильного висвітлення питання біженців, та статті The Development Set ми сформуваємо такі поради для українських журналістів:

1. Писати про діяльність неурядових організацій, які допомагають біженцям та особам, що потребують захисту.

2. Писати особисті історії біженців, проте ні в якому разі не героїзувати їх, і не робити жертвами.

3. Брати коментарі та інтерв'ю в урядових осіб, від яких безпосередньо залежить доля біженця.

4. Пам'ятати, що у кожного з біженців або осіб, що потребують захисту, буде своя унікальна історія.

5. Давати загальну картину явища, а не лише якийсь окремий випадок.

6. Не узагальнювати слова та досвід одного біженця, і не примушувати його говорити за всіх.

7. Вміти висвітлити складну правду щодо життя біженців та осіб, що потребують захисту – але зробити це давши надію та перспективу [7][8].

**Висновок нашого дослідження** полягає в тому, що інтерес до життя біженців та осіб, що потребують захисту, в Україні є відносно новим. І журналісти масових ЗМІ ще не адаптувались до нових викликів, створюючи матеріали, які не сприяють інтеграції цих людей в українське суспільство, а подеколи навпаки – сприяючи відчуттю страхів, упереджень та небезпеки. На нашу думку, наступним кроком у розвитку журналістики щодо висвітлення життя біженців та осіб, що потребують захисту, буде зміна методів з традиційних та конструктивні, себто, ті, що сприяють вирішенню проблем. Особливо важливим є вміння в конструктивній журналістиці показати як біженець, або особа, яка потребує захисту, неурядові та урядові організації, держслужбовці і всі особи, хто мають вплив на ситуацію – бачать шлях до вирішення проблеми, а також її вирішують. І останнє, конструктивна журналістика повинна бути оптимістичною, стверджуючою, такою, що сприяє інклюзії цих осіб в українське суспільство і сприяє вирішенню наявних проблем.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про приєднання України до Конвенції про статус біженців та Протоколу щодо статусу біженців. Закон України від 10 січня 2002 року.

2. Гриценко О. М. Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. політ. наук : спец. 23.00.03 "політична культура та ідеологія" / Гриценко О. М. – Київ, 2003. – 33 с.

3. Refugee and Asylum Seekers Update, ООН з питань біженців, Серпень 2018, Режим доступу: <http://www.unhcr.org/ua/wp-content/uploads/sites/38/2018/08/2018-08-UNHCR-UKRAINE-Refugee-and-Asylum-Seekers-Update-FINAL-EN.pdf>

4. У МВС б'ють на сполох через критичний рівень нелегальних мігрантів в Україні, що загрожує нацбезпеці [Електронний ресурс] // ТСН. – 2018 – Режим доступу до ресурсу: <https://tsn.ua/ukrayina/u-mvs-b-yut-na-spoloh-cherez-kritichniy-riven-nelegalnih-migrantiv-v-ukrayini-scho-zagrozhuje-nacbezpeci-1201626.html>.

5. Будуть прориватись у будь-який спосіб: у ДПСУ прогноують масштабний наплив мігрантів до України [Електронний ресурс] // ТСН. – 2018 – Режим доступу до



ресурсу: <https://tsn.ua/ukrayina/budut-prorivatis-u-bud-yakiy-sposib-u-dpsu-prognozuyut-masshtabniy-napliv-migrantiv-do-ukrayini-1184034.html>.

6. Ко дню беженца дети-переселенцы рисовали совместные мечты на Софийской площади [Електронний ресурс] // ТСН. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://ru.tsn.ua/video/video-novini/ko-dnyu-bezhenca-deti-pereselency-risovali-sovmestnye-mechty-na-sofiyskoy-ploschadi.html>

7. Mistiaen V. How to tell the refugee story? [Електронний ресурс] / Veronique Mistiaen // <http://therighthuman.blogspot.com>. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://therighthuman.blogspot.com/2017/06/how-to-tell-refugee-story.html?spref=tw>

8. Bansal S. How to Write about Refugees: A Manifesto [Електронний ресурс] / Sarika Bansal // The Development Set. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://thedevelopmentset.com/how-to-write-about-refugees-a-manifesto-666bb80c6a77>.

9. Конвенція про статус біженців 1951 р.

10. Будівська Г. Проблема vs. її вирішення: навіщо редакціям конструктивна журналістика [Електронний ресурс] / Галина Будівська // European Journalism Observatory. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.ejo-online.eu/3642/etyka-ta-yakist/navishcho-redaktsiyam-konstruktyvna-journalistyka>.

*Ровинська А.С.<sup>49</sup>*

## **ВКЛЮЧЕННЯ МЕДІА В ПРАВОВУ ПРИРОДУ ФЕНОМЕНА ВОЛОНТЕРСТВА**

В наш час актуальність використання традиційних ЗМІ як засобів масової комунікації важко переоцінити. Об'єм інформації значно накопичився завдяки постійно зростаючій аудиторії. Вивчення процесів в медійному просторі стає важливою частиною залучення в світ медіакультури. Інформація перетворилась в один з найважливіших ресурсів. Справедливим є думка відомого російського дослідника В.Савчука: «В любой сфере уже можно найти качество медиа. Лавинообразно нарастающая скорость распространения «медиапроизводных» - это знак времени, суть которого в том, что социальные, культурные последствия подвели к новой стадии развития человека»[2]. Епоха знаково-символічного світу визначає поведінку суспільства. Сьогодні під терміном соціокультурної глобалізації розуміють уніфікацію цінностей, формування суспільного стандарту поведінки. Кожен індивідуум живе в інформаційному полі, що торкається всіх сторін життя. Поміж того, варто розуміти, що дотримання прав і поваги гідності людини є необхідним для удосконалення етичного регулювання діяльності організації. Цінності прав людини (свобода, гідність, справедливість, рівність) та національні механізми захисту прав в Україні є предметною частиною компетентності правозахисних журналістів[2,16].

Медіаосвіта, наразі, набуває статусу соціокультурного явища. Так як в сучасних умовах вона являє собою не тільки педагогічне направлення, а й

---

<sup>49</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

сприяє самостійному мисленню в розвитку творчого потенціалу. Інститут прав і свобод людини – це важливе мірило досягнень суспільства, основний показник рівня його цивілізованості. Саме за допомогою цього інституту особистість долучається до матеріальних і духовних благ суспільства, до механізмів влади, законних форм волевиявлення і реалізації власних інтересів[2,12].

Розвиток досліджень феномена волонтерства та інформаційного волонтерства зокрема, спонукає до наукового обґрунтування і зумовлює актуальність звернення до цієї проблеми. Результати соціологічних досліджень також свідчать про те, що український волонтерський рух у 2014 р. за масштабом поширення став безпрецедентним виявом громадської самоорганізації.

Характеристика поняття «волонтер» зумовлюється сукупністю ознак тієї діяльності, яку здійснюють волонтери. Волонтерська діяльність є основою побудови й розвитку громадянського суспільства. Вона втілює в собі прагнення людства – прагнення безпеки, миру, свободи, порядку та справедливості для всіх людей. Волонтерство є специфічним видом соціально значимої інформації. Медіа стало провідником у свідомість людей через сотні статей різних інформаційних приводів.

Незважаючи на те, що Україна ратифікувала більшість найважливіших міжнародних актів у сфері прав людини, в умовах війни, терористичної агресії актуалізується потреба у забезпеченні належних гарантій захисту права на життя, наявності правових засобів захисту і механізмів ефективного розслідування порушень права на життя. Українська медіаосвіта проходить етап становлення, про що свідчить дефіцит дієвих корпоративних кодексів, у тому числі журналістської етики. В умовах гібридної війни в національних медіа застосовується конфліктна лексика з присмаком ненависті. В час зовнішньої агресії та умовах окупації, ЗМІ приймають роль дестабілізуючої сторони. В даному контексті ключовим питанням постає вживання нейтральної термінології та лексики у медіа-просторі. Досі не розроблені єдині загальноприйняті стандарти толерантного слововжитку і це призводить до конфліктних висловлювань з боку ЗМІ. Проте, беззаперечними є факти, що інформативне розповсюдження є найкращим способом взаємодії між волонтерами і суспільством незалежно від віку.

Правову природу волонтерів в медіа можна окреслити такими пунктами:

1. волонтер має право вибору того виду діяльності, в якому він компетентний і який вважає для себе найбільш цікавим;

2. волонтер має право на своєчасне отримання інформації про проводяться та майбутні заходи;

3. волонтер може відмовитися від участі у всіх заходах або від участі в конкретному заході, або від виконання певних видів робіт, попередньо повідомивши про це організаторів, що відповідають за роботу;

4. волонтер має право на коректне, шанобливе і доброзичливе ставлення до себе інших учасників заходу та збоку працівників ЗМІ;

5. волонтер має право на визнання і справедливую оцінку його внеску, а також на облік часу, протягом якого він займався волонтерською діяльністю;

6. волонтер має право на попереднє навчання, якщо це необхідно для проведення заходу.

Медіа-відносини сьогодні це певний баланс “натиску” та “привабливості”. Розуміння ситуації та адекватне ставлення один до одного формує толерантний медіапростір. За словами Е.Тоффлера треба сприяти контрольованому і вибіркового впровадженню завтрашніх технологій.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Савчук В.В. Медиафилософия: формирование дисциплины. / Медиафилософия. Основные проблемы и понятия. / Под редакцией В. В. Савчука. - СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2008.

2. Права людини в мас-медіа в Україні: Збірник конспектів лекцій [Тексти]/ Авт.кол. –За ред. Виртосу І., Шендеровського К.- Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка.- 2018.- 260с.

*Рудченко А. С.<sup>50</sup>*

### СОЦІАЛЬНИЙ МІФ ЯК ЧИННИК ДЕГУМАНІЗАЦІЇ В МЕДІА

Існує ряд соціальних міфів, що формують ставлення суспільства до представників тих чи інших етносів. Медіа часто виступають транслятором таких міфів. Мова ворожнечі в медіадискурсі може стати причиною фізичної агресії в суспільстві стосовно представників певних груп. Зокрема, випадки фізичної агресії стосовно представників ромського етносу відбулися в Україні навесні-влітку 2018 року.

**Мета дослідження:** дослідити український медіадискурс на предмет наявності у ньому соціально-міфологічних конструкцій, що формують мову ворожнечі стосовно представників ромської спільноти.

<sup>50</sup> Аспірантка кафедри мультимедійних технологій та медіадизайну Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка; асистент кафедри журналістики ДонНУ імені Василя Стуса.

**Завдання дослідження:** встановити наявність в українських медіа мови ворожнечі, проаналізувати і класифікувати її прояви.

У ході дослідження ми аналізувати так звану соціальну міфологію, яка часто стає підґрунтям мови ворожнечі. «...Головну роль в процесі соціалізації індивіда і суспільства відіграють засоби масової інформації, в основі менталітету лежить не класична, а соціальна міфологія, яка є наслідком ідеологічної практики, тобто цілеспрямованої діяльності з маніпулювання масовою свідомістю за допомогою спеціально сформованих для цієї мети соціальних міфів» [1, с. 149].

**Джерела дослідження.** Наше дослідження базується на аналізі 300 публікацій, знайдених на онлайн-ресурсах «Кореспондент.net», «Обозреватель» та «ТСН» за ключовими словами «ром/ромка».

Для підтвердження тези про те, що розповсюдження соціальних міфів і стереотипів стосовно представників певних етносів є мовою ворожнечі, звернемося до українського законодавства. У Законі України «Про інформацію» мова ворожнечі трактується як складник «неприпустимості зловживання правом на інформацію»:

- заклики до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України,
- пропаганда війни, насильства, жорстокості,
- заклики до розпалювання міжетнічної, расової та релігійної ворожнечі,
- заклики до вчинення терористичних актів [2].

За результатами нашого дослідження ми виявили, що медіа не вдаються до прямого розпалювання міжетнічної, расової та релігійної ворожнечі, однак підтримують і тиражують вже існуючі в суспільстві негативні стереотипи й міфи, чим можуть сприяти ескалації агресії певних представників українського суспільства до представників досліджуваної групи.

**Результати дослідження.** Українська експертка з ромської тематики О. Веснянка розробила правила щодо висвітлення ромської тематики в медіа. Ці правила були опубліковані Комісією журналістської етики та ГО «Детектор медіа». Вищезгаданий перелік правил може бути використаний для аналізу журналістських текстів і виявлення в них дискримінаційних мотивів, мови ворожнечі тощо:

1. Як називати? У жодному випадку не «циган», а ром. У множині це слово – рома (з голосом на останній склад). Варто уникати словосполучень «особи ромської національності», краще – «ромська спільнота», «ромське населення», «ромський народ». Іноді ромських жінок ще називають «ромні».

Також доречно казати ромські чоловіки, ромські жінки, ромські діти (без лапок) [3].

2. Уникати мови ворожнечі, коли говоримо про ромів. Не можна казати «ловити ромів», бо ловити можна мишей, «розігнати ромів», бо розігнати можна тарганів. Також у спілкуванні поміж медійниками варто уникати конструкцій «використати ромів для матеріалу» [3].

3. Уникати узагальнень. Фрази на зразок «усі роми не мають вищої освіти», «усі ромські діти не хочуть ходити до школи», «усі роми уміють ворожити» – це прихована мова ворожнечі, вона породжує стереотипи. Роми – різні, не варто узагальнювати [3].

4. Допомогати голосу рома звучати. Коли пишемо текст на ромську тематику – неодмінно потрібно давати слово тим, хто сам його не може взяти, тобто представникам ромської спільноти. Але непідготовленому журналістові не варто йти в ромське поселення. Потрібно налагодити контакт спершу з посередниками [3].

5. Ксенофоби не можуть бути експертами з ромської тематики. Фахівців для коментарів варто обирати ретельно. Ними не можуть бути відверті ксенофоби, які вживають слова «цигани», «окупували» [3].

6. Роми – це не екзотика. У матеріалах на ромську тематику не варто показувати ромів як щось казкове та екзотичне, овіяне загадковістю та магичністю. Вони – такі ж як і ми, часто потрапляють у непрості соціальні обставини, а в щоденному житті не носять квіткових спідниць і не ворожать по руці. Роми – це теж громадяни України, навіть якщо вони не мають паспорта. Не варто розділяти ромів та, приміром, інших українців на «ми і вони» [3].

7. Теми, які стосуються рома, є щодня. Не лише кримінал. Якщо хочемо писати на ромську тематику, то приводів, окрім нападів, є безліч: проблеми з отриманням документів, оформлення у школу, комунікація з державними органами. Варто пам'ятати також і про них, а не лише про злочинні історії [3].

8. Не згадувати про національність. Особливо цим грішать у кримінальній хроніці. Злочини не мають національності. Ми ж не пишемо «32-річний українець пограбував банк», «Білорус скоїв розбійний напад». Тому не варто акцентувати на ромській національності, коли повідомляємо про злочини [3].

9. Принцип навпаки. Один із найкращих способів перевірити матеріал на чутливість – застосувати принцип навпаки. Поміркуйте, чи написали б ви щось схоже про будь-яку іншу людину. Приміром, фраза «говорив, виблискуючи золотими зубами» однозначно не проходить перевірки [3].

Застосовуючи вищеназвані принципи ми дослідили публікації в українських онлайн-медіа. У результаті дослідження було знайдено журналістські матеріали, у яких розповсюджуються дегуманізуючі суспільні міфи і стереотипи. Дегуманізація відбувається через:

- характеристики усіх членів спільноти як таких, що мають спільні риси характеру, рід занять тощо.

*«Ситуация с ромами в Киеве, об агрессии и преступной деятельности которых постоянно рассказывают жители столицы, усугубляется с каждым месяцем на протяжении последних месяцев» («Обозреватель»).*

- презентацію усіх представників групи як таких, що мають схильність до злочинів, насилля, шахрайства.

*«У Дніпрі патрульні затримали групу циганок-гіпнотизерок» (ТСН). «Наживаются на детях»: раскрыта схема заработка ромов» («Обозреватель»).*

- навмисне акцентування на національності з метою привернення уваги аудиторії, скандалізації тощо.

