Міністерство освіти і науки України
Волинський національний університет імені Лесі Українки

Оксана Косюк

РАЦІОНАЛІСТИЧНИЙ ДИСКУРС МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Монографія

Луцьк
Вежа-Друк
2023

УДК 366.637
К 72

Рекомендовано до друку вченою радою
Волинського національного університету імені Лесі Українки
(протокол № 3 від 23 лютого 2023 р.)

Науковий редактор
Потятиник Борис, доктор філологічних наук, професор Школи журналістики і комунікацій Українського католицького університету.

Рецензенти:
Супрун Людмила, доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри журналістики та українознавства Національного університету водного господарства та природокористування;
Моклиця Марія, доктор філологічних наук, професор кафедри теорії літератури та зарубіжної літератури Волинського національного університету імені Лесі Українки;
Бойко Алла, доктор філологічний наук, професор кафедри соціальних комунікацій Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Косюк Оксана
К 72 Раціоналістичний дискурс масової комунікації [Текст] : монографія / Оксана Косюк. – Луцьк : Вежа-Друк, 2023. – 520 с.

ISBN 978-966-940-460-2

У монографії йдеться про зміну поглядів на маси та їх комунікацію в контекстах новітньої філософії, соціальної психології й модерних технологій інформаційної доби. Новою призмою має стати раціоналізм як інтеркурсивний філософський напрям та стиль і метод масовокомунікаційної/журналістської діяльності. Дослідження засвідчує витоки раціоналістичного дискурсу, формування концептуальної основи комунікації однойменної маси, яка посіла домінантні позиції в інфопросторі та семіосфері сучасності.

Видання відзначається авторським висвітленням основних теоретичних проблем, містить системний аналіз найголовніших дискурсів, трактує комунікацію і її ключовий вияв – журналістику – як раціоналістичне продукування культури.

Рекомендовано науковцям, освітянам та всім, хто цікавиться теорією масової комунікації.

УДК 366.637

© Косюк О., 2023
ISBN 978-966-940-460-2
© Подолець О. (обкладинка), 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА 9

Розділ 1
МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ: ВИТОКИ
ТА ДЖЕРЕЛА ІНТЕРПРЕТАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ 16
1.1. Базові теорії масової комунікації 16
1.1.1. Комунікація Античності та Середньовіччя
як діалог і розсіювання 16
1.1.2. Психологія рас, народів, націй і мас у концепціях
Г. Ле Бона та В. Вундта 18
1.1.3. Притумлення біологічних потреб
авторитарними інституціями. Мілітарні теорії
З. Фройда, В. Райха 21
1.1.4. Винахідництво, універсальність і наслідування
в наукових підходах Х. Ортеги-і-Гассета, С. Сігеле,
Г. Тарда, С. Масковічі, Е. Канетті 22
1.2. Модерні визначення та класифікації мас 25
1.2.1. Маса як синергетичний системний елемент
у дослідженнях М. Л. Руккета, В. Ольшанського,
В. Різуна, С. Рощина 25
1.2.2. Аудиторія новітніх ЗМІ. Структурний, біхевіоральний
та соціокультурний підходи Д. Мак-Квейла, Г. Блумера 30
1.2.3. Демасифікація, глобалізація, супермаса
в інтерпретації футурологів: Е. Тоффлера, А. Сахарова,
М. Кайку 32
1.2.4. Домінування індивідуалізованої раціомаси
як фактор наукового прогресу та розвитку новітніх
технологій. Маси і їхня свідомість у контексті філософії
ХХ–ХХІ ст. (антропології, екзистенціалізму, прагматизму,
феноменології, герменевтики/гомілетики, неопозитивізму
та новітнього раціоналізму) 34
1.3. Моделювання процесів масової комунікації 54
1.3.1. Задоволення органічних потреб.
Експресивна комунікація 54
1.3.2. Суспільно-культурна діяльність. Ритуальна модель 55

1.3.3. Передавання сигналів. Трансмісійні аспекти комунікації 56
1.3.4. Рецепція. Комунікація як «багатовекторна діалогічна мислительна структура» в контексті сучасності 57
1.3.5. Психологічний критерій моделювання. Категорії мас 60
1.4. Принципалітет у проєкції на функціональні моделі масової комунікації 64
1.4.1. Маса як індивіди, котрі зробили своїм «Я-ідеалом» один і той самий об'єкт (Г. Ле Бон, З. Фройд) 64
1.4.2. Нівелювання етичних критеріїв власного «Я» володарів світу (Н. Макіавеллі, К. Баллестрем) 67
1.4.3. Лідерство як комунікаційна ціль (М. Вебер, Р. Такер, Дж. Берне, Т. Адорно, М.-Л. Руккет) 67
1.4.4. Принципалітет супермаси інформаційної доби 70

Розділ 2
РАЦІОНАЛІЗМ У СИСТЕМІ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ 74
2.1. Масовокомунікаційні складники теорій класичного та новітнього раціоналізму 74
2.1.1. Гностичне Євангеліє від Хоми як прототип творення Ноосфери 76
2.1.2. Самоусвідомлення через мислення у вченні Рене Декарта та його попередників 88
2.1.3. Аксіоматичність, причинність, інтуїція в комунікаційній стратегії Бенедикта Спінози 92
2.1.4. Чинники дискредитації Ніколя Мальбранша 94
2.1.5. Масовізація науки Готфріда Вільгельма Лейбніца 95
2.1.6. Достовірність як творча діяльність несвідомої продуктивної сили уяви в інтерпретації Іммануїла Канта 95
2.1.7. Трансформація класичного раціоналізму в сцієнтизм. Критичні фальсифікації та спростування К. Поппера, І. Лакатоса, Г. Башляра 96

Розділ 3
РАЦІОЦЕНТРИЗМ ТЕОРІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ 100
3.1. Маркування інформаційного простору 100
3.1.1. Родо-видові розмежування в системі масової комунікації 100

3.1.2. Публіцистичність як дискурс та інтеркурс
у царинах масової комунікації й культури 101
3.2. Елементарний комунікаційний ланцюг 105
3.2.1. Джерело інформації в аспекті процесуальних функцій
та комунікаційної мети 106
3.2.2. Модифікації повідомлень у змістові наповнення 108
3.2.3. Транспортування інформації. Комунікаційні канали 110
3.2.4. Сприймання інформації. Медіааудиторія 112
3.3. Взаємодія складників комунікаційного процесу 120
3.3.1. Схеми досягнення комунікаційних цілей.
Стратегії творення й сприймання інформації 120
3.3.2. Способи подачі інформації. Провідні технології 122
3.4. Методи комунікаційного аналізу 128
3.4.1. Усталені схеми. Структурний підхід 129
3.4.2. Пошукові машини. Контент-аналіз 131
3.4.3. Інформаційна сфера. Семіотичний аналіз 132
3.4.4. Репрезентаційна мотивація. Метод Шонді 136
3.4.5. Універсальний підхід. Герменевтичний аналіз 136

Розділ 4
КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ
МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ 139
4.1. Культивування природи 139
4.1.1. Формування комунікації. Ритуал 139
4.1.2. Трансформація ритуалу. Тетральна комунікація 143
4.2. Мистецька репрезентація комунікації 153
4.2.1. Загадка. Знакова природа образотворчого мистецтва 159
4.2.2. Кам’яна риторика. Архітектура 164
4.2.3. Побутове спілкування.
Декоративно-ужиткове мистецтво 174
4.2.4. Колористична інформація. Живопис. Фотографія 178
4.2.5. Комунікація з мертвими. Скульптура 185
4.3. Комунікаційні потенції літератури 186
4.3.1. Образність як технологія: культуротворчі напрями,
методи, стилі 191
4.3.2. Белетристика та наука: особливості
констатування реальності 205

4.3.3. Застосування демаркаційного принципу фальсифікацій як руйнівника ґраней між догмою та вільним ситуативним мисленням у публіцистичних студіях літераторів 213
4.3.4. Брендинг класики 220
4.3.5. Науково-популярні бестселери як маркер раціоналізації інформаційного простору 226
4.3.6. Особливості дослідження нон-фікшн. Верифікація літератури 234

Розділ 5
РАЦІОНАЛІЗМ ТА ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЯ В ЦАРИНІ ЖУРНАЛІСТИКИ 245
5.1. Комунікаційний аналіз новітніх засобів масової інформації 245
5.1.1. Уніфікування публіцистичного інтеркурсу. Преса 245
5.1.2. Генерація та конгломерація естетико-комунікаційних систем. Телебачення. Інтернет 250
5.2. Трансформація журналістики інформаційної доби 256
5.2.1. Архетипна раціосимволізація масової комунікації 256
5.2.2. Нова функціональна модель як запорука реабілітації журналістики 263
5.2.3. Ключові проблеми сучасних медіа. Об'єктивність. Репрезентативність 270
5.2.4. Глобальний сцієнтизм. Наукова журналістика 273

Розділ 6
ДОСТОВІРНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ В КОНТЕКСТІ НОВІТНІХ КОНЦЕПЦІЙ РАЦІОНАЛІЗМУ 292
6.1. Обробіток інформації. Криміналістика та журналістика 292
6.1.1. Гіперлокалізація. Правові проблеми ЗМІ 292
6.1.2. Ідентифікація. Детектив та журналізм 296
6.2. Актуальні новаторства в застосуванні методів зовнішнього збору інформації для мас-медіа 302
6.2.1. Фрагментація. Спостереження. Інспекції 305
6.2.2. Поляризація. Слідчі та медійні експерименти. Моделювання 308
6.2.3. Логістика. Загальнонаукові методи 311
6.2.4. Універсальність. Вивчення документів та джерел 313
6.2.5. Компаративістика. Допит та інтерв'ю 316

6.3. Віртуальна реальність. Фальсифікації 319
6.3.1. Медійний фейк. Азартна гра природи та культури 319
6.3.2. Тероризм у мас-медіа. Проблема аналітичного балансу (трагедія «Charlie Hebdo») 344
6.3.3. Репрезентаційна вестернізація національного інфопростору та євразійський/азіатський ренесанс 360
6.3.4. Ідеології. Журналістика й пропаганда (інформаційні сутички періоду Другої війни в Нагірному Карабасі 2021 р., медіації українського Голодомору 1932–1933 рр.) 364
6.3.5. Трансформації мілітарної журналістики в контексті сучасності (збройний конфлікт на Сході України 2014–2020 рр., протести в Білорусі 2020–2021 рр., вибух у Бейруті 2020 р.) 402
6.3.6. Етико-правові аспекти інформаційно-комунікаційної діяльності українських мас-медій в умовах війни (на прикладі висвітлення подій АТО, ООС 2014–2021 рр.) 415
6.3.7. Висвітлення політичної інформації в регіональних ЗМІ України під час пандемії COVID-19, збройних конфліктів, природних лих 2019–2021 рр. 421
6.3.8. Інформаційно-комунікаційна діяльність спеціалізованих військових мас-медій в умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну 2022 р. 428
6.3.9. Раціотрансформації інформаційного простору України та світу на тлі подій в Афганістані (1979–2022 рр.) як утілення знаковості й циклічності буття 445

ПІСЛЯМОВА 469
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 473
ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК 511

Краще не шукати істин, ніж робити це без жодного методу
(Декарт)

Незнання – не доказ, невігластво – не аргумент
(Спіноза)

Що мислиме, те можливе
(Лейбніц)

Май мужність користуватися власним розумом
(Кант)

Критерієм наукового статусу теорії є можливість її заперечень
(Поппер)

ПЕРЕДМОВА

Культ індивідуалізму й суб'єктивізм, акцентування несвідомого та – як вислід – аморфність, прагнення поєднати непоєднуване у вимірі філософій, релігій та інших соціальних реалій, апокаліптичні візії й повсюдна карнавалізація, зумисна парадоксальна химерність, формальний мікс у царинах культурних практик, іронічність і пародійність епохи Постмодерну презентує масову комунікацію як органічно невартісне явище, помножене на ігрові технології віртуальної доби.

Ми ж переконані, що масова комунікація та її видовий репрезентативний вияв – журналістика – явища абсолютно іншого походження й порядку: своїм корінням, структурою та провідними стратегіями вони алофони раціоналістичної парадигми реалістичного інтеркурсу. Відштовхуючись від цього припущення, наукова монографія концептуально презентує низку важливих відкриттів.

З'ясовано, що масова комунікація існувала та активно зреалізовувалася задовго до появи журналістики, із найдавніших часів – у межах усіх сфер виробництва культури: ритуалу, театральної діяльності, в архітектурі, ужиткових мистецтвах тощо. Власне журналістика – своєрідне продовження літератури. Маркер цієї прадавньої комунікації, який виокремлює її з царини образності – реалізм (як метод, мистецький напрям і стиль), що є безпосереднім утіленням раціоналізму, котрий зародився, імовірно, на Сході, зафіксувався в Античності й згодом активувався в усі епохи реалістичного спрямування, що чергувалися переважно через одну з романтичними. Апогей розквіту реалізму та раціоналізму – епоха Просвітництва – час появи журналістики, яка, на наше глибоке переконання, виникла саме тому, що творчість (навіть у «лещатах» трактату Буало) уже не мала належних потуг для констатації фактів й адекватного відображення дійсності. Лекало-фіксатор переходу літератури в журналістику – публіцистичність. Інтеркурс публіцистичності «прошиває» мистецтва та переводить їх із розряду образотворення в засоби комунікації, роблячи актуальними (сучасними), оперативними, соціально спрямованими, прозорими, стереотипними тощо і, якщо можна так висловитися, – питомо масовими. Із переходом у царину комунікації мистецтва раціоналізуються: архітектура трансформується в складник суспільного перформансу, малярство

наближається до фотографії, література утилізується (стає товаром, матеріалом брендингу, оприлюднення сенсаційних науково-популярних ідей).

Аби верифікувати припущення про модерні модифікації рушія й джерела глобальної комунікації, переглядаємо базові теорії мас та фіксуємо «білі плями» – прогалини, які не стали об'єктом академічних досліджень, оскільки градаційно презентували не актуальний для минулих століть індивідуалізований раціотип. На нашу думку, маса буває чотирьох видів (за теорією психотипів Юнга): емоційною (яку ретельно дослідили та негативно промаркували класики і їх апологети), сенсорною (спрямованою на економічні досягнення та матеріальні цінності), інтуїтивною (зі схильністю до релігійності й містицизму), раціональною (бо активує розумовий потенціал). Присутність саме таких мас додатково підтверджується кількістю комунікаційних каналів і моделей, рівнів сприймання, функціональних ролей джерел інформації, філософських світоглядних систем сучасності, надзвичайно точних методів аналізу творів, дискурсів та текстів тощо.

Раціональна маса існувала завжди. Однак ще ніколи не ставала об'єктом наукових досліджень, бо не була активною й губилася в тіні своєї емоційної протилежності – репрезентанта попередніх століть (часу ідеологічних протистоянь та кровопролитних збройних конфліктів). «Активувала» раціомасу епоха низки наукових революцій, розвою цифрових технологій і технічного прогресу. Зовні навіть склалося враження, що маса зникає як факт. Насправді під впливом віртуальності вона стала важковловимою: глобальною, індивідуалізованою, складною, ведомою ідеями, а не вождями. Раціональна маса потребує кардинальної зміни та перезавантаження потенцій комунікації, живильним джерелом яких повинен стати раціоналізм (як метод і стиль діяльності та провідна світоглядна база), оскільки саме він історично формував можливості масової комунікації раціонального типу (від сакральних джерел – до інтернету), найвищим виявом яких свого часу стала журналістика.

Присутність раціоналістичного дискурсу в модерній журналістиці – очевидна й, мабуть, уже ні в кого не викликає сумнівів. Однак ми чи не вперше не просто констатуємо (щоб не казати – нав'язуємо) цей факт, а відповідаємо на запитання «чому так?». І тим самим «розвертаємо» вектор наукових досліджень у протилежний до усталеного бік, розглядаючи журналістику на рівні сцієнтичної діяльності в тісному

зв'язку з юриспруденцією. Усе це спонукає критично переосмислити проблеми права, об'єктивності й свободи, особливостей збору, обробітку та фіксування інформації й доводить, що для підсилення фактизму журналістики слід модернізувати традиційні методи спостереження, опитування, вивчення документів і джерел, звертаючи особливу увагу на загальнонаукові підходи та належне прикінцеве вкладання отриманої інформації у формат конкретного жанру.

Невиразність обрисів жанрології – одна з найсерйозніших проблем медіадіяльності. По-перше, вона зводить усі журналістські матеріали до однієї-двох «розмитих» публікацій (які здатен написати будь-хто). По-друге, дискредитує журналістику, знецінюючи роль експертизи й самого журналіста як медіума/посередника. По-третє, відкриває можливості спекулятивних використань осердя журналістики (інформаційного та аналітичного блоків) у царині образотворчих переосмислень і пропаганди під виглядом «художніх» репортажів, кінодокументалістики тощо. Усе це породжує невловимість пропаганди та неконтрольовану фейкотворчість. По-четверте, незнання й недотримання жанрологічних стандартів призводить до «винайдення вже наявного колеса» – витримані часом назви дублюються іноземними та пропонуються, як щось абсолютно нове: нарис перетворюється в сторі, замітка й кореспонденція – у новину, інформаційний жанр прямоефірного репортажу подається як вистава. І з приводу всього цього відразу організовуються тренінги від осіб, котрі не мають найменшого уявлення, що таке журналістика. Так актуальна й знакова сфера діяльності перетворюється на територію профанацій і пристосуванства, а фактчекінг, параметри якого теж, по-іншому називаючись, напрацьовувались із часів становлення раціоналізму – у чорний піар.

Саме тому в кінцевому розділі цієї наукової праці ми здійснюємо верифікацію/фактчекінг не за схемою, яку пропонують новітні платформи (хоча їхня методика теж представлена в монографії), а відповідно до ключової проблеми аналізованої реалії, котру породжує актуальна подія. Схеми такої верифікації в кожному випадку різні – із домінантними акцентами. Як вислід – базову проблему – фейкотворчість спершу довелося «занурити» в культуру та окреслити як синергетичну систему (із якою «успішно боремося» не тільки ми й не лише тепер). Наступні розвідки спровоковані конкретними подіями, які, на жаль, ставалися, незалежно від чиїхось потреб чи бажань. І засоби масової комунікації їх оперативно висвітлювали. Однак опера-

тивність не гарантувала якість. Смертоносний напад на редакцію французького гумористичного видання «Шарлі Ебдо» активував як власне сміхову культуру Заходу й Сходу, так і питання «сакрального» тероризму та балансу висвітлення опозиційних поглядів представників різних релігій. Нам довелося зробити не дуже «зручні» висновки. І це підштовхнуло до необхідності з'ясування західно-східних орієнтацій уже нашої нації, що активно дискутувалися в контексті політико-ідеологічних протистоянь і революцій гідності аж до початку російського вторгнення (розвідка потребувала заглиблення в історію й міфологію). Наші наукові пошуки постійно балансували між фактами та ідеями й світоглядами. Активувалася пропаганда (а з нею – і жанрологія). І ми підійшли до неї з двох боків: відсторонено – на внутрішніх та зовнішніх медійних теренах Другої війни в Нагірному Карабасі (2021 р.) і дотично, досліджуючи медіації Голодомору в Україні 1932–1933 рр. за допомогою кінодокументалістики (художньої публіцистики) та журналістики (інформаційно-аналітичного блоку жанрів). Тут ми провели чітку «лінію Маннергейма» між творчим і фактологічним інструментаріями медій (хоч попередньо це вже ставилося на розгляд у підрозділі про нефікційну літературу). Далі предметом обговорень став окупований Схід України. Події АТО/АОС потребували вивчення міжнародних та внутрішніх медіастандартів й етичних аспектів висвітлення подій, а також необхідності розмежування повноважень військової, воєнної та цивільної журналістик (до цих питань ми потім повернулися на початку повномасштабної війни Росії проти України (2022 р.), опрацьовуючи планетарний і національний досвіди роботи спеціалізованих військових ЗМІ). Ретурн до цивільних проблем та спеціалізованої журналістики (тепер – наукової) спровокувала пандемія коронавірусу COVID-19. Під час дослідження ми ще раз переконалися, що сучасна журналістика (і локальна, і універсальна) сцієнтизується в геометричній прогресії та стає майже точним еквівалентом проєкту класичного раціоналізму в інтерпретаціях Декарта, Спінози, Мальбранша, Лейбніца. Коло замикається...

На завершення апробації раціоналістичних підходів ми вирішили провести експеримент й відтворити в кращих літописних традиціях війну в Афганістані 2021 р. та прихід до влади угрупування «Талібан». Ішлося про аналіз доволі складної медійної ситуації (абсолютно репресивної та закритої) і вихід на авторитетні світові джерела, що отримали найбільшу кількість покликань аудиторії й фахівців. Як

вислід, удалось отримали доволі неупереджену картину (хоча й із прозорими підставами для майбутніх маніпулювань).

Новітня модель масової комунікації/журналістики – логічна модифікація рецептивної та її еквівалента в царині ЗМІ – соціально відповідальної. Звісно, то не повернення до котроїсь із трьох попередніх, а глобальна концептуальна трансформація. Ключовий принцип класичного моделювання Сіберта-Петерсона-Шрамма – комунікація залежить від типу політико-економічної формації суспільства. В основу пропонованої моделі покладено опозиційне гасло: якісна масова комунікація/журналістика не залежить від суспільно-економічної формації. Вона самодостатня сенергетична глобальна структура, що ґрунтується на усталеній тріаді – інформаційне, аналітичне, публіцистичне.

На початку наукових шукань ми поставили за мету дослідити дискурс раціоналізму (а отже, точності, науковості, достовірності, деталізації, лаконізму, прерогативи розуму та логіки, розмежування думок і фактів, обумовленості внутрішніми й зовнішніми процесами, крайнього натуралізму та соціальної заглибленості тощо) в системі масової комунікації, бо його одвічна присутність давала підставу для серйозних констатувань, пов’язаних зі структурою, принципами й функціями масової комунікації та журналістики. Припущення підтвердилося: із моменту зародження й до сьогодні раціоналізм наділяє комунікаційними аспектами культуру та увиразнює вінець власного творення – журналістику: митці свого часу писали наукові трактати, креслили проєкти – прообрази великих відкриттів, утілюючи вічний імператив Арістотеля: «Мистецтво – наслідування життя», – і зображаючи дійсність без будь-яких умовних форм та прикрас; унормована за чітко регламентованими правилами комунікація – журналістика – усе надійніше верифікує дані й укорінює прогресивні ідеї в інформаційний ґрунт сучасності, застосовуючи стратегії майже «мікроскопічної» точності. На відміну від фідеїзму (інтуїції), сенсуалізму (емоцій) та еміризму (досвіду), раціоналізм, ведомий терією Парменіда, наче скальпелем, розмежовує думки й констатації, виокремлює аксіоми та доводить «теореми» (у форматі класичної статті Спінози), покладається на таємні розумні докори сумління Мальбранша й ретельно перевірені докази Лейбніца – і дедукційно констатує незаперечним лише фактор мислення (єдине, що не потребує жодних підтверджень – в уже афористичній інтерпретації Декарта).

Матеріалом нашого дослідження на рівні журналістики ставали щоразу інші медіа, оскільки підстава для їх вибору – реальні локації актуальних дискусій, проблем і трагічних подій. Однак автоматично визначилася й низка найбільш авторитетних: «Nature», «The Times», «The New York Times», «Le Monde», «Reuters», «Libération», «الجزيرة» («Аль-джазіра»), «Charlie Hebdo», «Новая газета», «УКРІНФОРМ», «Дзеркало тижня» тощо.

Методологія здійснення наукових розвідок позірно ускладнена й триярусна, бо ми окремо використовуємо та детально описуємо на рівні масової комунікації й журналістики власне методи та аспекти їх використання (загальнонауково та прицільно спеціалізовано). Насправді всі ці методи: структурний (принагідно – і жанротворчий), семіотичний, мотиваційний, контент та «герменевтичний», новітні розгалуження спостережень, експериментів, опитувань, вивчення документів і джерел тощо – інструментарій новітнього раціоналізму, що й став не лише ключовим методом нашого дослідження, а й платформою для вичерпної верифікації/фактчекінгу найсучасніших продуктів масової комунікації.

Ця наукова праця не догма й не панацея від усіх проблем. Вона, із погляду зміни усталених парадигм, перша, тому й масивна, усеохопна, мультидисциплінарна та іманентно дискусійна, а отже, перспективна стосовно нових наукових відкриттів у вужчих ракурсах серійної реалізації дослідницьких програм. Бо справжня наука, на думку представників новітнього раціоналізму, просто покликана спеціально йти на критичні випробування й допускати можливості верифікацій та спростувань.

Саме раціоналізм, у прямому й переносному розумінні цього терміна, в усіх його функціях та навантаженнях, майстерно «зшиваючи» масову комунікацію «червоною ниткою» власної присутності, робить її органічною, вартісною, конкурентоспроможною сферою виробництва культури. І саме він допоміг нам «багряно» зафіксувати, окреслити й подати, як на долоні, медійний простір 20-х років XXI ст. – часу революцій, воєн, пандемій, катастроф, стихійних лих та неймовірного розвою творчості, сподвижництва й свободи.

«Ми спостерігаємо руйнацію масової свідомості, її демасифікацію. Актуальним стає збільшення ролі та різноманітності мініжурналів та аркушів новин невеликих форматів, найчастіше – у вигляді ксерокопій. Усе певною мірою індивідуалізується. Християни гублять-ся від доступності різнотрактувань Біблії. Давні християни з таким не стикались. […] Жодна з версій не вважається стандартом». Наші релігійні погляди нагадують смаки: стають менш однаковими та стандартизованими. Отже, мають розвиватися яскраві особистості й творитися різноманітні стилі життя. «Ми спостерігаємо народження постстандартизованої свідомості і постстандартизованого суспільства».

(Елвін Тоффлер)

РОЗДІЛ 1
МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ: ВИТОКИ ТА ДЖЕРЕЛА ІНТЕРПРЕТАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ

1.1. Базові теорії масової комунікації

1.1.1. Комунікація Античності та Середньовіччя як діалог і розсіювання

Лексикографічні інтерпретації мас і їх комунікації дуже узагальнені. Аби відслідкувати та відновити ледве помітні нюанси значень, краще звернутися до першоджерел. У нашому випадку ними, вочевидь, можуть бути найдавніші пам'ятки сакрального характеру.

У Біблії натрапляємо на два слова на означення великої кількості людей – «охлос» і «демос». Тривалий час, на думку вчених, вони вживалися й сприймалися синонімічно-аналогічно. Пізніше, як зазначає А. Ковельман у трактаті «Народження натовпу: від Старого до Нового заповіту» [Ковельман, 1994], масу/натовп почала означати власне лексема «охлос», а «демос» став уживатися на означення народу. Однак, на думку вченого, «народження» охлосу з демосу – процес тривалий. І ці поняття на рівні реалій стали предметом обговорень ще в дохристиянські часи.

Народ – ключова категорія Старого Заповіту. В історіях цього вікопомного твору не було навіть слова ʻūkhlōsin (натовп). Інколи в цьому розумінні використовувались інші лексеми: ʻēdah (їжа), kahal (кагал), – котрі мали кардинально відмінні інтерпретації. Хоча це зовсім не означає, що натовп не існував як реалія, просто він так і не став однією з головних дійових осіб найдавнішої іудейської книги.

Подібно ставилися до натовпу й сучасники Старого Заповіту – мислителі Стародавньої Греції. Ще Йосиф Флавій зауважував, що вони творили філософію для окремих і не насмілювалися нести істину загалу. Платон, зокрема, вважав, що правду про високі істини недалекому натовпові пропонувати вкрай небезпечно.

Натовп постає поряд із народом на весь зріст аж у Новому Заповіті. За синоптичними Євангеліями, народ визначається як цілісність, а натовп – як хаосна маса. Натовп потрапляє в єдиний простір та час абсолютно добровільно, народні ж зібрання обов'язково кимось плануються й організовуються.

Однак чомусь саме маса, а не народ, притягальніша для ключової постаті Нового Заповіту – Месії. Мабуть, тому, що якраз вона дає змогу зосередитися не на спільноті як єдності, а на кожній окремій особистості: Марії, Лазареві тощо. Сам Пророк та всі вибрані спершу формуються в натовпі, а потім себе йому протиставляють. Отже, масовість стимулює індивідуалізацію. Однак, коли ті, хто прославляв Намісника Бога, згодом знищують його, звинувачення отримує не маса, а народ…

Амбівалентне ставлення до маси та масової комунікації розвивалось історично. Прихильниками античного ігнорування стали так звані ангелологи Августин Блаженний та Хома Аквінський, науковці на кшталт Ісаака Ньютона, шарлатани-спіритуали, навіть філософи-матеріалісти Гегель і Маркс, котрі слідом за Сократом відстоювали позиції міжособистісної та замкненої в кастових сферах комунікації, що, у їх інтерпретації, постає як історія класової боротьби: у чиїх руках засоби виробництва (ЗМК), той і керує спільнотою [Квіт, 2008: 44–45].

Християнська ж масовокомунікаційність тривалий час трималася винятково на авторитеті Слова, хоч поряд існували не канонізовані сакральні джерела, аж поки не оприлюднив свою теорію С. К'єркегор. Ключова теза цього апологета масової комунікації: оскільки людина завжди перебуває в процесі саморозкриття, комунікація не може бути передачею чистих думок – вона лише символічна практика натяків й ухилянь. У фундаментальній праці «Страх і трепет» [Кьеркегор, 1993] учений наводить низку цікавих прикладів, що вже стали знаковими, серед яких особливо ілюстративною є біблійна історія Авраама та Ісаака – на противагу міфологічній – Агамемнона й Іфігенії. В обох випадках ідеться про трагедію батька, котрий через повеління Бога/богів змушений убити свою дитину. Але про горе Агамемнона та його «домовленість» знає вся громада, а жертовний акт Авраама – результат його особистої комунікації з Богом. Як наслідок, перший випадок вважався благородним і публічним, другий – аморальним та непопулярним.

Відкинувши міркування етичного забарвлення, можемо сказати, що ці сюжети наче засвідчують два варіанти сприймання масової комунікації: як власне поширення всім доступної інформації й псевдорозсіювання, яке насправді є вуаляжем для єдино необхідного контакту. С. К'єркегор власне й вважав, що загальні повідомлення, адресовані тим, кого вони безпосередньо стосуються, можуть приховувати в собі

секретні повідомлення для втаємничених. Зазначена теза дуже нагадує позицію сучасних медіадослідників та екологів інформації, на думку яких, масова комунікація, навіть у найпримітивнішому вияві, здатна нести в собі щось надзвичайно вартісне.

Однак реалізм XX ст. християнської традиції К'єркегора не підтримав. Усі базові для потрактувань маси і її комунікацій теорії (а це Ле Бон, Фройд тощо) продовжили античну традицію. В етимологічно-семантичну парадигму масовості на основі різноманітних відношень потрапили такі лексеми, як маса, раса, натовп, народ, етнос, аудиторія, стадо, юрба, базис, нація, спільнота, публіка тощо. Спробуємо виокремити та стратифікувати поняття, які відповідають реаліям сучасного масово-інформаційного простору й визначити, чи існує певна відповідність між класичними та найновішими уявленнями про маси і їх комунікацію.