*«Брати-роми на Хмельниччині змайстрували 7-метровий лімузин із «Жигулів» (ТСН). «Заходжу в хату і бачу щось уже порядкує, хазяйнує така жіночка циганської національності. Я зрозуміла зразу» (ТСН).*

**Висновки.** Українські медіа використовують соціальні міфи й негативні стереотипи при висвітленні тематики, що стосується представників певних етносів, зокрема ромського. Переважна більшість досліджених нами публікацій носять дискримінуючий характер. Також показовим є те, інформаційні приводи, що висвітлюються, є переважно негативними, вкрай мало публікацій позитивного характеру. Не дотриманий баланс думок, фактично не надається можливість висловитися героям публікацій. Відбувається навмисне акцентування уваги на національній приналежності, що також є порушенням прав людини журналістами.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Красовская Е. От стереотипа к архетипу, от мифологемы к идеологеме // Гісторыя журналістыкі : урокі мінулага і практыка сучасных СМІ : матэрыялы Міжнар. навук.-практ. канф., 19–20 крас. 2013 г., Мінск / пад агул. рэд. канд. філал. навук дац. П.Л. Дарашчонка. Мінск : Выд. цэнтр БДУ, 2013. с. 146–152.

2. Закон України «Про інформацію» від 2.10.1992 р. [станом на 01.01.2017] URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12/> (дата звернення 15.07.2018).

3. Без узагальнень та мови ворожнечі: як журналістам писати про ромів. Неурядова громадська організація «Детектор медіа». URL: <https://detector.media/production/article/140933/2018-09-12-bez-uzagalnen-ta-movi-vorozhnechi-yak-zhurnalistam-pisati-pro-romiv/> (дата звернення 12.09.2018).

4. ТОП ефективних українських медіа брендів. Дослідження Центру контент-аналізу. URL: <http://ukrcontent.com/blog/top-efektivnih-ukrainskih-media-brendiv.html/> (дата звернення: 19.06.2018).

---

*Рябічева О.В.*<sup>51</sup>

## ОСОБЛИВОСТІ FEATURE ЯК ІНФОРМАЦІЙНОГО ЖАНРУ

Пулітцерівська премія за feature (фічер) – одна з чотирнадцяти журналістських номінацій Пулітцерівської премії. Вона була впроваджена в 1979 році та присуджується щороку [1].

Фічер – це інформаційний жанр обсягом від 700 до 1000 слів, покликаний висвітлити подію, явище або тенденцію через історії їхніх безпосередніх учасників – героїв. Це – художня історія, написана від третьої особи; текст, який дає можливість пережити те, що десь колись відбулося.

Головною функцією цього жанру є гуманізація та різнобарвлення новин. На думку професора Брюса Д. Ітуле [2], фічер найбільш придатний для висвітлення проблем, пов'язаних із захистом прав конкретної людини.

В українській журналістиці цей жанр досі не набув такого ж поширення, як у британській чи американській.

Жанру фічера властиве широке тематичне різноманіття. Ним послуговуються як дописувачі таблоїдних рубрик типу «Життя» та «Ексклюзив», так і автори серйозних журналістських розслідувань.

Фічеру притаманні неквапливість і розважливність. Фічер зосереджується на героях, які ілюструють явище або проблему, та не прагне «зім'яти» їхні історії в кілька імен і цитат, чим подеколи «грішать» традиційні інформаційні жанри, орієнтовані насамперед на висвітлення самої події.

Тож якщо в інформаційному повідомленні мова йтиме про те, як власник місцевої текстильної фабрики звільнив півтисячі її працівників, то фічер радше зосередиться на історії одного з цих працівників – на його особистих проблемах, пов'язаних із втратою роботи.

Структура фічера така: лід; натграф (від англ. nut paragraph – «абзац-гайка»), що пояснює читачеві, про що йдеться в ліді; розвиток дії (кілька пов'язаних між собою абзаців); кінцівка.

Лід фічера заслуговує особливої уваги.

Пристосовуючись до доби кліпового мислення, фічер неабияк видозмінює традиційний новинний лід. Лід фічера не пишуть за класичним

---

<sup>51</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

для звичайних повідомлень правилом п'яти «W» (Who, What, Where, When, Why). Зазвичай він розпочинається із діалогу або опису героя, місця чи обставини – будь-чого, що може зацікавити читача за кілька секунд, заінтригувати його та змусити продовжити читати текст.

Крім того, на відміну від інформаційного повідомлення, в якому лід зазвичай складається з одного (максимум – двох) речень, лід у фічері на має обмежень за обсягом.

Факти й цитати у фічері надзвичайно важливі. Мета фактів: вписати окремий випадок – історію героя – в ширший контекст. Цитатами стають найцікавіші та найяскравіші висловлювання. Натомість все інше – те, що може бути перефразоване, – слід відтворювати в непрямій мові.

Фічер – це не просто інформаційне повідомлення і не звичайний репортаж, заснований на спостереженні. Незважаючи на це, він обов'язково містить описові елементи. Тому написати його з ноутбуком протягом одного вечора неможливо. Уривків із постів у соцмережах, поштового чи телефонного листування з героями матеріалу для якісного фічера буде недостатньо, тому що, аби відтворити якесь місце, чиюсь зовнішність або манери, потрібно побачити їх на власні очі.

Якісний опис спонукає аудиторію подумки відтворювати образи, про які йдеться в тексті. Щоразу як читач це робить, він і сам стає учасником історії.

Приклади використання жанру наведені в [3], [4].

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Pulitzer Prize [Електронний ресурс] – Режим доступу: – <https://www.pulitzer.org/prize-winners-by-category/211> – Назва з екрану. – Дата доступу: 22.10.2018.
  2. Bruce Itule & Douglas Anderson (1994) News Writing and Reporting for Today's Media, 3rd. Edition: New York: McGraw-Hill – 508 p.
  3. О.В. Рябічева The Cost of Not Knowing [Електронний ресурс] / Рябічева О.В. //Journey2018. – Режим доступу: – <https://journey2018.atavist.com/the-cost-of-not-knowing> – Назва з екрану. – Дата доступу: 22.10.2018.
  4. М.Тулуп Заставить увидеть [Електронний ресурс] / Тулуп М. //Лівий берег. – Режим доступу: – [https://lb.ua/society/2018/08/03/404315\\_zastavit\\_uvidet.html](https://lb.ua/society/2018/08/03/404315_zastavit_uvidet.html) – Назва з екрану. – Дата доступу: 22.10.2018.
-



## ОКУПАЦІЯ ЯК ВИКЛИК КРИМСЬКИМ МЕДІА (ПРО ПОРУШЕННЯ СВОБОДИ ЗМІ В КРИМУ)

У 2014 році Російська Федерація, порушуючи міжнародне право, незаконно анексувала територію української держави – Автономну Республіку Крим. Окупація зумовила численні порушення прав людини на півострові.

Вже майже п'ять років українське та міжнародне співтовариство спостерігає за постійним утиском та репресіями з боку Кремля нелояльних до окупації мешканців півострова. Підтвердженням цьому є резолюції авторитетних міжнародних організацій, наприклад, резолюції ООН про порушення прав людини в окупованому Росією Криму<sup>53</sup>. Об'єктом для посягань з боку Російської Федерації став весь спектр індивідуальних та колективних прав людини, в тому числі право на свободу слова, свободу преси чи ЗМІ, які є ключовими елементами будь-якої реально функціонуючої демократії.

Вже з перших днів окупації Російська Федерація взялася за контроль існуючих в Криму ЗМІ. Так, 28 лютого 2014 року «зелені чоловічки» захопили державну телерадіокомпанію «Крим», яка займала одну із провідних позицій в ефірному телевізійному просторі на півострові, і радіотелецентр Криму, який здійснював передачу теле- і радіосигналу на територію півострова. Захоплення вежі дало можливість окупаційним силам закрити мовлення українських телеканалів в Криму. 3 березня 2014 року окупантами були захоплені передавачі Чорноморської телерадіокомпанії, а вже 9 березня в межах аналогового мовлення всі українські телеканали було відключено від ефіру. Деякі з них були замінені російськими.

1 квітня 2015 року через відмову в реєстрації в Роскомнагляді припинив мовлення єдиний кримськотатарський телеканал «ATR», а разом із ним – дитячий телеканал «Lale», радіостанції «Лідер» і «Meudan», які входили до складу медіахолдингу.

Низка українських та кримськотатарських медіа також не отримали російської реєстрації для функціонування на території півострова. Крім того, кілька редакцій зазнали вторгнення силовиків, обшуків, конфіскації або псування технічної бази, а окремі журналісти – морального тиску, залякування та побиття.

---

<sup>52</sup> Студент ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

<sup>53</sup> A/RES/71/205; A/RES/72/190

З цього можна зробити висновок, що окупаційна влада активно застосувала технологію інформаційної блокади, яка полягала у припиненні або скороченні обсягів доступу однієї країни до інформаційних ресурсів іншої, тобто завдяки такій блокаді «нова влада» обмежила доступ кримчан до українських та кримськотатарських ЗМІ. Метою таких операцій було витиснути ці медіа з Криму та зачистити інформаційний простір півострова для проведення кремлівської інформаційної політики, суттю якої була єдина, вигідна Російській Федерації, інтерпретація подій в Криму та на території материкової України.

Отже, позбавлення жителів Криму й материкової України права на отримання достовірної інформації стало одним із перших пріоритетних кроків окупаційної влади. Така форма контролю та тиску з метою впливу на різноманіття і зміст ЗМІ завадила їх незалежності й плюралізму.

З понад трьох тисяч зареєстрованих ЗМІ на початку 2014 року після російської перереєстрації, за даними де-факто влади, їх залишилося 250 (231 – це, власне, перереєстровані видання, а 19 – російські ЗМІ, які вперше ввійшли на медіаринок півострова).

Така статистика може свідчити про придушення свободи ЗМІ на півострові, оскільки низка українських та кримськотатарських ЗМІ були вимушені виїхати з півострова або припинити свою діяльність. Деякі експерти сходяться на думці, що, через вимогу перереєстрації кримських ЗМІ за російським законодавством, дозвіл на продовження роботи отримали лише ті редакції, які були лояльними до так званої нової влади.

Таким чином, зазначене вище призвело до втрати можливості отримання об'єктивної інформації з території окупованого півострова.

Після цього в Криму були створені проросійські (в тому числі, кримськотатарські) ЗМІ, сюжети яких грубо порушують журналістські стандарти. Вони інформують про події в Криму в спотвореному світлі, замовчують багато фактів. Для забезпечення ж об'єктивної картини того, що відбувається в Криму, дуже важливо дотримуватися всіх норм і стандартів журналістської етики.

Достовірними джерелами інформації про ситуацію в Криму стали активісти, стримери й блогери. Однак і вони зазнають утисків і репресій з боку де-факто влади Криму, в їх будинках проводяться обшуки, а самі цивільні журналісти піддаються затриманням.

Яскравим прикладом придушення свободи слова в Криму є процес над кримським журналістом Миколою Семеню, якого минулого року засудили до покарання у вигляді двох з половиною років умовно з випробувальним терміном на два роки й заборонаю займатися публічною діяльністю. Йому

інкримінували статтю 280.1 КК РФ («Публічні заклики до здійснення дій, спрямованих на порушення територіальної цілісності Російської Федерації»). Приводом для порушення кримінальної справи проти журналіста стала стаття «Блокада – необхідний перший крок до звільнення Криму», опублікована на сайті «Крим.Реаліі» – регіонального проекту «Радіо Свобода».

Представники правозахисної організації «Кримськотатарський Ресурсний Центр» заявляли, що рішення «суду» політично мотивоване й злочинне та спрямоване проти інакомислення й усіх, хто не згоден з незаконними діями Росії в Криму. На думку правозахисників, таким чином Росія демонструє боротьбу з вільнодумцями і свободою слова.

У доповіді ООН про ситуацію з правами людини в Україні за період з 16 лютого до 15 травня 2018 року Російській Федерації рекомендують «утримуватися від криміналізації свободи слова та мирної поведінки, скасувати всі санкції, накладені на жителів Криму за висловлювання поглядів, що відрізняються від офіційних, зокрема щодо статусу Криму»<sup>54</sup>.

Згідно з щорічним рейтингом правозахисної організації «Freedom House» громадянських і політичних свобод «Freedom in the World 2018 (Свобода в Світі)» анексований Крим належить до невірільних територій з сукупним балом 9/100 (рівень несвободи 6,5/7).

На сайті «Freedom House» зазначається, що «окупаційна влада серйозно обмежує політичні й громадянські права, замовчує незалежні засоби масової інформації й використовує антитерористичні й інші закони проти політичних дисидентів»<sup>55</sup>.

Мешканці півострова перебувають в інформаційному вакуумі. Так, згідно з моніторингом Кримської правозахисної групи (КПГ), який був проведений в березні 2018 року, мінімум 30 українських інтернет-ресурсів повністю або частково недоступні в Криму. 9 сайтів з 30 заблоковані всіма п'ятьма провайдерами в п'яти містах, за допомогою яких здійснювалася перевірка доступності сайтів. Правозахисники повідомляють, що результати моніторингу підтвердили тенденцію подальшого обмеження свободи слова на півострові. Кількість заблокованих в Криму сайтів в порівнянні з минулим роком збільшилася. В КПГ також відзначають, що «масштабне блокування українських інформаційних ресурсів в Криму позбавляє кримчан вільного

<sup>54</sup> Управління Верховного комісара Організації Об'єднаних Націй з прав людини / Доповідь щодо ситуації з правами людини в Україні 16 лютого – 15 травня 2018 року. URL: [https://www.ohchr.org/Documents/Countries/UA/ReportUkraineFev-May2018\\_UKRAINIAN.pdf](https://www.ohchr.org/Documents/Countries/UA/ReportUkraineFev-May2018_UKRAINIAN.pdf)

<sup>55</sup> Freedom in the World 2018. Crimea / Freedom House. URL: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2018/crimea>

доступу до інших поглядів, робить їх більш вразливими до агресивної пропаганди РФ, в тому числі й військової»<sup>56</sup>.

Низка експертів сходяться на думці, що для поліпшення ситуації і виведення інформаційного поля Криму з ізоляції доцільним було б створення міжнародної місії, яка працювала б в Криму, ґрунтуючись на загальноновизнаних стандартах журналістики й стандартах прав людини. Вона могла б функціонувати під патронатом тієї чи іншої міжнародної організації, наприклад, під патронатом Представника ОБСЄ з питань свободи ЗМІ.

У зв'язку з цим хочемо внести наступні рекомендації:

#### **На міжнародному рівні:**

1. Направити до Криму незалежну міжнародну моніторингову місію для моніторингу ситуації зі свободою слова і ЗМІ.
2. Міжнародним організаціям та інституціям (ООН, ОБСЄ, ЮНЕСКО, Рада з прав людини ООН, РЄ) розпочати системний діалог щодо ситуації з правами людини в Криму, в тому числі, щодо ситуації зі свободою слова й ЗМІ, з метою забезпечення синергії зусиль.
3. Міжнародній спільноті своєчасно реагувати на незаконні дії щодо журналістів в Криму.

#### **На рівні України:**

1. Забезпечити всебічну підтримку кримським медіа, які були змушені виїхати з тимчасово окупованого Криму.
2. Сприяти інтеграції Криму в український політичний та соціокультурний контекст та, в цілому, в інформаційний простір країни.
3. Проводити дипломатичну роботу, спрямовану на створення незалежної міжнародної моніторингової місії для моніторингу ситуації зі свободою слова й ЗМІ в Криму.

#### **На рівні Російської Федерації й де-факто влади в Криму:**

1. Дотримуватися своїх міжнародних зобов'язань і повністю виконувати свої зобов'язання, що випливають зі Статуту ООН, Гельсінського заключного акта, інших норм і принципів міжнародного права, а також принципів і зобов'язань в рамках ОБСЄ.
2. Забезпечувати безперешкодну роботу незалежним журналістам, блогерам, стримерам і правозахисникам на судових засіданнях в Криму, під час обшуків, затримань і т.д.
3. Не порушувати права журналістів під час виконання ними своїх професійних обов'язків;

<sup>56</sup> Мінімум 30 українських інтернет-ресурсів повністю або частково неприступні в Криму, – моніторинг / Кримська правозахисна група, 10.03.2018. URL: <https://crimeahrg.org/uk/minimum-30-ukrayinskih-internet-resursiv-povnistyu-abo-chastkovo-nepriustupni-v-krimu-monitoring/>

4. Російським медіа припинити використання «мови ворожнечі» та дотримуватися всіх норм і стандартів журналістської етики.

---

*Сандига А. В.<sup>57</sup>*

*Шендеровський К. С.<sup>58</sup>*

## **ДО ПИТАННЯ ВИСВІТЛЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ БЕЗДОМНИХ В МЕДІА**

Існує тісний зв'язок між бідністю, нужденністю, бездомністю і правами людини. Віденська декларація та Програма дій Всесвітньої конференції 1993р. з прав людини стверджує: «Широко розповсюджена крайня бідність перешкоджає повному та ефективному виконанню прав людини; її негайне скорочення і остаточна ліквідація повинні залишатися першочерговим завданням для міжнародного суспільства». Бідність, нужденність, бездомність можуть бути як причиною, так і наслідком порушень прав людини, а це означає, що не тільки невиконання прав людини може призвести до бідності, нужденності, бездомності, а й той факт, що бідність, нужденність, бездомність як такі, можуть спричинити ще більше порушення прав людини.

Держави мають юридичні зобов'язання по відношенню до людей, які живуть у бідності, нужді, які є бездомними; і всі ці зобов'язання виконуються згідно з соціальними, економічними, культурними, громадянськими і політичними правами людини. Таким чином, ліквідація бідності або бездомності – це не благодійність або добра воля з боку окремих громадян, це виконання зобов'язань у галузі прав людини.

Для відповіді на головне запитання дослідження «Якою має бути адекватна медіадіяльність в Україні щодо відображення соціальних тем бездомних?» ми проаналізували досвід зарубіжної практики, пропозиції пересічних громадян (в т.ч. бездомних) в м. Києві та досвід як львівського вуличного видання «Просто неба», так і окремих журналістських матеріалів в українських медіа.

Огляд зарубіжних суспільних практик щодо бездомних дозволяє констатувати те, що проблема бездомності не вирішена в жодному суспільстві; у світовій практиці не існує результативного суспільного механізму вирішення проблеми бездомних; немає спільних підходів до збору

---

<sup>57</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

<sup>58</sup> Кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри соціальних комунікацій, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

даних щодо кількості бездомних осіб і стану бездомності. Стратегічний якісний механізм соціального розвитку суспільства, яким є активна соціальна політика, не є універсальним та вимагає запровадження суспільних моделей сприйняття та засобів протидії бездомності. Відповідно спостерігаємо різні модифікації соціальної практики, з одного боку, з консервативними, репресивними, з іншого боку, з ліберальними, реінтеграційними заходами / програмами. Провідною ідеєю зарубіжного порядку денного і влади, і організацій громадянського суспільства, і медіа є подолання стигми бездомних. Головною ланкою діяльності в інтересах бездомних постає місцева громада, місцеві або регіональні програми, які отримують відповідні урядові ресурси. Урядові програми, ініціативи місцевих громад та організацій громадського суспільства активно використовують, розвивають інформаційно-комунікаційний потенціал протидії виключенню бездомної людини в соціумі. Найбільшу роль виконує (1) соціальна реклама, (2) сайти благодійних та релігійних організацій, (3) вуличні видання та (4) журналістські матеріали про допомогу бездомним у місцевих виданнях.

Особливу цільову роль відіграють вуличні видання як цільова медіадіяльність в контексті розуміння, прийняття та вирішення проблеми бездомних. Кожне вуличне видання унікальне.

На прикладі «The big issue» (лондонське вуличне видання) та «Просто неба» (львівське вуличне видання) формуємо висновок про включення медіадіяльності в процеси реінтеграції бездомних. Вуличні видання займають незайняту нішу у публіцистиці – найбільше зосереджуються на питаннях соціального добробуту та рівності. Крім того, вуличний журнал, при всій унікальності, є особливою медіадіяльністю у суспільних процесах реінтеграції бездомних та має розглядатись за чинними стандартами медіадіяльності. Єдиний в Україні вуличний журнал «Просто неба» є прикладом медіакомпетентності при відображенні соціальної теми бездомності, джерелом для формування принципів, правил саморегуляції медіадіяльності та визначення типових обмежень, ризику при висвітленні життя бездомних.

З одного боку, єдиний діючий в Україні вуличний журнал «Просто неба» (львівська громада) об'єктивно не може впливати на інформаційно-комунікаційний простір українського суспільства в цілому. З іншого боку, виникнення мережі вуличних видань в Україні забезпечить сталі умови для розвитку адекватної медіапрактики висвітлення теми бездомних.

В українському суспільстві не існує єдиного порядку денного щодо розуміння та вирішення соціальних проблем бездомних. Владна політика/практика є централізованою та адміністративно забарвленою, далі

процедур обліку та надання соціальних послуг на «одну ніч» не просувається. Дії нечисленних громадських/благодійних організацій формують цікаві приклади, але фрагментарні, не комплексні чи системні. Прикладом комплексних дій можуть бути практики соціального служіння окремих церков в Україні.

Українці по-різному ставляться до бездомних: 59% дорослого населення взагалі відмовляється брати участь у діалогах щодо бездомних; 41%, навпаки, налаштовані на розуміння бездомних, уникають дискримінаційної риторики, вказують на першочергову потребу змінити суть соціальної політики місцевої влади.

Молоді люди в більшості негативно ставляться до бездомних, понад 80% публічно використовують дискримінаційну риторику та 64% звинувачують бездомних, вимагають їх виселити за межі міста або покарати. Тобто молодь є носієм репресивно-консервативних та ненависницьких поглядів на долю бездомних людей. При цьому молоді люди – студенти коледжу – здебільшого отримують інформацію з соціальних мереж та довіряють їй.

Сприйняття бездомних в м. Києві відбувається в умовах бідності та нужденності населення. Власне бездомні у Києві не мають вимог чи пропозицій до медіа, формують прохання до оточення не знущатися, не бити, не вбивати бездомних, не називати їх «бомжами» та дякують за підтримку, особливо в холодну пору року.

Серед громадян, які ототожнюють себе з активною інформаційною аудиторією (майже 30%) домінує сприйняття текстових повідомлень як позитивної інформації про бездомних; відео- та аудіоматеріали достатньо не визначені серед інформаційних засобів сприйняття. Активна інформаційна аудиторія віддає перевагу подієвим, статистичним тематичним матеріалам, соціальним історіям та матеріалам про бездомних в релігійному контексті. Для активної інформаційної аудиторії важливими є текстові матеріали місцевого рівня, а не про розгляд теми на національному рівні. Люди відзначають активність, конструктивність та низький рівень дискримінаційної риторики у матеріалах про бездомних в повідомленнях з західного регіону України. Громадянам з активною, відкритою інформаційною позицією імпонують позитивні, людиноцентристські ознаки висвітлення бездомних людей.

При транзитній характеристиці соціальної політики в Україні, адміністративному ексклюзивному підході органів влади до питань бездомних, становлення української медіадіяльності за темою бездомних хоча і позбавлено об'єднуючої ідеї, принципів, але має підґрунтя розвитку в

частині використання досвіду львівського вуличного журналу, розширення позитивних тенденцій в текстовій журналістиці та уважного ставлення до вимог та пропозицій громадян.

Відзначаємо наявність ускладненого потрійного інформаційно-комунікаційного конфлікту в контексті розуміння та вирішення соціальних проблем бездомних людей в Україні.

По-перше, соціальна проблема не стосується всіх, при наявності більшості (приблизно 2/3 дорослого населення), які ігнорують бездомних, меншості (приблизно 1/3 дорослого населення), яке цікавиться, поширює інформацію в суспільстві та намагається підтримати бездомних. Внаслідок цього при формуванні громадської думки роль ключових еліт і засобів масової комунікації в розповсюдженні ідей і фактів є вирішальною (Іванов О. І. Введення в соціологію соціальних проблем). Натомість потрібна консолідуюча провідна ідея (до прикладу: подолання стигми) щодо розуміння та вирішення соціальних проблем в українському суспільстві.

По-друге, закономірно, що в мас-медіа відбуваються обговорення, відбір, визначення, формулювання, драматизація, оформлення та представлення громадськості тих чи інших соціальних питань, проблем (Хілгартнер С., Віск Ч. Л. Зростання і занепад соціальних проблем: концепція публічних арен). Наявність конфлікту передбачає дискусійність, вимагає вироблення корпоративних медіаправил, розвитку соціальної реклами, соціальної піар-діяльності, різноманітних форматів подання інформації про бездомних (Журналістика конфлікту: медіатор чи провокатор?).

По-третє, «голос», історія, вимоги, потреби, пропозиції бездомних не є сформованою соціальною традицією в українському суспільстві. Їхнє життя латентне та стигматизоване для більшості в суспільстві. Бездомні не формують спільнот та не вдаються до суспільних активностей. Базовий процес реінтеграції, або повернення бездомного/бездомної «під дах», є тривалим, не завжди результативним. Розв'язання конфлікту передбачає активний розвиток місцевих соціальних практик та адекватне представлення цього тактичного процесу в медіа.

---



## ОБРАЗ ЛІТНІХ ЛЮДЕЙ В УКРАЇНСЬКИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ГАЗЕТАХ ( НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТ «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ» ТА «ДЕНЬ»)

Старіння населення сьогодні вважають феноменом, який почався ще у ХІХ століття. Людиною літнього віку вважається людина, яка досягла 60 років. В Україні як і у всьому світі сьогодні зростають показники людей літнього віку. Станом на 2018 рік в світі таких людей близько 700 млн, зокрема в Україні 6, 9 млн. Як зазначають в Міністерстві соціальної політики: *Україна входить до 30 найстаріших країн світу за часткою осіб віком 60 років і старше: у 2015 році вона становила 21,8 %, а частка людей віком 65 років і старше – 15,5 % від загальної чисельності населення. Згідно з національним демографічним прогнозом до 2025 року частка осіб віком понад 60 років становитиме 25,0 % загальної кількості населення, віком 65 років і старше – 18,4 %, у 2030 році – понад 26 % і понад 20 %, відповідно [6].*

Актуальність розгляду зазначеної проблеми зумовлена тим, що формування образу літньої людини суспільно-політичними газетами сьогодні лишається малодослідженою, натомість ЗМІ й надалі забувають про цю групу населення або пишуть некоректно, цим самим дискримінуючи їх.

Спроби дослідити образ літніх людей мала журналіст видання **Happy Misto** Наталія Стеблина на матеріалах одеських ЗМІ [4], стереотипізацію образу літніх людей як пенсіонерів вивчав Сергій Блавацький [2].

*Метою нашого наукового пошуку є виявлення маркерів висвітлення літніх людей в українських суспільно-політичних газетах «Дзеркало тижня» та «День».*

*Мета наукового дослідження реалізується через такі завдання:* спираючись на розробки науковців та нормативні документи, створити методологічну основу для дослідження образу літніх людей в українських суспільно-політичних газетах; дослідити матеріали газет «Дзеркало тижня» та «День»; візуалізувати тематичне висвітлення людей літнього віку та маркери образу.

*Об'єктом наукового дослідження є українські суспільно-політичні газети «Дзеркало тижня» та «День».*

---

<sup>59</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

*Предметом дослідження* виступають тематичні, стилістичні особливості висвітлення соціальної теми літніх людей в матеріалах українських суспільно-політичних газет «Дзеркало тижня» та «День».

Під час дослідження матеріалів газет «Дзеркало тижня» та «День» використовувався метод контент-аналізу, метод синтезу та візуалізації було використано для створення образу літніх людей та виявлення маркерів.

Джерельною базою дослідження стали матеріали українських суспільно-політичних газет «Дзеркало тижня» та «День» за період 01.09.18 – 01.10.18.

Газета «Дзеркало тижня» є українським суспільно-політичним виданням, яке було засновано у Києві в 1994 році, як російськомовне видання, проте з 2002 року виходить українською та російською мовами. З 2011 року змінила назву на інформаційно-аналітичний тижневик «Дзеркало тижня». Газета виходить один раз на тиждень, кожної суботи, широкоформатна, 16 шпальт.

Газета «День» є українською щотижневою суспільно-політичною газетою, виходить чотири рази на тиждень з вівторка по п'ятницю трьома мовами (українська, російська, англійська). Була заснована 1996 року, широкоформатна, має 12 шпальт у вівторок, середу, четвер та 24 шпальти у п'ятницю. Для аналізу було обрано п'ятничний випуск, оскільки він є підсумковим за тиждень.

За вересень було проаналізовано №37, №38, №39, №40 випусків газети «Дзеркало тижня», в кожному було виявлено матеріали на різні теми, які можна об'єднати соціальною темою про літніх людей. Всього було нараховано 8 матеріалів, серед яких 1 матеріал – літні люди в науці, 2 – літні люди в культурі, 1 – літні люди в туризмі, 1 – соціальному захисту літніх людей, 1 – відносинам України та МВФ, де літні люди згадуються побіжно, 2 – смерті літніх людей (див. Таблиця 1).

В матеріалах було проаналізовано гендерний аспект. У 2 матеріалах героями є жінки, у 4 чоловіки та у 2 вони постають найчастіше як «пенсіонери». У 6 з 8 матеріалів автори формують позитивний образ літніх людей, роблячи акценти на їх досягненнях та активній громадській позиції. А у 2 матеріалах вони постають найчастіше як «пенсіонери», «люди похилого віку», «люди старшого віку».

В представлених матеріалах було виокремлено декілька маркерів образу літньої людини, серед них «літні люди», «які ведуть активний спосіб життя» (вони працюють, займаються наукою, є громадськими активістами), ті хто «залежать від держави», а також «відомі померлі літні люди» (див. Схема 1).

За вересень було проаналізовано 4 випуски газети день: №180-181, №185-186, №189-190, №193-194. В 3 з 4 випусків було виявлено матеріали на різні теми, які можна об'єднати соціальною темою про літніх людей. Всього нараховано 11 матеріалів, серед яких 4 матеріали – літні люди в науці, 5 – літні люди в культурі, 1 – літні люди в політиці, 1 – смерті літніх людей (див. Таблиця 2).

Отже, в аналізованих матеріалах можна виокремити такі маркери образу літньої людини як «активний» та «публічний спосіб життя літніх людей» (державні, громадські, культурні діячі, науковці), «смерть відомих людей літнього віку» (див. Схема 2).

Якщо розглядати гендерний аспект в матеріалах, то в 9 з 11 матеріалів переважає чоловічий гендер, і лише у 3 історії жінок. У 8 з 11 матеріалів автори формують позитивний образ літніх людей, роблячи акценти на їх досягненнях та активній позиції. А у 3 матеріалах вони постають найчастіше як «пенсіонери», «люди похилого віку», «старше покоління».