1.1.2. Психологія рас, народів, націй і мас у концепціях Г. Ле Бона та В. Вундта

Перші дослідники та інтерпретатори масової комунікації, приміром Г. Ле Бон, Е. Каннеті й ін., розгортали свої напрацювання таким чином, що маси виявлялися крайнім і переважно негативним виявом великих спільнот. Зміст праці Ле Бона «Психологія народів і мас» навіть виглядає як комунікаційна піраміда: книга перша «Психологія народів» поділяється на чотири розділи: «Психологічні властивості рас», «Психологічні риси рас виявляються у різноманітних елементах їх цивілізацій», «Як змінюються психологічні риси рас», «Розклад характеру рас і їх падіння»; друга книга «Психологія мас» містить три розділи: «Душа натовпу», «Думки і вірування натовпу», «Класифікація та опис натовпу різних категорій». Отже, вочевидь, найперше треба розмежувати родові поняття: раса, народ, нація, – і показати, чим вони відрізняються від маси, а тоді вже градувати внутрівидові категорії на кшталт маси й натовпу.

Як ми вже з'ясували, у Біблії було «два слова на означення великої кількості людей – "охлос" (щось на кшталт черні) і "демос" (народ)». Синонімом народу в усіх працях класичних науковців постає етнос. Жодних значеннєвих розрізнень у цих словах не спостерігаємо. Аби окреслити поняття «народ», а також інші складники цієї ж парадигми (раса та нація), ми звертаємося до напрацювань тих експертів,

які поряд із названими реаліями досліджували (а отже, і відмежовували) масу. Тому не будемо брати до уваги, приміром, праць Л. Гумільова та інших великих учених, чиї наукові пошуки не зосереджувалися на масах і їх комунікації.

Вільгельм Вундт досліджував психологію великих спільнот. Науковець ретельно вивчав продукти духовної діяльності етносів: міфи, традиції, мову, звичаї, релігійні вірування та моральні цінності, – і пробував об'єднати різноманітні фактори психології народів у теорію, центральним пунктом якої стали ідеї про «наділндивідуальну психіку», «народний та груповий дух», «душу народу» [Вундт, 1886]. Як вислід – учений прийшов до думки, що «колективістське» потужніше, ніж індивідуальне (ціле більше, ніж сума його складників).

Категорії осмислення раси, народу й маси в Г. Ле Бона чимось подібні: скрізь присутнє уявлення про надособистісну персоніфіковану реалію, яка існує наче окремо від індивіда. Цей агрегат спільних психологічних особливостей містить те, що обґрунтовано називають національним характером. Їх сукупність утворює середній тип, який дає можливість визначити народ. Звісно, тисяча французів, англійців і китайців, узятих випадково, відрізняються один від одного. Але, завдяки спадкоємності певної раси, вони подібні. На основі набору ознак можна створити ідеальний тип француза, англійця, китайця, аналогічний узірцеві, який уявляє собі натураліст, коли описує собаку чи коня. Стосовно різновидів собак/коней подібний опис містить лишень ознаки, спільні для всіх, але не ті, за якими розмежовуються породи.

Расу ж учений визначає як постійну істоту, що складається не лише з живих індивідів, але й із величезного ланцюга померлих попередників. Щоб зрозуміти істинне значення раси, треба продовжити її в минуле й у майбуття. Вона керується незримим підсвідомим, тією невидимою сферою, яка тримає під своєю владою всі прояви розуму та характеру. Продовжуючи міркування, Ле Бон чомусь починає говорити вже не тільки про расу, а й про народ. І в його тексті розрізнити межі того й іншого неможливо: «Долею народу значно більшою мірою керують покоління померлих, аніж живих. Основи раси закладалися саме ними. Століттями вони творили ідеї й почуття та всі спонуки нашої поведінки. Померлі передають нам не лише фізичну організацію, але й думки». Але згодом Г. Ле Бон таки розводить окреслені поняття: «Французи складаються із дуже різнорідних рас і мають,

відповідно, геть не однакові ідеї й почуття. Тому вони стають жертвами розбрату. Чого не можна сказати про інші народи» [Ле Бон, 1995].

Пізніше окремою схемою культуролог «обрамлює» націю, використовуючи англійський приклад: «У цих останніх англосакс, нормандець, древній бретонець зрештою злились і утворили дуже однорідний тип. Тому спосіб діяльності у них теж однаковий. Після "зрощення" вони витворили й три найважливіших складники народної душі: спільні почуття, інтереси і віру. Якщо якась нація досягає цього – встановлюється інстинктивна згода усіх її членів» [Ле Бон, 1995].

Подібно, але з деякими нюансами, визначає націю й Е. Канетті: «Можна фундаментально вивчити його (народу – *О. К.*) традиції та звичаї, спосіб правління, літературу, але все одно знехтувати таким специфічно національним, як віра». «Відповідно нації слід розглядати так, наче це релігії» [Канетти, 2000].

Відштовхуючись від озвучених напрацювань, уже можемо дати принагідні визначення понять «раса», «народ», «нація». Раса – система людських спільнот, які характеризуються подібністю певних біологічних ознак, що сформувались у визначених географічних регіонах як результат адаптації до навколишнього середовища. Народ/етнос – населення певної країни, яке має спільні мову, культуру, територію, історичне минуле й віру (котру не варто ідентифікувати з релігією). Нація – це народ, представники якого так тісно об'єдналися, що утворили дуже однорідний тип, у якого спільний спосіб діяльності, почуття, інтереси й віра.

Отже, ми осмислили те, що перебуває з масою в певних родових зв'язках і не належить до однієї парадигми. Тепер спробуємо розібратися з майже або й зовсім синонімічними поняттями. У творі Г. Ле Бона як адекватні вживаються назви «маса» та «натовп». Однак натовп явно, хоч, мабуть, і спонтанно, має негативніше забарвлення й означає один із градаційно крайніх виявів маси. Учений, до речі, відразу зазначає, що, оскільки модифікацій об'єкта його досліджень багато, то він вивчатиме лише одну – найпрозорішу.

Опис натовпу в інтерпретації Г. Ле Бона давно став хрестоматійним. У преамбулі до першого розділу «Загальна характеристика натовпу» книги «Психологія народів і мас» він окреслює коло проблем, що розглядатимуться, проєктуючи водночас масу як явище: «Що складає натовп з психологічного погляду? – Багаточисленного скопища індивідів не достатньо для утворення натовпу. – Спеціальний

характер одухотвореного натовпу. – Фіксування ідей та почуттів у індивідів, які створюють натовп, і зникнення їх власної особистості. – У натовпі завжди переважає підсвідоме. – Зупинка діяльності півкуль головного мозку і домінування спинного. – Притумлення розумових здібностей та абсолютна зміна почуттів». Далі Г. Ле Бон акцентує, що саме «зникнення свідомої особистості та одновекторність почуттів і думок – ключові риси, які характеризують натовп». І ці риси не потребують обов'язкової та одночасної присутності багатьох індивідів в одному місці. «Тисячі відокремлених один від одного індивідів можуть одночасно потрапляти під вплив сильних емоцій чи якихось грандіозних подій – і перетворюватись в одухотворений натовп» [Ле Бон, 1995].

Ось знакове в усіх аспектах визначення Г. Ле Бона: «Найбільш вражаючий факт одухотвореного натовпу наступний: які б не були індивіди, що складають його, якими б не були їхні стиль життя, заняття, характер чи розум, одного перетворення в натовп достатньо, аби в них витворився тип колективної душі, котрий примушує відчувати, думати і діяти абсолютно не так, як відчував би, думав і діяв кожен зокрема […]. Одухотворений натовп – тимчасовий організм, утворений із різнорідних елементів, котрі об'єдналися на одну лиш мить, наче живі клітини, що сполучаються для творення нової, цілком відмінної від першоджерел, істоти [Ле Бон, 1995]. (Окрім власне маси/натовпу, Ле Бон використовує лексему «аудиторія». У його розумінні – це розвіяний натовп).

1.1.3. Притумлення біологічних потреб авторитарними інституціями. Мілітарні теорії З. Фройда, В. Райха

Лебонівське визначення маси ще чіткіше окреслилося та надійніше зафіксувалось у науковій сфері у творчості З. Фройда: «У психічному житті людини завжди присутній «інший». Він переважно є взірцем, об'єктом, помічником чи опонентом, тому психологія особистості від початку є водночас психологією соціальною» [Фрейд, 2008: 7], – наголошував Зигмунд Фройд. Найважливіші особливості індивіда, котрий перебуває в масі, на думку дослідника, такі: зникнення свідомої особистості, перевага несвідомого, одновекторна орієнтація думок та почуттів як вислід заражень і навіювань, тенденція до невідкладної реалізації навіяного. Індивід перестає бути самим собою й перетво-

рюється в «безвольний автомат» [Фрейд, 2008: 16]. Головний фактор масової комунікації – несвобода в ній окремої людини, яка тут двояко несамодостатня, бо пов'язана з вождем й іншими масовими особами. Явище такого зв'язку Фройд назвав ідентифікацією. Отже, психоаналітик засвідчує «картину безумовного регресу психічної діяльності індивіда до більш раннього рівня, який ми звикли констатувати у дикунів та дітей. Окреслений процес, – на його думку, – властивий особливо звичайним масам, в той час як у мас високоорганізованих, штучних, ця регресія може затримуватися» [Фрейд, 2008: 72]. Отож батько психоаналізу теж проєктує певні градації та модифікації мас. І з метою апробації поглядів розглядає первісну орду й військо.

Однак мілітарний акцент масовості розширює та поглиблює вже учень З. Фройда, австрійський і американський психолог Вільгельм Райх. У книзі «Психологія мас і фашизм» він пропонує сприймати націонал-соціалізм не як політичну реалію, а як внутрішню ірраціональну характерологічну структуру всіх звичайних людей, первісні біологічні потреби котрих тривалий час притумлювались авторитарними інституціями (найбільше – сім'єю та церквою) [Райх, 2005].

1.1.4. Винахідництво, універсальність і наслідування в наукових підходах Х. Ортеґи-і- Ґассета, С. Сігеле, Г. Тарда, С. Масковічі, Е. Канетті

Дистанціює масу від політичного та міліарного відомий іспанський теоретик комунікації Х. Ортеґа-і-Ґассет. «Під масою, – пише він, – не слід розуміти тільки робітників; це слово окреслює тут не якийсь суспільний клас, а радше рід людини, який нині можна знайти серед усіх суспільних прошарків» [Ортега-и-Гассет, 2016]. В інтерпретації дослідника, маса – це не множина й не збірне поняття, а така, як усі, тобто універсально сіра людина. «Аби відчути масу як соціологічну реальність, – мислив учений, – не потрібні людські скопища. Маса це, чи ні, можна визначити за однією людиною. Маса – усякий і кожен, хто ні в добрі, ні в злі не міряє себе особливою міркою, а є таким, «як усі», і не почувається ображеним, – навпаки, задоволений власною універсальністю» [Ортега-и-Гассет, 2016]. У продукуванні людини-маси Х. Ортеґа-і-Ґассет звинувачує найсучасніші технології, які дають змогу, з одного боку, думати й творити, не задіюючи розум та обдарування, з іншого – не усвідомлювати, що за технікою й прогресом стоять геніальні прозріння талановитих особистостей.

Як ми вже згадували, синонімом лексеми «маси» найчастіше постає слово «натовп». Про мікроби зла, які «дуже легко поширюються в натовпі, писав С. Сігеле [Сигеле, 2013]. Однак натовп соціальний психолог зовсім не протиставляв масі, хоча теж не вважав однорідним і поділяв на дві категорії – майже божевільний та страшний у негативних проявах і спокійний, котрий легко піддається вмовлянням та контролю. У визначенні натовпу як еквівалента маси він наближався до З. Фройда.

Активно використовує назву «натовп» Габріель Тард – автор наукових праць «Суспільна думка та натовп», «Особистість і натовп». Щоправда, характеристика натовпу в нього теж дуже нагадує те, що писали про масу його сучасники Г. Ле Бон та З. Фройд. Г. Тард акцентує на вирішальній ролі наслідування [Тард, 2011]. Але, ілюструючи вплив цього феномену, чомусь виходить за межі окресленого класиками поняття маси чи натовпу й аналізує народи, головно європейські, як видання, «набрані однаковим шрифтом», що сформували всі соціальні феномени на кшталт суспільної думки, моди, релігії й ін. Від натовпу Тард відокремлює також публіку, зауважуючи, що в натовпі передбачено тісні фізичні контакти та обмеженість місця, а публіка може не бути просторово близькою, але створювати суспільну думку завдяки сучасним засобам масової комунікації. Різниця між натовпом і публікою підсилюється тим, що можна належати до різних видів публіки, але всього до одного натовпу; натовп більш свавільний та нетерпимий, аніж публіка; він підпорядковується вождю й несе на собі його відбиток, а публіка не кориться нікому, вона лиш надихається журналістами, письменниками, політиками та, що цікаво – проєктує власний відбиток на них; натовп ситуативний і менш однорідний, а публіка – навпаки, адже вона орієнтується на однаковий тип медіапродукції.

Відомий культоролог та дослідник масової комунікації Серж Масковічі не пропонує чіткого окреслення чи визначення маси. У його творчості одне й те саме може називатися масою, натовпом, народом. Присутні навіть доволі парадоксальні вислови на кшталт: «У масі своїй народ шукає засліплення та сенсацій». Спершу цю по-різному названу реалію він характеризує як «знеособлення мислительних процесів, параліч ініціативи, уярмлення індивідуальної душі колективною». На підтвердження мовленого цитує Симону Вайль: «У тому, що

стосується здатності мислити, індивід перевершує співтовариство, оскільки ця здатність з'являється лише в окремому розумі, представленому самому собі, у спільноті не мислять взагалі» [Масковичи, 1998: 22–23]. Однак пізніше вчений наче сам собі заперечує: «Варто відкинути думку про те, що людські співтовариства позбавлені креативності: історія та етнологія довели це на матеріалі релігії, мови та економіки. Навряд чи існує відкриття більш фантастичне, ніж землеробство, прекрасніше, ніж поезія та музика. І все це зобов'язане своєю появою генієві народів» [Масковичи, 1998: 134]. Так С. Масковічі підтверджує народне коріння мистецтв, техніки та науки. Він вважає, що окрема людина береться за справу лише тоді, коли група чи соціальне оточення дає початковий поштовх. Згодом дослідник акцентує на критеріях розрізнення індивідуального та масового: «Усе зводиться до одного – винахідливості. Вчений, державний діяч, президент чи секретар партії, словом – керівник, є квінтесенцією індивідуальності, її прототип – винахідник» [Масковичи, 1998: 134]. Буквально в усьому можна побачити різницю між категоріями людей, обдарованих рисами винахідництва, а значить – здатністю до керівництва, і такими, котрі можуть лише наслідувати й бути ведомими. Останніх можна ідентифікувати за тим, чиє ім'я вони носять, кого уособлюють і за ким слідують: християни – за Христом, дарвіністи – за Дарвіним, комуністи – за Сталіним, психоаналітики – за Фройдом і т. ін. Отже, як бачимо, масове, в інтерпретації С. Масковічі, може бути доволі високого «ґатунку».

Дуже оригінально до масової комунікації підходить Еліас Канетті. Він розрізняє не народ, націю й т. ін., а масу та зграю. Це чимось суголосе фройдівським роздумам про орду як соціалізоване стадо, які певним чином вивели масову комунікацію за межі соціальної та «занурили» її в зоосферу. Отже, масу Е. Канетті трактує майже так, як і класики. Щоправда, її основним ідентифікаційним критерієм визначає не інстинкти та відсутність раціофакторів, а загострену сенсорність: утрату страху перед дотиком. «Страх недоторку, – зазначає він, – не облишає нас на публіці. Манера поведінки у натовпі, на вулиці, в ресторані, у транспорті продиктована саме таким страхом. І лише в масі людина звільняється від страху дотиковості. Це єдина ситуація, коли страх переходить у свою протилежність. Хто віддав себе на волю маси – не боїться її доторків, бо в ідеальному випадку там усі рівні.

Розрізнення не враховуються. Навіть гендерні» [Канетти, 2000]. Усе відбувається, наче всередині одного тіла. Отже, суттєвим стає щось на кшталт густини?

До речі, масою в лексикографічних джерелах називають не людську спільноту, а кількість речовини чи власне речовину. І йдеться в основному про фізичні особливості чогось, оскільки маса – одна з головних величин механіки, за допомогою якої вимірюють кількість або міру інерції тіла стосовно сили, яка на нього діє. Окрім того, маса ще тлумачиться як великі «предмети з неясними для зору обрисами; те, що в своїй сукупності утворює ціле, неподільне», – певну безформну, схожу на тісто, речовину-безліч [Академічний тлумачний словник, 1970–1980].

На відміну від маси, зграя (аналог первісного об'єднання людей для полювання), за Е. Канетті, – трансформація групи. Окрема людина в зграї ніколи не зникає повністю. Як би не змінювалася конфігурація зграї, людина в ній завжди скраю… «Коли зграя сидить довкола вогнища, у кожного є сусід зліва і справа, але спина відкрита, спина беззахисна перед усім ворожим» [Канетти, 2000].

1.2. Модерні визначення та класифікації мас

1.2.1. Маса як синергетичний системний елемент у дослідженнях М.-Л. Руккета, В. Ольшанського, В. Різуна, С. Рощина

Вектор усталених акцентів та значень змінює також наш сучасник, французький професор Мішель-Луї Руккет, автор книги «Пізнання мас. Нариси політичної психології». На його думку, людина, яка належить до маси, ніколи не перетворюється на «гвинтик системи» чи безликий автомат, бо вона окремо відчуває, сприймає, мислить, отже – «зберігає свою індивідуальність» [Руккет, 2010: 11]. М.-Л. Руккет по-різному характеризує й наче розмежовує масу та натовп. «Слід повернутися до розмежування маси та натовпу, – зазначає він. – Обидва поняття часто використовувались, продовжують використовуватись і є взаємозамінними. Утім, правда – у тому, що, поняття не є рівноцінними, якщо враховувати феноменальність. Натовп – даність сприймання, яке себе бачить та розуміє, а маса – не обов'язково. Натовп епізодичний, маса – вічна. Натовп – це подія; маса – матриця подій. Однак, щоб не впадати в контроверзи наївного реалізму, варто домовитись про аналогічне використання», – резюмує вчений [Руккет,

2010: 14]. Далі він пише про те, що, на думку Г. Ле Бона, натовп не обов'язково є стовпотворінням, він може утворюватися за допомогою друку й телеграфу, які об'єднують це явище в певне розумне (NB!) ціле. Акцент на розумне, а не інстинктивне, звісно, заінтриговує. Найімовірніше, М.-Л. Руккет не помітив, що назви «маса» та «натовп» у Ле Бона адекватні й синонімічні. Насамкінець професор зазначає: «Ми будемо розглядати масу як структурний продукт ідентичності еколого-ідеологічних визначників. Залежно від обставин і поглядів, дане похідне може проявлятися за допомогою дуже різноманітних феноменів, однак, зрештою, якщо ці реалії зіставити, то вони взаємопов'язані. […] Стовпотворіння/натовп, таким чином, є залежним від обставин випадковим проявом маси» [Руккет, 2010: 15].

В Україні маси та їх комунікацію досліджує В. Різун. Цитуючи Д. В. Ольшанського й ін., він поділяє їх на великі – малі, стійкі – нестійкі, згуртовані – незгуртовані, контактні – неконтактні, спонтанні – організовані, однорідні – неоднорідні, прогресивні – консервативні, активні – пасивні тощо та пропонує свою класифікацію, яка умовно протиставляє маси як природні й штучні та передбачає їх поділ на натовп (аналог лебонівського «стада»), зібрану (на кшталт театральної та мітингової) і незібрану (котра має спільне в мисленні й інтересах, наприклад електоральні маси, аудиторія ЗМІ) публіки. При цьому розрізнення мас чомусь геть не знімають із них «тавро» меншовартості, «прикріплене» до терміна в лебонівські часи (у підручнику «Теорія масової комунікації» В. Різун, зокрема, зауважив: «Термін "маси" […] вперше було вжито у контексті аристократичної критики соціальних змін XVII–XIX століть») [Різун, 2008: 65–99]. Тобто, як не крути, усе одно зберігається загальна тенденція маркування маси як опозиції індивідуальності, оригінальності, аристократичної недосяжної високочолості тощо.

До речі, ще Г. Ле Бон поділяв маси у вияві натовпу за ознакою гомогенності на різнорідні (складаються з членів, котрі нічим не поєднані), однорідні (наповнені спільнотним елементом), анонімні (вуличні), персоніфіковані (приміром парламентські зібрання), секти, касти, класи [Ле Бон, 1995]. У такому поділі важко побачити якусь парадигму. Спробуємо відслідкувати, наскільки увиразнилися класифікації мас у працях теоретиків нашого часу.

Узагальнюючи найважливіші напрацювання попередників та сучасників, С. Рощин у статті «Психологія натовпу: аналіз минулих

досліджень та проблеми нинішнього дня» зазначає, що в західній літературі традиційно до явищ однієї парадигми під загальною назвою «натовп» відносять колективні безчинства, масові істерії, бунти, повстання, революційні виступи, несанкціоновані мітинги тощо. Такий підхід, за спостереженнями С. Рощина, властивий і для наукового дискурсу. Приміром, авторитетні американські психологи С. Мілгрем, Г. Тох пропонують таке визначення натовпу: «Натовп – родове поняття, яке виділяє дуже різноманітні умови, характерні для таких зібрань людей, як аудиторія, зборище, мітинг, паніка; усі вони підпадають під визначення натовпу» [Рощин, 1990: 3–16]. На думку вчених, спільна риса, що поєднує все перелічене, – просторова близькість людей і, як вислід – вплив цієї близькості на їхню поведінку.

Вступаючи в дискусію з більшістю сучасних учених, С. Рощин зазначає, що за певних умов і мітинг, і аудиторія, і всі інші категорії територіальних спільнот можуть обернутися натовпом, однак іманентно – це не натовп. Натовп – «витоково неорганізоване (чи таке, що втратило організованість) скупчення людей, котрі не мають спільної усвідомленої цілі (або втратили її) і, зазвичай, перебувають у стані емоційного збудження» [Рощин, 1990: 3–16, 45].

За усталеною класифікацією, натовп передусім поділяється на активний і пасивний. Пасивний – це той, учасники якого випадково (без будь-яких цілей та мети) потрапили в спільний простір і час. Наприклад, кілька людей щось побачили, зупинилися й почали розглядати. Далі до них стали приєднуватись інші зацікавлені. Зрештою, ті, котрі приєдналися останніми, почасти не розуміють, що відбувається, та починають творити різноманітні чутки (вочевидь, аби пояснити власну поведінку). Пасивні натовпи – не небезпечні. Постоять – і розходяться.

Інша справа – активний натовп. Інколи його ще називають агресивним. Це зібрання, зазвичай, намагається розв’язати певні соціальні проблеми й налаштоване здійснити це насильницьким шляхом. На думку вчених, свій гнів та агресію активний натовп може зосередити на абсолютно невинних і випадкових перехожих. Такий натовп здатен також бути рятувальним, якщо втікає від чогось/когось (тоді основна його мета – якомога швидше віддалитися від небезпеки), панічним, коли небезпека застала зненацька (тоді всі кричать і тікають), користолюбним (скупченням людей, основна ціль яких – пограбування,

розкрадання матеріальних цінностей). Стосовно цієї категорії натовпу С. Рощин уточнив: «Аналіз поведінки під час стихійних лих показує, що й добропорядні люди за певних обставин, коли їм здається, що немає перед ким відповідати, приєднуються до мародерів (пояснюється це приблизно так: "Все одно добро пропадає, його вкраде хтось інший, власники, вочевидь, загинули" і. т. п.)» [Рощин, 1990: 3–16, 45]. Учений вважає, що це також один із феноменів натовпу.

Якщо за основу брати керованість-самодостатність, то натовп поділяється на стихійний (що формується сам по собі, без організатора) та ведомий (функціонує під керівництвом лідера). Можна виділити кілька типів і підтипів натовпу за критерієм поведінки людей. Тоді, на думку Р. Мокшанцева, А. Мокшанцевої, будемо мати такі види натовпу: оказіональний, конвенційний, експресивний, екстатичний, «діючий». Оказіональний утворюється на основі цікавості (аварії, пожежі тощо), в основі конвенційного – інтерес до чогось попередньо оголошеного чи прорекламованого. Подібно до конвенційного твориться, на думку Мокшанцевих, експресивний натовп, котрий збирається, щоб засвідчити свою радість чи обурення з приводу чогось. Мало чим відрізняється екстатичний натовп. Однак він не просто збирається з приводу якоїсь події, а й впадає у своєрідний транс, адже об'єкт його зацікавлення – релігійні ритуали, карнавали, рокконцерти тощо. Дуже подібно до конвенційного виглядає «діючий» натовп, котрий виступає супроти конкретного об'єкта. Як вважають учені, цей натовп поділяється на підвиди. Коли ним рухає сліпа ненависть до якихось політичних чи релігійних ідей, він стає агресивним. Якщо доводиться інстинктивно рятуватися від небезпеки, – панічним. У разі прагнення під час революцій, погромів та катастроф заволодіти якимись цінностями – користолюбним. Окремо чомусь виділяється натовп повстанців як такий, що наближається до організованої спільноти [Мокшанцев, 2001].

У поділі й градації мас ситуація складна. По-перше, тут відсутня традиція. По-друге, наші сучасники цитують один одного, не проявляючи особливої оригінальності. Так, Д. Ольшанський розглядає маси в трьох виявах: власне як натовп (у класичних інтерпретаціях), як зібрану публіку (театри, стадіони, мітинги тощо) та як незібрану публіку (на кшталт електорату й аудиторії електронних ЗМІ). Він виокремлює ще біноми мас: великі – малі, стійкі – нестійкі, згруповані – незгруповані, контактні – неконтактні, спонтанні – організовані, однорідні – неоднорідні. В. Різун, як ми вже зазначили, у «Теорії

масової комунікації» передусім розрізняє стихійні й штучні маси. У теорії мас поняття про першу форму маси розвивали Ш. Сігле, Г. Ле Бон, Г. Тард, Б. Поршнєв; поняття про другу – У. Макдауголл, З. Фройд. Стихійні маси виникають у результаті дії факторів «пасивного» роду (згода, готовність віддатися відповідним прагненням тощо)» [Фрейд, 2008: 73–74].

Окремо натовп та публіку, як ми вже засвідчили, розглядає В. Різун. Вочевидь, як узірець природної та штучної мас. Відмінність публіки від натовпу, на його думку, очевидна, оскільки натовп – зовні не організована спільнота, яка діє дуже емоційно й одностайно. А публіка – навпаки. Дослідник визначає чотири основні типи натовпу: випадковий (збіговисько споглядальників якоїсь пригоди); експресивний (сукупність людей, котра виражає емоції: радість, горе, гнів, протест); конвенційний (нагадує аудиторію, бо керується певними правилами, нормами, приміром мітингів чи спортивних змагань); «діючий» (повстанський, панічний, агресивний і здирницький). «Від натовпу публіка відрізняється, якщо так можна сказати, – зазначає В. Різун, – більшою інтелігентністю, відносною раціональністю, толерантністю, певним спокоєм, зовнішньою пасивністю. Але ці ознаки легко втрачаються під впливом емоційного збудження, афекту. Скажімо, зібрана публіка на мітингу, зборах швидко трансформується в натовп» [Різун, 2008: 84–85]. Публіку вчений розглядає у двох виявах – зібрану та незібрану. Зібрана є об’єктом якогось впливу, найчастіше ЗМК. До цієї спільноти належать люди, котрі «не тільки мають подібні емоційні переживання, а й просто цікавляться одним і тим самим предметом. Це породжує певний раціональний компонент, що нівелює надмірні емоції. Окрім загальних емоцій, зібрана публіка відзначається подібністю установок, орієнтацій і готовністю до певного типу дій» [Різун, 2008: 85].

Незібрана публіка – це та, котра формується з натовпу, окремі індивіди якого потрапляють під вплив, приміром ЗМІ. «Мас-медіа проникають до кожного дому, впливають на кожного окремого індивіда та перетворюють його на члена певної маси (публіки) – читачів, слухачів, глядачів. В. Різун погоджується з Д. Ольшанським, що віртуальна публіка за певних умов (наприклад під час виборів) може перетворитися в реальну – зібрану. Незібрану публіку вчений ще називає аудиторією/масовою аудиторією.

1.2.2. Аудиторія новітніх ЗМІ. Структурний, біхевіоральний та соціокультурний підходи Д. Мак-Квейла, Г. Блумера

Відомий теоретик масової комунікації Деніс Мак-Квейл, котрий досліджує переважно аудиторію новітніх ЗМІ (в аспекті журналістики), ставить під сумнів атомістичне сприймання аудиторії мас-медіа й акцентує на повторному відкритті гурту. На його думку, «насправді авдиторії складаються з багатьох мереж соціальних зв'язків, які взаємоперетинаються, ґрунтованих на розташуванні та спільних інтересах» [Мак-Квейл, 2010: 362]. Учений виокремлює традиції дослідження аудиторії, підсумовує їх як «пов'язані з ефектами; використанням і задоволенням; літературною критикою; культурними студіями і аналізом рецепції». Однак, як вважає Д. Мак-Квейл, набагато зручніше скористатись економнішою типологією досліджень, за якою він визначає три головні підходи – структурний, біхевіоральний, соціокультурний, – зазначивши, що «"літературна критика" тут зовсім ні до чого» [Мак-Квейл, 2010: 362]. Далі аналізує кожну з традицій. Структуралістська, як він вважає, визначає передусім розміри й межі осягнення аудиторії (кількість читачів у порівнянні з накладом) та її соціальний склад. Подібне вимірювання, як припускає Д. Мак-Квейл, працює на індустрію, пов'язане з рекламою й дослідженням ринку. Біхевіористська традиція абсолютно протилежна, бо слугує цілям визначення впливу ЗМІ на аудиторію, головно дитячу та молодіжну. Спершу, на думку вченого, акцентувався саме негативний вплив, а пізніше аудиторія розглядалася як активна й мотивована група користувачів, котрі відповідають за власний вибір інформації та мас-медіа. Культурна традиція й рецепційний аналіз, в інтерпретації Д. Мак-Квейла, «цілком присвячені творам популярної культури на противагу ранній літературній традиції. У культурних студіях наголошують на використанні медій як відбитку конкретного соціокультурного контексту та процесі надавання ваги культурним продуктам і досвідові в повсякденному житті. […] Дослідження медійної рецепції наголошує на вивченні авдиторії як "інтерпретаційних спільнот"» [Мак-Квейл, 2010: 363].

Відштовхуючись від зазначеного, Д. Мак-Квейл виокремлює різновиди аудиторій: а) як тип або громада; б) як сукупність задоволень; в) аудиторія медій. Перша, на його думку, – це передусім читачі регіональних газет або слухачі радіостанцій окремих громад. «Тут авдиторія має, принаймні одну спільну соціальну/культурну визна-

чальну рису – спільний простір і членство в місцевій громаді» [Мак-Квейл, 2010: 367]. До цього ж різновиду вчений відносить політичні газети (ідентифіковані спільними переконаннями читачів) та альтернативні ЗМІ, котрі охоплюють «низку більш-менш опозиційних медійних каналів, які можна вважати продовжувачами традицій ранньої радикальної та партійної преси». Здебільшого такі ЗМІ діють нелегально й належать до самвидавних. До названої парадигми зараховує вчений і газети, які «служать, щоб підтримувати професійну та соціальну ідентифікацію». Стимулом для невпинного й безперервного розвитку аудиторії громад і гуртів, на думку Д. Мак-Квейла, є зростання радіотелеканалів окремих регіонів та спільнот, а також створення кабельного телебачення й поширення інтернету.

Аудиторія як сукупність задоволень, за спостереженнями дослідника, – це споживачі популярних газет, пліткарських, модних і родинних журналів. «Група читачів/глядачів/слухачів, утворена внаслідок цього дуже диференційованого та “узвичаєного постачання”, не має почуття колективної ідентичності. […] Смакові культури – це не так групи людей, як низки подібних медійних продуктів – наслідок форми, стилю, презентації і жанру, які мали б пасувати до способу життя якогось сегменту авдиторії» [Мак-Квейл, 2010: 369].

Третя категорія – аудиторія медій за каналом або контентом – це, в інтерпретації дослідника, звісно ж, читачі/глядачі/слухачі всіх новітніх ЗМІ: газет, журналів, кіно, радіо, телебачення, музики (Д. Мак-Квейла подає її як окремий ЗМК), інтернету, мультимедій або якоїсь конкретної книги, журналу тощо. Такий тип аудиторії, на думку вченого, найближчий до ідеї «масової аудиторії», оскільки вона масивна, незібрана й неоднорідна, без жодної внутрішньої організації.

Насамкінець Д. Мак-Квейл схематизує зв’язок аудиторії з відправником і пропонує моделі комунікації, які вже стали хрестоматійними, однак у його теорії масової комунікації таких моделей три (а не чотири, як зазначають сучасні науковці): а) аудиторія як ціль; б) аудиторія як учасники; в) аудиторія як глядачі. У першому випадку процес комунікації постає як відсилання сигналів або повідомлень у часі, щоб контролювати чи впливати. Реципієнт перетворюється в «пункт призначення» для цілеспрямованої передачі значень. Ця модель, за визначенням Д. Мак-Квейла, актуальна для освітніх та багатьох громадських інформаційних кампаній, а також реклами. Модель «авдиторія як учасники» вчений називає ще ритуальною/експресив-

ною. У ній комунікація реалізується через взаємодію та участь, через спільні цінності відправника й реципієнта. На думку теоретика, така комунікація нормативна, а не інструментальна чи утилітарна. Остання модель («авдиторія як глядачі»), в інтерпретації Д. Мак-Квейла, – то комунікація, яка прагне не передавати інформацію чи переконання, а привертати увагу, незважаючи на комунікативний ефект. Звісно, така комунікація не глибока й не тривала.

Як бачимо, класифікації мас перебувають на стадії опису та первісної систематизації. І досі немає чітких парадигмальних критеріїв, які б допомогли всебічно опрацювати об'єкт дослідження й звести його до спільного знаменника.

Уперше на науковому рівні чітко розмежував поняття «маса» та «натовп» сучасний американський учений Герберт Блумер. На його думку, люди маси, на відміну від натовпу, не перебувають у просторовій близькості, тому між ними немає взаємодії та обміну почуттями, а натовп – навпаки, завжди готовий до узгодженої дії. До маси, яка переважно анонімна, належать люди, які мають різний соціальний статус і професії, тому маса не має рис спільноти або громади. «Г. Блумер вважає, що форма масової поведінки вибудовується із індивідуальних ліній діяльності, а не із узгодженої поведінки. Ці індивідуальні дії здійснюються у вигляді виборів книг, речей, партії, моди, професії, релігії. Якщо лінії вибору сходяться в одній точці, то виникає феномен маси» [Москаленко, 2007: 376]. Отже, як бачимо, маса Блумера дуже індивідуалізована. До речі, «розглядаючи питання групової психології, З. Фройд та його послідовники виходили зі створеної ними методології психоаналізу, екстраполюючи поняття та принципи, розроблені в практиці лікування неврозів, на сферу соціально-психологічних явищ. За основу інтерпретації міжособистісних і міжгрупових відносин бралися психологічні механізми такої групи, як сім'я» [Москаленко, 2007: 370]. Отож масову комунікацію вони теж намагалися максимально індивідуалізувати.

1.2.3. Демасифікація, глобалізація, супермаса в інтерпретації футурологів: Е. Тоффлера, А. Сахарова, М. Кайку

У той час, як визначні науковці змагались у визначеннях міри індивідуального в «концентраті» мас, відомий культуролог Елвін Тоффлер озвучив позицію тотального зникнення мас як реалії. «Ми

спостерігаємо руйнацію масової свідомості, – зазначає він, – її демасифікацію. Актуальним стає збільшення ролі та різноманітності мініжурналів та аркушів новин невеликих форматів, найчастіше – у вигляді ксерокопій». Усе певною мірою індивідуалізується. Як приклад демасифікації дослідник наводить статтю з «Christianity Today» – ЗМІ консервативного протестантизму Америки: «Християни губляться від доступності різнотрактувань Біблії. Давні християни з таким не стикались. […] Жодна з версій не вважається стандартом» [Тоффлер, 2004]. Із чого Е. Тоффлер робить висновок, що наші релігійні погляди нагадують смаки: стають менш однаковими та стандартизованими. Отже, мають розвиватися яскраві особистості й творитися різноманітні стилі життя. «Ми спостерігаємо народження постстандартизованої свідомості і постстандартизованого суспільства», – констатує Тоффлер [Тоффлер, 2004]. Глобалізм йому уявляється чимось більшим, ніж ідеологія, яка слугує інтересам обмеженої групи людей. «Націоналізм говорив від імені нації, глобалізм озвучує позицію всього світу». І його поява – еволюційна необхідність – крок до «космічної свідомості», яка охопить не лише Землю, а й Усесвіт. Описана мегаспільнота, на думку Тоффлера, вступає в протистояння з державою-нацією (і чимось нагадує конфлікт народу-маси біблійних часів – *О. К.*).

Щось подібне звучить у світовому бестселері японського фізика-футуролога Мічіо Кайку «Фізика майбутнього (Як наука вплине на долю людства і змінить наше повсякденне життя у XXI сторіччі)». «На додаток до дружнього штучного інтелекту є ще й інший варіант: ми можемо злитися з нашими твореннями, – зазначає Кайку. – Замість того, аби просто чекати, коли роботи перевершать нас за інтелектом і можливостями, нам варто спробувати вдосконалити себе і стати суперлюдьми. Думаю, найімовірніше, в майбутньому ми переслідуватимемо одночасно обидві ці мети: створення дружнього штучного інтелекту і вдосконалення самих себе» [Кайку, 2013: 129]. Констатуючи нову всеохопну супермасу, Кайку не звертає уваги на раси, народи, нації, маси. Для нього це щось набагато органічніше.

Розглядаючи перспективи майбуття, ставку на глобальний розум, технології та масу нового типу робив також нобелівський лауреат і дисидент Андрій Сахаров. Бібліотека газети «День» серії «Підривна література» нещодавно опублікувала його «Пам’ятну записку», у якій зазначено, що величезні науково-технічні перспективи не вирішать долю людства самі по собі. Прогрес не здійсниться, якщо не буде

доповнюватися глибинними трансформаціями соціального, морального й культурного на рівні масової свідомості. Внутрішнє духовне та інтелектуальне життя людей найважче прогнозувати, але якраз від нього залежить доля цивілізації. «Зараз, коли існує величезний розрив, який все збільшується, в економічному розвитку різних країн, коли очевидний розділ світу на опозиційні групи ворогуючих держав, кількість небезпек, які загрожують людству, колосально збільшується» [Сахаров, 2013: 29].

1.2.4. Домінування індивідуалізованої раціомаси як фактор наукового прогресу та розвитку новітніх технологій. Маси і їхня свідомість у контексті філософії XX–XXI ст. (антропології, екзистенціалізму, прагматизму, феноменології, герменевтики/ гомілетики, неопозитивізму та новітнього раціоналізму)

Поряд з ідеєю демасовізації існує інша, не менш вагома – про домінування маси нового типу. Так резюмувати можна, відштовхуючись від психоаналітичних теорій К. Г. Юнга та ін., за якими, рівень сублімативної комунікації (такої, що дає змогу приборкати агресію, інстинкти тощо) також залежить від психологічного вияву людини, яка, як нам відомо, не лише стоїть по обидва боки комунікативного ланцюга (як мовець, сприймач і творець інформації), але і є амбівалентним складником маси. Загалом психологічних типів, за Юнгом, є чотири – емоційний, інтуїтивний, сенсорний, інтелектуальний [Юнг, 2001]. Нас можна заперечити, зауваживши, що йдеться не про людину, а про масу. Так, але ж маси – це також люди, які об'єднуються за якимось спонуками, приміром за інтересами (у випадку використання психоаналітичного критерію – за психотипами). Звісно, якщо маси не вважати суто негативним явищем культури, тобто натовпом-стадом. Отже, коли розширити розуміння масовості, то великі спільноти можуть бути, окрім інстинктивних (досліджених Ле Боном, Фройдом, Тардом, Сігеле тощо), ще й розумовими, сенсорними чи інтуїтивними.

Аби з'ясувати специфіку актуальної на сьогодні маси, її світогляд й особливості комунікації, спробуємо спроєктувати проблему в контекст філософії XX–XXI ст. (антропології, герменевтики, феноменології, прагматизму, екзистенціалізму тощо) та звернутися до психології особистості в інтерпретаціях провідних психологів.

Незалежно від хронологічного співіснування всіх категорій мас, зараз мала би домінувати раціональна... Отож саме вона потребує ретельнішого дослідження, оскільки не тільки репрезентує сучасні масову комунікацію й культуру, а й, вочевидь, «накладає» власні патерни на інші типи мас. Позаяк психологічні аспекти великих спільнот ми будемо виокремлювати й перманентно досліджувати, закцентуємо зараз увагу на свідомість, світогляд, ідеологічні визначники та інші ментальні параметри мас у контексті філософії XX–XXI ст.: антропології, герменевтики, неопозитивізму, прагматизму, екзистенціалізму, феноменології, релігійних світоглядних течій тощо. У цьому нам допоможе відповідна методологія: аналіз та синтез інформації про сучасні масову комунікацію, філософію та соціальну психологію; моделювання індивідуального світогляду з перенесенням на типи мас; раціональний підхід в аналізі модерних напрямів філософії; порівняння філософських концепцій, що стали визначниками емоційної, сенсорної, інтуїтивної та раціональної спільнот з урахуванням антропологічних трансформацій у контексті доби новітніх технологій.

Як ми вже знаємо, емоційна маса дуже добре досліджена, однак винятково у своєму найнижчому прояві й здебільшого в порівнянні з іншими утвореннями на кшталт рас, народів і націй. І навіть, зважаючи на це, вона дещо модифікувалась у контексті цифрової доби, переорієнтувавшись на віртуальну реальність, у площині якої емоції виявляти важче, ніж, приміром, століття тому під час споживання студійного кінематографу й безпосередньої участі в публічних дійствах і трагічних подіях мілітарного характеру. Цифрові технології та пандемія коронавірусу звели до мінімуму будь-які вуличні процесії. Люди з емоційним комунікаційним вектором змушені звертатися до блогів і соціальних мереж, де ще є можливість дискутувати про політику, популярну культуру, мистецтво. Там емоційно марковані електронні спільноти використовують усі аудіальні й віртуальні ресурси, аби засвідчити власні позиції та закликати до боротьби і єдності фанатів, електорат й інших прихильників. Однак XXI ст. – не їхня епоха, бо навіть революції та війни тепер переважно віртуальні. Хоча популярний відеохостинг «Ютуб» пропонує ролики, які емоційно почасти перевершують реальність. За покликом «Війна в Україні» можна відкрити перший зустрічний варіант. Ми натрапили на «Ситуацію на Азовсталі та контрнаступ ЗСУ» [Новини ICTV, 14.05 2022] і вкотре пересвідчилися, що сучасний реципієнт – таки «людина

ока» (як свого часу зазначив Маршалл Мак-Люєн). Ролик за п'ять годин переглянули майже дві тисячі користувачів інтернету (вочевидь, не враховуючи тих, що заходили безпосередньо на сайт каналу). Ефективний вплив на зір і слух підсилюють формати екранів, поліфункціональність гаджетів, реклама новин тощо. Так емоційна маса якнайактивніше зреалізовує своє інстинктивне начало.

Станом на сьогодні внутрішній світ цієї маси, очевидно, найповніше репрезентує антропологічна філософія, що узагальнює нові підходи в осмисленні знань про людське буття в загальному осягненні. Її засновники передусім убачають різні відмінності між людиною й твариною: М. Шелер в об'єктивно-предметному ставленні людини до реальності, А. Гелен – у діяльності, яка компенсує недорозвиненість людини, Е. Ротхакер – у культуротворчій здатності тощо. До цього напряму відносять також К. Леві-Строса, Х. Ортегу-і-Гассета та, частково, П. Тейяра де Шардена й ін.

У праці «Положення людини в Космосі» засновник філософської антропології й соціології знань М. Шелер зазначає, що в контексті антропологічних досліджень існує три несумісних кола ідей: іудео-християнське (біблійна історія), греко-античне (людина ідентифікується завдяки розуму, логосу, фронесісу, мисленню тощо), сучасне природознавчо-генетичне (людина відрізняється від тварини ступенем складності поєднання енергії та здібностей). Оскільки зазначена тріада ніде не сходиться – ми не маємо єдиної ідеї себе. За визначеннями, «людина» – представник підгрупи роду хребетних і ссавців, яка є порівняно невеликою часткою тваринного світу, її ключові визначники, на думку М. Шелера, – чуттєве поривання, інстинкт, асоціативна пам'ять, інтелект і вибір. Одним із найважливіших маркерів людського є дух, уособлення доброти, любові, каяття, шанування тощо. Діяльнісний центр і рушій духу – особистість. Визначення духовної істоти – екзистенційна незалежність від органічного. Людина, на відміну від тварини, контролюється, оскільки має самосвідомість, вона здатна пізнати все, навіть саму себе. І тут важливі не знання (статичний розум), а процес їх нагромаджень у контексті історичних змін форм мислення, споглядання, любові та оцінки. Людина, як справедливо зазначив Фройд, може (на відміну від тварини, яка не відмовляє собі ні в чому, активно задовольняючи потяги) сказати: «Ні!» й сублімувати інстинкти в духовну діяльність. Насамкінець, філософ зазначає: «Завдання філософської антропології – точно вказа-

ти, як з основної структури людського буття, (...) випливають всі специфічні монополії, звершення та справи людини: мова, совість, інструменти, зброя, ідеї праведного й неправедного, держава, керівництво, образотворчі функції мистецтва, міф, релігія, наука, історичність та соціальність» [Шелер, 1988].

Досить популярною (передусім у середовищі емотиків) стала також концепція структурної антропології Клода Леві-Строса. Сам автор назвав її «надраціоналізмом» (повним інтегруванням чуттєвого в раціональне шляхом моделювання несвідомих процесів – в обхід досвіду). Саме дослідження структури соціального несвідомого допомагає, на думку вченого, зрозуміти історію, суспільства та людину. Спільноти змінюють умови власного існування під впливом нових правил: заборони кровозмішування, ендогамії, екзогамії, полігамії, моногамії, моральних естетичних, соціальних та економічних стандартів. Вибудовуючись на знаннях і використанні методів точних наук, антропологія підтримує також тісний зв'язок із соціальними: вивчає анатомічні й психологічні модифікації живих істот, які виникли під впливом культивування природи [Леві-Строс, 1993: 152–154].

У полеміку з класичним раціоналізмом та концепцією гносеологічного суб'єкта вступає також уже відомий нам фундатор раціовіталізму Хосе Ортега-і-Гассет. На його думку, у концептуальних аналогіях універсальної особистості й природи не враховується ірраціональний пласт («новий тип чуттєвості»), який акцентували ще Гете та Ніцше. Століття поспіль людська діяльність асоціювалася з важкою скорботною працею, що сприймалася майже як якась печальна місія й спокута. Епоха технологій, науки та прогресу кардинально змінила позиції: трудова діяльність стала асоціюватись із радістю неймовірних можливостей та омріяних фантастичних реалізацій. Мистецтво теж перестало бути «серйозним» і виконувати «благородні» функції й набуло чарівливої радісної тремтливості гри. Святкове, «спортивне» (як його називає Ортега-і-Гассет) життєсприймання охопило всі царини виробництва культури, уключно з наукою, політикою, релігією та мораллю [Ортега-і-Гассет, 1994: 15-139].

На особливу увагу в контексті філософії емоційної маси й теорій Г. Ле Бона та З. Фройда заслуговує не лише класичний психоаналіз як теоретична база, а й найновіші його модифікації. Зокрема, в інтерпретаціях Карла Густава Юнга та Еріха Фромма. Юнгіанська концепція

психотипів уже стала основою нашого припущення про домінування певної філософії мас у контексті конкретних епох, однак, на наше переконання, варто прицільніше оглянути психіку й структурувати несвідоме. За гіпотезою К. Г. Юнга, якщо якась функція (приміром емоції чи раціо) добре розвинена та переважає у свідомості, то інша (зазвичай її протилежність) витісняється в несвідоме. Багато що людина отримує в спадок. Мозок, наприклад, успадковується від предків як іманентний вислід психічних і нервових функцій усіх кревних попередників суб'єкта. Дитина отримує орган уже у сформованому вигляді, і там закладені стабільні інстинкти та первісні типи формування думок і почуттів, які легко трансформуються в розмаїття міфологічних тем. Присутність цього колективного несвідомого довести непросто – воно повніше проявляється в психічнохворих. У здорових «об'єктами» дослідження можуть стати хіба що символічні сни незвичного змісту. Часто такі сновидіння (як комплекс колективного несвідомого) супроводжуються відчуттям шанобливого страху. Первісні всезагальні образи (вираз колективної уяви) існують із витокових часів і містять символічні фігури примітивного світогляду та певною мірою аморфного змісту, який конкретизується в контекстах. Окрім снів, вони фіксуються в сакральних книгах і народних, позбавлених індивідуальності автора, казках, які передавалися з покоління в покоління. Ці образи асимілюють зовнішній чуттєвий досвід у події душевного життя. Для первісної людини сонце, що сходить чи заходить, саме по собі не важливе (нічого не означає), задля виразності воно мусить алегорично уособлювати долю якогось героя чи божества й стати символом несвідомої драми душі. Тоді абстрактна «реалія» виявляється більш-менш зрозумілою для людської свідомості.

Розрізняє Юнг також персону й самість. В одному індивідуумі, на його думку, може бути декілька «осіб». Навіть у нормальної людини при переході з одного середовища в інше відбувається своєрідне розщеплення характеру (очевидно, зміна соціуму потребує іншої установки). Ми істоти соціальні, колективні, тож відповідаємо якимось обставинам та очікуванням. Але це відбувається свідомо. Несвідоме ж завжди індивідуальне. Одягаючи різні соціально-комунікаційні маски, людина часто сама себе не усвідомлює й не розуміє. Зовнішню установку (суб'єкт свідомості) Юнг називає персоною («Я»), внутрішню несвідому (суб'єкт психіки) – душею («самістю»). Якщо персона

інтелектуальна, то душа, зазвичай, сентиментальна. І – навпаки. Самість, окрім як у снах та психічних захворюваннях, досить активно проявляється й у творчості [Юнг, 2018: 11–75].

Глибинна соціалізація (на противагу біологізації) психоаналізу Фройда постає в дослідженнях німецького філософа Еріха Фромма, якому випала печальна місія підсумовувати висліди Другої світової війни. Учений заявляє: несвідоме далеко не вичерпується сексуальністю й тісно пов'язане із соціокультурними реаліями – деперсоналізацією, конфліктами, відчуженням, споживацтвом тощо. Ключова теза науковця – людина не самодостатня, бо зреалізовується винятково в контексті певних спільнот, які у свідомих та несвідомих переживаннях формують «соціальний характер». Зміна умов існування проєктує трансформації соціального характеру, який породжує нові ідеї, котрі, наче у відповідь, змінюють його. Відповідно, вивчаючи спільноту, ми звертаємо увагу не на індивідуальні особливості, які відрізняють окремих людей, а на спільне, що їх об'єднує та гуртує. Саме сукупність однакового становить соціальний характер, який, до речі, навіть у найінтелектуальніших проявах має, на думку Е. Фромма, емоційну основу («осмислення етичних, філософських, політичних, психологічних або соціальних проблем – незалежно від чисто логічних операцій – переважно зазнає впливу психічної структури мислячої особи, закладаючи у процес мислення емоційну основу»). Відповідно, не всі ідеї однаково адаптуються в царинах різних спільнот: груп, мас, народів тощо, – тому й ідеї фашизму та комунізму виявились ефективними не в усіх державах, які брали участь у Другій світовій війні («ідея може стати могутньою силою лиш тоді, коли вона відповідає специфічним потребам людей цього соціального характеру» [Фромм, 2019]). Звідси також випливають аспекти патріотизму, манкуртизму та дисидентства, які спричиняють міграції, протести, пристосуванство. На нашу думку, це дещо нагадує ідею «сродної праці» Г. Сковороди з модифікаційними проєкціями на «сродне середовище». У кожному суспільстві, за припущеннями Е. Фромма, наче діє своєрідний соціальний ланцюг: діти рівняються на батьків, котрі передають їм психологічну атмосферу й дух суспільства, органічною частиною та репрезентантами якого вони є. Так сім'я та близькі їй спільноти стають психологічними агентами суспільств.

Соціально-економічна й світоглядна кризи лібералізму та раціоналізму першої чверті XX ст. спричинили виникнення екзистенціалізму

– філософських переосмислень сенсу людського існування (ключовий постулат екзистенціалізму: пізнати людину – значить зафіксувати й описати буття). Оскільки екзистенціалізм репрезентує індивіда в суспільному житті, його почуття, пошуки, заперечення, боротьбу, то він теж становить основу філософії емоційних спільнот. Одним із засновників напряму вважається Мартін Хайдеггер, котрий, вступаючи в дискусію з феноменологами, задіює теологію, філософію, природничі та гуманітарні науки. На відміну від Гуссерля [Гуссерль, 2022], який акцентував на смислотворчій свідомості, Гайдеггер досліджує свідомість у контексті буття. І найперше ставить запитання: «Що таке метафізика?» Відповідь опосередковується трактуванням заперечення та проблеми абсолютного Ніщо з погляду професійного науковця. Як з'ясовується, Ніщо майже невловиме. Його обриси лише злегка фіксуються в глибокій тузі (яка в безоднях існування формує дивовижну байдужість) та радості від усвідомлення буття. Ніщо постає фактурніше, хоч і всього лише на мить, у моменти фундаментального глобального жаху/страху (це своєрідне заціпеніння, майже спокій («осідання сущого» находить на нас, «не залишається нічого для опори»)). «Що саме жах відкриває Ніщо, людина сама підтверджує відразу ж, як тільки жах відступить. В ясновидінні нам доводиться визнати: там, перед чим і з приводу чого нас огорнув жах, не було, власне, нічого (...) В жаху міститься відштовхування від чогось, яке, проте, є вже не втеча, а заскнілий спокій. Це відштовхування бере початок від Ніщо. Ніщо не затягує в себе, а за своєю суттю відсилає. (...) Це відштовхуюче відсилання до вислизаючого сущого в цілому, яке з усіх боків тіснить під час жаху наше буття, є сутністю Ніщо: уніщовіння. Воно не є ні знищенням сущого, ні результатом якогось заперечення» [Гайдеггер, 2009: 83–84]. Це відсутність присутності, умова можливості розкриття сущого для буття людини. Метафізика, у свою чергу, – це «запитування до поза сущого, вихід за його межі так, що ми отримуємо суще назад» [Гайдеггер, 2009: 96–97]. Саме через відкритість Ніщо наука може зробити суще предметом досліджень. Відштовхуючись від метафізики, вона екзистує.

Моріс Мерло-Понті намагається в розрізі екзистенціалізму розібратись із феноменологією сприймання. На його думку, слід усвідомити, що «феноменологію можна визнати й ототожнити зі способом або стилем мислення», бо «вона існувала як процес, перш ніж досягла повного усвідомлення себе як філософії». Значення

феноменології в нас самих. «Цілий універсум науки ґрунтується на світі, що безпосередньо переживається» [Мерло-Понти, 1999: 8–18], тому наука (на відміну від сприймання й свідомості) – раціональний вияв другого порядку (пояснення цього світу) . Однак не існує якоїсь внутрішньої людини. Людина перебуває у світі й лише так самопізнається. Світ слід розглядати «як неподільну єдність цінностей, що приймаються Петром і Павлом, єдність, в якій їх перспективи збігаються. “Свідомість Петра” і “свідомість Павла” спілкуються між собою. У сприйманні світу “Петром” Петром зроблено не більше, ніж у сприйнятті світу “Павлом” зроблено Павлом, в обох випадках діють до-персональні форми свідомості, спілкування яких не створює проблем, оскільки воно обумовлене однаковим розумінням свідомості, значення або істини» [Мерло-Понти, 1999: 9–11]. Світ, який сприймається, наче заново відкривається в кожному з нас як горизонт думок і міра, за допомогою якої ми окреслюємо себе в ситуації. Тому філософствування відбувається за аналогією до творчого акту як унесення істини в буття.

Абсурд як причину суїцидальності розглядає інтерпретатор літературного екзистенціалізму Альбер Камю (зокрема в есеї «Міф про Сізіфа»). За його припущеннями, абсурд – апогей розумової діяльності, яка доходить до граничної межі. На початку твору філософ зазначає: «Абсурд, який досі вважали за висновок, береться тут як вихідний пункт. Тут ви знайдете тільки чистий опис хвороби духу, до якого не домішані ані метафізика, ані віра. Такими є межі книги, такою є єдина її упередженість» [Камю, 2015: 4]. На думку автора, ключова та найфундаментальніша філософська проблема – з’ясувати, варте життя того, щоб його не обривати, чи ні. Усе інше – другорядне й несуттєве. Досі самогубство розглядалося як соціальний феномен, філософ пропонує, перенести його в індивідуальну площину як гру, яка «веде від ясності стосовно власного існування до втечі з цього світу» [Камю, 2015: 8–9], оскільки життя закінчується й стає абсурдним, а людина в ньому чужою. Самогубство, як вважає Камю – унікальна здатність бути логічним до кінця (таким чином мислення доходить до крайньої межі).

Дещо іншої думки Жан-Поль Сартр. За його припущенням, людина не обирає ні свого буття, ні часу існування, ні світу, у якому перебуває. Однак вона обирає себе у всіх попередніх параметрах. Вона

постійно самовідкривається, самотвориться, самовизначається. Як вислід, на неї має покладатися повна й неподільна відповідальність за себе, інших, світ. Тому ключове запитання, яке ми маємо поставити перед тим, як діяти: «А що сталося б, якби так учинили всі?» Слід пам'ятати, що кожен вартісний вчинок має морально моделювати можливості людства. Як атеїст, Сартр вважав, що індивід може опертися лише на себе. Отже, людина – це свобода й сума вчинків. Лише вона відповідає за все. Однак статус екзистенціаліста – це не наслідок фізичної організації, а своєрідна інтерсуб'єктивність: ми осягаємо себе перед обличчям іншого, котрий, відповідно, – запорука нашого існування та самопізнання. Зреалізовуючись, людина задає параметри певного типу людства, яке, на думку Сартра, органічно не належить до жодної з мінливих і плинних епох [Сартр, 1989: 319–344].

Як бачимо, емоційна маса прагне до реалізації природи (істинктів) й антропологічної матеріалізації світогляду. У цьому їй допомагають антропологія та екзистенціалізм, які все ж дещо модифікуються до потреб доби інформаційних технологій.

Сенсорики та спільноти, у які вони об'єднуються, теж почуваються зараз не надто комфортно, бо дотиковість зникає як факт. Для того, щоб поспілкуватися, інколи не потрібно навіть брати до рук слухавку гаджета. Корисні речовини вже можна споживати у вигляді харчових добавок, народжувати «з пробірки». На обійми, поцілунки, рукостискання тощо існують табу (переважно карантинні). Тому, аби зреалізуватися, люди із сенсорним вектором посилено займаються архітектурою, дизайном, моделюванням технічних агрегатів та пристроїв, розбудовою й облаштуванням власних обійсть. Ера цифрових технологій дає змогу сенсорикам скоротити терміни схематичних креслень, моделювань і відразу перейти до швидких апробацій та втілень, задіюючи широкий спектр обладнань для друку, сканування й копіювання, що успішно адаптуються в царинах архітектури, будівництва, машинобудування, проєкторних організаціях та конструкторських бюро.

Комунікація сенсориків справді розрахована на віки, адже слова – надзвичайно еластичні форми, вони часто однаково передають несхожі ідеї, або ж, як свого часу стверджували ангелологи, укладають кардинально різний зміст у подібні лексеми. З усіх мов, які розповідають про минуле та сучасне, найбільш зрозуміла мова архітектури, скульптури, прикладних мистецтв, у контексті яких значення не такі аморфні,

якщо передаються за допомогою каменю. Додатковим фактором прозорості сенсорної комунікації слід вважати її органічну прихильність до реалістичної парадигми культуротворення: Античність, Відродження, Просвітництво, епоха критичного реалізму тощо.

Сфера самоусвідомлення сенсориків та їх органічних мас – це, очевидно, прагматизм, філософська течія, для якої важливі не лишень свідомість, духовність, а й матеріальні цінності. Не випадково цю систему поглядів ще називають філософією підприємництва. Ключовий постулат прагматизму – поняття про об'єкти визначаються їх практичними апробаціями. Відповідно, основне – успішне застосування понять, суджень тощо. Теорії – лише запорука соціального чуттєвого досвіду. Логіка реалізації прагматизму як методу така: узгодження теоретичних і світоглядних позицій, постановка проблем у контекстах конкретних ситуацій, висунення гіпотез, обрахунок імовірних наслідків певних рішень й експериментальна перевірка втілення попереднього алгоритму. Прагматизм, як і сенсорна маса, не байдужий також до політичного досвіду у вияві абстракцій, що, як відомо, активно впливають на матерію. У фундаментальній праці «Психологія» один із чільних репрезентантів цієї філософії Джемс Уільям зазначає, що, із погляду прагматизму, геніальність полягає в здатності асоціювати за подібністю. Саме такий розум найпридатніший для виділення загальних властивостей. Відкриваючи принцип чи закон, учений діє таким чином: перебирає всі випадки, у яких можна побачити щось подібне до аналізованого й, перебравши набір аналогій, виділяє особливість, якої попередньо не було. Помічна під час дослідження швидка почергова зміна вражень, що засвідчує подібне та відмінне. Хоч мислення містить аналіз й абстрагування та здатність орієнтуватись у нових даних, однак, проникаючи в явища, учений задіює свої практичні, інстинктивні та естетичні зацікавлення, тому висновок постає, з одного боку, експертно, з іншого – суб'єктивно, позаяк процес мислення й винахід тісно пов'язані зі сферою інтересів та фізіологічними даними вченого. «Навіть таке звичне явище, як лінія, проведена в повітрі, – зазначає Джемс, – може розглядатись стосовно її положення, форми, довжини і напрямку. Аналіз складніших речей взагалі допускає безліч поглядів та підходів» [Вильям, 1991].