**До результату дослідження:** в досліджуваних українських суспільно-політичних газетах «Дзеркало тижня» та «День» соціальну тему літніх людей розкрито через позитивні образи відомих особистостей. Всього виявлено 19 газетних матеріалів про літніх людей, з них в 11 героями виступають чоловіки, а у 8 жінки, що не формує гендерної переваги як такої. У 15 (або 79%) матеріалах автори подають літніх людей як активних громадських активістів, відомих вчених та людей мистецтва, а у 4 матеріалах (або 21%) ми отримуємо образи «пенсіонерів», «людей похилого віку», «старого покоління», що формує ризики стереотипного сприйняття літніх людей в українському суспільстві.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Березіна О.О. Ейджизм у суспільстві: проблеми пізнього віку [Електронний ресурс] / Березіна О.О. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.newlearning.org.ua/sites/default/files/praci/zbirnyk-2008/1.htm>.
2. Блавацький С. Стеретипізація образу українців в західних медіа [Електронний ресурс] / Блавацький С. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.researchgate.net/publication/313966567\\_STEREOTYPIZATSITA\\_OBR\\_AZU\\_UKRAYINTSIV\\_U\\_ZAKHIDNYKH\\_MEDIA\\_STEREOTYPING\\_OF\\_UKRAINIANS'\\_IMAGE\\_IN\\_THE\\_WESTERN\\_MEDIA](https://www.researchgate.net/publication/313966567_STEREOTYPIZATSITA_OBR_AZU_UKRAYINTSIV_U_ZAKHIDNYKH_MEDIA_STEREOTYPING_OF_UKRAINIANS'_IMAGE_IN_THE_WESTERN_MEDIA)
3. Бутиріна М. Стереотипи масової свідомості: особливості формування у медіасередовищі: Монографія / М. Бутиріна; КНУ ім. Т.Шевченка. — Д.: Слово, 2009. — 368 с.
4. Демографічні тенденції в Україні потребують комплексного підходу на державному рівні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.msp.gov.ua/news/14711.html>
5. Різун В., Скотникова Т. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві / В. Різун, Т. Скотникова. — К.: Преса України, 2008

6. Стеблицька Н. Як одеські журналісти пишуть про пенсіонерів [Електронний ресурс] / Стеблицька Н. – Режим доступу до ресурсу:

<http://www.happymisto.od.ua/journalism/yak-odeski-zhurnalisti-pishut-pro-pensioneriv>

джерело 2

7. The Role Of The Media In Supporting

Ageism: <http://medicine.jrank.org/pages/59/Ageism-role-media-in-supporting-ageism.html>

Таблиця 1. Тематичне наповнення газети «Дзеркало Тижня»

Літні люди в науці	Літні люди в культурі	Літні люди в туризмі	Пенсіонери ВПО (як переоформити пенсію)	Україна—МВФ	Смерть
1 матеріал	2 матеріали	1 матеріал	1 матеріали	1 матеріал	2 матеріали

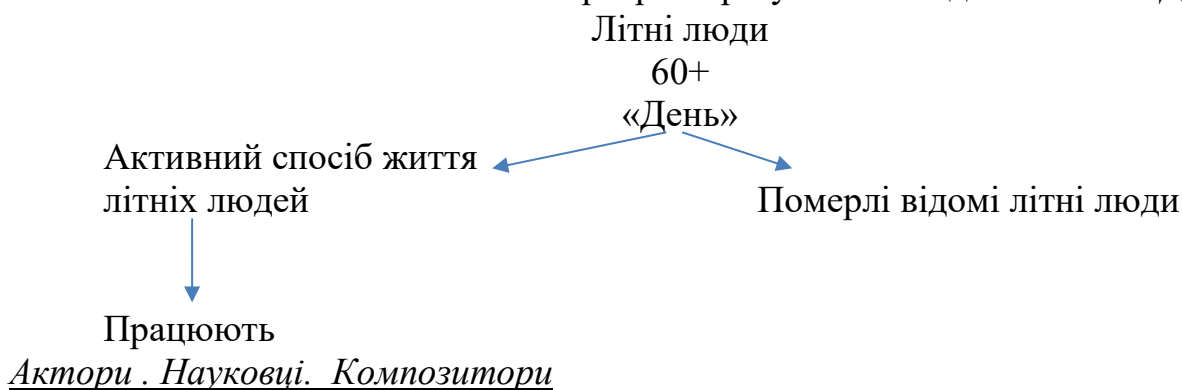
Схема 1. Маркери образу літніх людей в газеті «Дзеркало тижня»



Таблиця 2. Тематичне наповнення газети «День»

Літні люди в науці	Літні люди в культурі	Літні люди в історії та політиці	Смерть
4 матеріал	5 матеріалів	1 матеріал	1 матеріал

Схема 2. Маркери образу літніх людей в газеті «День»



## ПРОБЛЕМИ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ В АСПЕКТІ ЦІННОСТЕЙ ПРАВ ЛЮДИНИ: НА ПРИКЛАДІ НАВЧАЛЬНИХ ВИДАНЬ ДЛЯ НЕЗРЯЧИХ В УКРАЇНІ

Середня освіта є обов'язковою і безкоштовною для всіх громадян країни (відповідно до чинного законодавства), що створює необхідні умови для організації навчального процесу для незрячих. Належний рівень знань є запорукою успішного життя в тій чи іншій сфері, а для людей із порушеннями зору – чи не єдиний спосіб соціальної активності та адаптації. У 2017 році було доопрацьовано правове поле інклюзії та підписано низку законів про інклюзивну освіту [1], яка є основою подальшого працевлаштування, а відтак і життєздатності для людей з інвалідністю. Освітній процес базується на різноманітних *навчальних виданнях*, основний масив яких складають підручники, тому їхня методична та редакторська підготовка вимагає особливої уваги. Важливо, щоб ці види видань готувалися з надзвичайною обережністю та уважністю.

Злободенність теми зумовлена відсутністю чіткого алгоритму методично-редакційного опрацювання авторських оригіналів. І попри те, що за останні кілька років кризова ситуація у сфері друкування необхідних підручників для людей з порушеннями зору дещо пом'якшилась, і держава почала забезпечувати спеціальні навчальні заклади підручниками, все ж існує низка проблем галузі, яка все ще потерпає сьогодні чи не найбільше в освітній сфері.

Відтак, основний акцент падає саме на способи та методи редакторського опрацювання підручників для людей із вадами зору. Саме випуск якісних, актуальних та адаптованих підручників для незрячих, що є найбільш затребуваними, стануть першою сходинкою на шляху поліпшення ситуації та збагачення українського книжкового ринку виданнями шрифтом Брайля, а для людей з вадами зору – створить умови для рівності у суспільстві та забезпечить належний рівень освіти.

В Україні функціонують лише 6 шкіл для незрячих людей - у Києві, Львові, Одесі, Харкові, Слов'янську та в с. Крупа, - у яких навчаються 770 учнів. Ще 998 дітей поза межами освіти, бо не можуть вчитися далеко від дому. Також в країні діє 28 спецшкіл-інтернатів для слабозорих дітей. Окрім того, в Україні налічується 250 осіб, які нічого не бачать і нічого не чують. Для них шрифт Брайля – єдине вікно у навколишній світ [2]. Загалом же в

---

<sup>60</sup> Асистент кафедри медіакомунікацій Української академії друкарства, м.Львів.

Україні близько 10 тисяч дітей, віком до 16 років, з порушеннями зору. Усі ці діти, а також і дорослі, прагнуть вчитися, працювати, будувати своє життя.

Що стосується стану забезпечення спеціалізованих освітніх закладів *навчальною літературою* - підручниками шрифтом Брайля, та й інших видань загалом, то ситуація тут критична. Майже 74% всіх існуючих зараз книг рельєфно-крапкових шрифтом було видано у Радянському Союзі. Відповідно домінують книги російською мовою (близько 60%). Практично усі видання (85 %) не містять ілюстративного матеріалу, що погіршують сприйняття читачем інформації, особливо у навчальних та розвивальних виданнях. Навчальних видань дуже мало (11%); довідкових (7%), наукових (7%), а також релігійних, науково-популярних та нот (10%) – майже немає [3]. Практично незаповнені і тематичні пласти: немає книг з природничих чи точних наук. Це створює необхідність збагачення тематичного і видового асортименту видань для незрячих. Художню літературу зараз видають за рахунок спонсорських коштів та благодійних акцій, наприклад, «Читати на рівних» або книги, виданні за сприяння «Видавництва Старого Лева», «Грані-Т» тощо у контексті піар акцій.

Школи забезпечені підручниками на 15-40%, залежно від дисципліни. Ті що є – часто видані ще у 90-их роках і уже давно непридатні для читання: інформація застаріла, а частина крапок стерлася. Майже немає підручників для 10-11 класів із всесвітньої історії та історії України, немає підручників з хімії і навіть нової таблиці хімічних елементів Менделєєва[4]. Немає підручників із економіки, географії, математики, фізики. Не друкують тепер і малюнків шрифтом Брайля, схем, географічних карт, нот [5]. Школи використовують те, що залишилося з радянських часів, проте тексти в силу частого використання частково стерлися. Особливо гострою є ситуація з підручниками з дисциплін, які постійно розвиваються і потребують постійного оновлення інформації.

Фахівці виокремлюють кілька ключових проблем галузі, які безпосередньо впливають на підготовку навчальних видань для людей із порушеннями зору, зокрема це відсутність структури, яка б корувала відповідні проекти, нестача фінансування, відсутність належної кількості поліграфічних підприємств та загальна технiнча відсталість країни, а також відсутність комплексного підходу до підготовки навчальної літератури для незрячих на усіх рівнях, серед чого і редакторському. Серед чого – відсутність відповідних вимог до контенту видань та нестача відповідних фахівців, які б цим займалися.

Участь редактора у процесі видавничої підготовки книги для незрячих – обов'язкова. Головним завданням є трансформація вмісту відповідно до

потреб як на рівні тексту, так й ілюстрацій. Попри те, що в Україні зараз немає достатніх технічних, фінансових та фахових ресурсів для повномасштабного і швидкого забезпечення шкіл для незрячих навчальною літературою, за адекватної державної підтримки цю проблему важливо долати. Оскільки належний рівень інклюзивної освіти – створює умови для рівності у суспільстві, а відтак є основою ціннісних підходів орієнтованих на права людини.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон про інклюзивну освіту: очікування та реалії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ufond.ua/Закон-про-інклюзивну-освіту-очікування-та-реалії>. – Дата звернення: 10.11.2018.
2. Школи-інтернати для слепих и слабовидящих детей в Украине: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.5.ua/suspilstvo/prezydent-pidpysav-zakon-pro-inkliuzyvnu-osvitu-149524.html> . – Дата звернення: 10.11.2018.
3. Проект «Читати на рівних» збере кошти на видавництво книг для незрячих дітей: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naiu.org.ua/pro-proekt/> – Дата звернення: 02.11.2018.
4. Книжки переписуємо вручну: чому в Україні немає підручників шрифтом Брайля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.5.ua/regiony/knyzhky-perepysuiemo-vruchnu-chomu-v-ukraini-nemaie-pidruchnykiv-shryftom-brailia-153950.html> . – Дата звернення: 19. 11. 2018.
5. Хмельовська О. Як закривають очі на видання для незрячих: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/society/2012/09/5/111631/> . – Дата звернення: 18.11.2018.

*Сокульський М. В.<sup>61</sup>*

#### ОСНОВНІ АСПЕКТИ ВИСВІТЛЕННЯ ЛІТНІХ ЛЮДЕЙ У ЗМІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ГАЗЕТИ «ЕКСПРЕС»)

Люди літнього віку – це категорія суспільства, до якої, згідно з Законом України (в якому вони названі «людьми похилого віку») «Про основні засади соціального захисту ветеранів праці та інших громадян похилого віку» зараховують чоловіків віком 60 і жінок віком 55 років і старше. Це вагома складова українського суспільства, чисельність якої, у зв'язку з процесом «старіння нації» зростає. У зв'язку з цим, суспільство потребує нових норм та критеріїв оцінювання старості, адже літні люди все ще залишаються соціально вразливою групою, не тільки через економічні проблеми, а й через ейджизм та численні стереотипи. А отже, очевидно є необхідність пошуку шляхів їхнього подолання задля уникнення ненависті й

<sup>61</sup> Студент факультету журналістики Львівського національного університету імені Івана Франка.

упереджень до цієї групи населення в нашому суспільстві, що складає актуальність нашого дослідження.

**Мета** дослідження – визначення векторів у висвітленні теми людей пенсійного віку та проблематики, пов'язаної з ними, у газеті «Експрес», а також основних тем і найпоширеніших стереотипів, у яких вони фігурують.

Емпіричну базу нашого дослідження складають публікації в газеті «Експрес» (м. Львів), що були опубліковані в період з 2016 по 2018 рік, яка розрахована на широку аудиторію, в тому числі і на пенсіонерів, а також збірник конспектів лекцій «Права людини та мас-медіа в Україні», конкретніше – публікація Вялкової Ірини та Шендеровського Костянтина під назвою «Висвітлення у ЗМІ прав літніх людей», видана Інститутом журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка.

Перш за все, варто зазначити, що в українському інформаційному просторі не існує єдиного терміну для позначення людей, яким є більше, ніж 60 років. Так, згідно з авторами підручника «Права людини та мас-медіа в Україні», для представників влади та журналістів є характерним використання слова «пенсіонери» як позначення осіб, що вийшли на пенсію, в той час як для громадських організацій є характерним вживання терміну «літні люди» або «люди похилого віку», хоча останнє, попри закріпленість у законодавстві може вважатися образливим і дискримінаційним, про що свідчить, наприклад, заява мешканців одного з будинків Києва до газети «Хрещатик», в якій пенсіонери прямо вказують назву «Будинок для людей похилого віку» як образливу. [2, с. 193] Існують і альтернативні назви для позначення старості – «третій вік», «старше покоління», «срібний вік», які базуються на традиційній пошані до старших. На нашу думку, цілком небажаними є такі слова, як «старі люди», «старики», які дещо зневажливо описують людей цього віку, а також слова, які характеризують родинні зв'язки, а не вікову приналежність, і переважно асоціюються з літнім віком – «баба», «дід» та всі похідні від них, які некоректно вживати щодо сторонніх людей.

В публікаціях газети «Експрес», зокрема, в її заголовках, можна натрапити на більшість вище перелічених назв. Так, доволі часто журналісти використовують слова «пенсіонери», «пенсіонер», «пенсіонерка». Наприклад: «Чоловік представлявся священником і грабував пенсіонерів», «Пенсіонера закатавали до смерті», «Гройсман оголосив утішну гарантію військовим пенсіонерам», «Життя у комплексі для пенсіонерів у США – розповідь української мешканки», «Рева розповів про нові зміни, які чекають на пенсіонерів», «Пенсіонерка обдурила державу на 100 тисяч гривень».



Вживають також словосполучення **«люди похилого віку»**, проте значно рідше, і радше в тексті, аніж в заголовках: «Вчені пояснили, чому грип особливо небезпечний для осіб похилого віку», «У людей похилого віку знижується інтелект, але додається мудрість», «Визначено ідеальну дієту для людей похилого віку», «Тут вороги накинулися на інших людей похилого віку й перебили їх, а потім стали винищувати всіх підряд, хто потрапляв їм під руку, і грабувати будинки», «Це стало зрозуміло після генетичного тестування приблизно 37 тисяч чоловіків середнього та похилого віку».

Ще рідше вживається поняття **«люди літнього віку»** - переважно в тексті: «У Києві біля перехрестя вулиць Ахматової та Драгоманова внаслідок падіння електроопори загинув літній чоловік», «Лідери профспілок заявляють, що новий закон особливо зашкодить літнім працівникам, яким часто доводиться звільнитися раніше за станом здоров'я або тому, що роботодавці хочуть позбутися співробітників літнього віку», «До речі, часто ностальгують люди літнього віку».

Те саме можна зазначити і про вислів **«старше покоління»**: «Дітям, вихованим старшим поколінням, загрожує ожиріння», «Тож влада вирішила фінансово підтримати старше покоління і платити бабусям за той час, який вони проводять з онуками», «...старше покоління з чистим сумлінням іде на свіже повітря танцювати..», «...принаймні старше покоління, досі живе під її впливом...».

Словосполучення **«старі люди»** журналісти переважно не вживають, а слова «дід», «баба» та похідні від них вживаються як для позначення осіб, що знаходяться в родинних зв'язках з іншими («Ада Роговцева стала прабабусею», «Доньку назвали Рая на честь її дідуся, Рона Фуджікави», «Прадід президента Австрії народився під Полтавою») так і для позначення пенсіонерів («"Бабусі Путіна" воюють з Навальним», «Винесли вирок чоловіку, що задушив 102-річну бабусю», «Україна видала бойовикам діда-терориста, який приніс бійцям банку меду з вибухівкою»)

На основі вище перелічених заголовків та журналістських текстів ми встановили, що різні поняття використовують для опису різних подій та ситуацій. Так, словосполучення **«люди похилого віку»** та **«старше покоління»** переважно фігурують у текстах про історичні події, де термін **«пенсіонери»** був би недоречним та в публікаціях про науку та медицину, які апелюють до фізіологічних, а не громадянсько-соціальних характеристик людини. В загальному, для таких текстів є характерними нейтральність та неупередженість у зображенні літніх людей. Поняття **«пенсіонери»** та **«літні люди»** використані переважно у текстах соціально-економічного та кримінального характеру, зокрема, в таких темах, як відповідно низький

матеріальний рівень проживання пенсіонерів, пенсія та пенсійні реформи, медицина, зубожіння або ж акти насильства, часто доволі жорстокі.

Варто зазначити, що публікації та заголовки такого стилю активно сприяють ейджизму, уявленням про пенсіонерів як винятково бідну та незахищену верству населення, яка постійно перебуває в скруті, не обходиться без сторонньої допомоги, і постійно перебувають під загрозою насильства або шантажу.

Поняття «бабусі» переважно фігурує в матеріалах сатиричного характеру, зокрема, про пенсіонерок в транспорті або електорат українських та російських політиків, таким чином іноді формуючи гротескні стереотипи. Зауважимо, що такі публікації активно читаються самими пенсіонерами, тим самим формуючи в них негативну рецепцію самих себе, що може призвести до погіршення морального та психічного здоров'я.