Соціально-економічний аспект прагматизму висвітлюється в уже класичній праці Джона Дьюї «Свобода і культура». Учений стверджує, що філософія виникає не зі здивування, як вважалося з найдавніших

часів, а з великих суспільних потрясінь, тому колосально важливою стає необхідність вивчення соціального досвіду в контексті розв'язання будь-яких проблем (концепцію ще називають інструменталізмом). Насамперед Дж. Дьюї актуалізує вже традиційне питання: «Чи дійсно потрібна людині свобода?», адже дуже часто спільноти та держави відмовляються від неї на користь «геніальних» правителів (із тих міркувань, що демократія – це моральне право й закони, котрим повинна підкорятись особистість). На практиці, як вважає філософ, презумпція суспільної думки приборкує та пригнічує свободу людини. На нас підспудно впливають стосунки в установах, спільнотах, політичній сфері, науці тощо, а звідти потрапляють в урядові й законодавчі структури. «Знання природи, тобто природничі науки – аспект культури, від якого безпосередньо залежать промисловість і торгівля, виробництво та розподіл товарів, регулювання в галузі обслуговування... Навіть після того, як визнали вплив промисловості та природничих наук, ми все ще схильні відмовитись від думки, що література, музика, живопис, театр, архітектура мають якісь зв'язки із засадами демократії. Історія в тоталітарних країнах змушує нас переглянути окреслену думку. Справа в тім, що, незважаючи на сили, які спонукають митця до творчості, твори мистецтва, щойно з'являючись, стають могутніми засобами спілкування, бо зачіпають емоції й формують думки. І ми починаємо розуміти, що почуття та уява більш дійові засоби формування емоцій і поглядів, ніж факти та теоретичні доводи» [Дьюи, 1963: 148–172]. В основу будь-якої діяльності покладено спільні цінності. Маючи лише механічні контакти, спільноти (групи, класи, народи, нації і, як ми припускаємо, маси) розпадаються. Розмірковуючи над проблемою свободи, Дьюї апелює до епохи Просвітництва. у якій незаперечна перевага надавалася розуму, прогресу, освіті й науці та «задавалися параметри» політекономії й права. «Якими б природженими не були складові елементи людської природи, вирішальний вплив на їх структуру чинить культура цього періоду та цієї групи. Якраз це визначає лінії поведінки, які відрізняють діяльність будь-якої групи, сім'ї, клану, народу, секти, фракції, класу. Те, що стан культури визначає порядок і структуру вроджених прагнень людини, принаймні, також правильно, як і те, що люди здатні розробляти певну установку чи систему соціальних явищ для свого власного задоволення» [Дьюи, 1963: 43–68]. Культура, як міркує філософ, формується в процесі обробітку людської природи, а

співробітництво проєктує політичну програму суспільства. У царині виробництва культури взаємодіє безліч факторів: політика, промисловість, право, наука, мистецтво, засоби комунікації, зрештою – етика й філософія як синтез спільних цінностей та ідей.

Отже, світогляд сенсорної маси, у порівнянні з емоційною, ще більш «заземлений». Йому відповідає філософія прагматизму й матеріальних цінностей, що, поряд із мисленням, пропонує задіювати практичні, інстинктивні та естетичні зацікавлення, які продукують водночас соціальну експертоспроможність і суб'єктивність.

Дещо впевненіше маються зараз інтуїти, оскільки їх комунікаційні стратегії тісніше пов'язані з абстракціями, найвищим виявом яких можна вважати не лишень ідею Бога, а й мережу «Інтернет» та віртуальну реальність, Вони, як і завжди, об'єднуються довкола явищ духовності в площині релігій та футурології. Зараз це робити набагато простіше: за допомогою новітніх ЗМІ легко підтримується контакт із реципієнтами в найвіддаленіших куточках земної кулі. Технічний прогрес підсилив також варіативність. Як вислід, посилюються позиції протестантизму, зростає кількість релігійних відгалужень у середовищі традиційних конфесій. І хоч релігійні погляди не особливо обговорюються, однак уже є платформи з розширеними тлумаченнями сакральних книг, проповідями, прямими трансляціями ритуальних дійств тощо. Можна сказати, що ера технологій позитивно впливає на масову комунікацію за ритуальною моделлю (яку слід вважати провідною для інтуїтів). Водночас простір «осяянь» стає й рушієм винаходів та наукових відкриттів, бо вони також ґрунтуються переважно на унікальності й геніальних припущеннях. Комунікація, як ми вже знаємо, за С. К'єркегором (гностичним адаптатором інтуїтивного світогляду), не є справою кращого розуміння, вона радше стратегія заплутування – символічна практика натяків.

Фокусуванням й уніфікуванням свідомості та цінностей інтуїтивної маси, найімовірніше, слід вважати феноменологію, перші школи якої зародилися на початку минулого століття в Німеччині. Філософія цього напряму постає в різнотрактуваннях уже частково згадуваних М. Марло-Понті, М. Шелера, Ж.-П. Сартра, М. Хайдеггера, Е. Гуссерля й висуває ідею досліджень свідомості та буття як реалій самодостатніх і синергетичних, що ні до чого не додаються й функціонують автономно. Ідеться головно про чисту свідомість, її «потік», що формує значення предметного світу. Чиста свідомість існує неупереджено між

нами та світом. Саме в спонтанному циркулюванні свідомості відбувається самоочищення від міфів і догм. Гуссерль розробив метод чистого огляду та опису: найважливіше висловити індивідуальне й проминальне. Усе інше – явища другого порядку. Сутнісний опис (ідеація) передбачає пізнання ідеальних властивостей (ейдосів): колористості, вроди тощо абстраговано від основ та родових властивостей. Феноменологічна редукція поділяється на ейдичну (моменти, які виявляються в предметі без утрати індивідуальної й родової тотожностей) і трансцедентальну (свідомість, очищену від предметів реального світу й виведену на рівень трансцендентальності). Суть іманентного спостереження в тому, що предмет та акт розуміння належать до одного потоку свідомості. Те, що не доступне нашому споглядання на цей момент, лише мислиться. Окремих об'єктивних даних недостатньо для формування цілісного образу предмета, але це може дати чиста свідомість, яка здійснює синтез абстрактних розумових даних і різних поглядів та проєктує їх сенс і значення, створюючи предметам споглядання тотожність, єдність та ідентичність. Таку раціоналізацію інтуїтивних реалій слід сприймати як данину епосі модерних технологій, у контексті якої ключовими аспектами втілення феноменології стають наукові методи дослідження [Гуссерль, 2022].

Наукова думка, як вважає Г. Башляр, – творча. Цитуючи Жюве, він наголошує: «Найважливіший елемент фізичного прогресу – здивування перед новим образом, чи навіть – асоціативним рядом. Саме здивування збуджує доволі байдужу логіку, примушує її будувати нові зв'язки. Причину прогресу слід шукати всередині силових полів, породжених в уяві новими асоціаціями образів, потужність яких – то і є міра творчих потенцій вченого, здатного поєднувати все в ансамблі» [Башляр, 1987].

Едмунд Гуссерль пропонує особливий трансцендентальний варіант феноменології. Серед попередників ученого часто називають Канта й К'єркегора, котрі вже започаткували ідею взаємозв'язку свідомості та предметного світу. У монографії «Формальна й трансцендентальна логіка» Е. Гуссерль описує суб'єктивний рівень свідомості та логіки, розглядає проблеми функціонування реальної й ідеальної предметностей і виділяє свідомість психофізичну та трансцендентальну як базу предметності й науки та можливість формування трансцендентальної логіки. Кілька пластів логіки (чистого виводу, істини, науки про форми) породжуються синтаксичною функцією

суджень. Кожен предмет пізнання можна збагнути лише шляхом інтенціальної діяльності, яка його творить. На відміну від Канта, котрий, даючи обґрунтування ньютонівському природознавству, стверджував, що формальна логіка апріорна, аналітична й не має жодного стосунку до предмета («у ній розум має справу тільки з самим собою і своєю формою»), Гуссерль запропонував метод, що передбачає дослідження інтенціональності вченого, із якої виник об'єктивний стан конкретної наукової теорії. Суб'єктивно-логічний підхід до проблеми формальної логіки утворює сферу трансценденталь-ності, бо це властивість не суб'єктивності та психології, а трансцендентальної суб'єктивності (ноосфери? – *О. К.*) і феноменології. Оскільки все суще конституюється в суб'єктивній свідомості, кожен дослідник має виходити за її межі у світ «для всіх», сприйнятий крізь призму Я. Звідси – поняття інтерсуб'єктивності (сума всіх Я творить об'єктивність не-Я). Зв'язок усього того, що мислить Я, із життям свідомості визнавав ще Декарт. Відтоді все, що має смисл і значення, усвідомлюється у вигляді власного інтенціонального результату, який відтворює особливості сущого з власними тлумаченнями. Свідомість відкрита. Її можна зафіксувати в смислотворчій діяльності в онтологічних модальностях переходу від досвіду до його систем як можливостей. Різноманітність можливих сприйнять, будь-яких інших інтенціональних переживань узагалі, які стосуються або можуть «узгоджено» стосуватись однієї й тієї самої речі, має (при всій її великій складності) цілком визначений сутнісний стиль, ідентичний для будь-якої речі взагалі, відокремлюючись під час переходу від однієї індивідуальної речі до іншої. «Цілісне життя моєї свідомості, як зазначив філософ, – є в своїй цілісності (без шкоди всім різноманітним окремим предметностям, що в ній конституюються) універсальною єдністю життя, що творить смисл, і перебуває у єдності з результатом, цілісне життя свідомості керується універсальним конститутивним апріорі, що охоплює всі інтенціональності, апріорі, яке простягається від своєрідності інтерсуб'єктивності, що конституюється в Я, до апріорі інтерсуб'єктивної інтенціональності, результатом якої є інтерсуб'єктивні єдності і світи». Необхідне стійке інваріантне безперервно по-новому формується у вільній варіації та єдності протилежностей, що зберігають в іншому самототожність та загальну сутність, із якою пов'язані всі зміни прикладів і зміни цих змін. «Інваріантом є онтична сутнісна форма (апріорна форма), ейдос» [Гуссерль, 1993: 63–65]. Так

формується конститутивна система в широкому значенні, котра містить усе, уключаючи види свідомості, які ще не спостерігаються, але можливі колись для будь-яких предметів. У життєвій конституції смислу міститься застигла «історія». Усі конституйовані модальності належать внутрішньому, але є не лише кінцем, а й початком (як тематичне завершення й проєкція нового темарію). Результат має бути звільнений від фактичності та переводитись у царство вільних варіативних фантазій, бо узгоджується із сутністю й керує унівесумом мислимого. Як вислід, заперечення стає інтуїтивно-ейдетично неможливим та утворює принципово новий стиль філософії. Ставлення свідомості до світу не є зовнішнім, зумовленим Вищою Сутністю чи якимось випадково попередньо наявним світом і послідовністю фактів, які йому належать. Суб'єктивне існує апріорі, передує буттю Бога, світу, буттю окремого й колективного. І хоча феноменологія йде своїм шляхом: «від уявлення ідеальності логічних конструкцій до дослідження їх суб'єктивної конституції і лише тоді – до розуміння конститутивної проблематики як універсальної, яка належить не тільки до логічних конструкцій» [Гуссерль, 1993: 81], шлях цілісного дослідження, «що охоплює паралельність чистої психології і трансцендентальної філософії та містить у собі, у своїй сутнісній загальності, всі можливі світи з усіма їх сутнісними сферами реальної й ідеальної предметності, емпіричними рівнями (світ ідеального змісту, істин, теорій, наук, ідеального будь-якої культури, будь-якого суспільно-історичного світу)» [Гуссерль, 1993: 72] і досі лишився не пройденим.

У 60-х роках під впливом феноменології формується новий філософський напрям – герменевтика (за визначенням Георга Ханса Гадамера, онтологічний процес тлумачення як діалог із традицією, виразник якої – мова, однак у сенсі не лише мовлення, а й логіки та діалектики). Як вважав учений, опанування історії не може бути самодостатнім і безпідставним, його проєктують традиція та мова. Відповідно, таке осягнення є одночасно розумінням й участю. Герменевтика – розлоге поняття, що охоплює тлумачення текстів, людського існування, знань про світ та перебування в ньому тощо. Традиція, на думку Гадамера, «розмовляє з нами на зразок якогось "Ти"» [Гадамер, 2000: 27] (змістом, що наче не пов'язаний із носіями поглядів). Герменевт прагне підходити до традиції, залишаючись незалежним від неї. Однак, виключаючи себе, він руйнує її істинний зміст (бо саме «вкоріненість» гарантує найбільшу свободу пізнання). Досвід «Ти»

формує історичну свідомість. Міра відкритості окресленої комунікації полягає не в тому, що «Ти» може говорити геть усе, а в тому, що ми дозволяємо говорити собі те, що «виходить» (навіть якщо ніхто не вимагає – ми повинні рахуватися з чимось у собі самому). Так герменевтична свідомість ламає догматичну упередженість та лишається принципово відкритою.

Екзистенційні аспекти феноменології поглиблює Поль Рікер. На його думку, світ через Я має безпосередній стосунок до живого теперішнього, тому екзистенційна феноменологія ніколи не описує задля самого задоволення фіксувати, вона аналізує відчуження, місце людини у світі, окреслює метафізичні виміри тощо. «Таким чином, екзистенційна феноменологія здійснює перехід від трансценденталь-ної, породженої редукцією будь-якої речі до її появи в мені, до онто-логії, яка відновлює питання про зміст буття для всього, що існує» [Рикер, 1998: 163–193].

На нашу думку, логічним продовженням феноменології та інтуїтивного сприймання реальності слід вважати також релігійну філософію (герменевтику, яка переходить у гомілетику) – репрезен-танта зверхності теології, яка начебто втілює єдність пізнавально-практичного ставлення до світу (в інтерпретації речників Ватикану Ж. Марітена, Е. Жільсона, Ю. Бохенського, котрі опиралися на філософію Канта, Гегеля, Гуссерля, Хайдеггера й ін.), особливо в специфічному викладі П'єра Теяра де Шардена. У трактаті «Гімн Всесвіту» П. Теяр де Шарден проєктує теорію християнського еволю-ціонізму Всесвіту (пантеїзму та всюдисущої «розчиненості» Бога), що допускає цінності наукового пізнання природи, суспільства й людини. «У Тобі, – зазначає філософ, – невимовне злиття того, що наш досвід і наша думка ніколи не відважувалися з'єднати в єдиному поклонінні: частинку і цілісність, єдине й різноманітне, дух і матерію, безособо-вість та особистість» [Шарден, 1993: 215]. За припущенням П. Теяра де Шардена, народженню Месії передує його незрима присутність у вигляді енергії, яка хвилює космічні маси в потоках біосфери, «прискорює розвиток інстинктів й наближає спалах думки на Землі» зусиллями первісних людей, величчю Єгипту, очікуваннями Ізраїле-вого царства, розвоєм східної містики та мудрістю епохи еллінізму. Наукові переконання філософа постають наче в молитовному вигляді: «Скажи, Господи, як можемо ми, не спокушуючись, вдивлятися у сфінкса. Без хитрощів людського мудрування, але в усій простоті

Твого спокутного знання дай нам осягнути таємницю, приховану ще тут, на землі, в надрах смерті. Через подвиг Твого страждальницького втілення відкрий нам духовну могутність матерії і навчи нас, як оволодіти нею для Тебе». Як вважає П. Теяр де Шарден, «спокійне, благе і могутнє випромінювання – породжене єднанням в Ісусі всіх елементів світобудови. І чим довершеніше явище буття, тим він здається нам ближчим і відчутнішим» [Шарден, 1993: 217]. Породженням уселенської любові має бути відчуття себе запорукою спільного дещо з подальшим перетворенням та всезагальне хтось. Ідеться про те, що в нашому внутрішньому горизонті психічного космічного центру має утворитися полюс вищої свідомості, до якого приєднуватимуться всі свідомості світу. І це містично творить із міріади мислячих істот подобу єдиної монади у втіленні Месії.

Можна зробити висновок, що інтуїтивні філософія та комунікація від найдавніших часів до сучасності незмінно реалізується за принципом «почує лиш той, хто має вуха» (який присутній не тільки в канонічних, а й в апокрифічних, зокрема гностичних – сакральних книгах). Світогляд інтуїтів незмінно відтворює релігійна філософія, до якої тяжіють і феноменологія та герменевтика.

Раціомаса – явище, що століття поспіль лишалося непомітним. Ця категорія стала об’єктом дискусій лишень у наш час, коли футурологи заговорили про демасовізацію, бо помітили, що «лебонівський» наповп на теренах Європи й Америки вже майже не фіксується, а віртуальна комунікація сприяє крайній індивідуалізації. Е. Тоффлер, М. Кайку та ін. доречно пов’язали цей процес із глобалізацією й принциповою відкритістю світу. Зрештою, до цього йшлося ще з епохи Просвітництва, коли вперше епіцентром дискусій стали розум і раціоналізм, однак єдиними засобами масової комунікації все лишалися газети та книги, котрі ніяк не сприяли надто прискореному обміну інформацією й спричинили лише низку промислових революцій. Отже, XXI ст. бере реванш і повертає раціомасу та її комунікацію в контекст актуальних проблем, створюючи неабиякі перспективи наукових пошуків.

Звісно, підґрунтям раціомаси з найдавніших часів був раціоналізм, а сьогодні – його модифікація – неопозитивізм, репрезентатори якого Рудольф Карнап (1891–1970), Людвіг Вітгенштейн (1889–1951), Бертран Рассел (1872–1970), Карл Раймунд Поппер (1902–1994) пропонують абстрагуватися від філософії як метафізики й використовувати винятково позитивне знання. Неопозитивісти особливо акцен-

тують на балансі емпіричного та теоретичного рівнів. І часто науку й пізнання зводять до аналізу їх органічної мови з позицій тотальної верифікації (спростування теоретичних причинностей, необхідностей і закономірностей через експеримент). Однак їх методологія й теорії пізнання все одно повертаються до одвічно суб'єктивного: природи, людини, існування, призначення, життя та смерті, проблеми використання значень. Як вислід, навіть у кардинально фундаментальні концепції потрапляють метафізичні конструкти.

Р. Карнап у «Філософських основах фізики» та «Вступі до філософії науки» [Карнап, 2008: 7–360], дискутуючи з критиками еволюції Дарвіна, зазначає, що вони не аналізують теорію за оцінкою фактизму, а просто заперечують її на метафізичних підставах: мовляв, організація не може виникати з дезорганізації, оскільки причини повинні дорівнювати наслідкам (як вислід, опозиціонери змушені апелювати до вищої сутності). У відповідь на вислів Філіппа Франка у книзі «Причинність та її межі» про те, що природа не порушує законів, Рудольф Карнап зазначає: природа тут ні до чого, якщо закони не відповідають дійсності, то причина в хибних наукових теоріях, які потребують спростувань, та канонізації окремих дослідників, котрі теж можуть помилятися. Загалом, як вважає вчений, закони – то ствердження необхідності (частини причинного зв'язку).

Людвіг Вітгінштейн зосереджується на лінгвістичних аспектах позитивізму. Він вважає, що словам надають значень прийняті правила й контексти, тому слід розрізняти видиму граматику у вигляді синтаксичних канонів і глибинну – мовні ігри як форми життя. На думку неопозитивіста, логіка виникає не з цікавості до фактів чи необхідності зрозуміти причини, а з прагнення збагнути фундаментальну сутність емпіричного. За допомогою досліджень ми не хочемо дізнаватися нічого нового, а прагнемо шляхом підтверджень збагнути вже відкрите. Суть мислення – логіка, що відображає апріорний порядок світу. Порядок спільних для світу й мислення можливостей. Тому запитання «що таке слово?» еквівалентне відповіднику «що таке шахова фігура?». Філософія – боротьба з розчаруваннями розуму засобами мови. Уживаючи слова, потрібно визначати їх значення за походженням, а не за ситуаціями сучасних буденних уживань. А ще – граматиці необхідна наочність, яка допомагає бачити зв'язки та виявляти проміжні ланки (позначаючи таким чином форму уяви й спосіб мислення) [Вітгенштайн, 1995: 157–153].

Доволі фактурно представлені ідеї неопозитивізму в працях Бертрана Рассела, зокрема в праці «Чому я не християнин». Інструментарієм сцієнтичних пошуків ученого стали математична логіка та емпірична теорія пізнання. Матеріалом для обговорення – християнська віра в загробне життя. Як зазначає Б. Рассел, людський розум творить вишукані архітектурні споруди, аероплани й вираховує відстані до небесних тіл. Однак усі ці можливості пов'язані з матеріальним світом та тілесністю. А лишаються після смерті чи ні – не відомо... Чи доречно, приміром, щоб усі люди, уключаючи Ніцше, Гітлера й Муссоліні, отримували, за якимось параметрами, можливість вічного існування? Навіть релігійні догми виглядають аморфно. Чого варті людські жертвоприношення, переслідування єретиків, полювання на відьом, «священні» погроми й масові знищення тощо. Як усе це в'яжеться та співіснує з релігійним пацифізмом й існуванням розумного Творця? Насамкінець Б. Рассел робить висновок, що світ може бути зрозумілим лише як результат випадку, бо, якщо він є вислідом свідомо обраної мети, то ця мета, безумовно, належить ворогові людського роду. Щодо наукових досліджень, то внесення в них моральних чи естетичних цінностей, на думку вченого, колосально ускладнює можливість будь-яких відкриттів. Якщо Бог усе творив досконалим, а епідемії, війни, катастрофи «наслав» як покару, то немає жодного сенсу боротися з хворобами, екологічними й техногенними проблемами. Потрібно все це пустити на самотік. Насправді, як вважає Б. Рассел, природі байдужі наші цінності. Збагнути її закони можна, лиш абстрагувавшись від понять добра і зла. І якщо Всесвіт має мету, то вона явно не збігається з людськими цілями. Отже, не раціональні аргументи, а емоції породжують віру в потойбіччя. Найпотужніша з емоцій – страх смерті. Однак, найімовірніше, що разом зі смертю (утратою зовнішнього вигляду та поведінки) руйнується й мозок, а отже – і пам'ять. Отож навряд чи ці абстрактні реалії можуть знову утворюватися в нових обставинах [Рассел, 2022].

Цікавим адаптатором теорій позитивізму та модерного раціоналізму в інформаційній сфері вважається Карл Поппер – творець концепції критичного раціоналізму, який, на противагу верифікації (наведення доказів і перевірка практикою), пропонує принцип демаркації (відсіювання ненаукового) методом фальсифікації (органічної відкритості для спростувань). Нагромадження знань, на думку К. Поппера, пропорційне висуненню сміливих гіпотез. Концепція вченого

рекомендує вважати поясненим лише те, що дедуктивно виводиться із сукупності певних законів та граничних умов. Як вислід, правильними можуть бути не лише підтвердження, а й витримані заперечення [Поппер, 1983: 379–382]. Гастон Башляр (котрий балансує між раціо та інтуїцією), підтримуючи позицію К. Поппера, уводить термін «відкритий раціоналізм» і зазначає: «Науковий дух за своєю суттю – виправлення знань, розширення їхніх меж. Цей дух судить та осуджує своє історичне минуле. Його структура – визнання історичних помилок» (...). Це «небеконівське, неевклідове, некартезіанське підсумоване історичною діалектикою, котра є очищенням від помилок, розширенням системи, доповненням думки» [Башляр, 1987]. Окреслений метод роботи з новими ідеями чітко проєктується на рецептивну модель комунікації в уявленні Юрія Лотмана, за якою, для якісного очищення та кристалізації інформації застосовується «ефект зіпсутого телефона»: кожен наступний реципієнт щось ігнорує або додає до отриманого, роблячи його «скульптурно» точнішим та фактичнішим. Ставлячи науку в ситуацію випробувань і перевірок, учені-раціоналісти рятують її від догматизму. Однак тут, як і в ситуації «смерті авторства» [Косюк, 2012: 32–33], постає проблема допустимої межі демаркувань та формулювання проміжних констатацій. К. Поппер й І. Лакатос зауважили: вартісна концепція покликана містити додатковий емпіричний зміст, левова частка якого вже підтверджена. Так в обіг потрапив термін «зсув проблем» (проєкти дослідницьких програм у контекстах розслідувань із проблемами, їх розв'язаннями, наступним критичним обробітком та створенням чогось принципово нового) [Косюк, 2018: 129–132].

Як бачимо, раціоналістична філософія впродовж тривалого часу репрезентує світогляд маси, яка тільки нещодавно стала об'єктом зацікавлень і досліджень. Раціоналізм не лише домінує в інформаційному просторі, а й чинить глобальний вплив на філософію XXI ст.

Отже, ми вперше засвідчуємо присутність у сучасному інформаційному просторі маси нового типу, яка за більшістю психологічних та світоглядних параметрів відповідає категорії особистості. Припущення про існування чотирьох категорій мас теж підтверджується. Ці спільноти в процесі комунікації формують різні світогляди. Емоційна задіює ресурс антропології й екзистенціалізму, сенсорна адаптує прагматизм, інтуїти послуговуються феноменологією та герменевтикою (гомілетикою), а раціонали не тільки апробують неопозитивізм, а

й попутно пропонують його як дискусійне продовження класичного раціоналізму на всіх рівнях масової комунікації як продукування культури, котре теж, вочевидь, відбувається за різними моделями.

1.3. Моделювання процесів масової комунікації

На сьогодні розмежовують чотири усталені (вважаймо – хрестоматійні) моделі масовокомунікаційних процесів: передачі, привернення уваги, ритуальну та рецептивну. Чотирикомпонентне моделювання є авторитетним і найбільш поширеним завдяки американському медіатеоретику Денісові Мак-Квейлу (який, щоправда, пропонував три моделі [Мак-Квейл, 2010: 59–64]), послідовником котрого доречно вважати українського вченого Володимира Різуна [Різун, 2008: 216–221]. Однак спроби відшуку якихось додаткових чи ускладненіших моделей не припиняються. Приміром, польський учений Томаш Ґобан-Клас запропонував синтетичну модель, у якій звів у єдине ціле процес, структуру, систему складників масової комунікації та чинники, які на неї мають вплив. Однак, на наше переконання, моделювання повинне спрощувати, а не ускладнювати процеси. І квадраподіл масової комунікації якраз найбільш ефективний і всеохопний, щоправда – за умови розгляду цього виду комунікації як явища історичного, що ми й спробуємо зробити.

1.3.1. Задоволення органічних потреб. Експресивна комунікація

Першою моделлю комунікації була не трансмісійна (передачі), а експресивна (привернення уваги), хоча трансмісійна й видається більш простою (мабуть, тому вчені й вважають її витоковою). Адже навіть елементарне передавання сигналу передбачає якусь осмислену мету, а от бажання привернути увагу органічне та пов’язане з фізіологією й інстинктами. Модель привернення уваги, вочевидь, існувала в часи, коли людина ще була напівтвариною та змушена була якось задовольняти свої органічні потреби першої необхідності. На рівні ці потреби (за необхідності їх задоволення) поділив відомий психолог Абрахам Маслоу [Maslow, 1943]. За його переконаннями, в основу ієрархії факторів людського існування, які потребують задоволення, покладено найнасущніші потреби, як-от: їжа, вода, помешкання, – а на вершині – більш високі індивідуальні запити, пов’язані з визнанням та самовираженням. А. Маслоу при цьому наголошував, що людина – то «тварина, яка постійно чогось хоче». Коли потреби найнижчого рівня

задоволені хоча б частково, то вона починає рухатися до реалізації запитів іншого рівня ієрархії. Усе, що необхідне для елементарної підтримки життя, – їжа, одяг, житло, секс – учений об'єднав у категорію фізіологічні потреби і зазначив: раніше, ніж людина зможе переслідувати якісь інші цілі, їй потрібно задовольнити основні потреби. Ні в кого не викликає сумніву, що вимоги «фізіології» були найпершими та, власне, єдиними для первісних людей, які ще не мали високих індивідуальних запитів. Тому їх комунікація відбувалася, по-перше, із метою розмноження (задля органічного задоволення, а не продовження роду); по-друге, для добування м'яса, тваринних кісток і хутра на харчування, конструювання одягу та побудову жител (шляхом полювання). Аби комунікація відбувалася, варто було якимось чином «викликати» «симпатію» чоловіків/жінок і відволікти чи привертати увагу тварин. При цьому використовувалися яскраві кольори, специфічні звуки та запахи, розраховані, звісно, не на взаєморозуміння, а на подразнення певних рецепторів і відповідну реакцію, яка могла бути викликана як прекрасним, так і жахливим. Здавалося б, із плином часу в царині масової комунікації модель розголосу повинна задіюватися все менше й менше, адже людство невпинно прогресує. Однак насправді – це й донині одна з найбільш популярних моделей. Оскільки вона пропонує погляд на комунікацію, як на видовище/публічне масове дійство, то нею найефективніше послуговуються електронні та інші (головно бульварні) ЗМІ. Ці засоби мають на меті не передавання інформації й не об'єднання комунікаторів у спільноти для вираження якихось цінностей, а винятково привернення та утримання візуально-слухової уваги. Таким чином медіа самі стають сигнальним повідомленням (наче в найдавніші часи; щоправда, тоді первісні люди робили це з природними цілями) і досягають безпосередніх результатів – продажу й прибутку (оскільки увага – то спонука). Подекуди навіть виникає думка, що масова комунікація за експресивною моделлю – узагалі не комунікація, а замовлене передавання значень, адже медіааудиторія видовищ – це радше група глядачів, аніж учасників чи реципієнтів інформації, а факт уваги тут часто важить більше, аніж її якість.

1.3.2. Суспільно-культурна діяльність. Ритуальна модель

Наступною після трансмісійної, за хронологічним критерієм, на наше переконання, мала з'явитися модель ритуалу, яка почала

функціонувати, тільки-но в людини виникла необхідність спілкуватися з потойбічними силами та об'єднуватись у спільноти. Ця модель справді (як зазначив В. Різун [Різун, 2008: 220–221]) близька до розуміння масової комунікації як виду суспільно-культурної діяльності, спрямованої на ритуальну уніфікацію. Вона пов'язана з термінами «гурт», «членство», «участь», «братерство», «спільнота», «віра». Тому це не так акт передавання інформації, як презентація спільних цінностей. Повідомлення ритуальної комунікації символічні, залежать від архетипних асоціацій. Але не такі вже й багатозначні, оскільки повинні бути зрозумілими всім членам ритуальної єдності, котра сприймає їх на рівні канонічних аксіом. Найбільш актуальною модель ритуалу була в епохи Античності та Середньовіччя, коли формувались основні світові релігії й визначалися глобальні спільноти на кшталт народностей та націй. Типово ритуальними дискурсами можна вважати театральний і музичний, які походять від найдавніших синкретичних дійств та сприймаються як знакова комунікація-звернення (головним чином до богів). Не випадково Джеймс Карей зобразив свого часу цю комунікацію у вигляді ялинки з осердям і найвищою точкою, довкола яких «обертаються» гілки й іграшки.