Ірина Вялкова та Костянтин Шендеровський зазначають, що «у країнах Європейського Союзу засуджують ейджизм як негативізм стосовно літніх людей, здійснюють пропаганду та інформаційне представлення літнього віку як досягнення, морально-етичного, виховного і трудового ресурсу». [2, с. 195] На нашу думку, така пропаганда є необхідною і в українській медіасфері. Зокрема, варто частіше висвітлювати тему людей пенсійного віку у нестандартних аспектах, уникати прив'язки до віку, слів, що характеризують родинні відносини, таких як «бабусі» чи «діди» або відверто дискримінаційних чи стереотипних тез.

У своєму дослідженні ми проаналізували публікації газети «Експрес» і дійшли до висновку, що дане медіа не завжди коректно висвітлює літніх людей у своїх публікаціях. Наше дослідження може допомогти виданню подолати ці стереотипи і визначити для себе більш коректний спосіб подання матеріалів, зокрема, заголовків, присвячених літнім людям.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Газета «Експрес» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://expres.online>
  2. Права людини та мас-медіа в Україні: Збірник конспектів лекцій [Тексти] / Авт. кол. – За ред. Виртосу І., Шендеровського К. – Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. – С. 190-195
-

## **РОЛЬ МЕДІА У ВИСВІТЛЕННІ ТЕМИ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ: ТИПОВЕ ТА ОСОБЛИВЕ**

Після окупації й анексії Криму та початку українсько-російської гібридної війни на сході України перед українським суспільством постали нові виклики. Наша країна опинилася в абсолютно новій для себе ситуації, коли насильницький конфлікт став частиною життя українців. Саме з цього моменту в сучасній медійній сфері починається розвиток тем про воєнний конфлікт, військових, внутрішньо переміщених осіб та постраждалих. Журналісти один за одним почали висвітлювати події. Проте, важливою складовою охоплених ЗМІ тем є життя внутрішньо переміщених осіб та загалом їх ідентифікація в нашому суспільстві. Актуальною темою стали права людей, що змінили місце проживання, на новому місці.

**Мета** дослідження: виявити типове та особливе в медіаємах при висвітленні внутрішньо переміщених осіб.

**Джерельною базою** для дослідження стали роботи українських науковців, матеріали з круглих столів та деякі висновки з роботи Незалежної медійної ради. Отож були залучені автори Трубаніва І., Різун В., Рубан В. та інші. Крім того для роботи було зроблено моніторинг українських новин про внутрішньо переміщених осіб.

### **Результати та обговорення**

Сама історія говорить нам, що внутрішньо переміщені особи (далі по тексту ВПО) – це люди, які примусово покидають місце власного проживання задля збереження життя. У нашому випадку примусовість залежить від воєнних факторів. Люди, що жили на територіях Донецької чи Луганської областей та Криму не могли відчувати себе в безпеці, через загрозу власного життя від нападника. Відтак, вони змушені були покинути власне помешкання та шукати притулку деінде.

В Україні першим випадком вимушеного переселення великої кількості людей, стала аварія на Чорнобильській атомній електростанції, яка відбулася у квітні 1986 року.

Результатом окупації Криму та воєнного конфлікту в Україні за офіційними даними від Міністерства соціальної політики, станом на 23 жовтня 2017 рік стали на облік 1 604 059 переселенців з Донецької й Луганської областей. Однак, ці цифри для нас не можуть бути показником,

---

<sup>62</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

адже вони вказують лише кількість тих, що стали на облік, а не всіх людей загалом.

Трубаніва І. М. у своїй науковій роботі виокремила такі психологічні проблеми, з якими зіштовхуються внутрішньо переміщені особи на новому місці: відчуття невизначеності щодо власного майбутнього; чуття провини, незахищеності, бо їм довелося покинути власний дім; відчуття, що він нічого не залежить – вони чужі тут (мається на увазі нове місце проживання ВПО). Вони можуть відчувати гнів та агресію – «ми все втратили, нам потрібно допомагати». [5]

У деяких матеріалах ми спостерігаємо неприязнь до ВПО. Так, у статті Вадима Трояна «Війна на кримінальному фронті», виданій у газеті «Дзеркало тижня» від 8 жовтня 2016 року ми бачимо, що автор використовує мову ненависті/ворожнечі до внутрішньо переміщених осіб. [1]

Мова ворожнечі – поняття оцінювальне, оскільки в міжнародному праві прав людини не існує загальноприйнятої концепції.

Також Тобі Мендель у своїй статті «Hate speech rules under international law» наголошує, що заборона мови ненависті базується на принципах прав на рівність, а також свободи від дискримінації. [6]

Елементи мови ворожнечі та вияви вербальної агресії, якими можуть бути грубі вислови, агресивний тон, дискримінація, як правило, не допускаються редакцією до виходу в маси.

Однак є механізм, що допомагає зберегти принципи свободи слова та свободи думки узгодження матеріалу з редактором випуску і головним радником з редакційної політики.

Іншим способом боротьби проти мови ненависті є політика мовного реформування, що передбачає собою зміни у вживанні певних мовних одиниць. Окрім того, можливий також шлях боротьби з мовою ненависті за допомогою мовного реформування, тобто заміни визначених слів та конструкцій на інші, полягає у визначенні шляхів поширення серед суспільства.

Одним з органів, що може коригувати випадки зловживання працівників масової інформації дискримінуючими формами є Незалежна медійна рада.

На круглому столі «Етика висвітлення журналістами теми ВПО, мігрантів та біженців. Роль ЗМІ у подоланні розколу суспільства», голова правління ГО «Схід — SOS» Костянтин Реуцький повідомив, що журналісти досі використовують мову ворожнечі до внутрішньо переміщених осіб: попри те, що позитивних публікацій на тему ВПО в українському інформаційному просторі чимало, журналісти й досі часто вказують місце

реєстрації людей, що скоїли злочин, якщо йдеться про внутрішньо переміщених осіб, хоча перша хвиля мови ворожнечі в країні вже давно минула.

Дискурс війни пов'язаний з певними циклами оповідей про події як від очевидців та і з їх слів. Інтерпретація війни та конфліктів залежить від того, яким чином вони реалізуються. Вибір термінів на позначення конфлікту (війна між державами, громадянська війна, окупація, «заморожений конфлікт», «холодна війна» тощо) тягне за собою відповідні сюжетні та інтерпретаційні схеми і відповідно визначає учасників протистояння (противників та союзників, ворогів і друзів, місцевих мешканців та біженців, «своїх» та «чужих») та характер стосунків, що їх пов'язують.

В соціальній журналістиці варіант подання інформації через героя. Такий варіант набирає багато відгуків, бо тут спрацьовує психологічний фактор. По-перше, багатьом подобається читати/слухати/дивитися історії з життя. По-друге, майже кожен може знайти частину з представленого й у власному житті. По-третє, журналісти пишуть історії успіху, які мотивують читачів. Цей виклад інформації виконує роль мотивації людей до дії, вказуючи на те, що досягти чогось реально за будь-яких обставин.

Форма, яку обирає журналіст для висвітлення проблем внутрішньо переміщених осіб складає велике значення для читача. Адже від неї залежить сприйняття матеріалу та відгук на матеріал. Важливим фактором у формі журналістського матеріалу є слова, які обирає журналіст. Бо некоректно підібрані терміни/ слова/ вирази/ інтонації чи наголоси можуть викликати негатив від аудиторії як до самого автора так і до героїв його теми.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Війна на кримінальному фронті. Вадим Троян. Режим доступу: <https://dt.ua/internal/viy-na-na-kriminalnomu-fronti-.html>
  2. Звіт національної системи моніторингу ситуації з внутрішньо переміщеними особами за квітень 2017 рік.
  3. Різун В.В. Проблеми і перспективи розвитку журналістської освіти в Україні початку ХХІ століття / В. В. Різун //Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2004. – Т. 16. – С. 6-13.
  4. Рубан В.А. Рубан біля витоків українського журналістикознавства. Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1671>
  5. Трубаніва І.М. Проблеми внутрішньо переміщених осіб в Україні як основа соціально-педагогічної роботи з ними
  6. Тобі Мендель «Hate speech rules under international law». Режим доступу: <http://www.law-democracy.org/wp-content/uploads/2010/07/10.02.hate-speech.Macedonia-book.pdf>
-

## **ВЗАЄМОДІЯ ПРЕСИ, ВЛАДИ І СУСПІЛЬСТВА (ПРАВОВИЙ АСПЕКТ)**

Питання взаємодії преси, влади і суспільства є зараз дуже актуальним, оскільки на сучасному етапі розвитку суспільства медіа докорінно змінюються. Сьогодні медіа продовжують залишаються важливим чинником впливу на політичну поведінку людини. Оскільки громадська думка виступає знаряддям політики, то її формування є сферою боротьби за владу, яка і формує політичну систему. Крім того, в демократичному суспільстві засоби масової інформації забезпечують важливі права громадян: право на отримання інформації; право на свободу висловлювати думку та ідеї. Вони дозволяють громадянину, що входить до складу меншості (опозиції), висловлювати свою думку.

Медіа впливають на політичну поведінку на всіх рівнях: як простих громадян, так і самих політиків. Дуже часто політик, перш ніж діяти, замислюється, як саме його вчинок висвітлить преса та як це зрештою вплине на його рейтинг. Незалежні медіа не вигідні політикам, тому їх в Україні дуже мало.

У традиційних засобах масової інформації свобода слова і вільне вираження думок гарантуються Конституцією України. У Законі України "Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні" зазначено, що друковані ЗМІ є вільними. Водночас не дозволяється попереднє погодження повідомлень і матеріалів, які поширюються у ЗМІ, та забороняється висвітлення матеріалів з боку державних органів, установ, та заангажованих суб'єктів інформаційної діяльності. Також, законом України про телебачення і радіомовлення забороняється використання у програмах та передачах на телебаченні і радіо прихованих вставок, які впливають на підсвідомість людини.

Однак, якщо об'єктивно оцінити нинішній медіа-ринок - можна нарахувати чимало порушень українського законодавства. Говорячи про традиційні ЗМІ, варто зазначити, що здебільшого вони не є незалежними, їх власники є політично заангажованими, і найчастіше конкретне видання представляє інтереси конкретної політичної сили, про що споживачі, як правило, знають.

---

<sup>63</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

У нашому дослідженні ми протягом 4 тижнів відслідковували контент найбільш рейтингових телеканалів України. Так, приміром за тиждень ми зафіксували більше 40 матеріалів із замовним характером. З них -

17 - на телеканалі Україна;

16 - Інтер;

4 - ICTV;

3 - 1+1.

Згадують телеканали здебільшого тих політиків, яких підтримують власники медіа-холдингів. У замовних матеріалах їх презентують як "рятівників", які допомогли вирішити ту чи іншу ситуацію, або коли ті критикують владу і обіцяють "врятувати країну", коли прийдуть до влади.

Таким чином, можемо зробити висновок, що засоби масової інформації порушують чинне законодавство України, і виступають впливовим політичним інститутом сучасного суспільства.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бебик В. Вибори-2007: мотивація та ефективність політичних впливів / В. Бебик, О. Дацаківська, О. Охотникова // Політичний менеджмент. – 2008. – №1. – С.14-22.
2. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 02.10.1992р. // Відомості Верховної Ради України. - 1992. №48, ст. 650.
3. Бортніков В. Політична участь, політична активність, політична діяльність, політична поведінка: спільне й особливе / В. Бортніков // Видавництво Національного університету «Львівська політехніка». – 2007. – № 19. – Львів. – С. 49-56.
4. Дубас О. Роль мас-медіа у формуванні ціннісної системи суспільства / О. Дубас // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. — К., 2009. — Вип. 16. — С. 242-248.
5. Лікарчук Н.В. Політична реклама як засіб впливу на електоральну поведінку / Н.В. Лікарчук // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. – 2015. – Вип.18. – С.54-59.

*Хархаліс А.<sup>64</sup>*

### **СОЦІАЛЬНА ПРОБЛЕМАТИКА ЗАЛЕЖНОСТІ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ: ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОЗАХИСНОГО ТА КОНСТРУКТИВІСЬКОГО ПІДХОДІВ**

ЗМІ є водночас знаряддям і засобом масової комунікації. В системі соціальної діяльності масова комунікація набирає значення морального орієнтира, коли йдеться про результати інформаційного впливу орієнтації і адаптації людей засобами медіа.

---

<sup>64</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

**Об'єкт дослідження** – тема залежності та адикції як соціальна проблема українського суспільства в контенті програми «ТСН» на каналі «1+1». **Предмет дослідження** – конструювання та особливості відображення теми залежності в українських ЗМІ. **Мета дослідження** – аналіз та визначення ролі інформаційних телевізійних програм в соціальному дискурсі та конструюванні теми залежності.

Важко переоцінити вплив професійних мовників на становлення та розвиток ціннісних орієнтацій суспільства. Медіа не тільки формують порядок денний, активно конструюючи нашу реальність, але й закладають певні усталені моральні норми, поведінкові практики тощо. Алкогольна і наркотична залежність тривалий час була предметом активного обговорення на ТБ. Йдеться не про пряму рекламу чи паблік реплейсмент, а про теми довкола алкогольної залежності. До прикладу, численна кількість ток-шоу в прайм-тайм на СТБ – «Один за Всіх», «Кохана ми вбиваємо дітей» тощо будується на історіях людей із сильною залежністю і їхніх аморальних та асоціальних вчинках. При цьому з позицій конструктивістського підходу соціальна проблема – це не об'єктивно існуюча соціальна умова, а певний набір соціальних обставин несприятливого характеру, що потребують втручання і вирішення. В цьому контексті дискурс ЗМІ у формуванні ціннісних орієнтацій у питаннях вирішення хімічною адикції стає підґрунтям для популізму навколо значення телебачення у цьому процесі. Телебачення створює таку масову аудиторію із стандартним споживчим баченням світу та образом життя, яка культивує споживчо-розважальну функцію масової культури та її конформістський вплив на публіку. Досягнути це не так вже й складно: практикується це за допомогою образності мотивів насилля на телебаченні.

Для аналізу ми обрали новинневий блок «1+1». Як самостійний канал «1+1» мовить з 1997 року в мережі. Графік ефіру на 1+1 перемінний – інформаційний контент чергується із розважальним. Інформаційний блок телеканалу представлений кількома програмами, основна з яких – Телевізійна служба новин (ТСН), яка виходить щодня по буднях до 8 разів (залежно від дня тижня), а у суботу та неділю – по одному. Основним випуском програми є вечірній, початок якого о 19:30 щодня. Дослідження відбувалося у кілька етапів. Розподіл ефірного часу на «1+1» у період з 1 січня до 1 вересня 2018 представляємо у наступній таблиці.



№	Новини	Ток-шоу та аналітичні програми	Серіали	Розважальні програми	Інше
ПН.	230	56	232	343	45
ВТ.	226	34	151	254	32
СР.	245	48	207	34	46
ЧТ.	223	96	113	213	31
ПТ.	230	121	264	267	65
СБ	35	0	654	145	34
НД	40	0	381	176	24
Всього	1229 хв 20 г 48 хв	355 6 г 31 хв	2002 33 г 3 хв	1432 24 г 2 хв	277 5 г 1 хв

Закономірно, що основна кількість ефірного часу зайнята фільмами та телесеріалами, на який зробили акцент продюсери каналу. Випуски новин займають 32,3% від загального ефірного часу, а ток-шоу та аналітичні передачі всього 16%.

Перед початком дослідження було висунуто кілька гіпотез. Перша: журналісти «ТСН» приділяють мало уваги темі протидії хімічної залежності, незважаючи на те, що питання алкогольної та наркотичної залежності стоїть дуже гостро на порядку денному в українській реальності.

За даними ВООЗ, Україна посідає 43-є місце в рейтингу споживання спиртних напоїв. Українець всередньому випиває 8,49 літрів чистого спирт на рік. Це виходить 42 пляшки горілки по 0,5 літра чи 339 пляшок пива. При цьому, як наголошують фахівці, горілки в Україні споживають більше, ніж пива. Якщо в Австрії ця кореляція виш ляда 51% (пиво) до 14% (міцні алкогольні напої), у Голландії – 48% до 18%, то в Україні 36% складає пиво і 52% – міцний алкоголь. Друга гіпотеза: тема алкогольної залежності і політики зменшення шкоди від алкоголю частіше стає предметом для журналістських матеріалів, ніж проблема наркотичної залежності.

Звичайно, обидві теми мають різне тло розвитку, виникають й існують за різних соціальних факторів і умов. Однак цікаво було б зрозуміти, чим зумовлена така вибірковість висвітлення хімічної залежності в сюжетах «ТСН». Наступна гіпотеза: журналісти обох медіа не завжди ґрунтовно й професійно висвітлюють питання хімічної залежності, порушуючи професійні стандарти. Нагадаємо, що в роботі над соціальною проблематикою до власне журналістських норм і приписів, як от баланс думок, об'єктивність, точність додається також основоположний принцип гуманізму, захисту людської честі та гідності тощо. Перші дві гіпотези було

підтверджено за допомогою контент-аналізу новинних сюжетів на соціальну проблематику програми «ТСН». Проаналізовано 486 щоденних випуски новин двох програм. Було використано наступну вибірку: вечірні випуски «ТСН» о 19:30 (окрім підсумкової програми тижня) – 243 програми і така ж кількістю ефірів «Вікна Новини». Варто відзначити, що за цей час в «ТСН» вийшло 413 сюжетів, що стосувалися соціальної проблематики (34%), з них 70 тією чи іншою мірою стосувалися питання хімічної залежності.

Результати контент-аналізу заголовків виглядають наступним чином: у фокусі уваги кореспондентів ТСН все ж таки є поверхнєве зображення сутності проблеми залежності, а також штами і соціальні ярлики «алкоголік», «Пагубна звичка», «безхатько-алкоголік», «людина з алкогольною залежністю», «оковита», «наркотики», «наркомани». Коректні терміни «людина із хімічною залежністю», «алкогольна залежність», «наркотична залежність» вживаються в 5-9 разів рідше, ніж соціально некоректні синоніми. Слово «життя» вживається рідко і загалом у негативній конотації, натомість такі словосполучення як «загубити життя» (75 разів), «змарнувати життя» (121) повторюються постійно.

Обираючи для себе такий метод подачі соціальної проблематики, що стосується питань хімічної залежності, журналісти не дотримуються професійних стандартів. З одного боку, йдеться про створення негативних стереотипів і ярликів, а також про стигматизацію окремих груп населення (алкоголік-безхатько), а з іншого – недостатня глибина розвитку теми. У сюжетах практичного не приділяється увага питанню превентивної політики на різних рівнях, не порушується актуальні проблеми державної алкогольної політики, не ставиться за мету виробити механізм протидії поширенню явища хімічної залежності тощо.

Складається враження, що в основі новин про хімічну залежність, зокрема наркотики та алкоголь, лежить шок-контент і бажання підігріти цікавість публіки.

Таким чином проведений контент-аналіз підтвердив наші перші дві гіпотези. А саме: журналісти «ТСН» приділяють мало уваги темі протидії хімічній залежності, незважаючи на те, що питання алкогольної та наркотичної залежності стоїть дуже гостро на порядку денному в українській реальності. Окрім того, результати нашого дослідження підтвердили припущення щодо того, що тема алкогольної залежності і політики зменшення шкоди від алкоголю частіше стає предметом для журналістських матеріалів, ніж проблема наркотичної залежності.

Про наркотики і залежність від них в обидвох програмах йшлося вкрай рідко. Замісна терапія як різновид адаптивного формату повернення

людини до нормального життя практично не згадувалась. Такий показник є напрочуд низьким в умовах загальної представленості дискурсі хімічної залежності в обох медіа. Варто відзначити, що протидію залежності в своїх сюжетах журналісти згадують в 2-3 рази менше, ніж саму залежність. Це говорить на загальну макдональдизацію новин – головне поголос і цікавіль до резонансних тем, а не історія конкретного життя, людини, спроба їй допомогти у подоланні проблеми.

Доволі часто в центр уваги потрапляють міцні алкогольні напої, які журналісти охрестили «оковитою». Зазвичай це стосується негативної інформації, в таких сюжетах дуже рідко присутня частина превентивної інформації, попередження або подолання вже наявних міфів і стереотипів в суспільстві. Навпаки продукуються нові, як було зазначено вище.

Із інформаційних сюжетів «ТСН» складається чітке враження, що хімічна адикція – це серйозна патологія українського суспільства, яка в останні роки набула національного масштабу і поширення. Однак в дуже низькому відсотку сюжетів (11,2%) йдеться про те, як з цим боротися, які є перспективи подолання соціальної хвороби, хто може і повинен бути залучений на державному масштабі до вивчення шляхів виходу з кризової ситуації.

Медіа цілком забувають про місію співучасника, яка лежить в основі соціальної журналістики. У коментарях, які ставлять вони героям сюжетів, є недоречні уточнення і випитування особистих подробиць, нагнітання ситуації, але немає глибинного аналізу самого явища і його причин і передумов. Проаналізувавши сюжети, ми дійшли висновку, що вони формують певне стереотипне уявлення щодо передумов виникнення явища хімічної адикції. Журналісти подають його через такі фрейми, як «наслідок нестабільної ситуації в країні», «причина повсемісної алкогольної залежності – економічна нестабільність та високий рівень невдоволення в суспільстві», «війна на Донбасі призвела до поширення алкоголізму», «алкоголізм має риси спадковості» тощо. Це є прямим доказом маніпулювання масовою свідомістю, причинами якої ми можемо назвати два явища: недостатню кваліфікацію журналістів, що розробляють соціальну проблематику у досліджуваних програмах, а також поверхневу редакційну політику, яка базується на підвищенні рівня рейтингів та інших маркетингових і фінансових показників.

Отже, обравши для себе позицію «псевдосоціальної проблематики», журналісти своїми матеріалами завдають тільки шкоди дискурсу протидії хімічній залежності. Наприклад, цитата із сюжету про вбивство двохлітньої доньки жінкою, що має алкогольну залежність: «Наш Артем Гончарук

побував на місці, де сталася трагедія, і розпитав сусідів про минуле горе-матері-алкоголічки...» («ТСН», 3.04.2018). Або ж з інших сюжетів: «...серед постійних гостей клубу – алкоголіки й наркомани, кажуть місцеві» («Вікна Новини», 13.06.2018). Підсилення негативної шкоди відбувається ще й за допомогою картинки при монтажі. Часто демонструють обличчя людей із залежністю без їхньої на то згоди, їхніх малолітніх дітей, тим самим порушуючи дозволені етичні норми й стандарти журналістики. Журналісти ніби хочуть за рахунок чужої проблеми чи трагедії заробити чим більш рейтингів. Це є пряме порушення професійних стандартів і має бути предметом для розгляду спеціалізованої комісії з журналістської етики.

---

*Ципердюк І. М.*<sup>65</sup>

### **ЖУРНАЛІСТ УКРАЇНСЬКОЇ РЕДАКЦІЇ РАДІО “СВОБОДА” СЕРГІЙ НАБОКА: БОРОТЬБА ЗА ПРАВА ЛЮДИНИ**

Правозахисна та професійна діяльність С. Набоки дотепер не потрапляли в поле зору науковців-журналістикознавців. Матеріали, пов’язані з журналістом, – це переважно спогади про нього та інтерв’ю, які брали в С. Набоки в різний час В. Кіпіані, С. Грабовський, Микола Вересень, Є. Захаров, Д. Дуцик, О. Герасим’юк та ін.

Водночас назріла нагальна потреба детального вивчення та аналізу правозахисного та професійного шляху С. Набоки, значна частина якого була тісно пов’язана з українською редакцією радіо “Свобода”.

Професійний шлях С. Набоки, є підтвердження тези, що наріжним каменем незалежної журналістики повинні бути справжні моральні авторитети в професії.

Отже, нашою метою є детальніше ознайомлення з правозахисною та журналістською діяльністю С. Набоки. Це дасть можливість глибше проаналізувати та зрозуміти, чому саме українська редакція радіо “Свобода” стала основним місцем його творчої реалізації.

Завдання дослідження – показати етапи особистого та професійного формування журналіста С. Набоки, його утвердження на позиціях відвертого критика та опонента радянського режиму, подальшу співпрацю з українською редакцією радіо “Свобода” та її значення для утвердження незалежної національної журналістики.

---

<sup>65</sup> Кандидат філологічних наук, кафедра журналістики, реклами та зв’язків з громадськістю, ПВНЗ «Університет Короля Данила», м. Івано-Франківськ.

80-ті роки минулого століття в Україні – гнітючий час апофеозу радянського застою. Майже всі відомі українські дисиденти ув'язнені в таборах. Правозахисний рух був обезкровлений.

Здавалось би, радянським каральним органам вдалося остаточно розгромити український правозахисний рух і країна безповоротно рухається в бік зросійщення й повної втрати національної ідентичності. Однак у січні 1981 року дистильовану дійсність радянської України порушила приголомшлива подія: було арештовано журналіста Сергія Набоку, його приятеля Леоніда Мілявського, науковця-біолога Інну Чернявську та інженера-математика Ларису Лохвицьку.

Один із членів-засновників Української Гельсінської групи, дисидент Микола Матусевич, який у той час також перебував в ув'язненні, згадував, наскільки важливою для українських політв'язнів була звістка про цей вияв громадянської непокори, спротиву режиму, солідарності з політичними бранцями радянських тюрем. Він засвідчив, що розпочата ними справа продовжується.

Арешт С. Набоки та його однодумців став наслідком створення 1979 року Київського демократичного клубу (КДК): “Всі ми були емоційно антирадянщиками і всі відчували, що треба щось робити” [1]. У клубі згуртувалися юнаки та дівчата, які обмінювалися літературою, влаштовували філософські, релігійні семінари, співали “Ще не вмерла Україна”, намагалися зробити бодай щось в умовах, коли будь-який активний антирадянський опір в Україні було придушено, а дисиденти перебували в ув'язненні. Розповсюдження листівок у ніч із 11 на 12 вересня 1981 року, коли міжнародна громадськість відзначала День українського політв'язня, стало кульмінацією діяльності КДК. У листівках закликалося підтримати українців-в'язнів сумління, які перебували в радянських тюрмах. Київський міський суд після недовгого слідства виніс вирок С. Набоці – три роки позбавлення волі. Однак відбувати покарання, незважаючи на так званий “склад злочину”, С. Набоку відправили в тюрму для карних злочинців.

С. Набока був осердям КДК, він дуже швидко усвідомив глибину насильства та несправедливості, замаскованих за фальшивим фасадом радянської держави: “<...> я буду казати за себе, я не міг жити в цій державі, – вона мені була гидка. Я розумів, що завдяки якимось своїм моральним вадам чи емоційним вадам я ніколи не прийму цього ладу. Я ненавидів, достатньо гостро відчував це, цю ненависть до комуністичного режиму, до комуністичної партії, до совєтського народу, до всього, що взагалі відбувалося, відбувається і відбуватиметься” [2].

За час, що С. Набока провів в ув'язненні, в Україні практично нічого не змінилося. Жорсткі репресивні заходи призвели до того, що навіть після приходу до влади Міхаїла Горбачова й початку “перестройки” суспільно-політична активність була зведена до мінімуму, громадяни країни рад панічно боялися терору з боку власної держави.

Усі ці нелегкі обставини стосувалися й тодішнього життя С. Набоки, але вони аж ніяк не вплинули на зміну його світогляду й потребу негайно діяти.

Це вилилося у створення 1987 року Українського культурологічного клубу (УКК) – першої незалежної української громадської організації часів перебудови, яку згодом очолив С. Набока. УКК став відповіддю на бездіяльність суспільства, прагненням привернути увагу до численних національних проблем. Діяльність УКК стала віховою подією в національній історії. Напівлегальна організація проіснувала майже два роки. Незважаючи на шалений опір і перешкоди з боку влади, на засідання УКК, де обговорювали гострі проблеми національної історії та культури, збиралися сотні людей. Слово “культурологічний” (і це визнавав сам С. Набока) було нічим іншим, як вдало знайденим маскуванням: “Ми всі чудово усвідомлювали, що наша організація – антисоветська, антикомуністична і націоналістична. Мною просто рухало бажання щось зробити” [3]. На той час С. Набока став членом Всеукраїнської координаційної ради Української Гельсінської спілки (УГС). Підсумком діяльності УКК стало, на пропозицію С. Набоки, проголошення його основної мети – здобуття Україною самостійності. Після цього з ініціативи С. Набоки усі члени клубу подали спільну заяву на колективний вступ до УГС.

В УГС С. Набока здебільшого займається журналістикою, забезпечуючи інформаційну діяльність організації. На цей час припадає початок його співпраці з українською редакцією радіо “Свобода”. У таємному документі, адресованому голові ЦК КПУ В. Щербицькому, зазначено: “<...> Набока та інші систематично передають на Захід міжнародним телефоном різні «заяви», «звернення» та інші тенденційні матеріали про порушення прав людини в СРСР, які нібито мають місце” [4, 48]. Про початок активної співпраці з українською редакцією радіо “Свобода” С. Набока згадував найтеплішими словами: “Я ще пишаюся своєю роботою на українську «Свободу» в ті роки, дуже активно працювали... На українську «Свободу», ну, чи, може, 90-й, може, 89-й, не пригадую. Ті роки якраз, коли всі слухали, я дуже активно... трохи не кожного дня виходили в ефір, і непогано, як досі мені кажуть, тобто старалися, і багато хто слухав, і зустрічали просто на вулицях, дякували” [2].

Відтоді співпраця С. Набоки з українською редакцією радіо “Свобода” не припинялася.

Наприкінці 90-х років в ефірі української редакції радіо “Свобода” почала виходити авторська програма С. Набоки “Права людини: українська реальність”. Програма тривала 15 хвилин і виходила двічі на тиждень. Вона цілком складалася з матеріалів та рубрик, які були присвячені захисту прав людини, що цілком відповідало характеру та переконанням С. Набоки. Укладаючи програми, автори співпрацювали з правозахисниками в різних областях України. Програма не лише висвітлювала гучні справи та процеси, але й розповідала про проблеми звичайних українців, які зіштовхнулися зі сваволею влади, міліції, судів. Журналісти намагалися допомогти постраждалим, надавши подіям максимального розголосу. Програма виходила в ефір до 2005 року.

Сергій Набока став основою редакційного колективу київського бюро української редакції радіо “Свобода”. Він не лише визначив високі професійні стандарти, за якими мали б працювати журналісти, але й був совістю колективу.

Колишній дисидент В. Малинкович високо оцінив правозахисну діяльність С. Набоки: “Після «олімпійських чисток» 80-го, коли майже всі українські дисиденти, включаючи членів Української гельсінської групи, виявилися в концтаборах, на Заході склалося враження, що з рухом опору в Україні покінчено. Назавжди або, принаймні, надовго... Тоді і пізніше – у перебудову, коли створювався Культурологічний український клуб, – саме Сергій Набока і його друзі зберегли наступність традиції українського опору тоталітарному режимові. І якби не вони, <...> і Народний Рух був би не таким сміливим, і не було б у нас такого могутнього антикомуністичного руху, наявність якого у визначених умовах (після поразки путчистів у Москві) забезпечила незалежність України. У фундамент цієї незалежності Сергій Набока заклав один з найміцніших каменів” [5].

Життєвий шлях С. Набоки засвідчив, що ціною чесно виконаного громадянського та професійного обов’язку в умовах тоталітарної держави можуть стати жорстокі репресії. В українській журналістиці він залишився зразком фахівця високого рівня, який керувався непохитними моральними та професійними стандартами. Відбувши ув’язнення за протидію радянській системі, яка денаціоналізувала український народ, він не втратив бажання до спротиву. Полем діяльності для нього стала активна громадська робота та незалежна журналістика. Він став одним із перших кореспондентів української редакції радіо “Свобода” в час, коли це (в умовах радянської

України) загрожувало покаранням, уже традиційно обравши шлях вільної журналістики.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1.Сергій Набока: “Я завжди відчував себе років на двадцять п’ять...” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://dt.ua/SOCIETY/sergiy\\_naboka\\_ya\\_zavzhdi\\_vidchuvav\\_sebe\\_rokiv\\_na\\_dvadtsyat\\_pyat.html](https://dt.ua/SOCIETY/sergiy_naboka_ya_zavzhdi_vidchuvav_sebe_rokiv_na_dvadtsyat_pyat.html) (дата звернення : 20.09.2018).
- 2.Сергій Набока [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oralhistory.org.ua/interview-ua/551/> (дата звернення : 20.09.2018).
- 3.Кіпіані В. Вічний Набока / Вахтанг Кіпіані [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.istpravda.com.ua/columns/2011/04/26/37004/> (дата звернення : 20.09.2018).
- 4.Українська Гельсінська Спілка (1988–1990 рр.) у світлинах і документах / концепція і упорядкування Олександра Ткачука. – К. : Смолоскип, 2009. – 224 с.
- 5.Сергій Набока: Інтелектуал, Громадянин, Воїн, Журналіст... / Частина I [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ar25.org/article/sergiy-naboka-intelektual-gromadyanyn-voyn-zhurnalist-chastyna-i.html> (дата звернення : 20.09.2018).