1.3.3. Передавання сигналів. Трансмісійні аспекти комунікації

На формування наступної моделі, яку більшість учених вважають витоковою (вочевидь, тому, що вона постає наче схема, яка згодом має чимось «обростати»), на стику XIX–XX ст. суттєво вплинула теорія інформатики, яка на рівні техніки (а не людського спілкування) досліджувала ефективність транслювання повідомлень. Створили одну з перших трансмісійних моделей (назвавши її моделлю аналізу передавання сигналів) теоретики інформаційних систем К. Шенон та У. Уівер. Модель відтворювала й зображала комунікацію як послідовний процес, який не потребує аналітичної реакції-відповіді (себто втручання реципієнта-мислителя). Цей процес починався з джерела. Технічне джерело підбирало інформацію, яку потім передавало у формі сигналів комунікаційним каналом отримувачеві, котрий, у свою чергу, перетворював сигнали в повідомлення, адекватні відправленим. Однак учені помітили, що кінцева інформація чомусь суттєво відрізнялася від початкової (цю модель, власне, і створили для пояснення таких розбіжностей). Різницю між відправленим та отриманим сигналами згодом почали тлумачити як вислід неідеального стану каналів, а вади

каналів назвали шумами, або інтерференцією. Слід зауважити: модель трансмісії сигналу не мала безпосереднього стосунку до масової комунікації – її застосовували до інших процесів (головно технічного характеру), які мали вельми опосередкований стосунок до людського спілкування. Однак наявність саме цієї моделі неабияк вплинула на всі інші трансмісійні модифікації комунікації, створені з урахуванням гомофактора.

Одну з таких моделей запропонував соціальний психолог Курт Левін. Приплив інформації від комуніканта до комуніката, на його думку, є нерівномірним і неповним у різних соціальних ситуаціях, оскільки на його шляху постійно трапляється безліч бар'єрів у вигляді інституцій (приміром цензури) та власне комунікантів: редакторів, видавців, засновників (імовірно, і читачів, і слухачів й ін. – *О. К.*), які одну інформацію відсіюють, а іншу – пропускають. Як вислід, до масової аудиторії інформація потрапляє в дуже спотвореному вигляді, непомірно далекому від першоджерел.

Найагресивнішою серед соціотрансмісійних вважається модель усесильної пропаганди Чакотіна [Різун, 20008: 217–218], яку можна вважати основою фашизму та комуністично-соціалістичної ідеології. Саме завдяки цій моделі сприймач перетворювався в механізм (як свого часу зазначали радянські ідеологи – «гвинтик та коліщатко») системи.

1.3.4. Рецепція. Комунікація як «багатовекторна діалогічна мислительна структура» в контексті сучасності

Останнім і надзвичайно затребуваним виявилося рецепційне моделювання комунікації, яке передбачає не пасивне сприймання інформації, об'єднання спільнот чи привернення уваги до ЗМК, а небайдужість реципієнта, спроможного не лише сприймати інформацію, а й ретельно її опрацьовувати. Здатність до рецепції з'явилася вже тоді, коли людина почала мислити. Однак апогеєм аналітизму традиційно вважається епоха Гутенберга (себто час, коли основним засобом масової комунікації були книга й газета), це приблизно кінець XVIII – середина XX ст. Модель рецепції дає уявлення про фазовий комунікаційний процес, який складається з кодування та декодування творів/дискурсів/текстів. За умовою названого процесу, зміст декодованого повідомлення значно відрізняється від того, яке закодував автор, оскільки мовець не може передати своє розуміння створеного ним нікому, окрім самого себе (постає навіть питання – чи декодує він

адекватно власні напрацювання?). Отже, на перший план у рецептивній комунікації виходить комунікант. Сприймач інформації в жодному випадку не може бути пасивним, і саме від нього залежить, яким буде зміст твору/тексту/дискурсу.

Існує два найвідоміших різновиди цього виду моделювання – моделі кубиків та Лотмана. Модель кубиків можна назвати моделлю-конструктором, вона створена за аналогією до кубика-рубика типу мегамінкс (який теоретично складається, а практично – майже ніколи). Кожна по-різному забарвлена грань «кубика» наче уособлює окреме значення. Для прочитання інформації якоїсь конфігурації треба всі значення зібрати в конкретно визначений пазл. А оскільки граней і кольорів дуже багато, то жоден зі спідкуберів не повторює конструкцію свого попередника. Отже, кожен конструктор створює свій оригінальний мегамінкс.

Найбільшою популярністю в царині гуманітарних наук користується рецептивна модель Юрія Лотмана, яку автор запропонував у вигляді елементарного комунікаційного ланцюга з адресантом та адресатом, котрим притаманна величезна кількість мов (простіше кажучи – інтерпретацій). Основний постулат зазначеної моделі – уявлення про комунікацію як про багатовекторну діалогічну мислячу структуру, що є перекладом із мови свого «я» на мову твого «ти». Оскільки, як вважав Ю. Лотман, монологічна структура не здатна виробляти принципово нових повідомлень, то саме багатовекторність контактів між комунікаторами є основою для формування оригінальної інформації та поглядів на речі. Загалом, на думку Ю. Лотмана, якісна комунікація, як ми вже зазначали, має відбуватися наче у форматі «зіпсутого телефона»: ми слухаємо повідомлення (і кожен сприймає його по-своєму), згодом ця оригінально сприйнята інформація поширюються (із відчутними додатковими нашаруваннями наших інтерпретацій) і знову потрапляє в поле впливу інших чинників «спотворень». Як вислід, після різних модифікацій, повідомлення, «очистившись», стають точнішими та, якщо доречно так висловитися, – більш правильними.

Модель трансмісії породжена найдавнішими інституціональними контекстами – владою, школою, церквою – і відповідала справі ЗМК, які мали мету пропагувати, давати інструкції чи просто передавати інформацію; модель ритуалу чи експресії найкраще відповідає ситуаціям, пов’язаним із розвагами та урочистими подіями; модель

розголосу звертає увагу на повідомлення, завданням яких є заволодіння аудиторією для престижу чи прибутку; а застосування моделі рецепції означає, що сильна влада засобів є вдаваною, бо, зрештою, усе залежить від аудиторії.

Звісно, кожна модель відрізняється одна від одної складністю відтворення явища, відображає його в певному аспекті. Жодна з моделей не є повним відображенням процесу комунікації, хоча кожна з них акцентує якийсь зі складників комунікативного ланцюга: експресивна – мовця, ритуальна – канал, трансмісійна – повідомлення, рецепційна – сприймача. Напевно, саме тому, ураховуючи функціональні «вади» всіх чотирьох моделей комунікації, Т. Ґобан-Клас запропонував складніше моделювання, яке, на його думку, повинне всебічно охоплювати явище. Так, запропонована складна модель зводить у єдине ціле процес, структуру й систему складників і чинники, що на все впливають, однак паралельно наче повертає нас до стану невизначеності. Безперечно, вона більш усеохопна, аніж аналізовані вище, але не є тим засобом, який повною мірою відтворив масову комунікацію, правильніше сказати, що він укотре все заплутав. Навіщо знову змішувати більш-менш ефективно структуроване? Чи не краще пошукати додаткових аргументів на користь чотирикомпонентного типу розмежувань?

Якою б не була комунікація, по обидва її боки стоїть людина – мовець та реципієнт (навіть якщо і джерело інформації, і сприймач – технічна система, вона не може бути чимось винятково синергетичним на кшталт міфічного вічного двигуна). На переконання Карла-Густава Юнга, рівень сублімативної (такої, що заміщує інстинктивні потяги, в інтерпретації Фройда) комунікації залежить від багатьох чинників, передусім від психологічного вияву людини, яка, як нам відомо, стоїть по обидва боки від комунікативного ланцюга (будучи мовцем, сприймачем та творцем інформації). Загалом, як ми вже наголошували, психологічних типів (за Юнгом) є чотири: емоційний, інтуїтивний, сенсорний, інтелектуальний [Юнг, 2001]. Вони, вочевидь (хоч про це й не йдеться в теорії – *О. К.*), презентовані чотирма каналами: інстинкту (нюховий, смаковий), інтуїції (зоровий), сенсорики (тактильний) та розуму (слуховий) – із додатковими векторами (у вимірі неопозиційного, наприклад ЛІ (логіко-інтуїтивний), ЕС (емоційно-сенсорний) тощо. Кожен тип, залежно від об'єктивного чи суб'єктивного способу сприймання дійсності, поділяється ще на інтро- або екстраверта (відповідно й маркується: ЛІІ (логіко-інтуїтивний інтроверт), ЕСЕ

(емоційно-сенсорний екстраверт) і т. ін.). Згідно із зазначеною класифікацією, сублімація сексуального характеру притаманна лише індивідам емоційного та сенсорного типів, оскільки перший керується первісними інстинктами, а другий усе сприймає на дотик. Щодо інтуїтів, то їх сублімація пов'язана з ритуальними дійствами й містичними явищами та має символічний характер. Іншими словами – це комунікація з потойбічними силами/Богом. Інтелектуальна комунікація вербально-рецептивна, вона спрямована на спілкування з неоднозначними й багатопластовими структурами. Тому кожна маса формує одну з чотирьох моделей.

1.3.5. Психологічний критерій моделювання. Категорії мас

Ефективність відшукання додаткових критеріїв для «канонізації» чотирикомпонентного моделювання підтверджується ще й тим, що його дублюють й у сфері журналістики, котра традиційно вважалася синонімом масової комунікації. Тут хрестоматійною вважається праця «Чотири теорії преси» Ф. Сіберта, Т. Пітерсона та В. Шрамма [Сиберт, 2012], в основі якої – поділ журналістики на а) авторитарну (XVI–XVII ст.), що перебуває в руках держави та управлінців, відповідно – орієнтована на філософію абсолютної влади й контролюється за допомогою цензури, б) ліберальну (XVII–XVIII ст.), яка має за підґрунтя теорії раціоналізму та природних прав людини, контролюється вільним ринком ідей і акцентує аспект контролю владних структур, в) соціально відповідальну (XX ст.), котра включає різні форми власності, відповідно – контролювання державне, споживацьке та професійне, акцентує на аспекті дискусійності будь-якої інформації й невтручання в особисті справи та державні – із грифом «секретно», г) тоталітарну, або радянську, котра, як ми, на жаль, знаємо з досвіду, ґрунтується на марксизмі і його модифікаціях, контролюється партійними органами (і належить лише їм), перебуває під пресом «добровільної» ідеологічної цензури (яку реципієнти сприймають як щасливу даність) та фінансується винятково державою, себто комуністичною партією. Отже, якщо поєднати моделювання Д. Мак-Квейла, В. Різуна й ін. з «Чотирма теоріями преси», то можна сказати, що авторитарна модель «дорівнює» трансмісійній, ліберальна – моделі привернення уваги, соціально відповідальна – рецептивній, а тоталітарна – ритуальній, оскільки в основу цих «дублетів» покладено ті ж самі ознаки, розширені або звужені до конкретної кількості сфер, приміром лише

журналістських дискурсів: пресового, теле-, радіо, інтернет, або ж уключаючи всі інші культурно-мистецькі явища.

На нашу думку, психологічний критерій, на відміну від пропонованих ученими непарадигмально-ситуативних, не такий аморфний і більш переконливий. За його допомогою можна спрогнозувати використання конкретної комунікаційної моделі, по-перше, орієнтуючись на спільноту, приміром театральну, радійну, літературну, мистецьку інтенет- тощо, по друге – на поширення власне інформації в контексті різних дискурсів. Тоді, творячи шоу, ми будемо використовувати модель розголосу, пишучи психологічний роман – застосуємо рецептивну, для реклами – задіємо трансмісійну. Можна навіть спробувати прокласифікувати масовокомунікаційні культуротворчі дискурси відповідно до чотирьох моделей. Як наслідок – скульптура, архітектура, декоративно-прикладне мистецтво, танець виявиться цариною сенсорності; шоу, телебачення, плакати, бульварні ЗМІ – сферою емоційності; жива комунікація, преса, священні книги – привілегією інтуїції; наукова та ускладнена художня література, документалістика й кіно та багато найновіших явищ сучасності потраплять в обладу інтелектуалізму.

Збившись у масу, кожен психотип діє на рівні свідомості й підсвідомості, бо несвідоме так ретельно захищене, що зактивізовується лише в снах, під гіпнозом та в результаті психічних захворювань. Отже, воно існує винятково на індивідуальному рівні, хоча й задіює архетипну загальнолюдську символіку (приміром в образах сну, художніх творах тощо), однак механізми такого задіяння ще не вивчені. А от підсвідоме, як і свідоме, – царина реалізації всіх видів комунікації, серед яких – і групова та масова. У ситуації комунікування натовпу, аби захистити в стресовому стані своє несвідоме (яке реагує лише на індивідуальні комплекси), свідомість маси активізує підсвідомість. А оскільки в масу у вигляді її крайнього вияву – натовпу – потрапляють усі чотири психотипи (тут вони якраз не диференціюються, як на рівні аудиторії засобів комунікації), то всі чотири намагаються захистити несвідоме за рахунок власного свідомого, себто кожен посилює властиві йому провідні функції. Тому на зовнішній подразник стресу частини маси реагують приблизно так: емоційний психотип нестримно виражає позитивні чи негативні почуття: кричить, штовхається тощо. Раціонали, навпаки, намагаються збагнути, що відбувається, і на певний час просто заклякають та не рухаються, а потім якось починають діяти, наприклад бігти (однак галасують і задіюють силу вони вкрай рідко). Інтуїти теж стримані, цей психотип шукає допомо-

ги у вищих сил (найчастіше за допомогою молитви). А от сенсорики, як і емотики, надзвичайно активні, вони, зазвичай, прагнуть рятувати матеріальні цінності, як-от експонати музею чи власні речі. Серед них трапляються мародери.

Підтвердженням концепції домінування однієї з мас є також той факт, що навіть першодослідники спільнотної комунікації Ле Бон і Фройд указували на обмеженість та відносність об'єкта дослідження, оскільки в його структурі виявилося безліч винятків й алогізмів. Послідовники ж Ле Бона та Фройда взагалі подекуди ставили під сумнів «класику жанру». В опозиційних концепціях, як ми вже пересвідчилися, переважно йшлося про можливість індивідуалізації мас, їх парадигмальну класифікацію тощо. «Єдиним, хто відповідає за свою поведінку в масі, на думку С. Сігеле, є індивід. Засобом виявлення міри його відповідальності є його вразливість до навіювання. Оскільки за умови найбільш сильного навіювання неможливе повне знищення людської індивідуальності, а лише її послаблення, то злочин, який скоєно індивідом серед натовпу, завжди має частину мотивів у фізіологічній та психологічній організації цього індивіда. Отже, він завжди буде нести відповідальність перед законом за те, що ним скоєно. Чесна людина не буде підпорядковуватися злочинним наказам натовпу і потрапляти у вир його емоцій» [Сигеле, 2013].

Задля справедливості слід зауважити, що «рятівна» ідея індивідуалізації маси прозвучала ще в першоджерелах. Розглядаючи натовп як сліпу, некеровану силу, Г. Тард, Г. Лебон, З. Фройд шукали шляхи перетворення його на таку спільноту, яка позбулася б своїх негативних руйнівних сил. […] Ефективним засобом вони вважали його реорганізацію: спершу – об'єднання в групу, а потім – актуалізацію конкретних особистостей.

Загалом створюється дуже парадоксальна ситуація: і теоретики мас, і ті, що пропонують концепції демасовізації, як бачимо, намагаються зафіксувати та описати ідентичну, актуальну на сьогодні реалію: масу свідомих і відповідальних людей, тільки по-різному її називають. Це саме та маса чи немаса, у якій домінують раціоналізм й індивідуалізм. І намагання сконстатувати факт зростають пропорційно розвитку новітніх технологій: у Фройда бачимо інтуїтивний натяк, у Руккета – концептуальну констатацію, а в сучасних учених – безкомпромісні твердження. Отже, щоб потрактувати явище, ми повинні його передусім назвати масою або немасою.

На наше переконання, вважати об’єкт немасою неефективно, бо доведеться перейменовувати всю комунікаційну піраміду. І навіть якщо припустити, що масова комунікація стане індивідуальною (еквівалентом міжособистісної та групової), то реалізовуватиметься вона все одно за допомогою сучасних медіа, себто фактор прискорення й поширення на великі, хай і дистанційовані, спільноти, лишається незмінним. Крім того, навряд чи сучасні ЗМК здатні абсолютно знищити чи візуалізувати історично витриману майданну комунікацію на стадіонах, під час концертів тощо, бо є люди, яким та комунікація органічно потрібна, і їх багато.

Поки ми схиляємося до думки, що сучасна масова комунікація – то комунікація домінантної маси інформаційної доби, що, безумовно, впливає на обмін інформацією в середовищах інших мас, як свого часу впливала й створювала ілюзію всеохопності комунікація емоційно-інстинктивного характеру. У міру поглиблення та розгортання наукової розвідки ми, можливо, змінимо цей ярлик, але об’єкт дослідження від цього не зміниться.

Отже, масова комунікація – це зумовлений соціально-психологічними особливостями великих спільнот процес передачі інформації й підтримання контактів за допомогою каналів і передавачів – ЗМК – у вимірі всіх сфер виробництва культури.

Відповідно, маса – дуже велика (міжрасова та міжнаціональна), найчастіше дистанційна й віртуальна, спільнота індивідів із подібними статусами, цінностями, орієнтаціями, провідними регуляторами поведінки, суспільною свідомістю.

Натовп – частково деіндивідуалізована та фізично анонімна, зазвичай не дуже морально-етична масова спільнота, у якій найчастіше відсутні ролі, норми й правила, у крайньому вияві провідними регуляторами поведінки стають інстинкти, ведомі колективним несвідомим. В інтелектуальному відношенні натовп перебуває на нижчій стадії, порівняно з масою та індивідом. Натовпи представників різних націй і народів не однакові, бо на його вчинки діють ментальні темпераменти. До речі, якщо демасовізація відбудеться – натовп як реалія повинен зникнути.

Натовп у неагресивному стані можна називати юрбою.

Аудиторія – це дистанційована та опосередкована спільнота конкретного дійства чи ЗМК.

Публіка – аудиторія, що реально, а не віртуально, зібралася в один час у тому самому місці.

Спільнота – загальна назва й принагідний замінник усіх термінів, які ми тут тлумачимо в контексті розуміння мас.

1.4. Принципалітет у проєкції на функціональні моделі масової комунікації

Останнім часом відбулося багато майданних протистоянь, які суттєво вплинули на хід української та світової історій. Найактивнішими учасниками дійств укотре стали маса і її очільники. Як вислід, у наукових колах тривають дискусії про те, чи можна якось контролювати вияви масової непокори й чи не простіше, не особливо зважаючи на масу, вплинути на її вождя.

Спробуємо відслідкувати історично сформовані та описані вияви предводителів маси, а також спроєктувати їх на функціональні типи мас і моделі масової комунікації.

1.4.1. Маса як індивіди, котрі зробили своїм «Я-ідеалом» один і той самий об'єкт (Г. Ле Бон, З. Фройд)

Найраніше вождів натовпу науково описав Г. Ле Бон. Погоджуючись з усіма дослідниками свого часу, він стверджував, що очільники мас ніколи не належать до категорії мислителів (думки, як відомо, спонукають до вагань). Навпаки, це психічно неврівноважені й навіть хворі люди, позбавлені інстинкту самозбереження, хоча почасти вони відстоюють якраз не громадські, а власні інтереси. Учений поділяє цих очільників на два види: а) люди енергійні та цілеспрямовані, із вольовими якостями, які проявляються лише періодично; б) особистості з дуже стійкою та потужною волею.

Перші – сміливі, відважні, хоробрі й особливо підходять для миттєвих дій і для того, щоби рухати натовп, незважаючи на смертельну небезпеку. Однак енергія цих вождів тримається недовго та зникає разом зі збудником екстремальної ситуації. Повертаючись до звичайного життя, ці люди найчастіше стають надзвичайно пересічними. Інколи вони не здатні розв'язувати навіть повсякденні проблеми. Основна умова активності такого типу індивідів – наявність принципалітету: за їхньою спиною обов'язково має стояти людина чи ідея, яка керує ними й не дає заспокоїтися. До названого типу вожаків Г. Ле Бон відносить героїв Франції часів наполеонівських війн – Мішеля Нея, Йоахіма Мюрата та знаменитого італійського революціонера Джузеппе Гарібальді.

Друга категорія вождів (апостол Павло, Магомет, Христофор Колумб) – цілковита протилежність. Їхня воля справді залізна, а поведінка – послідовна. Жодна сила не може примусити таких вождів зупинитися, навіть якщо всі прогнозують невдачу. Інколи складається враження, що ними справді керують надприродні сили… Г. Ле Бон зазначає: «Книга, у якій розповідалося б про життя усіх великих вожаків натовпу, звісно, не містила б численних імен, однак усі ці імена стояли б на чолі найважливіших подій наших цивілізації та історії» [Ле Бон, 1995].

Ті й інші вожді мають бути колосально чарівні та буквально заворожувати натовп. Що цікаво – надзвичайна харизма здатна підтримуватися як захопленням натовпу, так і його страхом. Однак підтверджується вона лише незламністю й непереможністю героя та не залежить ні від його титулів, ні від соціального статусу. Варто вождеві зазнати найменшої поразки – і він одразу втрачає важелі тотального впливу. Роль великих предводителів мас, на думку Г. Ле Бона, – у тому, щоб примусити натовп повірити в ідею, справу чи людину. І ця віра синергетично (можна сказати – біблійно) зрушить гори.

Дещо іншої думки про вождів та натовп З. Фройд. Не важко здогадатися, що його концепція тісно пов’язана із закоханістю в предводителя. А від закоханості явно недалеко й до гіпнозу. Взаємовідповідність цих реалій очевидна: смиренна покора, ігнорування власних інтересів, некритичне ставлення до об’єкта. Гіпнотичний зв’язок утворює масу з двох осіб. «Із складної структури маси він ізолює один елемент, – а саме поведінку масового індивіда у ставленні до вождя. Цією кількісною відмінністю гіпноз відрізняється від процесу творення мас, а відсутністю безпосередніх сексуальних стремлінь – від закоханості» [Фрейд, 2008: 68]. Розмежувавши гіпноз, любов (як категорію індивідуальності) та масу, З. Фройд пропонує формулу лібідозної конструкції натовпу: «Така первісна маса є певною кількістю індивідів, котрі зробили своїм “Я-ідеалом” один і той самий об’єкт і – як наслідок – ідентифікувалися у спільному “Я”» [Фрейд, 2008: 70]. Вплив, на думку З. Фройда, у такій масу двосічний: з одного боку, спрямований на масу від вождя, з іншого – присутній і між окремими індивідами як складниками маси (це, до речі, як він вважає, – домінантна властивість і членів будь-якого суспільства). Але, щоб дійсно утворилась абсолютно керована маса, потрібно, щоб усі, крім очільника, члени спільноти були рівними (відчували однакову прихильність предводителя). Присутність інших/чужих дезорганізує натовп.

Погоджуючись із Ч. Дарвіном, класичною й витоковою масою З. Фройд називає первісну, очолювану сильним самцем орду. На його думку, оскільки в кожному індивіді збереглася первісна людина, із будь-якої маси може постати первісна орда. Отже, «ми повинні зробити висновок, що психологія маси – найдавніша психологія людства; усе, що ми, зневажаючи масу, ізолювали як психологію індивідуальності, відокремилося пізніше, поступово і, так би мовити, усе ще не зовсім, із найдавнішої масової психології» [Фрейд, 2008: 80]. Індивідуальна психологія, на думку З. Фройда, теж мала б існувати в найдавніші часи паралельно з масовою, але вона була настільки несамоцінна й несамодостатня (абсолютно залежна від волі та настрою), що не сприймалася як факт. Індивідуальною можна вважати хіба що психологію батька орди, бо, як засвідчив учений, «його "Я" було лібідозно зв'язане найменшою мірою, він не любив нікого, крім себе, а інших любив лиш тією мірою, якою вони слугували його потребам. Його "Я" не давало об'єктам жодних залишків» [Фрейд, 2008: 81]. А для того, щоб оволодіти масою, цьому вождеві, за спостереженнями З. Фройда, було потрібно небагато – усього лише мати надзвичайно загострені типові якості членів маси.

Однак індивідуальна психологія повинна б колись почати розвиватися… На думку З. Фройда, сталося це тоді, коли після вбивства батька-вождя (протестуючи супроти сексуальної стриманості та заборони інцесту) його сини не змогли цинічно пережити факт убивства й сублімували його в поклоніння тотемові. Однак стати індивідуальністю та дорости до рівня очільника їм так у реальному житті і не вдалося… Далі, як вважає батько психоаналізу, сталося ось що: «Пристрасна туга, пов'язана із втратою, спонукала окремого індивіда відокремитись від маси і подумки відновити себе в ролі батька. Той, хто зробив цей крок першим, був першим епічним поетом; він досяг цього у сфері фантазії. Поет підмінив дійсність відповідно до своєї мрії. […]. Героєм був той, хто вбив батька (у вигляді тотемного чудовиська) сам на сам. Як раніше батько був першим ідеалом хлопчика, так поет тепер створив у героєві, котрому слід замінити батька, перший "Я-ідеал". […] Таким чином міф є тим кроком, за допомогою якого окремий індивід виходить з масової психології» [Фрейд, 2008: 97–98].

1.4.2. Нівелювання етичних критеріїв власного «Я» володарів світу (Н. Макіавеллі, К. Баллестрем)

Розглядав діяння можновладців швидше з погляду природодослідника, аніж історика (без осуду й виправдань) і М. Макіавеллі: «Нехай володарі не бояться прийняти на себе звинувачення у тих вадах, без яких важко втриматися біля керма влади», – писав він, бо часто те, що виглядає як моральна вада політика, насправді приносить благополуччя та безпеку його державі. «Володар, якщо він бажає втримати підданих у покорі, не повинен рахуватися із звинуваченнями у жорстокості» [Макиавелли, 1990: 46].

Подібної думки був також автор «Моралі та політики» К. Баллестрем. На його переконання, класичні й християнські чесноти, що прославлялись у «дзеркалах князів», недоречний засіб для справжнього політика, бо навряд чи вони допоможуть досягти найвищої цілі – збереження та процвітання держави. Добро під впливом обставин може полягати в тому, щоби обманювати й карати, а не проявляти милосердя та співчуття [Баллестрем, 1991: 57].

1.4.3. Лідерство як комунікаційна ціль (М. Вебер, Р. Такер, Дж. Берне, Т. Адорно, М.-Л. Руккет)

У новій та новітній політичній літературі трапляються різноманітні класифікації лідерства. Приміром, за стилем керівництва розрізняють авторитарне й демократичне. Авторитарне лідерство передбачає одноосібний керівний вилив на основі загрози застосування сили, а демократичне дає змогу всім членам групи брати участь у формуванні мети діяльності спільноти та керівництва нею.

М. Вебер, залежно від способів легітимізації влади, виділяє три типи лідерів – традиційний, раціонально-легальний і харизматичний. В основі традиційного лідерства – віра підлеглих у те, що влада є законною, оскільки була завжди. Влада правителя пов’язана з традиційними нормами, на які він посилається. Правитель, який зневажає традиції, може втратити свою владу. Харизматичне лідерство засновується на вірі підданих у винятковий талант, дар, здібності лідера, який, на думку народу, покликаний виконувати певну, наперед визначену місію. Раціонально легальне лідерство здійснюється через демократичні процедури шляхом надання лідеру повноважень, які обмежуються законодавством і контролюються виборцями й орієнтується на ство-

рення принципово нової суспільної системи. Лідер-консерватор вважає, що існуючий суспільний лад є найраціональнішим, і прагне його зберегти та зміцнити.

Американський дослідник проблем політичного лідерства Р. Такер поділяє лідерів за мірою їх впливу на суспільство – «реальні» лідери та менеджери. «Реальні» – це лідери-герої, а менеджери – ті, хто безпосередньо майже не впливає на хід подій.

Дж. Берне виділяє лідерів-перетворювачів і лідерів-дільців. Перші діють в ім'я реалізації своїх глобальних поглядів, а другі – концентрують свою увагу на деталях, не особливо зважаючи на те, яким повинно стати суспільство в остаточному підсумку. Зазвичай, «чисті» типи лідерів трапляються рідко; у кожному з них у певних пропорціях поєднуються риси кількох різновидів очільництва. Але домінування в поведінці певних якостей дає змогу віднести їх до певного типу. Лідер повинен впливати на масу всеохопно. У цьому йому допомагають різноманітні ресурси та засоби. А власне вплив фіксується в певних нормах, правилах, знаках тощо. Лідерство передбачає не лише особистісні психологічні задатки (як вважають Е. Богардус, Ф. Гальтон), а й певні зовнішні умови, які мають ефективно впливати на предводителя (їх перевагу відзначили Р. Согділл, Т. Хілпюп). Рівновага вказаних чинників, напевно, і забезпечує успіх масової комунікації та реалізацію місій конкретних спільнот.

Е. Фром і Т. Адорно теж вважали, що для окремих індивідів владність – інстинктивна потреба. Така потреба втілюється в необмежений авторитаризм. Однак лише за певних умов, коли спільнота відчайдушно шукає вождя.

Наш сучасник М. Л. Руккет виокремлює предводителя як окрему роль учасника масовокомунікаційних процесів. Він визначає три лики мас, котрі є не властивістю окремого індивіда, а чимось на кшталт складників ідеальної людини (навіть одиниці як безликого складника) маси. Перший лик – громадянин. Ідеться про особу, якості котрої абсолютно визначені владою: ця людина має бути активним членом суспільства. Загалом громадянин – категорія зрівняльна, нею величають усіх учасників чогось, найчастіше в часи бунтів, революцій тощо. Так, в епоху Великої французької революції (1789–1799) усіх називали громадянами, під час Великої жовтневої соціалістичної революції – товаришами. То були статуси, якими маркувались усі, незалежно від віку, професії, освіти, соціального статусу, території проживання та ін.

Отже, прагнення до рівності вважалося провідним стремлінням усіх членів суспільства. Сьогодні, на відміну від часів популярності соціалізму, громадянство – форма демократичного правління. Громадян найчастіше закликають проявити себе під час виборів. Громадянам навіюють, наче вони мають неабиякий особистий вплив на хід політичних процесів. Насправді ж пропоноване громадянство має лише право на середньостатистичну безликість, котра дійсно вагомо впливає на результати виборів, але лише тоді, коли кожен зокрема не відрізняється від ідеологічної громадянської єдності. Численні опитування засвідчують: переважна частина електорату вкрай не поінформована й голосує не від власного імені, а так, як люди (під людьми маються на увазі всі пересічні та законослухняні громадяни суспільства).

Друга іпостась маси – робітник. Усі масові суспільства XX ст. величали саме його та іконографічні продукти робітничого виробництва: заводи, машини, станки. Економіка як усепоглинаючий базис буквально зводилася на трон. Найважливішим вважалося, що робітник виробляє, скільки заробляє, що купує. Робітники диктували найголовніші запити суспільства, мали свої ЗМІ та провідні інституції. У робітників усе мало одне обличчя. І хоча час пролетарських революцій минув, іпостась робітника лишилась актуальною й найбільш споживаною й до наших днів. Він і зараз ключовий продукор і споживач матеріальних та культурних цінностей.