*Цуканова К. С.<sup>66</sup>*

### ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ЦІННОСТІ СУСПІЛЬСТВА

*"Хто володіє інформацією, той володіє світом"*

Н. Ротшильд

Актуальність. Сучасне життя неможливо уявити без засобів масової інформації: телебачення, інтернет, електронні додатки для телефонів, газети, радіо – усе це неподільні елементи буття людини ХХІ століття. Проте, усі вони виступають лише посередником між адресатом, яким є ЗМІ, та реципієнтом, яким є суспільство. Тобто, один формує повідомлення, інший – отримує. У цьому і полягає проблема: які цінності формують засоби масової інформації у своїх меседжах?

Норми та цінності культури схильні до змін. В інформаційному суспільстві однією з цінностей стала інформація, що перейшла з розряду абстрактних категорій в розряд одного з пріоритетних ресурсів. У міру наростання обсягу інформації людям стає важче орієнтуватися в її змісті, захищати себе від її надлишку, вибирати саме те, що потрібно. В сьогоденні умовах існують проблеми обмеження інформації, яка вважається соціально й економічно небезпечною, безпеки різних видів даних, дотримання авторських прав. Тому негативним моментом в даному випадку є

<sup>66</sup> Студетка, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.



те, що інформація може бути засобом маніпулювання, що призводить до зміни ціннісних установок і виникнення нових стереотипів поведінки в суспільстві.

Засоби масової інформації називають четвертою владою. Четверта влада – це термін, який позначає не тільки самі засоби, а й журналістів, їх вплив на суспільство, тому що від публікацій та репортажів конкретних інформаторів нерідко залежать долі людей, тому що вони не тільки інформують, а й уміло керують свідомістю людей за допомогою пропагандистських й агітаційних матеріалів [5].

Найвеличнійший вплив ЗМІ здійснює саме на цінності. Цінності – це духовні та матеріальні феномени, що мають особистісний сенс та виступають мотивом діяльності. Ціннісні орієнтири визначають відносини між індивідом та навколишнім середовищем і, тим самим, до певної міри визначають її поведінку [1]. А оскільки ЗМІ є важливим фактором формування світогляду індивіда та цінностей суспільства, то можна зробити висновок, що масмедіа належить авторитет у питанні ідеологічного впливу на суспільство, тому що саме ЗМІ його й детермінує. Закон закріплює основні принципи інформаційних відносин, а саме: гарантованість права на інформацію; відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією; вірогідність і повнота інформації; свобода вираження поглядів і переконань; правомірність одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації; захищеність особи від втручання в її особисте та сімейне життя.

Мета цієї роботи проаналізувати проблему впливу ЗМІ на цінності соціуму.

Право на доступ до інформації є конституційним правом людини, яке передбачене і гарантоване статтею 34 Конституції України, а саме, право кожного на свободу думки та слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань; право вільно збирати, зберігати, використовувати та поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб на свій вибір [2].

Одним з основних інструментів є телебачення. Саме ТБ найрозповсюдженіший та найдоступніший засіб поглинання тон обробленої та підготовленої інформації мозком слабкого індивіда, який не може критично оцінити те, що йому пропонують “з’їсти”. Як це трапляється, коли, як нам здається, ми лише дивимося “Кохана, ми вбиваємо дітей” та щиро глузуємо з друзями з того, як члени телеродини відверто знущаються один над одним? Дуже легко: телевізор пропонує нам різні програми, які задовольняють наші різноманітні культурні інтереси, тішать наше прагнення подивитися шоу, адже для власників каналів – це справжній бізнес, тому вони змушують глядачів бути експертами. Програма пропонує нам

виправити нешаблонну сім'ю з телеекрану на “здорову”, нуклеарну, яку ми звикли бачити всюди. З іншого боку, ми втручаємося в особисте життя родини, показане через гарну постанову сценаристів заради атракціону, що надалі викликає у глядача залежність до божевілля на ТБ і позбавляє можливості сприймати адекватні та корисні програми.

Якщо оминути вже давно об'єктивно неактуальні радіо та друковані видання, то наступним по розповсюдженню є інтернет, який, абсолютно впевнено можна віднести до повноцінного ЗМІ. Чому спочатку телебачення? За даними електронної енциклопедії Вікіпедія, більшість населення нашої країни становлять люди віком від 15 до 64 років – це означає, що Україні, нині, характерне старіння нації. На жаль, старше покоління схильне частіше довіряти телебаченню, ніж інтернету, адже процеси у мозку, які відповідають за критичність та ясність мислення гальмуються з віком, якщо людина звикла не навантажувати свій мозок інтелектуальною роботою. Звичайно, з кожним роком це змінюється, все більше людей переходить на інтернет з ТБ, адже його переваги більш вагомі. Наприклад, самостійне формування контенту. Тому припустимо, що усе населення України почало користуватися інтернетом, та таке поняття, як телепропаганда зникло. Тоді виникає наступне питання: наскільки суспільство готове до того, щоб самостійно обирати яку інформацію отримувати, та, що найважливіше, як побачити маніпуляцію та увімкнути до процесу обробки інформації критичне мислення? Адже, усім відомо, що на телебаченні працює така схема: “Кому належить телеканал, ті ідеологічні та політичні погляди й будуть просувати”, адже дуже часто керівництво та власники ЗМІ тиснуть на своїх працівників-журналістів, змушують їх писати такі статті, які будуть вигідні певному каналу. З інтернет ресурсами все не завжди “лежить на поверхні”, тому читач має піддавати сумнівам усе, що він отримує зовні, і це стосується не тільки інтернету, або телебачення, чи радіо – так повинен індивід ставитися до усього.

Масова інформація відіграє роль духовного моста між представниками різних соціальних спільнот. Культура, економіка, політика, соціальна складова життя – невіддільні від ЗМІ, оскільки вони забезпечують залучення особистості до економічних, культурних, політичних та соціальних цінностей. Результат діяльності ЗМІ полягає в широкій інформованості суспільства з найрізноманітніших питань життя. Адже засоби масової інформації – один з основних соціальних інститутів, який тепер замінює більшість функцій, раніше виконуваних іншими соціальними інститутами (релігійним, сімейно-шлюбним, політичним, економічним, освітнім). В силу специфіки поширення, мас-медіа впливає на масову свідомість людей, в

основному це телебачення, яке вважається найефективнішим засобом впливу. З цього можна зробити висновок, що засоби масової інформації є дзеркалом, у якому суспільство дивиться на своє життя з боку. Проте, в цьому дзеркалі предмети показуються вибірково, і в поле зору аудиторії потрапляє лише те, що захоче зобразити той, хто формує повідомлення [6]. На жаль, ЗМІ подають не інформацію в чистому вигляді, а точку зору на події. В інформації ЗМІ містяться і факти, і оцінка цих фактів, яку аудиторія може або приймати, або ні, це залежить від того, якої власна точки зору дотримується “вже оброблена” аудиторія.

ЗМІ формують громадську думку, і від того, наскільки відповідально мас-медіа будуть ставитися до цієї справи, залежить, яким в результаті стане суспільство. Суб'єктивним тлумаченням ЗМІ можуть підняти народ на революцію, а можуть – на конструктивну справу. ЗМІ – це реальна влада, реальний спосіб володіти умами та серцями. Сьогодні ЗМІ практично повністю керують країною, вирішуючи долі виборів, політичних і фінансових криз. [4] Діяльність ЗМІ повинна бути представлена в об'єктивному відбитку суспільного життя і поширення об'єктивної інформації про найважливіші події, що відбуваються в суспільстві [4]. Тому ЗМІ повинні відповідати усім вимогам журналістського кодексу, а саме журналістській етиці, об'єктивності та незалежності, прийнятим в демократичних країнах, серед яких і Україна, які визнають принципи свободи слова і преси, повинні чинити опір тиску ззовні й зсередини, яке прагне редагувати та підправляти інформацію для створення позитивного або негативного образу визначених організацій або їх самих. Керівництво та власники ЗМІ повинні прийняти принципи журналістської етики та незалежності та не повинні надавати тиск на своїх співробітників, щоб змусити їх відійти від цих принципів [3].

Отже, в умовах технологічного розвитку, який існує сьогодні, було б дуже необачно розраховувати на зміни у мас-медіа, більш ефективним засобом боротьби з неякісною та брудною інформацією могло би бути впровадження медіа грамотності у ВНЗ, проведення соціальних медіа-акцій які б нагадали, що дуже важливо ретельно підбирати усе, що індивід споживає, і нема різниці – зіпсована страва чи зіпсована інформація, адже і те, і те впливає на твоє подальше життя.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. С. Ковалевський, О. Медведєва, Г. Хаєт: Цінності людини [Електронний ресурс ] URL:

2. Конституція України, стаття 34 про Право на доступ до інформації як елемент правового статусу особи [Електронний ресурс] URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0012323-12>
  3. Вплив ЗМІ на формування громадської думки та ціннісних орієнтацій населення / О. В. Баскакова // Актуальні проблеми сучасної науки. - 2004. - №6. - С. 266-272.
  4. Матвеев В. Інформаційний вплив на людину і на суспільство // ОБЖ. - №4. - С. 33-36.
  5. Роль ЗМІ в процесі формування громадської думки / Н. Г. Ігнатов,
  6. С.М. Мотків // Вісник МГУ. Сер. 10, Журналістика. - 1997. - №1. - С. 19 - 27.
- 

*Черкашина А. В.<sup>67</sup>*

## РОЛЬ МЕДІА У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМИ ШКІЛЬНОГО БУЛІНГУ

У кожному соціальному інституті, в якому відбувається процес соціалізації людини, мають бути створені умови, які гарантують захист її життя та здоров'я. Заклади початкової і середньої освіти є одними з перших інститутів, що сприяють становленню людини в суспільстві. Проте саме в стінах школи спостерігаються конфлікти в дитячих колективах. Неспроможність завчасно ідентифікувати перші прояви агресії і попередити можливі наслідки, призводить до появи жертв і зростання рівня агресії у стінах загальноосвітніх закладів. Булінг, як соціально-педагогічна та психологічна проблема сучасності, достатньо тривалий час замовчувалася, в тому числі й у ЗМІ. Неабияке місце в цій ситуації займає поширений в системі виховання авторитарний стиль. Діти, які стикаються з насильством у сім'ї, школі та інших соціальних інститутах копіюють поведінку дорослих. У такому колективі згодом може панувати неетична атмосфера, яка виходить назовні лише за умови відсутності вихователя та миттєво зникає з його появою. Однак із розвитком сучасних технологій, наслідки насильства виплеснулись у віртуальний світ. Агресори отримали змогу самостверджуватися в більш безжалісний спосіб – знімати процес знуцання на відео та поширювати в мережі Інтернет. Ініціатори очікують на вірусне розповсюдження та вважають, що таким чином можна швидше набути статусу й поваги з боку однолітків. З іншого боку, можливість оприлюднення доказів знуцань є у жертви, яка може використати матеріали в якості захисту. Отже, вкрай важливо вчасно ідентифікувати проблему булінгу в дитячому колективі, шукати нові методи її вирішення, зокрема медійними

---

<sup>67</sup> Студетка, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця.

засобами, беручи до уваги всі аспекти нової реальності сучасного інформаційного світу.

За даними UNICEF, 67% дітей в Україні у віці від 11 до 17 років стикалися з проблемою булінгу (цькування) протягом останніх трьох місяців. 24% дітей стали жертвами булінгу, і 48% з них нікому не розповідали про ці випадки [1].

Мета статті полягає у теоретичному дослідженні феномену шкільного булінгу, виявленні особливостей його прояву та можливих медійних засобів протидії в умовах нової реальності.

Актуальність обраної тематики знаходить своє підтвердження у значній кількості розробок та публікацій. Теоретичним і методологічним аспектам даної проблеми присвячені праці таких закордонних і вітчизняних фахівців

Олвеус Д., Лейн Д., Міллер Е., Сидорук І., Глазман О., Король А., Грищук В., Левицька Л., Стельмах С.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- визначити сутність поняття «булінг», встановити його соціальну та правову природу;
- проаналізувати зацікавленість мас-медіа в освітленні порушень прав дітей на національному рівні;
- розглянути особливості відповідальності неповнолітніх за булінг.

У своєму дослідженні І. Сидорук зазначає, що «уперше термін булінг (з англ. «bully» – хуліган, забіяка, грубіян, насильник; «bullying» – цькування, залякування, третирування) з'явився на початку 70-х рр. ХХ ст. у Скандинавії, де група дослідників вивчала явище насильства між дітьми в школі». Окрім цього, на її думку «досі немає чіткого наукового визначення цього терміна. Саме поняття булінг деякі автори розуміють по-різному» [2].

Булінг розкривають як: 1) не просто парну проблему між хуліганом і жертвою, але також як групове явище, яке відбувається в соціальному контексті, де різні фактори сприяють розвитку, підтримці або придушенню такої поведінки [3]. 2) дисбаланс влади, сексуальні домагання та інші акти дискримінації, що можуть виникнути за відсутності чіткого керівництва [4]. 3) умисну, систематично повторювану та агресивну поведінку, що включає нерівність соціальної влади або фізичної сили [5]. 4) агресивну та вкрай неприємну свідому поведінку однієї дитини або групи дітей стосовно іншої дитини, що супроводжується регулярним фізичним і психологічним тиском [6].

Відомий дослідник булінгу Д. Олвеус виокремив важливі складові: 1) булінг – агресивна поведінка, що охоплює небажані, негативні дії; 2) булінг охоплює зразки та стереотипи поведінки, що постійно повторюються; 3) булінг характеризується нерівністю влади або сили [5].

Необхідно наголосити, що підставою для появи булінгу є позиція індивіда в колективі, наявність конкурентного настрою. Така поведінка є виключно соціальною та виникає у групах, де чітко визначені моделі поведінки кожного члена колективу.

На сьогоднішній день засоби масової комунікації мають широкий спектр каналів передачі інформаційних повідомлень. Л. Ороховська зазначає, що у сучасному суспільстві медіа стають не просто системою засобів масової інформації та масових комунікацій. Відбувається формування системи культурно-інформаційної монополії, яка стає опорою держави [7]. Таким чином можна розглядати ЗМІ крізь призму джерел, що мають змогу сприяти соціальним змінам.

Логічним вважаємо перейти до аналізу ролі мас-медіа в протидії порушенням прав дітей в Україні. Етичний кодекс журналіста свідчить, що «журналіст несе відповідальність перед суспільством за забезпечення права на знання правди, а також за зміст та якість інформації, поширюваної за власним підписом, за псевдонімом чи анонімно але з його відома та згоди» [8].

Українські ЗМІ дотримуються положень кодексу та підіймають тему булінгу. Проте крім констатації фактів, журналісти займаються пошуком вирішення проблеми. Наприклад, такі українські телевізійні канали як «ICTV», «5 канал», «24 канал» та інтернет-портал новин «BBC Ukraine» звертаються до експертів за порадами як протистояти кривдникам. У свою чергу дитячий канал «ПлюсПлюс», в рамках програми «Корисні підказки», детально розглядає важливі теми на зрозумілих, її юним глядачам, прикладах.

Натомість на законодавчому рівні депутати також не замовчують нагальну проблему українських шкіл. О. Білозір, ініціатор законопроекту зауважила, що «булінг сьогодні є найважливішою проблемою та страшною катастрофою для навчально-освітніх закладів України» [9].

До Закону України «Про освіту» передбачається ввести визначення терміну «булінг» як «моральне або фізичне насильство, агресія в будь-якій формі або будь-які інші дії, вчинені з метою викликати страх, тривогу, підпорядкувати людину своїм інтересам, що мають ознаки свідомого жорстокого поводження». Змінами до статті 30 передбачено зобов'язання навчальних закладів забезпечувати відкритий доступ до правил поведінки

здобувача освіти в навчальному закладі, плану заходів, спрямованих на запобігання та протидію булінгу, порядку подання та розгляду заяв про випадки булінгу від претендентів на освіту, їхніх батьків тощо [10].