І третій вияв маси – вожак. Його основна місія – безкомпромісна відданість ідеї. На підтвердження думки М. Л. Руккет цитує А. Гітлера: «Необхідною умовою існування будь-якої організації є те, що індивід відмовляється відстоювати власну думку та захищати власні інтереси і приносить їх у жертву заради спільного» [Руккет, 2010: 59]. Згадується девіз СС: «Моя честь – у моїй вірності». У тоталітарних державах вожак водночас стає ідеальним громадянином. Оскільки вожак – носій інструментальної істини, його діяльність супроводжується обрядами та ритуалами.

Поділяючи маси на природну й штучну, сучасний теоретик масової комунікації В. Різун зазначає, що першою категорією мас керують висуванці самої маси, котрі повністю відповідають їхнім потребам, уявленням та емоціям. Керівник штучних мас – «це лідер, вожак, авторитет, “гіпнотизер”. Але лідер маси – то не просто особа, то міфологізована постать, “ідеальний батько, друг, керівник”. Члени штучної маси часто самі навіюють собі уявлення про зразкову людину,

приписуючи їй те, що вони хочуть бачити в лідерові. Для створення штучної маси використовуються активні чинники (чиєсь бажання запалювати, навіювати, переконувати)» [Різун, 2008: 73]. Як бачимо, описи різні… Складається враження, що йдеться про очільників дуже неподібних мас. Однак спробуємо їх виокремити.

1.4.4. Принципалітет супермаси інформаційної доби

Масова комунікація, як ми вже відслідкували, майже завжди вважалася втіленням низової культури й, відповідно, низької якості. Утім, будучи складником комунікаційної піраміди, у якій представлені всі рівні комунікації (внутрішньособистісний, міжособистісний, внутрігруповий, міжгруповий, інституційний), вона єдина відпрезентована тільки негативним зрізом. Ми ж з'ясували, що маси та їх комунікація чотирикомпонентні.

Найпростіше визначити типи вождівства всіх наявних мас, звернувши увагу на базові моделі масової комунікації, яких, як ми теж уже визначили, є теж чотири: трансмісії, ритуалу, привернення уваги (експресивна), рецепції. Неозброєним оком видно, що майже всі представники класичних теорій аналізували комунікацію за експресивною моделлю. Цю комунікацію презентує відповідна маса. За Г. Ле Боном, то ситуативна, гетерогенна, неструктурована, неорганізована та ірраціональна єдність людей, яка формується щоразу як новий соціальний суб'єкт під впливом масового настрою. Експресивні маси очолює й веде в потрібному напрямку класичний – у найдавнішому розумінні – лідер, якого описували Г. Ле Бон та З. Фройд. Охарактеризована маса і її модель виникли найдавніше – на зорі цивілізацій та культур, коли людина не відокремилася від тваринного світу й, ще не маючи високих індивідуальних запитів, активно задовольняла органічні потреби першої необхідності. Відповідно, обмін інформацією відбувався з метою репродукції та харчування. Таке бачення масової комунікації, як відомо, стало освяченим традиціями каноном. Але ще самі класики зауважували, що аналіз вибірковий. «Нашим викладом ми констатуємо лиш те, чим може бути натовп, а не те, чим від буває повсякчас» [Лебон, 1995].

Окрім привернення уваги, за нашими попередніми визначеннями, існують ще ритуальна, трансмісійна та рецептивна моделі. Ритуальна дає уявлення про масову комунікацію як царину циркулювання спільних цінностей (звідси – стереотипна кодифікація, авторитарне маркування, зв'язок із релігіями). У царині реалізації моделі ритуалу

абсолютно не важливо привертати увагу. Зосередженість та уважність членів спільноти й так гарантовано, оскільки йдеться про найвищі цінності та віру. Однак абсолютно непотрібними стають і розуміння та обмін думками, бо все сприймається як канон. На нашу думку, очільників саме цієї маси описали М. Руккет, Е. Фром, М. Вебер і частково – М. Макіавеллі та К. Белестрем.

Трансмісійна модель чимось подібна до ритуальної. На появу цієї моделі суттєво вплинула теорія інформатики (тому трансмісія, як уже відомо, спершу застосовувалась у технічних системах). Однак на основі незворушної технічної «конструкції» почали з'являтися й соціалізовані еквіваленти, зокрема модель С. Чакотіна (усесильної пропаганди), яку вже теж можна вважати класикою жанру, оскільки людина тут, у контексті фашистських і радянських учень, перетворюється на пристрій (гвинтик та коліщатко ідеологічних систем) і геть позбавлена можливості не те що мислити, а й критично сприймати. Вождів окресленої маси охарактеризували Т. Адорно, Дж. Берне, М. Макіавеллі, К. Белестрем та ін.

Але, якщо ритуальне й трансмісійне вождівство ще якось більшменш відповідають уявленням класиків, то останній вияв – рецептивне – абсолютно випадає з усталених парадигм, адже воно презентує комунікацію як багатовекторну діалогічну структуру, що є, як відомо, перекладом із мови «я» на мову «ти» (за Ю. Лотманом). Оскільки монологічна структура не здатна виробляти принципово нових повідомлень, то саме велика кількість контактів між комунікаторами – основа для формування оригінальної інформації й поглядів на речі. Загалом, на думку творців рецептивної моделі, якісна комунікація відбувається як «обтесування каміння»: після різноманітних модифікацій, повідомлення, «очистившись», стають точнішими й зрозумілішими. Таку комунікацію «лебонівська» маса, звісно, здійснювати не може. На подібне здатна лише її абсолютна протилежність. І якщо перша маса інстинктивна, експресивна, безособистісна, неконтрольована й т. ін., то опозиційна має бути організованою, структурованою, послідовною, неекспресивною, логічною, безпристрасною, об'єктивною. Яким же постане предводитель цієї маси?

Ідеально це мав би бути геній логічного мислення, бо домінанта обсягів комунікації цієї маси, як ми вже змогли пересвідчитися, – наукова-популярна та ускладнена художня літератури, документалістика, кіно, інформаційна й аналітична журналістика. У давніші часи раціонально комунікували секретні культурні, політичні та релігійні

організації. Щоправда, ці об'єднання дуже важко було назвати масами в аспектах будь-яких потрактувань, оскільки йдеться про мислителів, які надзвичайно рідко безпосередньо виходили на майдани й ставали учасниками всеохопних дійств. Однак сьогодні в цей кастовий перелік потрапляють і «пересічні» раціонали на кшталт численних представників ІТ-технологій тощо. Це саме та спільнота комунікаторів, котра вибудовує схеми, теорії, концепції, алгоритми, програми та спонукає інших до радикальних змін. «Поле» її діяльності – ноосфера, світоглядна позиція – раціоналізм: уявлення про розум і знання як найвищу цінність. Усю інформацію маса сприймає критично. Вона зовсім не нагадує свою «лебонівську» протилежність, котра поставала як новий, позбавлений індивідуальних рис, організм. Раціомаса – сума індивідуальностей, які працюють окремо, але як злагоджена об'єднана невидимими зв'язками система.

Ще в інтерпретації З. Фройда поняття лідера було дуже широке. Очільником маси, на його думку, може бути як конкретна особа, так і символічна (приміром Месія), або й навіть просто ідея – заклик до чогось. Отже, маса здатна бути ведомою і кимось, і чимось. Однак додатково психоаналітик зазначає, що риси ослаблення інтелектуальної діяльності, нестримність афектів, відсутність помірності та відтермінувань, здатність до переходу всіх меж у вираженні почуттів й до абсолютного відводу емоційної енергії через дії дає картину безумовного регресу психічної діяльності до більш раннього рівня. Такий регрес властивий особливо для сутності звичайних мас, у той час як у мас високоорганізованих, штучних ця регресія може затримуватися [Фрейд, 2008: 72]. На нашу думку, у раціонально маркованих мас регрес не просто гальмується. Його, вочевидь, узагалі немає, бо ця розпорошена маса абсолютно не знищує індивідуальність своїх «складників», котрі за будь-яких умов зберігають цілісність і самодостатність. Але як маса вони справді об'єднуються, однак не довкола вождів, а в аспекті спільних цінностей: ідей прогресу, гносеології тощо. Саме ця маса домінує в сучасному інформаційному просторі.

Отже, розширивши розуміння маси до певних спільнот та звільнивши його від значення переважно збіговиська, ми пропонуємо вважати, що маси можуть об'єднуватися довкола різних вождів, залежно від власного психотипу й визначальної моделі комунікації: експресивної, трансмісійної, ритуальної та рецептивної. Остання модель комунікації найскладніша. Її суб'єкти об'єднуються довкола ідей, а не предводителів.

«Ісус сказав: Людина подібна до мудрого рибалки, який кинув сіть у море. Він витяг її з моря, повну малих риб; серед них мудрий рибалка знайшов велику (і) хорошу рибу. Він викинув усіх малих риб у море, він без зусиль вибрав велику рибу. Той, хто має вуха слухати, хай чує».

(Євангеліє від Хоми)

РОЗДІЛ 2
РАЦІОНАЛІЗМ У СИСТЕМІ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

2.1. Масовокомунікаційні складники теорій класичного та новітнього раціоналізму

Отож, за нашими підтвердженими спостереженнями, упродовж історії людства в ідентифікації та вивченні мас виокремилося два шляхи: один засвідчив негативний погляд на масу, як на щось переважно деструктивне, позбавлене індивідуальності й елементарних здатностей логічного мислення, інший – навпаки, пропонував не ігнорувати та не відкидати факту можливих особистісних і раціональних складників масовокомунікаційної діяльності.

Як ми вже пересвідчилися, перший погляд запропонував Г. Ле Бон. Він описав психологію експресивних мас й окреслив способи боротьби з цією жахливою реалією. Усі послідовники вченого: В. Вундт, В. Райх, Х. Ортега-і-Гассет, уключаючи З. Фройда та наших сучасників В. Ольшанського, В. Різуна й ін., – пішли протореним шляхом. Але, як відомо, будь-яка добротна теорія приховує у собі небезпеку: чим більший розголос вона має, тим більше люди їй вірять.

Другий шлях, який почав окреслюватися пізніше, не має чіткого контуру та вектора й досі. Однак пам'ятаємо, що на можливість інших концептуальних підходів до вивчення мас натякав уже той самий Г. Ле Бон. Заздалегідь обмежившись крайнім виявом маси, він зауважив, що до неї можуть потрапити й люди з достатньо яскраво вираженою індивідуальністю, котрі не піддаються жодним впливам. Проте, на думку вченого, їх надто мало; і найбільше, що здатні зробити такі особистості, – це відволікти натовп від кривавих сутичок шляхом навіювання. А ще, за переконанням вченого, незважаючи на відсутність інтелектуального потенціалу, натовп може бути як гіршим, так і кращим від ізольованого індивіда, залежно від того, кому й чому він кориться.

Уже в класичних теоріях нас зацікавили аспекти, які, на жаль, не стали хрестоматійними. По-перше, самі вчені натякають, що, крім останнього вияву, конденсат мас, напевно, ще якісь (отже, імовірна градація та класифікація); по-друге, вони зазначають, що вчинки мас бувають різними: і позитивними, і негативними (однак наголошу-

ють, що відбувається це не завдяки перевазі складників маси якогось типу, а через вплив окремої особистості); по-третє, натякають на те, що на вчинки натовпу має вплив не лише несвідоме, а й позасвідоме (категорія, яка завжди вважалася властивістю індивідуальної, а не групової чи, тим паче, масової психології). Ось одне з цікавих зауважень Ле Бона: «Для того, щоб з випадково скупчених членів людського натовпу сформувалося щось на кшталт маси у психологічному розумінні, необхідна умова, щоб ці окремі складники мали щось спільне: зацікавленість спільним об'єктом, аналогічну душевну спрямованість і, – як вислід – певну міру здатності взаємовпливу. Чим сильніша ця духовна єдність, тим простіше формується маса» [Ле Бон, 1995].

Цілком уявляв собі варіант високоорганізованої маси й З. Фройд, покликаючись на англо-американського психолога В. Мак-Дугалла. Він нараховує п'ять умов підняття душевного життя маси на високий рівень. Перша – певна міра постійності складу маси; друга – щоб окрема людина поділяла її цінності; третя – щоб маса вступала в контакт із собі подібними спільнотами; четверта – наявність спільних традицій, звичаїв, обрядів; п'ята – присутність різних статусів та соціальної градації. «Мені здається, – зазначає З. Фройд, – що умови, які Мак-Дугалл називає "організацією" маси, ґрунтовніше можна було б описати інакше. Завдання полягає в тому, щоб надати масі саме тих якостей, які були притаманні окремому індивідові і притумилися після його потрапляння в масу» [Фрейд, 2008: 30]. Отож навіть класики теорій мас ставили під сумнів домінантні аспекти власних напрацювань і зазаохочували до опозиційних досліджень.

Однак тривалий час теоретики не зважувалися фіксувати якийсь більш-менш позитивний вияв великих спільнот, бо міркування про маси викликали поширений дискомфорт, від якого усі завчасу захищалися. Але розвиток насилля у великих містах, поширення етнічних конфліктів, поява політичної апатії, надзвичайно схожі до релігійних церемоній концерти перед величезними натовпами, «хулігани» на стадіонах та безліч інших подібних явищ стимулюють інтерес до проблем колективної психології (С. Масковічі). Як і факти глобального сподвижництва та позитивних впливів мас під час воєн і революцій XXI ст. У будь-якому випадку усе це продукує набагато страшніші наслідки, ніж «вади» у царині індивідуальної психології. Отже, для стабілізації повсякденного життя набагато суттєвіше протистояти цим

руйнівним/рятівним наслідкам, аніж індивідуально-психічним хворобам.

Що маси модифікуються та градуються, ми вже пересвідчилися. Залишилося з'ясувати, чи присутній у їх психології й діяльності якийсь витоково-базовий різновид раціо (бо на рівні світомості він таки є, до того ж – із погляду філософії XX–XXI ст. – в усіх категорій мас).

2.1.1. Гностичне Євангеліє від Хоми як прототип творення Ноосфери

Оскільки масова комунікація та її основні джерела, моделі й стратегії формувалися в епоху Середньовіччя, то витоки раціоналістичного її вияву, із приводу наявності якого й досі тривають дискусії в колах теоретиків комунікації, філософів, культурологів тощо, безумовно, слід шукати теж там. І це, звісно, мають бути пам'ятки саме релігійного походження, що укладалися як рукописні свідчення. Зважаючи на те, що масова комунікація адаптувалася через ритуальну модель, відшукати її раціональне першоджерело непросто, але можливо, бо довкола такого джерела мала би тривати дискусія, пов'язана з проблемою неканонічності сприймань. Отже, фіксувати витоки цієї комунікації слід серед апокрифів, які могли претендувати на канон і, на нашу думку, саме завдяки своєму раціональному первню.

Припускаємо, що таким джерелом було п'яте Євангеліє – гностична священна книга, начебто авторства апостола Хоми. Навіть якщо зазначеного автора не існувало, як вважає більшість науковців, то причетність до гностичних ідей усе одно маркує це джерело як явище витокового раціоналізму. Саме аналіз цього тексту, у порівнянні з біблійними канонами, має переконливо довести, що розум – основа самоусвідомлення, пізнання й діяльності масової спільноти, якій адресоване п'яте Євангеліє. А це дасть підстави стверджувати, що масова комунікація може відбуватися за складними рецептивними моделями.

Твір обіцяє єдино правильний виклад учення Месії й пропонує відповіді на численні вічні питання, які стосуються розвитку християнства та гностицизму. Євангеліє вважається перекладом із грецької на саїдський діалект копської мови. У порівнянні з іншими подібними пам'ятками, ця збереглася найкраще.

Євангеліє від Хоми чимось нагадує книги постмодерної доби: зовні воно чи не найпростіше з усіх інших канонів та апокрифів, але внутрішньо дуже ускладнене й зашифроване. Найважливіша ідея-спонука апокрифа – пошуки. Образи та поняття автор не винаходить, вони відомі всім із попередніх євангелій, але саме цими «усталеними фігурами» він наче «грає» у своєрідні «шахи»: укладає інший зміст, пропонує нові вирішення, створює оригінальні картини. Дякі теми повторюються й усередині тексту, але щоразу під іншим кутом зору. Це Євангеліє часто порівнюють із сократичними діалогами, які теж дають уявлення не про вислід, а про сам процес (та й ґрунтується воно начебто на бесідах Месії з реципієнтами).

У вступі засвідчується одна з найголовніших проблем Євангелія – тема життя-смерті. Автор відразу акцентує, що вона суто герменевтична: пов'язана з розшифруваннями й тлумаченням «таємних слів», які сказав Ісус і записав Дадим Іуда Хома. І вже в першій главі закликає до пошуків, завершенням яких має стати специфічний стан людини, котра, урешті, усвідомила те, що дуже довго шукала й завдяки чому заволодіє всім: «… і, коли він знайде, він буде вражений, і, якщо він вразиться, то здивується, і він буде царювати над усім» [Апокрифы, 1889: 250].

Ключовий композиційно-стилістичний прийом автора – поєднання двох парних тверджень, які передбачають «плюс-мінус»: правильну й хибну відповіді. 11-те висловлювання наче суперечить 7-му, де допускається перетворення живого в мертве: «7. Ісус сказав: блаженний той лев, якого з'їсть людина, і лев стане людиною. І проклята та людина, яку з'їсть лев, і лев стане людиною» [Апокрифы, 1889: 250], але насправді суперечностей тут немає, бо в 7-му твердженні мається на увазі метафоричний стан пізнання: засвоєння мертвого живим, а в 11-му й, до речі, у 12-му протиставлені два стани: один, при якому можливе перетворення мертвого в живе, інший – «якщо ти у світлі», то докладати зусилля для перетворення мертвого в живе не потрібно, адже якщо людина «у світлі» – то вона вічно живий володар найвищого знання. Перетворення мертвого в живе власне і означає знання. («11. Ісус сказав: Це небо мине, і те, що над ним, мине, і ті, котрі мертві, не живі, і ті, котрі живі, не помруть. 12. У (ті) дні ви їли мертве, ви робили його живим. Коли ви будете у світлі, що ви будете робити» [Апокрифы, 1889: 251]).

12-те твердження найяскравіше засвідчує принцип паралелізму та внутрішньої опозиції: у першій його частині передбачається негативна відповідь, а в другій – позитивна. Ідеться про стан опозиційної роздвоєності, який мусить побороти людина, котра пізнає. Цей самий принцип спостерігаємо й у четвертому твердженні: «4. Ісус сказав: Стара людина у свої дні не гайнується спитати малу дитину семи днів про місце життя, і вона буде жити. Бо багато перших будуть останніми, і вони стануть одним» [Апокрифы, 1889: 250].

Бінарність в апокрифі наскрізна. «З одного боку, ідеться про зміни, час, множинність, з іншого – множинність перетворюється у єдність, час зводиться до вічності. Це засвідчується взаємопов'язаністю образів, понять, опозицій, тому в плані часу і множинності з'являються міфи про дух, світло, які уярмлені в людині, і гнозис, котрий їх звільняє. У вимірі єдності й вічності і гностик, і гнозис, Ісус, і Батько – одне й те ж» [Апокрифы, 1889: 231]. Постійні переходи від протиставлень до ототожнень покликані застерігати від поспішних резюмувань й акцентувати спрямування на пошуки. До речі, зміст деяких висловлювань – ускладнена загадка, вони й досі ніяк не інтерпретуються, бо нікому із сучасників не зрозумілі. Так, учені, навіть релігієзнавці, уникають будь-яких тлумачень 35-го вислову: «35. Ісус сказав: Там, де три боги, там боги. Там, де два чи один, я з ним» [Апокрифы, 1889: 254].

Проблема знань ніби змагається з темою місії Ісуса. Автор постійно говорить про незламність істинного знання та його обов'язкове поширення, тлумачить поняття істинного знання та оманливого: «44. Ісус сказав: фарисеї і книжники взяли ключі від знання. Вони сховали їх і не увійшли, і не дозволили тим, котрі хочуть увійти. Ви ж будьте мудрими, наче змії, і чистими, як голуби. 45. Ісус сказав: Виноградна лоза була посаджена без отця, і вона не закріпилась. Її викорчують, (і) вона згине» [Апокрифы, 1889: 255]. Тема знань, які дарують вічність, звучить у твердженні: «5. Ісус сказав: Пізнай те, що перед обличчям твоїм, і те, що приховане від тебе. Бо немає нічого таємного, що не стане явним» [Апокрифы, 1889: 250]. Останнє речення про відсутність таємного, яке стане явним, можна вважати ключовими словами Євангелія.

Поряд зі шляхом пізнання, який має пройти людина, автор часто звертає увагу на активну роль посвяченого, зауважує: «Я не твій повелитель», – і дає уявлення про особливе пізнання – самопізнання,

яке начебто дозволяє стати органічною частиною цілісності. Замість виконання звичних обрядів (посту, молитви, роздавання милостині) у Євангелії пропонується відректися від брехні й насилля над самим собою, акцентуються саморозкриття та самоствердження.

Вибраність у Євангелії тлумачиться не як дарунок, а як вислід внутрішніх зусиль людини. Тема духовності через знання теж стала ключовою. Як «царювання», так і «спокій» мають безпосередній стосунок до процесу пізнання: «117. Учні його сказали йому: В який день царювання приходить? (Ісус сказав): Воно не приходить, коли очікують, Не скажуть: Ось, тут! – або: Он, там! Але царювання Отця поширюється землею, і люди не бачать його» [Апокрифы, 1889: 262].

Усі таємниці сплітаються з інтерпретацією вчення, яке, на глибоке переконання євангеліста, несумісне зі звичними уявленнями: «80. Ісус сказав: Царство нагадує отовареного торгівця, який відшукав перлину. Цей торгівець мудрий: він продав товари (і) купив собі одну перлину. Ви також – шукайте його скарб, який не гине, котрий лишається там, куди не проникає міль, щоб з'їсти, і (де) не губить черв» [Апокрифы, 1889: 259]. Ісус, в інтерпретації Хоми, часто звертається до інакомовної форми й попереджує слухачів, щоб зосередили увагу не на зовнішніх моментах, а на суті: «36. Ісус сказав: Немає пророка, якого приймають у власному поселенні. Не лікує лікар тих, котрі знають його» [Апокрифы, 1889: 254]. Тільки адекватне розуміння та пізнання, на думку Хоми, забезпечує перехід з одного стану в інший.

Традиційні притчі, які вже стали усталеними філософськими афоризмами, теж інтерпретуються, за апокрифом, своєрідно. Ось наче запозичене з канонів восьме твердження: «Ісус сказав: Людина подібна до мудрого рибалки, який кинув сіть у море. Він витяг її з моря, повну малих риб; серед них мудрий рибалка знайшов велику (і) хорошу рибу. Він викинув усіх малих риб у море, він без зусиль вибрав велику рибу. Той, хто має вуха слухати, хай чує» [Апокрифы, 1889: 250–251]. А так звучить дев'яте твердження (уже впізнаване з теорій філософії комунікації): «9. Ісус сказав: Ось сіяч вийшов, він наповнив свою руку, він кинув (насіння). І деяке впало на дорогу, прилетіли птахи і поклювали його. Інше впало на камінь, і не пустило коріння в землю, і не послало колоса в небо. І інше впало у терня, воно заглушило насіння, і черв з'їв його. І деяке впало на добру землю і дало добрий плід у небо. Це принесло шістдесят мір на одну і сто двадцять мір на одну» [Апокрифы, 1889: 251].

Обидві притчі ми записали дослівно, аби засвідчити, що вони ідентичні синоптичним (від Матвія 13:1–23 та від Марка 4:1–20.), однак їхня мораль, в інтерпретації Хоми, інша: притча про розумного рибалку має на увазі того, хто обирає шлях пізнання. Притча про сіяча теж проєктує образ людини, яка рятується й отримує вічність завдяки знанню.

Поняття спокути пов'язується не з постом, молитвою, милостинею, а з недооцінкою духовного життя: «Ісус сказав: Якщо ви поститесь, ви зароджуєте в собі гріх, і, якщо ви молитесь, вас осудять, і, якщо ви подаєте милостиню, ви шкодите вашому духу. І якщо ви приходите у якусь землю і йдете в поселення, якщо вас приймуть, їжте те, що вам виставлять. Тих, котрі серед них хворі, лікуйте. Бо те, що увійде у ваші уста, не осквернить вас, але те, що виходить з ваших уст, це вас осквернить» [Апокрифы, 1889: 251–252].

На підтвердження основного спрямування – пошуку Євангеліє дає абсолютну свободу – допускає безліч інтерпретацій. І як вважають учені, справа не лише в тому, що остаточного судження не може бути через невловимість міркувань автора, а в тому, що тип мислення, закладений в апокриф, передбачає свободу особистої фантазії сприймача, котрий стає співавтором й уявно доповнює недомовлене. Однак цілісність пам'ятки все ж визначає межі допустимих тлумачень: жодна асоціація не виключає іншої, оскільки обидві мають стосунок до значень одного порядку, об'єднаних концепцією раціонального сприймання [Апокрифы, 1889: 230].

Апостол градує форми знання, які відповідають різним об'єктам. Вихідна, або перша форма, на думку Хоми, найпростіша. Про неї йдеться у твердженні вісімдесят вісім: «88. Ісус сказав: Коли ви бачите вашу подобу, ви радієте. Але коли ви бачите ваші образи, які утворилися до нас, – вони не помирають і не являються – наскільки велике ви стерпите» [Апокрифы, 1889: 259]. Від цієї «подоби», що стосується бачення матеріальної оболонки, відрізняються «образи», які, за словами автора «утворилися до нас» та «не помирають і не являються». У попередньому твердженні наголошується: «87. Ісус сказав: Образи являються людині, і світло, яке є в них, приховане. В образі світла Отця воно (світло) відкриється, і його образ прихований через його світло» [Апокрифы, 1889: 259]. Отже, порівняно з баченням подоби, «образи» – то вища форма пізнання, але їх світло невидиме для пізнавачів другого рівня. Проте існує остання форма пізнання – одкровення,

через яке, як прозвучало у твердженні вісімдесят сім, «в образі світла Отця воно (світло) відкриється». Окреслені форми пізнання можна вважати етапами утворення нового стану людини: той, хто досяг третього рівня пізнання світу, піднімається над світом.

В апокрифі протиставляється також віра, яка потребує зовнішніх доказів, якісно іншому типові пізнання: «95. Вони сказали йому: «Поясни нам, хто ти, щоб ми повірили в тебе. Він сказав їм: Ви випробовуєте обличчя неба і землі; і того, хто (що?) перед вами, – ви не пізнали його; і в цей час – ви не знаєте, (як) випробувати його» [Апокрифы, 1889: 260]. Увесь час євангеліст наголошує, що проголошуване знання має відповідати пошукам слухачів, і що в духовній сфері діють інші, ніж у звичайному житті, настанови: «98. Ісус сказав: Той, хто шукає, знайде, [і той, хто стукає], йому відкриють. 99. … Якщо у вас є гроші, не давайте у ріст, але дайте… від кого ви не візьмете їх» [Апокрифы, 1889: 260]. Ключові слова Євангелія: шукайте, знайдете, хто шукає, той знайде, беріть, знайдіть…

Оскільки найбільший скарб – знання, то він не дається просто так, наче дарунок, його слід відшукати й усвідомити себе шукачем. Тому Царство належить тим, хто знайшов самого себе («115. Ісус сказав: Небеса, як і земля, згорнуться перед вами, і той, хто живий від живого, не побачить смерті. Бо (?) Ісус сказав: Той, хто знайшов самого себе, – світ не вартий його» [Апокрифы, 1889: 262]).

Стильову єдність пам’ятки визначають повторювані художньо-комунікаційні прийоми; принцип опозиції, за допомогою якого вибудовуються та поєднуються висловлювання; визначна послідовність, що є основою передачі сенсу тверджень. На відміну від синоптичних євангелій і канону Іоанна, Євангеліє від Хоми не містить історії життя Месії. Увесь текст присвячений тлумаченню вчення…

Незважаючи на проєктивну подібність до синоптичних євангелій, майже повний новозаповітний текстовий паралелізм і претензію на канон, Євангеліє від Хоми після тривалих дискусій таки заборонили, чого й варто було очікувати, адже концепція пам’ятки єретична. У канонічних євангеліях, на думку релігієзнавців, присутні три ідейні основи-вчення: про володарювання Бога, про любов до Бога та ближніх, про прощення гріхів; у тексті апостола Хоми інші акценти: єдине духовне начало, розрізнення станів; самопізнання як шлях до спасіння.

А тепер схематично розглянемо канонічні тлумачення розуму й раціональних засад сприймання, аби пересвідчитися, що вони не

претендують на витоки раціоналізму в масовій комунікації. У біблійному збірнику текстів, які є священними для іудеїв і християн, слово «розум», як зазначає Симфонія для Біблії [Симфония для Библии], трапляється 34 рази: 32 – у Старому Заповіті й усього двічі – у Новому.

У завершенні першого новозаповітного соборного послання від Іоана зазначено: «Ми знаємо, що Син Божий прийшов і розум нам дав, щоб пізнати Правдивого, і щоб бути в правдивому Сині Його, Ісусі Христі. Він – Бог правдивий і вічне життя» [1 Ів. 5:20]! Тут цілком позитивний підхід. Він навіть чимось нагадує позицію аналізованого нами апокрифа. Але не забуваймо, що згадка про розум у тексті Іоана всього одна. У його ж таки Євангеліє (яке, до речі, не вважається синоптичним) нічого подібного не потрапило.

Другий канонічний вихід на розум відслідковуємо в першому посланні коринфянам апостола Павла: «Бо написано: “Я погублю мудрість премудрих, а розум розумних відкину!” Де мудрий? Де книжник? Де дослідувач віку цього? Хіба Бог мудрість світу цього не змінив на глупоту? Через те ж, що світ мудрістю не зрозумів Бога в мудрості Божій, то Богові вгодно було спасти віруючих через дурість проповіді. Бо й юдеї жадають ознак, і греки пошукують мудрости, а ми проповідуємо Христа розп’ятого, – для юдеїв згіршення, а для греків безумство…» [1 Кор. 1:19–23].

Ми навіть не беремося достеменно й однозначно тлумачити цей текст, адже тут явно проглядаються негативні конотації розуму… Хоча фраза «спасти віруючих через дурість проповіді» натякає на парадоксальний підхід…

Старий Заповіт, якщо можна так сказати, більш раціональний. 14 із 32 спогадів про розум тут засвідчені в Соломонових притчах. Найяскравіші з них такі: «… бо Господь дає мудрість, з Його уст – знання й розум» [Притч 2:6]! «Я мудрість, живу разом з розумом, і знаходжу пізнання розважне» [Притч 8:12]. «В мене рада й оглядність, я розум, і сила в мене. Мною царюють царі, а законодавці права справедливі встановлюють» [Притч 8:14–15]. «Розум – джерело життя власникові його, а картання безумних – глупота. Серце мудрого чинить розумними уста його, і на уста його прибавляє навчання» [Притч 16:23–24]. Як бачимо, конотації розуму тут дуже обнадійливі.

Старозаповітна Книга Еклезіаста теж пропонує щось подібне: «Звернувся я серцем своїм, щоб пізнати й розвідати, та шукати премудрість і розум, та, щоб пізнати, що безбожність – глупота, а нерозум

– безумство» [Екл 7:25], як і П'ята книга Мойсея: «Бережіть та виконуйте їх (настанови та закони – *О. К.*), бо це мудрість ваша та ваш розум на очах народів, що вислухають усіх постанов тих та й скажуть: Тільки він мудрий та розумний народ, цей великий люд» [5 М 4:6] та Перша книга царів: «І дав Бог Соломонові дуже багато мудрості та розуму, як піску, що на березі моря» [1 Цар 5:9].

Отже, спільний для іудеїв та християн (і мусульман?) канон набагато прихильніший до прославлення розуму та мислення, аніж власне християнський Новий Заповіт.

Загалом, як зазначено в «Симфонії для Біблії», крім уживання лексеми «розум», канон містить 537 близьких і похідних слів і різних відмінкових форм цього поняття: розуміє, розумієте, розумійте, розумний, розумом, знання, знати, знаючи тощо.

Щоб не бути голослівними, наведемо окремі приклади. У Посланні апостола Павла до римлян зазначено: «А що вони не вважали за потрібне мати Бога в пізнанні, видав їх Бог на розум перевернений, – щоб чинили непристойне» [Рим. 1:28]. Послання того ж апостола, але до Ефесян, гласить: «Отже, говорю я це й свідкую в Господі, щоб ви більше не поводилися, як поводяться погани в марноті свого розуму, – вони запаморочені розумом, відчужені від життя Божого за неуцтво, що в них, за стверділість їхніх сердець» [Еф 4:17–18]. А от у книзі Йова маємо конфлікт перекладів. Російський варіант пропонує таку інтерпретацію: «Стой и разумевай чудне дела Божии» [Иов 37:14]. В українському ж перекладі це звучить інакше: «Бери, Йове, оце до ушей, уставай і розваж Божі чуда» [Йов 37:14]. Із цього можна резюмувати, що не всі згадування про розумову діяльність засвідчені у священних текстах безпосередньо.

Однак серед зафіксованих пальму першості слід віддати антонімічному виразу «не знаю» (131 згадування), далі слідують «знаючи» (56), «знати» (56), знають (49). Найчастіше еквіваленти розуму та знань фігурують у Старому Заповіті. Новий Заповіт переважно негативно маркує розум і мислення, протиставляючи йому віру. Насамкінець найважливіше: якщо вірити «Симфонії для Біблії», ніяке з чотирьох канонічних Євангелій жодного разу не згадує ні розум, ні його прототипи…

Простота, скромність, середньостатистичність, якщо доречно так мислити, канону (хоч Нового Заповіту в сучасному стані тоді ще не було) не імпонувала багатьом християнським спільнотам, передусім

гностикам (від гр. γνώσις: знання, пізнання, пізнавання), котрі намагалися поєднати ідеї християнської релігії з міфологією та філософією еллінізму. Тому гностичні течії використовували здебільшого постулати Старого Заповіту (хоча сам Заповіт заперечували, як і староєврейського Бога), ранньохристиянські та філософські східні пам'ятки й – головним чином – апокрифи (приміром Євангеліє від Пилипа, Євангеліє Істини), серед яких пальму першості, на наше переконання, слід віддати саме Євангелію від Хоми як показовому втіленню раціовільнодумства.

Окрім прихильників «невірного» апостола, існували апологети змія. Того самого, «котрий, за Біблією, підступно змусив Єву з'їсти заборонений плід із дерева пізнання». «Члени тієї секти вважали, що саме змій і є носієм істинного знання» [Свенцицкая, 1987]. Існували й радикальніші спільноти, які намагалися логічно реабілітувати Каїна, Магдалину, Юду. Були й різні засновники гностичних сект (і не тільки серед християн). Їхнє вчення, звісно, відрізнялися. Єдине, що об'єднувало всіх – це звернення до незримих сутностей та пошук порятунку за посередництвом розуму/одкровення-знання.

На противагу Богові ортодоксальних християн, якого вони називали деміургом – недосконалим і несправедливим (інакше – чому у світі стільки зла?), гностики уводять поняття Плероми – сукупності духовних сутностй/еонів, начебто посланих на землю для того, аби людство повернуло собі втрачене знання/гнозис та приєдналося до Плероми. «Пізнання для гностиків було не раціональним, а інтуїтивним. Своєрідним осяянням». Як вислід – вони писали твори не для того, щоб передати достовірну інформацію, а щоб «осяянні Світлом» трактували все своєрідно, відкриваючи багатопластові таємниці.

Саме в організаціях гностиків з'явилися таємні писання, в універсальному розумінні цього слова, – письмена для обраних. «Однак ідея гностичної вибраності була далека й незручна, як зазначила І. Свенцицька, не лише широким народним масам, але й панівним структурам, бо в її основу покладався не соціальний принцип, не становище в ієрархічній структурі суспільства чи церкви, а можливість інтуїтивного пізнання божества, що могло проявитись у будь-якій людині» [Свенцицкая, 1987]. Спасіння ж та безсмертя отримувалося не через віру та добрі справи, а саме за посередництвом тлумачень прихованого сенсу священних писань.

На думку гностиків, сюди, у наш світ, потрапили три типи людей: ті, у яких є «пневматичний елемент», і кому доступне високе знання/

гнозис (то і є гностики); нижчими слід вважати слухняних тим, хто творив цей світ – психіків/душевних; ще нижчими – плотських/соматиків. Лише гностики як носії частин Світла після смерті мають розчинитись у Плеромі (це твердження, до речі, легко проєктується на Євангеліє від Хоми, вислови 87, 88).

Гностичні погляди разом з елементами семітської мудрості та грецької релігійної філософії активно розвивалися й стали пізніше мірилами та постулатами раціоналізму. Їх зовсім не важко відслідкувати у творах Декарта, Спінози, Лейбніца. У найширшому розумінні, гностиками зараз називають усіх, хто розрізняє віру й знання, вірування та вищі релігійні таємниці й, незважаючи на це, намагається уніфікувати «непоєднуване».

Якщо гностицизм на рівні міжособистісної, групової та інституційної комунікацій – явище більш-менш обґрунтоване й доведене, то в царині масової комунікації він тільки адаптується. З окресленого погляду цікавою та важливою є монографія Джона Дарема Пітерса «Слова на вітрі: історія ідеї комунікації», у якій предтечами моделювання вважаються «дві знакові (майже міфологічні) постаті – Сократ та Месія. Їхні ідеї – це не просто думки мислителів, а певною мірою вияв одвічного світоглядного дуалізму в царині комунікації. В основі концепції Сократа, як ми вже неодноразово наголошували, – прагнення тотожності: «живий діалог між однодумцями. Для такої форми спілкування важливою є абсолютна адекватність бажань (стан захоплення «опонентом»). Погана комунікація («фальшива риторика») сліпа до індивідуальних слухачів, а добра («наука еросу») – уважна, бо піклується про їхні душі [Пітерс, 2004: 71].

Месія ж проповідує співчуття до іншості [Пітерс, 2004: 71–72] і метафорою досконалої комунікації вважає «вільне розсіювання». У притчі про сіяча він (устами Луки) зазначає: «5. Ось вийшов сіяч, щоб посіяти зерно власне І, як посіяв, упало одне край дороги, – і було повитоптуване, а птахи небесні його повидзьобували. 6. Друге ж упало на ґрунт кам’янистий, і, зійшовши, усохло, не мало бо вогкости. 7. А інше упало між терен, – і вигнався терен, і його поглушив. 8. Інше ж упало на добру землю, – і, зійшовши, уродило стократно». Це сказавши закликав: «Хто має вуха, щоб слухати, – хай слухає!» 9. Запитали ж Його Його учні, говорячи: «Що визначає ця притча?» 10. А він відказав: «Вам дано пізнати таємниці Божого Царства, а іншим у притчах, щоб «дивились вони – і не бачили, слухали – і не розуміли»

[Лк. 8: 5–10]. Як бачимо, Месія відстоює радикально публічний, відкритий спосіб спілкування (еквівалент масової комунікації в сучасному розумінні): слухають усі, однак сприймання не гарантує розуміння («Так і ви, коли мовою не подасте зрозумілого слова, – як пізнати, що кажете? Ви говоритимете на вітер!» [І Кор. 14: 9]). «Почує» лиш той, хто «має вуха». (Ця ж притча є у Євангелії від Хоми, див. дев'ятий вислів).

Важко однозначно сказати, у якої з ідей було більше прихильників та опонентів. Однак можна сміливо стверджувати, що навіть прихильники вкладали в усталені, здавалося б, поняття абсолютно інший зміст. Інколи навіть полярний.

Приміром, на думку Платона (учня Сократа), удала комунікація – це не діалог. Із погляду платонівської теорії ідеалізму (за якою всі спроби висловити ідею приречені на невдачу), істина представлена абсолютно, отже, вона не обговорюється, а догматизується за допомогою сили авторитету. «Раз ми засновники держави, наша справа – примушувати кращі натури вчитися тому пізнанню, яке ми вже назвали найвищим, себто вмінню бачити благо і здійснювати сходження до нього», – зазначає Платон у «Державі» [Платон, 1971].

Окреслена позиція також виявилася вразливою й (за іронією дискурсу) відразу стала предметом дискусій. Найяскравіший опонент Платона – Арістотель, аналізуючи у фундаментальній праці «Риторика» типи суперечок, зокрема суть і форми переконань у сфері юриспруденції, зазначив: «… обмова, співчуття, гнів та інші порухи душі мають стосунок не до справи, яку розглядає суддя, а власне до служителя закону (…) не варто тривожити юриста, збуджуючи у ньому гнів, заздрощі і співчуття. Це означало б теж саме, якби хтось скривив лінійку, якою йому ще потрібно користуватися. Крім того очевидно, що справа підсудного полягає ні в чому іншому, як у доведенні факту; що ж стосується питань, важливий цей факт чи ні, справедливий, чи – не справедливий, то про це суддя повинен міркувати самостійно, не покладаючись на емоції опонента» [Аристотель, 2017].

У середньовіччі, як і в античності, також не було єдиної думки. Найпотужніший філософ комунікації кінця античного й початку середньовічного християнства – Августин Блаженний. Цей проповідник і політик увійшов в історію як неоплатонік. Слова, як і людські істоти, на думку Августина, мають тіло (звук) та дух (значення): «Буква вбиває, а звук оживляє» (ІІ Кор. 3:6). Без посередництва мови

або матерії, «зливаючись у блаженстві чистого розуму», спілкуються лише найближчі до Бога «істоти» – янголи. Вони розносять вісті, які ніколи не губляться, не потрапляють «не тому» адресатові й не фальшуються в процесі «транспортування». Звісно, комунікація без слів – одвічне прагнення й людини, тільки це, на думку Аврелія, змогло б піднести її над Вавилоном «земного міста» (матафорою інстинктивного/тілесного начала – в інтерпретації автора). Однак як істота іманентно невисокодуховна людина не здатна потрапити й до «міста небесного» (себто раю), навіть якщо її земне існування виявиться вартим того. Аби не бути голослівними, цитуємо самого Августина (за книгою «Про боже місто»): «У те, що Бог створив світ, ми нікому, крім самого Бога, не можемо вірити без сумнівів. Але де ми Його чули? Поки що ніде краще, ніж у святому Письмі, у якому Його пророк сказав: “Спершу сотворив Бог небо і землю” (Бут. 1:1). Тільки ж хіба пророк свідок творення? Ні, його при тім не було. Однак була присутня Премудрість Божа, через котру усе й творилося і яка дотепер вселяється у святі душі, просвітляючи друзів божих та пророків (Пр. Сол. 7:27), і внутрішнім чином, без слів, розповідаючи їм про свої діяння. Так само спілкуються й Божі Янголи, які розуміють Отця (Мф. 18:10) й сповіщають, кому слід, його волю». Отже, удала комунікація (за концепцією Августина) – це процес, що відбувається ментально (думками, а не словами). Не випадково концепцію Блаженного пізніше назвали ангелологією [Пітерс, 2004: 75–82].

Продовжувачем цього вчення вважається Хома Аквінат (Аквінський (1225–1274)), який (як, вочевидь, і слід було очікувати) пов’язав ідеї Августина Блаженного із філософією Арістотеля. На думку Аквіната, людина – істота проміжна (між тваринами та янголами). Вона має «розумну душу» та волю, завдяки чому відповідає за свої вчинки. Корінь людської свободи – розум. Однак для звершення благ, окрім власне людських зусиль, потрібна також божественна благодать. Створені інтелектом Homo sapiens поняття істинні настільки, наскільки відповідають своїм паралелям в інтелекті Бога. Що вища духовність людини, то потужніша міра її пізнання – найблагороднішої діяльності, яка дозволяє осягнути істину Абсолюту. Отже, як бачимо, із погляду Аквінського, ідеальна комунікація – процес, притаманний не лише янголам та посланникам Божим, а й людині, котра не порушує законів Всевишнього й виконує його заповіді [Пітерс, 2004: 84–85].

У «Теорії масової комунікації» [Косюк, 2012], розглядаючи діалог та розсіювання як твірні моделі ідеального обміну інформацією, ми, погоджуючись із Джоном Даремом Пітерсом, подаємо й тлумачимо діалог не лише в інтерпретації Сократа та його послідовників, які творили в ту ж саму епоху, а й спіритів: Масмера, Ньютона та ін. пропагандистів Гегеля й Маркса. Як альтернативу діалогу розглядаємо розсіювання: проповіді та біблійні притчі, учення про множинність значень Джона Локка тощо. Зрештою (під впливом філософії постмодернізму та теорії Сьорена К'єркегора), приходимо до думки, що розсіювання – найкращий діалог (полілог). І саме він класичне втілення сучасної масової комунікації. Комунікація, за С. К'єркегором, не є справою кращого розуміння, вона – це спосіб відкривання й приховування, а не обміну. У такому аспекті завдання «комунікації» – зробити таємничими найпростіші банальні загальнодоступні речі. Оскільки людина завжди перебуває в процесі саморозкриття, комунікація – символічна практика натяків.

Зайве, напевно, наголошувати, що запозичений із канонічних християнських книг постулат виразніше звучить у єретичних гностичних текстах. На нашу думку, С. К'єркегор на цьому не наголошував лише тому, що сам був гностиком. Таким чином він підспудно запрошував нас до читання претекстів, контекстів, затекстів, інтертекстів… Отже, гностичні рукописи, особливо Євангеліє від Хоми, можна вважати першоджерелами масової комунікації в раціональному вияві, носієм якої й стала однойменна маса.

2.1.2. Самоусвідомлення через мислення у вченні Рене Декарта та його попередників

Розчарування в стратегіях масовокомунікаційної й журналістської діяльності все частіше пов'язують із відсутністю в них раціонального первня. Складність ситуації підсилюється невизначеними параметрами та критикою самого раціоналізму, критерії якого на сьогодні доволі розмиті. Це зумовлено не лише переоцінкою цінностей «проєкту Просвітництва», а й амбівалентністю наслідків цивілізаційного розвитку, ключовим устремлінням якого був саме раціональний підхід: усі глобальні кризи сучасності, в інтерпретації критиків, – породження маніпулятивної науково-технічної цивілізації з її об'єктивацією, атомізацією, квантифікацією тощо. Раціональна свідомість, на думку

багатьох учених, творить світ ідеальних конструкцій, «теоретичний світ», який у крайніх виявах стимулює естетичну й моральну глухоту та нівеляцію поліваріантності всього живого та особистісного. Окреслена свідомість перетворює теоретичні конструкції із засобу адекватного сприймання в його догматичну перешкоду й найчастіше, на думку більшості вчених, стає підґрунтям тоталітарних ідей та формацій. Усе це дискредитує раціональність.

Однак журналістика як різновид масової комунікації за основними параметрами інформаційних та аналітичних жанрів багато в чому є майже буквальним еквівалентом раціональної/наукової діяльності. Отже, її проблеми теж пов'язані з кризами наукової раціональності класичного типу. Це сприяє пошуку альтернативних підходів до реалізації всіх еквівалентів раціо за рахунок розширення усталених меж.

Віддавна вважається, що класики раціоналізму пропагували винятково його сцієнтичний вияв, спрямований на експериментальне фізико-математичне пізнання. Насправді ж навіть чисто класична раціональність цього не передбачала. У Декарта й Лейбніца конкретно-наукові уявлення були органічною частиною світоглядної картини світу об'єкта пізнання. Тож розберемось із комунікаційними аспектами раціоналізму в контексті його історичного розвитку.

Витоки цього методу інтерпретації й способу сприймання світу – епоха Античності. Це був час, коли людина відчувала себе органічною частиною спільнот, у сучасній інтерпретації – мас, які сприймалися дуже матеріалістично: наче сукупність механізмів держави, полісу тощо. Усі античні масові зібрання, як нам відомо, були всеохопними. Коли тривали театральні, спортивні та інші агони, ніхто не лишався дома, усі споглядали, аналізували й оцінювали публічні видовища, визначали переможців – і таким чином формували регіональний політикум.

Саме в Античності спостерігаємо витоки концепції раціональної/реалістичної творчості й комунікації, яку пізніше називатимуть масовою та журналістською. Із часу зародження в Стародавній Греції, раціоналізм/реалізм як загальнокультурний стиль повертався в різноінтерпретаціях у наступні епохи, які, як ми знаємо, чергувалися через одну: Відродження, Класицизм, Просвітництво (доба появи класичної журналістики), Новий і Новітній часи – періоди так званих критичного та соціалістичного реалізмів – епох кульмінативної впливовості революційно налаштованих мас.

Кожна епоха акцентувала якусь специфічну рису раціональної комунікації. Відродження знаменувало створення тілесної/матеріальної, а згодом і технічної цивілізацій. У творах Леонардо да Вінчі, Мікеланджело Буонарроті, Рафаеля Санті всі зображення чіткі, наче скопійовані. Кожен предмет, а особливо людське тіло, вивчалися матеріалістично, детально, на рівні медичного розтину та посмертних масок. Кожен факт якось підтверджувався. Аби донести до наступних поколінь свої ідеї й здогади, митці писали наукові трактати, креслили проєкти, котрі, як це не дивно, виявилися прообразами великих відкриттів нашого часу. Загалом складалося враження, що інформація не просто фіксується чи копіюється, а й обростає безліччю інтерпретацій. Усесвітньовідомий художник Леонардо да Вінчі був водночас механіком, інженером, архітектором і літератором. Його літальні пристрої, анатомічні та канонічні/вітрувіанські зображення, написані просторіччям зашифровані твори й, звісно, неоднозначні художні образи та зображення й досі дивують та спонукають до пошуків. Гаслом цієї доби стала «реінкарнована» думка Арістотеля: «Мистецтво – це наслідування життя».

Через одну епоху (це Класицизм і Просвітництво) відбулася нова активізація Арістотелевої концепції. Але тепер вона передбачала підпорядкування комунікації не лише життю, а функціонуванню суспільства в сенсі вищих інтересів держави та влади. Отже, комунікація мала відбуватися за чітко регламентованими правилами. Аби нормалізувати масову комунікацію, з'явилася журналістика. Вона, звісно, могла виникнути лише тоді, коли окреслилася сфера споживання інформації: не просто письменне населення, а люди розумової праці, котрі здобували освіту в європейських вищих навчальних закладах, мали досвід публічної констатації фактів і дискутування. Тому можна стверджувати, що журналістика виникла як різновид елітарної масової комунікації, котра, на відміну від художньої творчості, давала не образну, а реалістичну інтерпретацію дійсності.

Із самих початків створення рукописних та друкованих видань спостерігаємо яскраво виражений у їхній царині інтелектуальний рушій прогресу. Уже в перших газетах висвітлювалися не лише економічні, а й політичні й культурні події. Повний заголовок страсбурзької газети звучав так: «Відомості про видатні та варті уваги події, що відбулись у Верхній і Нижній Німеччині, Франції, Італії, Шотландії, Англії, Іспанії, Угорщині, Польщі, Валахії, Молдавії й Туреччині в

нинішньому 1609 році» [Михайлин, 2005: 51]. Уряди європейських держав примушували місцевих поштмейстерів збирати сенсаційні та важливі новини зі світових видань і створювати власні газети. Поштмейстери відігравали роль аналітиків-оглядачів. Від них залежало, які наукові відкриття та прогресивні ідеї вкоріняться в інформаційний ґрунт сучасності.

Чергова раціоналізація масової комунікації відбулася в епоху Реалізму, що прийшла після Романтизму. В аспекті поглядів того часу зовнішній світ був набагато важливішим, аніж внутрішній. Отже, комунікація мала відповідати насущним потребам життя й державотворення. Реалізм став методом і стилем не однієї епохи, а кількох. Відповідно, він мав різні вияви: просвітницький (в епохи Класицизму й Просвітництва), критичний та натуралістичний (XIX ст.), соціалістичний (XX ст.), неореалізм (явище сучасності). Загалом усі ці вияви реалізму підпорядковуються одній меті та зображенню реальності без будь-яких умовних форм і прикрас. Важливими є логіка, лаконічнім, деталізація, достовірність, типовість, прив'язаність до соціального ґрунту та життєвих обставин, обумовленість вчинків зовнішніми процесами. Крайній вияв раціоналізму – натуралізм – пропонував відтворювати життя копіювально-фотографічно, без будь-яких ретуш і фотошопів, себто буденно й непривабливо. А його постмодерний вияв – сюрреалізм, навпаки, робить факт надреальним.

Реалізм, як і власне філософське його підґрунтя – раціоналізм (лат. *ratio* – розум), вважає розум основою пізнання й поведінки людей, на відміну від трьох інших складників квадриги – фідеїзму (в основі якого – віра), сенсуалізму (що ґрунтується на чуттєвості) та емпіризму (який презентує досвід).

Витоковим теоретиком-раціоналістом вважається Парменід. Будучи основоположником метафізики й дослідником пізнання, він уперше розмежував істину та судження/думку (у категоріях сучасної масової комунікації – факти й аналіз). Критерієм осягнення істини він вважав розум, якому, на думку філософа, протистоять відчуття/почуття та досвід – індивідуальні чинники різноманітних неточностей і спотворень [Скирбекк, 1996: 30–36].

У період розвитку математики та природознавства раціоналізм став системою гносеологічних переконань. Видатні люди XVII– XVIII ст. вважали: усе має причину, а природний порядок – це ланцюг причин. Основа пізнання й критерій істини, на думку раціоналістів, у розумі.

Фундаторів раціо особливо хвилювала проблема достовірності знань, адже їх опоненти-емпірики акцентували на практичному їх підґрунті, а сенсуалісти – на емоційних відчуттях. Однак уже Декарт шукав ознаки достовірності в самому знанні та його внутрішніх ресурсах. Це відповідало дедуктивним маркерам європейської науки, котра ставала переважно теоретичною й послуговувалася математичними методами за схемою: від гіпотези – до експериментально-практичної реалізації.

Декарт пропонував такі аспекти втілення власного методу: по-перше, витоковою основою знання має бути наукова інтуїція, покликана відібрати зрозумілі істини, котрі не викликають жодних сумнівів і не потребують доказів. Єдиною істиною такого ґатунку виявився фактор мислення: людина усвідомлює себе не через тіло чи зовнішній світ, а саме через акт мислення, ми, власне, й існуємо як його суб'єкти. По-друге, складні проблеми слід аналізувати, розбиваючи на прості. По-третє, в основі пізнання має бути принцип дедукції: розгортання думок від найпростіших/абстрактних – до найскладніших/конкретних. По-четверте: не має бути жодного відбору та підтасувань: варто нічого не пропускати в процесі мислення, слід робити всі висновки, які напрошуються.

Можна сумніватися в усьому: що маємо тіло, що бачимо реальні речі, що адекватно сприймаємо довколишнє, але не можна сумніватися в тому, що ми мислимо, бо це безпосередньо усвідомлювана річ, яка не потребує доказів. «Я мислю, значить я існую»! Це, як вважав Декарт, – відправна точка будь-якого пізнання. Однак, на його думку, слід констатувати лише безпосередні факти, не залучаючи досвід, бо досвід – це вже не судження, а синтез, тобто акт творчості. Розумовий ресурс не може задіюватися якісно й повністю через недосконалість людини. Ним повноцінно послуговується лише Бог [Декарт, 1989: 73–310].

2.1.3. Аксіоматичність, причинність, інтуїція в комунікаційній стратегії Бенедикта Спінози

Найоригінальнішим серед раціоналістів, напевно, слід вважати Бенедикта Спінозу, якому вдалося поєднати, здавалося б, абсолютно непоєднуване: учення Декарта, античний стоїцизм, середньовічний європейський раціоналізм, ідеї епохи Відродження та сучасні йому природничо-наукові концепції. Аналітичну діяльність він пропонує проводити за такою схемою: визначення ключових понять – прийняття аксіом/того, що вже не потребує доказів – доведення теорем шляхом

логічних висновків. Правильність результату, на думку Спінози, найбільше залежить від коректно дібраних стовідсотково відомих фактів. Мовою сучасної журналістики це звучало б як умови написання якісної статті: визначити тезу дослідження, дібрати перевірені факти, задіяти думки експертів, зробити висновок. Успіх написання статті теж залежить від якості задіяних аксіом.

За визначенням Спінози, ідея/мислення разом із протяжністю – характеристика Найвищої Субстанції й будь-якої з її модифікацій, приміром людини. Усе в цьому світі слід сприймати як тісний симбіоз причин та наслідків. Тісний ланцюг причинної зумовленості не дає можливості чинити всупереч фатумним закономірностям. Уявлення про випадковість/ незрозумілість виникає тому, що ми не можемо відшукати реальних причин ситуації, що склалася. Але вони, безумовно, існують. Тому людство не має жодної свободи дій. Єдине, на що ми можемо покладатися – це тяма та інтуїція. Пізнання, на думку Спінози, ступенюється. Найнижчий рівень – чуттєве пізнання. Воно відображає предмет неадекватно, і хоч містить у собі певну інформацію, часто є чинником помилок. Другий рівень – розуміння, яке ґрунтується на свідомості та розумі. Цей вияв є джерелом відкриття істин. Третій рівень – інтуїтивний. Він фундамент найбільшої достовірності й дає найчіткіші знання.

Філософ-раціоналіст вибудовує власну систему на достовірних/ математичних началах, запозичених із геометрії. Усі п’ять частин «Етики» починаються з дефініцій – найпростіших тлумачень основних понять. Далі йдуть аксіоми – інтуїтивно зрозумілі прозорі ідеї, які не потребують пояснень чи підтверджень. За дефініціями та аксіомами слідують твердження, що виводяться з дефініцій та аксіом. Насамкінець Спіноза підсумовує все, використовуючи власну аргументацію. Вільною можна вважати лише найвищу субстанцію – Бога, людина ж потрапляє в полон обставин та зв’язків, тому її свобода – усвідомлена розумом необхідність. Найсильніший прояв свободи – самоусвідомлення й самопізнання. Іншими словами: воля – це розум (постулат зримо перегукується з ключовим твердженням Євангелія від Хоми) [Скирбекк, 1996: 332–344].

Спіноза в «Богословсько-політичному трактаті» заклав основи наукової критики Біблії. Він постійно зауважував, що для пізнання істини потрібне не Священне писання, а розум. Біблію, на думку вченого, варто сприймати в контексті історичних обставин. Із такого

погляду, Мойсей, приміром, не міг бути автором П'ятикнижжя. Велику увагу вчений звертав також на неузгодженості та різночитання багатьох біблійних книг. Однак Спіноза не вважав себе атеїстом. Справжні релігію й віру, на його переконання, уособлює не страх, а висока моральність, що ґрунтується на достовірному знанні. Чи не це й на сьогодні є уособленням свободи масовокомунікаційної діяльності?

На відміну від Лейбніца, котрий, як ми ще пересвідчимось, активно популяризував свої та чужі ідеї, Спіноза і прижиттєво, і після смерті надавав перевагу таємній комунікації: під його власним ім'ям вийшла лише одна книга – «Основи філософії Декарта». А після смерті, за його ж заповітом, книги виходили інкогніто. І все одно ретельно знищувались інквізицією. Як вислід, погляди Спінози стали настільки популярними, що заполонили розум геніальних світочів науки. Навіть Ейнштейн вважав Спінозу своїм предтечею та рушієм прогресу.

2.1.4. Чинники дискредитації Ніколя Мальбранша

Ніколя Мальбранш – визначний французький філософ кінця XVII ст. повертає раціоналізм у суб'єктивне русло. На його думку, незаперечним фактом можна вважати лише те, що внутрішньо підтверджують розум та совість дослідника-спостерігача. Тому повністю погоджуватися можна тільки з факторами, які не викликають таємних докорів сумління та розуму.

Фактичну недосконалість Мальбранш поділяє на категорії, залежно від чинників дискредитації: почуття, уява, мислення, схильності й пристрасті. Кожному з видів дискредитації автор присвятив окрему книгу. Квінтесенцію поглядів ученого можна розтлумачити таким чином: за допомогою почуттів ми не пізнаємо жодних властивостей зовнішнього світу, а тільки стани власної душі, котра безпосередньо пов'язана з нашим тілом. Ці почуття повідомляють душу про те, що відбувається зовні, щоб викликати відповідну реакцію інстинкту самозбереження. Як вислід, відчуття задоволення й страждання покликані стимулювати нас творити добре та відмовлятися від злого [Мальбранш, 1999].

Бачимо, що погляди Мальбранша дуже нагадують художньо-публіцистичну концепцію сучасних масової комунікації й журналістики, у яких найвагомішу роль «відіграє особистість публіциста – майстра своєї справи. Але не тільки. Тут потрібні й особливий стан душі, заго-

стрене сприйняття тих змін і процесів, які відбуваються в суспільстві, здатність знаходити і відчувати його больові точки, – зазначає О. Глушко» [Глушко, 2008].

Отже, раціоналісти не заперечували суб'єктивний фактор у комунікаційній сфері, якщо цей фактор, звісно, високого ґатунку. Так само вважають сучасні медіатеоретики, котрі займаються есеїстикою. На їх глибоке переконання, есе можуть писати лише високочолі інтелектуали, бо в інтерпретації інших цей жанр нівелюється, утрачає самобутність і перетворюється в банальний невартісний текст.

2.1.5. Масовізація науки Готфріда Вільгельма Лейбніца

У розквіт епохи Раціоналізму в дискусію з Декартом, Спінозою та Мальбраншем вступає Ґотфрід Вільгельм Лейбніц – найвідоміший (після Декарта) представник раціоналізму та німецької класичної філософії. Замість очевидної істини чи її суб'єктивного віддзеркалення, Лейбніц пропонує вважати критерієм фактичності логічний доказ чи надійний практичний досвід у вигляді правил системи/монадології – учення про аналіз і синтез. Жодне явище не можна вважати істинним чи дійсним, жодне твердження справедливим, – зазначає вчений, – без доказів [Лейбниц, 1982; 118–125]. Докази він збирав, проводячи дослідження, подорожуючи та листуючись з інтелектуалами своєї доби (в архіві вченого відшукали 15 000 листів). Принципи-закони раціоналізму Лейбніца: універсального взаємозв'язку, усезагальної законовідповідності, необхідності, порядку; різноманітності/індивідуалізації, тотожності або суперечності; достатності підстав; безперервності; іманентної гармонії; досконалості створеного Богом світу.