Вважаємо актуальним створення ТБ-програм просвітницького характеру для дітей і дорослих. Доречним було б піднімати цю тему обережно, аби не спричинити виникнення кризового стану учасників конфлікту. Медіа можуть долучитися до створення ситуативних тренінгів, під час яких будуть розглянуті сучасні випадки булінгу. Вчителі або батьки отримують змогу зануритися в ситуацію, відчувати емоційний стан дітей, проаналізувати конфлікт із позиції жертви, агресора, вчителя та інших учасників.

Таким чином слід підкреслити, що булінг є актуальним і невідкладним питанням для українського суспільства. Для того, щоб зміни мали ефективний характер, потрібно сприяти збільшенню обізнаності населення стосовно проблеми. На нашу думку, до продуктивного результату призведе використання медійних засобів протидії булінгу, адаптованих під умови сучасного світу та спрямованих на всіх учасників конфлікту.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Булінг – важлива проблема для дітей в Україні. ЮНІСЕФ розпочинає кампанію проти булінгу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.unicef.org/ukraine/ukr/media\\_31252.html](https://www.unicef.org/ukraine/ukr/media_31252.html).
2. Сидорук І. Булінг як актуальна соціально-педагогічна проблема [Електронний ресурс] / І. Сидорук // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Педагогічні науки. – 2015. – № 1. – С. 169-173. – Режим доступу до ресурсу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvvnup\\_2015\\_1\\_36](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvvnup_2015_1_36)
3. Swearer S. M. Understanding the Psychology of Bullying. Moving Toward a Social–Ecological Diathesis–Stress Model [Електронний ресурс] / S. M. Swearer, S. Hymel // American Psychologist. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/amp-a0038929.pdf>.
4. Cornell D. Law and Policy on the Concept of Bullying at School [Електронний ресурс] / D. Cornell, S. P. Limber // American Psychologist. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/amp-a0038558.pdf>.
5. Olweus D. Bullying at School: What We Know and What We Can Do [Електронний ресурс] / Dan Olweus // John Wiley & Sons. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://books.google.com.ua/books?id=0Fz1jD9paoQC&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>.
6. Дрозд Г. «Булінг – це те, що ми робимо з дітьми, коли не включаємось та ігноруємо» [Електронний ресурс] / Ганна Дрозд. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://opinionua.com/2018/08/15/rozmova-pro-buling/>.

7. Ороховська Л. А. Мас-медіа як складова людської комунікації [Електронний ресурс] / Л. А. Ороховська // Вісник національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2011. – №1(13). – С. 135–138. – Режим доступу до ресурсу: <http://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/15816/1/Ороховська%20Л.А.%20Мас-медіа%20як%20складова%20людської%20комунікації.pdf>.

8. Етичний кодекс журналіста від НЕК: статус журналіста є несумісним з посадами в керівних органах політичних партій [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://ru.telekritika.ua/news/2010-05-05/52777>.

9. Рада зробила крок до протидії булінгу [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2550159-rada-zrobila-krok-do-protidii-bulingu.html>.

10. Рада проголосувала в першому читанні законопроект, який протидіє булінгу [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [https://ua.censor.net.ua/news/3089176/rada\\_progolosuvala\\_v\\_pershomu\\_chytanni\\_zakonoproekt\\_yakuui\\_protydiye\\_bulingu](https://ua.censor.net.ua/news/3089176/rada_progolosuvala_v_pershomu_chytanni_zakonoproekt_yakuui_protydiye_bulingu).

*Чернишук О. О.*<sup>68</sup>

## МІЖНАРОДНА ЖУРНАЛІСТИКА НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ: ЗАМОВЧУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ, ЯК ПОРУШЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ

*Тези присвячено дотриманню професійних стандартів під час висвітлення міжнародних подій на українському телебаченні. Ілюзія «присутності» на події, що забезпечується телебаченням, дає можливість ефективно маніпулювати свідомістю глядачів. Адже одна і та сама новина може бути показано по-різному за допомогою різних когнітивних структур новинного дискурсу. Певні факти замовчуються. Порухення стандартів міжнародної журналістики вводить глядача в оману, що є неприпустимим в роботі професійного журналіста.*

**Ключові слова:** міжнародна журналістика, телебачення, права людини, інформація, професійні стандарти.

**Мета:** проаналізувати інформаційний контент на міжнародну тематику на українському телебаченні і перевірити, наскільки тележурналісти дотримуються законів України та документів міжнародних організацій з прав людини.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких основних завдань: моніторинг міжнародних новин на телеканалах українського телебачення; визначення особливостей подачі новин; виявлення порушень стандартів журналістики в новинному контенті, згідно з національними та міжнародними документами та етичними кодексами.

---

<sup>68</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.



**Джерельна база.** Тему дотримання стандартів журналістики вивчала достатня кількість вітчизняних і зарубіжних науковців - Т. Петрів, А. Сафаров, В. Сюмар, О. Чекмишев, Е. Болд та інші. У навчально-методичному авторів А. В. Байчик, Ю. В. Куришевої, С. Б. Никонова посібнику зазначається, що стандарти мають під собою особливі правила опублікування і основні етичні норми, яких повинен дотримуватися журналіст, який вибрав для себе роботу з політичним матеріалом. Ми говоримо про політичне матеріали, бо будь-яка інформація, отримана і перероблена за кордоном, несе в собі політичне забарвлення [1]. Однак досі немає достатнього практичного застосування даній теорії. У цьому полягає новизна дослідження.

У тезах детально розкривається проблема дотримання журналістських стандартів у матеріалах на міжнародну тематику та пропонуються шляхи її вирішення. За посібником С. А. Михайлова, міжнародна журналістика як дисципліна – розділ журналістики, що вивчає міжнародні аспекти діяльності журналістів та засобів масової інформації, їх впливу на формування міжнародних відносин і влади; висвітлює діяльність міжнародних і регіональних політичних організацій при дотриманні розроблених правових та етичних норм збору, створення, обробки, зберігання і розповсюдження інформації за допомогою існуючих медіаканалів [2]. Правові норми збору гарантуються міжнародними і національними нормативно-правовими актами. Ця тема тісно пов'язана із правом людини на інформацію, яка гарантується основним законом України – Конституцією та іншими законами України. Згідно Статті 34 Конституції України, кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір [3]. Принципи інформаційних відносин гарантуються Статтею 2 Закону України «Про інформацію»: основними принципами інформаційних відносин є: гарантованість права на інформацію, відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією, достовірність і повнота інформації, свобода вираження поглядів і переконань правомірність одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації [4]. Дотримання стандартів міжнародної журналістики також регулюється етичними кодексами журналістів.

Однак сучасні українські телеканали через недотримання професійних стандартів журналістики позбавляють глядача цього права. На жаль, боротьба за рейтинги призводить до використання ефекту сенсаційності, який виграє у якості та вимог до стандартів правдивих новин. Під час дослідження було проаналізовані новини на міжнародну тематику десяти українських телеканалів, дотримання стандартів яких, найбільше цікавить аудиторію. В опитуванні взяли участь 205 респондентів від 18 років з різних

міст України. Це такі українські телеканали: «Україна», «Інтер», «1+1», «ICTV», «СТБ», «112 Україна», «5 канал», «UA: Перший», «New One». Серед цих телеканалів немає такого, в новинах якого не було б виявлено порушень. Телеканал «1+1» може впливати на аудиторію за допомогою метафор, епізодичних і тематичних новин, але вибирає все ж привертання уваги за допомогою новин резонансних. Телеканал «Інтер» не нехтує показом в ефірі замовних матеріалів. У більшості сюжетів українського телебачення відсутній баланс думок через неможливість взяти інтерв'ю у сторони з протилежною точкою зору.

Через ці фактори частина інформації, яка подається в новинах, замовчується, покручується і, як висновок, не є достовірною. А це є порушенням нормативно-правових документів та етичних кодексів у контексті прав людини.

**Висновок.** Сучасні реалії міжнародної журналістики, на жаль, не відповідають стандартам журналістики, прописаним в етичних кодексах. Подолання цієї проблеми лежить у кількох площинах. По-перше навчальні заклади, які готують телевізійників, мають переглянути свою програму і додати до неї дисципліни, які змогли б не лише дати студентам професійні навички, але й покращити їхні моральні якості. Хороший результат могли б дати регулярні майстер-класи з дотримання стандартів міжнародної журналістики від журналістів-практиків у вищі навчальних закладах на профільних спеціальностях. Інша річ – самі глядачі телевізійного контенту. Крім освіченості журналіста, маємо піднімати рівень освіченості і глядачів. Для них також можна проводити тренінги, де людей навчали б критично мислити і розпізнавати замовні матеріали і прийоми маніпуляції в новинах. Бо глядач, який здатен проводити аналіз почутого і побаченого набагато важче піддається омані.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Засоби масової інформації: професійні стандарти, етика та законодавчі норми: наук.видання / Укл.: Петрів Т., Сафаров А., Сюмар В., Чекмишев О., – К.: Ніч лава, 2006. – 100 с.
2. Навчальний посібник / С. А. Михайлов, С. Б. Ніконов — СПб.: С.-Петербур. держ. ун-т, філол. ф-т, 2012. — 150 с.
3. Конституція України від 28 червня 1996 р. //Відомості Верховної Ради України.-1996.-№30.-ст.34.
4. 1. Закон України «Про інформацію» [Редакція від 25.06.2016 р.]; [Електронний ресурс] // Сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
5. Кібіл Р. Журналістська етика. - К.: Інститут журналістики, 2007. – 188 с.

6. Гресько О. В. Телерадіомовлення України в міжнародній комунікації: монографія / О. В. Гресько. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2016. – 304 с.
7. Гресько О.В. Міжнародна журналістика: Навчально-методичний посібник. – К.: Грамота, 2009. – 112 с.
8. Бондаренко О., Гресько О., Петрів Т, Янушевський Д. Нові медіа: практичні поради та професійні стандарти: Наук. вид. / К.: СПД Рудницька А.М., Видавництво «Синопис», 2009. – 128 с.

*Швидкова Д. О.<sup>69</sup>*

## **ДОМАШНЄ НАСИЛЬСТВО: ОБУМОВЛЕНІСТЬ ПОРЯДКУ ДЕННОГО УКРАЇНСЬКИХ МАС-МЕДІА**

Теоретичне обґрунтування та практичний аналіз соціальної проблематики в ЗМІ та медіа в цілому представлено у роботах таких науковців: Л. Климанська [1], К. Шендеровський [2] та О. Лаврик [3].

Домашнє насильство – це дуже гостра проблема сучасного українського суспільства, яка потребує вирішення та певного вдосконалення, а також руйнування стереотипного мислення серед українців. Проблему домашнього насильства кожен називає по-різному, наприклад, насильство в сім'ї, домашні війни, знущання в сім'ї тощо. Однак, згідно із чинним українським законодавством, правильно означати цю проблему саме як «домашнє насильство». Про те, що проблема важлива та потребує її вирішення можна побачити завдяки статистиці. За даними національної поліції понад 60% постраждалих від домашнього насильства не звертаються за допомогою та не повідомляють про вчинення насильства. За 2017 рік зафіксовано 96 245 звернень до Міністерства соціальної політики, а за перші 3 місяці 2018 року зафіксовано 26 715 звернень, що на 7,2% більше, порівняно з аналогічним періодом минулого року.

Задля того, аби чітко окреслити межі явища соціальної проблеми, необхідно звернутись до праць науковців. Як вважає науковець Л. Климанська визначає соціальні проблеми в медіа наступним чином: своєрідні соціальні конструкції, тобто будь-яка проблема актуалізується, підноситься до рівня соціальної тоді, коли до неї привертається увага мас-медіа [1]. Дослідник К. Шендеровський наголошує на особливій ролі журналіста в контексті будь-якої соціальної проблеми як ролі співучасті щодо вирішення проблемного, компетентністну можливість журналіста конструювати соціальну проблему як публічну арену [2]. О. Лаврик розглядає соціальну

<sup>69</sup> Студентка ОС «Магістр», Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, м. Київ.

проблему в ЗМІ як інформування про небажану суспільну ситуацію чи явище, які можна змінити та терміново вирішити в межах публічного дискурсу. Крім того дослідниця наголошує, що соціальні проблеми не просто відображають об'єктивні умови у суспільстві, але і проектують колективні почуття, думки, настрої [3]. Також із соціальною проблемою домашнього насильства потрібно розглядати такі суспільні негативні явища як дискримінація, стигматизація, ейджизм, сексизм, гомофобія, етнофобія тощо.

Згідно з Законом України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» домашнє насильство – діяння (дії або бездіяльність) фізичного, сексуального, психологічного або економічного насильства, що вчиняються в сім'ї чи в межах місця проживання або між родичами, або між колишнім чи теперішнім подружжям, або між іншими особами, які спільно проживають (проживали) однією сім'єю, але не перебувають (не перебували) у родинних відносинах чи у шлюбі між собою, незалежно від того, чи проживає (проживала) особа, яка вчинила домашнє насильство, у тому самому місці, що й постраждала особа, а також погрози вчинення таких діянь [4].

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я близько 30% жінок по всьому світу зазнавали фізичне та/чи сексуальне насильство у тій чи іншій формі [5]. До прикладу, перше місце серед причин смерті жінок віком від 16 до 44 років у Європі є домашнє насильство [6]. Ця причина обходить навіть такі причини, як онкологічні захворювання та дорожньо-транспортні пригоди. У 2017 році поліція отримала 110 923 звернення щодо домашнього насильства, а половину 2018 року кількість звернень сягає близько 60 тисяч. Помічник голови Національної поліції України Андрій Ткачов заявив, що така доля звернень – лише приблизно десята частина від реальної кількості випадків домашнього насильства. Більшість із таких заяв про домашнє насильство – справа завершується адміністративними протоколами (80 082 протоколи складено у 2016 році). У випадках понад 5 787 заяв про домашнє насильство ще рішення не прийнято.

Проблема домашнього насильства глобальна у світі та поширена в українському суспільстві, потребує системного, комплексного порядку денного в медіа, особливо на регіональному, локальному рівнях. Для формування адекватної місії та співучасті медіа в контексті негативної динаміки та наслідків домашнього насильства, журналісти, медіапрацівники повинні володіти спеціальною компетентністю та вміти просувати якісні матеріали на різноманітних каналах комунікації.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Климанська Л. Д. Медіа-імідж соціальної проблеми / Л. Д. Климанська //Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. — К., 2009. — Вип. 15. — С. 273–279. (стр 275)
  2. Шендеровський К. Медіакомунікації та соціальні проблеми : збірка навч.-метод. матер. і наук. статей у трьох част. Частина перша / упор., ред. К. С. Шендеровського / Київ. нац. ун-т; Ін-т журналістики. — К., 2012. — 288 с.
  3. Лаврик О. В. Соціальна проблематика газетних виступів: навч.-метод. посіб. для студ. зі спец. «Журналістика» / О. В. Лаврик. — Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. — 72 с, С. 10.
  4. Закон України "Про запобігання та протидію домашньому насильству" [Електронний ресурс]. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19>.
  5. Щороку в Україні від домашнього насильства гинуть 600 жінок (інфографіка) [Електронний ресурс] // УНІАН. — 2017. — Режим доступу до ресурсу: <https://www.unian.ua/society/2233774-schoroku-v-ukrajini-vid-domashnogo-nasilstva-ginut-600-jinok-infografika.html>.
  6. Жінки, насильство і здоров'я / Amnesty International / Women, Violence and Health. — 2005. — Режим доступу до ресурсу: [www.amnesty.org/en/documents/act77/001/2005/en](http://www.amnesty.org/en/documents/act77/001/2005/en).
-

Наукове видання

**ПРАВА ЛЮДИНИ  
В МЕДІАОСВІТІ ТА  
МЕДІАДІЯЛЬНОСТІ**

Матеріали

Першої науково-практичної конференції  
(Київ, 30 листопада 2018 р.)

Тексти друкуються в авторській редакції

Укладач *Костянтин Шендеровський*  
Макетування і верстка *Євген Цимбаленко*

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 14,4.  
Гарнітура Times New Roman. Папір офсетний. Друк офсетний.  
Підписано до друку 09.11.2018