У 1682 р. Лейбніц заснував наукове видання «Acta Eruditiorum». Журнал став важливим поширювачем наукових знань у Європі. Там публікувалися статті з усіх наукових сфер: математики, філософії, юриспруденції, книговидання тощо, уключаючи реферати наукових праць і рецензії на них. До роботи залучалися провідні вчені XVII ст. Так наукові ідеї ставали масовими й популярними.

2.1.6. Достовірність як творча діяльність несвідомої продуктивної сили уяви в інтерпретації Іммануїла Канта

І популяризація відбувалася не лише в тогочасних ЗМІ, а й на інших рівнях масової комунікації, зокрема в царині вищої освіти. Саме

тут залишив яскравий слід останній із представників класичного раціоналізму Іммануїл Кант. Учений розглядав процес пізнання, залучаючи ідеї не лише раціоналізму, а й емпіризму та сенсуалізму. У його уявленні творення достовірної інформації – синтез пізнання, мислення й чуттєвості. Знання в такому аспекті – це не пасивне відображення інформації, а творча діяльність несвідомої продуктивної сили уяви.

Кант розрізняв два способи констатації: аналітичний (судження розкривають сенс понять) і синтетичний (судження з додатковим щодо вихідних понять значенням). Аналітичний спосіб, на його думку, передбачав винятково апріорні судження констатаційного характеру на кшталт «будинок горить». Натомість синтетичний пропонував й апріорні (які передують досвіду), наприклад: якщо трапилась аварія, хтось або щось є її чинником; і апостеорні (які передбачають досвід), приміром: в окремих випадках пожежа відбувається через необережне поводження із сірниками [Кант, 2018]. Із погляду сучасної масової комунікації, аналітичні судження – інформаційний спосіб констатації фактів, а синтетичні – аналітичний із проєкціями публіцистичного характеру.

Але згодом гносеологічні можливості класичної теорії раціоналізму починають критикуватися, бо власне традиційна філософія, себто метафізика, утрачає позитивні інтерпретації, оскільки вона начебто не відповідає строгим критеріям пізнавальної діяльності. Як вислід, здійснюється вихід на більш конкретні точні науки й класичний раціоналізм трансформується в сцієнтизм.

2.1.7. Трансформація класичного раціоналізму в сцієнтизм. Критичні фальсифікації та спростування К. Поппера, І. Лакатоса, Г. Башляра

Найперше названа трансформація, особливо на рівні поєднання емпіризму та методів раціоаналізу, проявляється в концепції логічного позитивізму/логічного емпіризму, представники якого вважали, що, здійснивши певне «очищення» від перешкод й ідолів, пізнання може вийти на твердий ґрунт достовірно-очевидних тверджень, еквівалентів «інтелектуальної інтуїції» Декарта чи аналітичних «істин розуму», за Лейбніцом. Критерієм наукової раціональності, на їхню думку, є емпірична чи логічна констатація фактів: будь-яке раціонально-наукове твердження має доводитися до такого вигляду, у якому воно

може підлягати або емпіричній перевірці (це стосується фактуальних наук), або продемонструвати свій характер аналітичного вислову, достовірність якого визначається шляхом логічного аналізу його складників. Однак ця спроба реалізації гносеологічних настанов класичної філософії виявилася неспроможною реалізувати програми логічних позитивістів, бо реальне наукове пізнання не вкладалось у матриці пропонованих схем.

Наступним адаптатором раціоналізму вважається Карл Поппер. Цей представник опозиційного до логічного емпіризму критичного реалізму вважав, що ідентифікатором правильності тезових теорій мають бути не лише підтвердження, а й заперечення. На його переконання, справжня наука повинна спеціально йти на критичні випробування, які допускають можливість її фальсифікацій та спростувань. Якщо випробування витримуються – припущення можна вважати правильним, а ні – немає підстав шукати ще якісь додаткові аргументи [Швырев, 2003: 114–172].

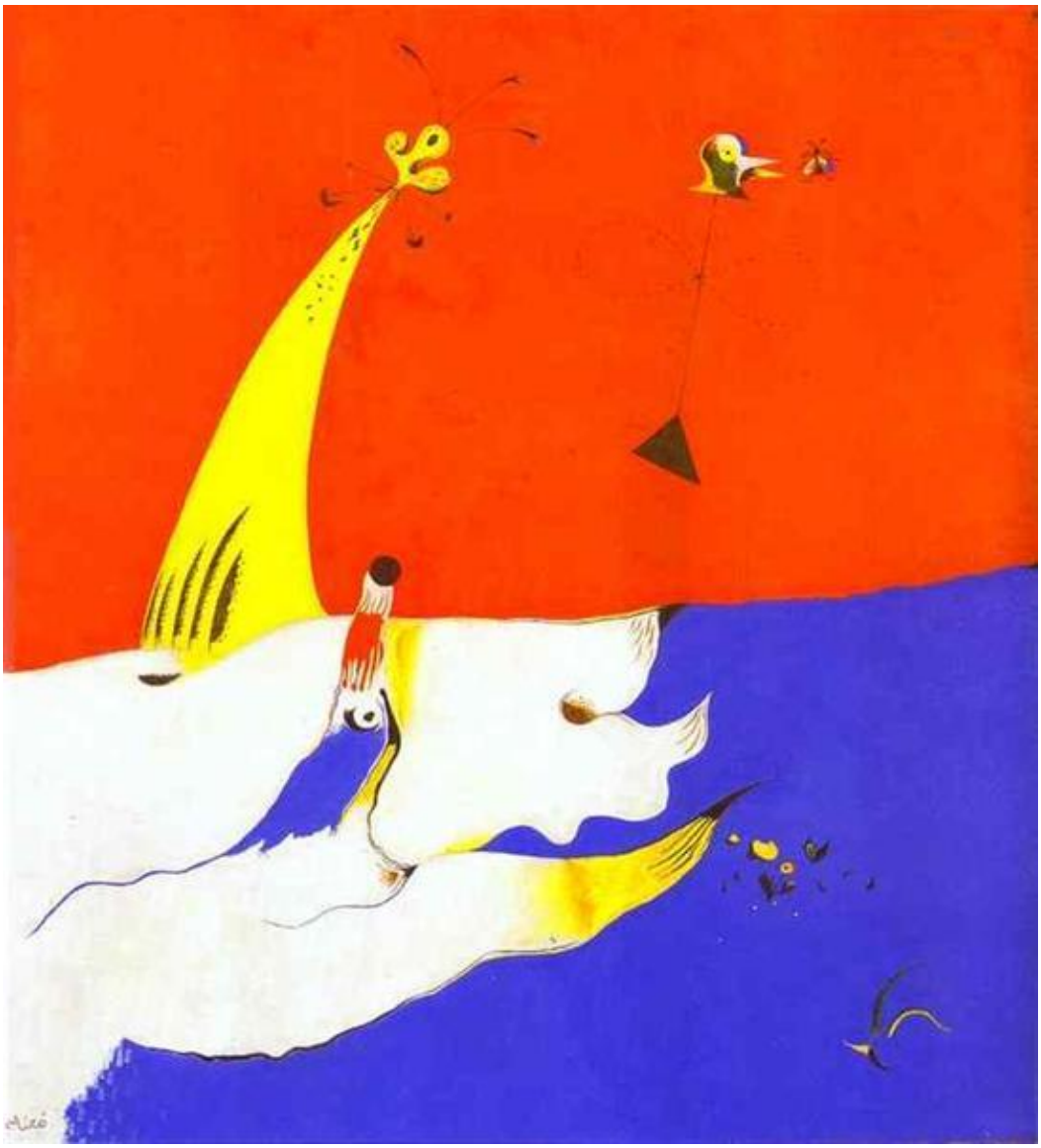
Підтримуючи позицію, К. Поппера, Гастон Башляр уводить термін «відкритий раціоналізм» і зазначає: «Науковий дух за своєю суттю – виправлення знань, розширення їхніх меж. Цей дух судить та осуджує своє історичне минуле. Його структура – визнання історичних помилок» [...]. «Небеконівське, неевклідове, некартезіанське підсумоване історичною діалектикою, котра є очищенням від помилок, розширенням системи, доповненням думки» [Башляр, 1987] (до речі, окреслений метод сприймання легко проєктується на відому модель Лотмана).

До того ж, наукова думка, на переконання Г. Башляра, – творча. Цитуючи Жюве, він наголошує: «Найважливіший елемент фізичного прогресу – здивування перед новим образом, чи навіть – асоціативним рядом. Саме здивування збуджує доволі байдужу логіку, примушує її будувати нові зв’язки. Причину прогресу слід шукати всередині силових полів, породжених в уяві новими асоціаціями образів, потужність яких – то і є міра творчих потенцій вченого, здатного поєднувати все в ансамблі» [Башляр, 1987].

Ставлячи науку в ситуацію випробувань та перевірок, учені рятували її від догматизму. Однак проєкт зреалізовувався повільно. Найскладнішою виявилася дилема вимірів допустимих модифікацій та уточнень, які б мали заперечити контрприпущення. Сам Поппер, розв’язуючи проблему, пропонував методологічний фальсифікаціонізм, у контексті якого, як вважав пізніше Імре Лакатос, нова теорія обов’яз-

ково повинна була мати додатковий емпіричний зміст, частина якого мала би бути вже підтверджена. Тому, на думку І. Лакатоса, варто ввести в науковий обіг поняття «зсув проблем», яке характеризує як предмет оцінки не одну теорію, а багато, у вигляді серійної реалізації дослідницької програми [Швырев, 2003: 114–172]. Ці постулати накладаються на сучасне журналістське розслідування.

К. Поппер метод припущень та заперечень подавав у вигляді формули: Р1 – ТТ – ЕЕ – РК, у якій Р1 – вихідна проблема, ТТ – її первісне припустиме розв'язання, ЕЕ – критичний обробіток попереднього розв'язку, РК – нова проблема, яка виникла в процесі дослідження. За такими самими принципами діє сучасна журналістика, хоча й у її царині виникає багато інших схем та припущень, як і в теоріях неораціоналізму.



У царині масової комунікації не варто ідентифікувати й спільнокореневі поняття «публіцистика» та «публіцистичність». Якщо звернутися до найдавнішої (латинської) традиції, то побачимо, що тоді слово «publicus» означало суспільний, або народний. Першими речниками публіцистичного дискурсу вважаються сатири та міми, згодом їх замінили оратори та проповідники, далі – вістовники, квестори, глашатаї, кедді, новелісти й, нарешті – журналісти. Система масової комунікації постійно ускладнювалася. Першою сферою її втілення стало усне мовлення (фольклорні тексти, публічні промови), згодом – твори художньої літератури, насамкінець – власне журналістські або ж публіцистичні тексти.

РОЗДІЛ 3
РАЦІОЦЕНТРИЗМ ТЕОРІЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

3.1. Маркування інформаційного простору

3.1.1. Родо-видові розмежування в системі масової комунікації

Складність формування теорії масової комунікації в національному інформаційному просторі полягає передусім у тому, що вона наче «виростає» на ґрунті теорії журналістики (яка насправді була не журналістикою, а пропагандою в радянській та частково посттоталітарній Україні). Дехто між цими дисциплінами навіть ставить знак рівності (а посібники з теорії й основ журналістики називає посібниками з теорії масової комунікації). Насправді то абсолютно різні наукові сфери, які перебувають у родо-видових стосунках. Аби підтвердити це наочно, з'ясуймо, що ж є об'єктом та предметом обох теорій.

Об'єкт теорії журналістики – царина засобів масової комунікації: газет, радіо, телебачення, інтернету. У теорії комунікації значно ширший об'єкт який уключає, окрім мас-медіа, й інші сфери: обмін інформацією та зв'язок у царині наукової й художньої літературної творчості, образотворче та декоративно-прикладне виробництво, архітектуру, скульптуру, театр, кіно тощо. Названі явища як фактори масової комунікації не потребують жодних посередників на кшталт ЗМІ і є, з історичного погляду, набагато давнішими за класичну журналістику (подекуди, зокрема в працях І. Михайлина, навіть називаються її праявищами [Михайлин, 2005: 4–30]).

Предмет журналістики, як зазначають теоретики ЗМІ, – соціальне життя, себто лише інформація у вияві її пекучої сучасності, яка у формі інформаційних, аналітичних та подекуди художньо-публіцистичних жанрів потрапляє на сторінки газет, журналів і в простір електронних ЗМІ. Предмет теорії масової комунікації – комунікативний складник усіх сфер виробництва культури. Отже, ідеться загалом про інформацію, яку можна сприймати, якось інтерпретувати й щось із неї зчитувати. У такому сенсі об'єкт та предмет теорії комунікації ближчі до цих понять у культурології, а не в журналістикознавстві. Загальновідомо, що об'єкт теорії культури – власне культура в усій різноманітності як цілісна динамічна система. Предмет – виявлення основних

тенденцій і факторів розвитку культури, які забезпечують її самозбереження, цілісність та різноманіття. Оскільки розвиток культури – це зміна знаків і кодів, то можна зайвий раз підкреслити: культура дорівнює комунікації. Однак навіщо тоді придумувати ще один термін для того самого явища? Річ у тім, що культура та комунікація – реалії, якщо можна так сказати, «різного формату». Обов'язковим критерієм оцінки та маркування культурних сфер є естетичність-неестетичність. Себто ми ставимо питання не «про кого/що цей твір?», а «який він?». Для комунікації ж важливо – про що текст розповідає, яку містить інформацію, й абсолютно байдуже: талановито він виконаний чи – ні. Тому ми й пропонуємо найперше та якнайшвидше зняти з поняття «масова комунікація» саме оцінково-естетичне «тавро», яке іманентно належить не їй, а естетиці й культурології. Однак серед основних функцій комунікації є експресивна, яка, на думку науковців, визначає здатність цього процесу передавати оцінну інформацію про предмети або явища. Ми цю функцію й не заперечуємо. Комунікація подібно до всіх інших наук трикомпонентна: складається з історії, теорії та практики/критики. Критика – це і є своєрідна оцінка (в інтерпретації журналістики – аналітика). Однак оцінює вона далеко не естетизм/красу, а інформаційну насиченість, достовірність, актуальність інформації й оригінальність її аналітичних інтерпретацій, які, щоправда, не є чимось незвичним, екзотичним, авторським, вони – виразники свідомості, що циркулює в царині певних спільнот.

Щодо функцій, які виконує масова комунікація, то їх дійсно три (як вважає більшість учених): інформаційна (завдяки ЗМК передається інформація про реалії, їх властивості, явища, дії та процеси); регулювальна (формування суспільної свідомості) і культурологічна (ознайомлення з досягненнями культури й мистецтва, збереження культурних традицій). Однак, на нашу думку, останню функцію доречно розмежувати на дві – національну та космополітичну.

3.1.2. Публіцистичність як дискурс та інтеркурс у царинах масової комунікації й культури

У царині масової комунікації не варто ідентифікувати й спільнокореневі поняття «публіцистика» та «публіцистичність». Якщо звернутися до найдавнішої (латинської) традиції, то побачимо, що тоді слово «publicus» означало суспільний або народний. Першими речниками

публіцистичного дискурсу вважаються сатири та міми, згодом їх замінили оратори й проповідники, далі – вістовники, квестори, глашатаї, кедді, новелісти та, нарешті – журналісти. Система масової комунікації постійно ускладнювалася. Першою сферою її втілення стало усне мовлення (фольклорні тексти, публічні промови), згодом – твори художньої літератури, насамкінець – власне журналістські або ж публіцистичні тексти.

Отже, публіцистичність і професія публіциста набагато давніші, аніж власне публіцистика (у розумінні – журналістика). У словнику В. Даля подається таке визначення публіциста: «письменник більш газетний, який займається проблемами народного права» [Даль, 2017]. В Америці спершу публіцистами також називали не журналістів, а юристів. Отже, публіцистичність – це, вочевидь, ширше поняття, аніж публіцистика. Спробуємо дати визначення цих термінів. Публіцистичність, у нашій інтерпретації, – це наскрізний інтеркурс, який наділяє інші дискурси й тексти аспектом суспільної важливості та актуальності. Публіцистика ж – то синонім журналістики, що означає власне медіатекст (журналістський твір). У зазначеному потрактуванні, публіцистичними є вистави Фрініха, історія Геродота та Флавія, філософія Арістотеля, Платона, Макіавеллі, романи Миколи Хвильового й уся художня література радянського часу, а також наукові праці А. Ейнштейна, В. Вернадського, Д. Сахарова тощо. Можна сказати, що будь-який твір, дискурс і текст може бути публіцистичним, якщо він стає більш критичним, аніж естетичним (у сфері художньої творчості), пекучо теперішнім, себто оперативним і насущним, або ж наповнюється певними політичними поглядами та симпатіями, стаючи заідеологізованим. У такому розумінні публіцистичними можна вважати тенденційну художню літературу, популяризовані наукові тексти й т. ін. І. Михайлин у підручнику з «Історії української журналістики» подає такі ознаки публіцистичності [Михайлин, 2005: 4–28] (доповнимо їх власними поясненнями): оперативне інформування (коли театральна вистава, подібно до драматургії Фрініха) перетворюється в новини про чи репортаж); тлумачення подій і фактів (як у художній літературі на кшталт «Війни і миру» Л. Толстого); вираження й формування громадської думки (для прикладу, можемо навести «Вчення про сфери» В. Вернадського, яке сформувало метод дослідження для всіх наук XXI ст.); фактичність (коли, приміром, особи в художньому творі не видумані та події реальні); практична цілеспрямованість (примус

«шукати істину», як у нашумілому романі Д. Брауна «Код да Вінчі»); ораторський стиль (у кіноповістях О. Довженка, поезії М. Рильського періоду Великої Вітчизняної війни (наприклад його вірші «Слово про рідну матір»: «Благословен той день і час,/ Коли прослалась килимами/ Земля, яку сходив Тарас/ Малими босими ногами,/ Земля, яку скропив Тарас/ Дрібними росами-сльозами» тощо).

Публіцистичним вважається твір, у якому присутня хоча б одна з перелічених ознак. Чим більше таких ознак, тим менше твір є «собою»: оповіданням, картиною, театральною виставою тощо й більше нарисом, плакатом, репортажем. Підґрунтям таких змодифікованих текстів стає об'єктивна дійсність, а матеріалом для їх написання – інформація, зібрана за допомогою трьох універсальних «журналістських» методів: спостереження, вивчення документів і джерел, інтерв'ю. Аби написати свою славетну «історію», Геродот розпитував очевидців та подорожніх, ретельно вивчав зібрання пророцтв у храмах і праці Фалеса й Анаксагора, зрештою – сам спостерігав окремі дійства. Тому його твір можна вважати витоковим підручником не лише для істориків, а й для журналістів. У передмові до «Історії» автор, власне, і зазначив: «Геродот з Гелікарнасу зібрав і записав ці повідомлення, щоб минулі події з течією часу не прийшли до забуття і великі й гідні подиву діяння не лишились у невідомості» [Михайлин, 2005: 13–14].

Специфічним фактором, який об'єднує різні дискурси та надає їм публіцистичної гостроти, є цензура (контроль над змістом і поширенням інформації). Публіцистичний дискурс в усі часи найбільше потерпав від заборон. У первісних суспільствах це було табу – обмеження різних дій учасників спільноти, порушення яких повинно було спричинити жорстокі санкції. Табу накладалися жерцями та вождями на слова, імена, тіло людини, сексуальні й шлюбні стосунки, різноманітні форми поведінки, відвідування тих чи інших місць. Себто на все, що ми зараз називаємо комунікацією. Відповідно до традиційних забобонів, порушення заборон передбачало кару спільноти (найчастіше – убивство) й надприродних сил (нещастя, хвороби, смерті тощо). Після трансформації ритуального дискурсу в інші системи комунікації цензура почала існувати у двох модифікаціях: власне як цензура (заборона й знищення продуктів людської діяльності) та як інквізиція (убивство: знищення людини як тексту). Яким чином це впливало на процес комунікації й історичну пам'ять? Сказати однозначно, що

негативно, – не можна. Чому? Спробуймо розібратися, відштовхуючись від фактів. Відомо, що час від часу в історії цензурування досягало свого апогею, як-от у Єгипті в 1375 р. д. н. е., коли проводилася релігійна реформа та, як вислід, було стерто імена цілого пантеону попередніх богів і знищено всіх священників; у Китаї, 213 р. до н. е. (тоді в результаті зміни ідеологічної системи спалено всі книги та їхніх власників і читачів); в Александрії – у 391 р., коли всесвітньовідому бібліотеку спалили християни, і в 642 р., коли її спопелили мусульмани. Чи перестало існувати те й ті, що/кого знищили? Звісно, ні. Воно почало відтворюватися в різних інтерпретаціях та «обростати легендами» та, як результат – міцніше закарбувалося й закріпилося в часі (подібно до імені Герострата). Рукописи, як відомо, не горять, палаючи, вони лишень підігрівають до себе цікавість і розпалюють у відповідь вогнища нових дискурсів. Не відомо, чи залишив би по собі такий ментальний (власноруч не зафіксований) слід Сократ, якби його не стратили, звинувативши в нешанобливому ставленні до богів та популяризації псевдонауки, і чи продовжувала б існувати українська мова, якби не заборонялася чотири рази поспіль протягом одного лише XIX ст. Звісно, усі наші роздуми – це не істина в останній інстанції, а швидше – запрошення до дискусії. Зримим і незаперечним є лише те, що заборона чогось – то маркер його некомфортності для панівної системи мислення та ідеологічного панування. А отже, усе заборонене табується тому, що стає публіцистичним (виразником і творцем нової громадянської позиції).

Аби остаточно «поставити крапку» в розмежуванні публіцистичності та публіцистики, традиційно сформулюємо об’єкт і предмет їхніх досліджень. Об’єкт публіцистичного – мистецтво, наука, релігія тощо, себто всі наявні дискурси/сфери культури. Об’єкт публіцистики – винятково так звані медіадискурси: газети, радіо, телебачення, інтернет. А от предмет дослідження в публіцистичності та публіцистики (як і в масової комунікації й журналістики?) один – аспект оперативного, соціального та фактичного. Можна сказати, що публіцистичними стають явища, у які якимось чином потрапляє журналістика із властивими їй критичними функціями й образні мистецькі факти робить дійсними, а «голі наукові» – морально та етично обрамленими. Насамкінець слід зазначити, що на рівні філософського узагальнення публіцистичність – це дискурс (інтеркурс), а публіцистика – переважно текст.

У розуміння публіцистики традиційно «вкладаються» друковані газетні видання/періодика та аудіовізуальні тексти. Однак їх еквівалентами можна вважати й рукописи та літописи Сократа, Лісія, Ісократа, Демосфена тощо. Нічим не відрізняються від сучасної публіцистики також найдавніші ораторські й судові промови та проповіді Цицерона, Августина Блаженного, Іоана Златоуста, Кирила й Мефодія тощо. У пантеоні язичницьких божеств стародавнього світу навіть була патронеса масової комунікації – Молва, яка мала 100 вух та очей і ніколи не спала, оскільки змушена була постійно розголошувати; що цікаво, як зазначають стародавні джерела, – правду й неправду одночасно (чим не еквівалент сучасних ЗМІ).

Прототипом сучасних газет вважаються «Acta diurnal senates as populi» («Щоденні протоколи сенату і римського народу»), у яких на глиняних дошках діурналісти (звідси назва – журналісти) публікували міські новини: світську хроніку, предбачення, прогнози погоди (як теперішні «бульварні» видання) і виступи в Сенаті (своєрідні репортажі «з перших рук»). Фактором масової комунікації для письменних учені вважають також численні бібліотеки, що існували при монастирях, а для homo idioticus (неграмотних) – стіни соборів, за якими можна було «відчитати» події й настанови християнського життя. Така комунікація була великою мірою однобічною й розрахованою на пропагандистське сприймання в штучно створеній ситуації абсолютної довіри, а не на мислення та певні дискусійні моменти.

Публіцистичний дискурс має основний і поствияв. Посткомунікація – свідчення популярності та аналітизму «видань» (адже «пост» – це те надзвичайно актуальне, що потрапляє в ситуацію повторного обговорення).

3.2. Елементарний комунікаційний ланцюг

Ми частково з'ясували, коли виникла масова комунікація, як моделювалася, які функції вона виконує та за якими параметрами ідентифікується. Однак це ще не все. Аби по-справжньому зрозуміти явище, слід збагнути його внутрішню організацію. Структурно найпростіший комунікативний процес будь-якого рівня (уключаючи масовокомунікаційний) можна відтворити так: відправник – повідомлення – канал – отримувач. Детальніше розгляньмо кожен елемент комунікаційного ланцюга.

3.2.1. Джерело інформації в аспекті процесуальних функцій та комунікаційної мети

Тексти та фрагменти мовлення найчастіше відрізняються сферами використання, або стилем. Загальновідомо: у різних комунікативних спільнотах та ситуаціях спілкування мовець/джерело інформації/ комунікант/адресант (той, хто говорить чи відправляє сигнал) виконує абсолютно різні соціальні ролі. І кількість таких ролей нескінченна. Проте, чи означає це, що ми ніяк не можемо їх класифікувати? За обраним критерієм – ні. Саме тому для структурування системи «мовець» учені визначили інший, тісніше пов'язаний із комунікативним процесом критерій процесуальних функцій або комунікативної мети. Отже, залежно від функцій комунікації та обраної в ній позиції, мовець/комунікант/адресант постає в різних виявах (наче одягає різні маски).

Автор – той, хто створює інформацію, найчастіше – текст або твір зі сфери художньої літератури, мистецтва, журналістики (наприклад роман, статтю або сюжет чи новини для суфлера). Це дуже відповідальна функція, оскільки невдало написане – фактор комунікації, яка не відбулася, тому що ніхто не буде читати невартісний публіцистичний/художній твір чи дивитися нецікавий сюжет. Відповідальність названої ролі мовця призвела до того, що вона стала не власною, а загальною назвою й тепер вживається як синонім до лексеми «комунікант».

Аніматором називають мовця, котрий виголошує чужі тексти, найчастіше дикторські. У театральному дискурсі та дискурсі електронних ЗМІ – це актор, герой фільму тощо. Себто мовець, позитивно маркований. У науковій та інших сферах – компілятор (комунікант, який чуже видає за своє), а отже – мовець «зі знаком мінус». Функція аніматора потребує неабияких акторських здібностей, оскільки основне навантаження дається тут, зазвичай, на вторинні знакові системи та здатність до відтворення настроїв (лицедійства).

Принципал – це інформаційний ідеолог-пропагандист, його ідеї виголошують усі інші, уключаючи автора. Подекуди інтерпретатори ідей про це навіть не здогадуються. На ідеях великих принципалів, на кшталт Платона, Арістотеля, С. К'єркеґора, Д. Донцова та інших, виросли цілі покоління комунікантів-авторів, чиї твори стали відомими й популярними. Принципал дуже рідко вступає в процес комунікації персонально, найчастіше він належить до інтелектуального психотипу

та рухає «маріонеток» комунікації. Зі зрозумілих причин, найкомфортніша сфера для реалізації його ідей – філософський і публіцистичний дискурси, де «між стрічок» легко «зчитуються» ідеї, погляди тощо.

Контактер – той, хто, не виконуючи жодних функцій та місій, елементарно тримає реципієнта на зв'язку, себто підтримує контакт. Якщо говорити зрозуміліше, то є мовець, який, аби не мовчати, розповідає про погоду. На жаль, саме контактер останнім часом стає основним комунікатором у царині мас-медіа, котрі поволі перетворюються на об'єкт байдужого споглядання.

Символізатором називається комунікант, який прикидається та говорить іронічну неправду (чи правду?). Навіщо? Вочевидь, щоб не виглядати банальним або просто тому, що має непогане почуття гумору й бажання все перетворювати в гру (це, до речі, загальна тенденція творців постмодерної культури).

Наратор, або розповідач – то різновид мовця, який трапляється лише в художньому, передусім літературному, дискурсі. Наратор – автор художнього твору або вимислена ним особа, від імені котрої ведеться розповідь про події та людей. Така постать розповідача найчастіше постає водночас автором і персонажем. Коли в художньому творі взагалі немає мовця, розповідь-нарація може саморозгортатися. Хоча, на думку сучасних науковців, саморозгортанням доречно вважати будь-який варіант оповіді, котра виходить із-під контролю автора та стає предметом інтерпретацій на рівні реципієнта.

У середині XX ст. головно у сфері літературознавства навіть виникла ідея смерті автора [Антологія літературно-критичної думки XX століття, 2001: 598–613] як суб'єкта-творця, котрий контролює значення власноруч написаного (у вимірі його розуміння й інтерпретації), оскільки мислителі прийшли до думки, що простір будь-якого твору складається з мовних одиниць, які не віднаходяться автором, із цитат, що відсилають до тисячі культурних джерел, із мільйонів ремінісценцій та алюзій, зі спонук, прихованих і явних посилань, натяків тощо. Автор, як зауважували Р. Барт, М. Фуко, Ж. Дельоз, Т. Адорно та інші, «тасує карти» мотивів, «виводить на кін» «взятих із реквізиту» маріонеток (ремейків вічних образів), він зовсім не першотворець, а швидше аранжувальник в ансамблі із чужим інструментарієм. Тому індивідуальність автора постмодернізм вирішив замінити безликістю скриптора/переписувача священних текстів. Скриптор, котрий прийшов на зміну Авторові, несе в собі не пристрасті, настрої,

почуття або враження, а лише неосяжний, створений попередниками, словник, із якого він черпає своє письмо. Як вислід, пошуки у вимірі будь-якого тексту «витоків» і «впливів» відповідають міфові про філіації твору. Постмодерний текст утворюється з анонімних, невловимих та водночас уже читаних цитат – прямої мови без лапок і посилань [Зубрицька, 2004: 132–135].

Звісно, учені-постмодерністи мають рацію. Однак навіть вони не можуть не погодитися, що особа, яка написала твір, усе ж якимось чином контролює необмежену кількість його інтерпретації та блокує недоречні фантазування.

Кожна з «масок», зазвичай, перебуває переважно в користуванні адресанта певного психологічного типу. Роль принципала й скриптора здебільшого обирає раціонал, аніматором постає інтуїт, автором та символізатором – емотик, контартером – сенсорик чи навіть технічна система. Щодо наратора, то його роль може «грати» мовець будь-якого психологічного типу. Однак у ситуації квадравибору виникають абсолютно різні художні твори. Про це детальніше поговоримо в підрозділі про художню літературу як комунікацію.

3.2.2. Модифікації повідомлень у змістові наповнення

Якщо джерело інформації окреслити проблемно, то із самою інформацією ще складніше. Традиційно під інформацією ми маємо на увазі повідомлення чи сигнали, які поширюються від комуніканта до комуніката. Усталено інформація класифікується за декількома критеріями, передусім за способом засвоєння або типами рецепторів, які її сприймають. У такому аспекті вона буває візуальна – та, яку можна побачити, наприклад скульптура, архітектурні споруди, вербальні тексти; аудіальна («вбирається» органами слуху, приміром музика); тактильна (сприймається на дотик, це може бути книга для сліпих або якийсь виріб, якість котрого перевіряється на міцність); нюхова – сприймається нюховими рецепторами (наприклад парфуми, ароматизатори або кулінарні страви); смакова – транспортується смаковими рецепторами (це переважно їжа чи напої).

За формою подання інформацію поділяють також на текстову, числову, графічну, звукову (цей ракурс не потребує додаткових тлумачень), а, відштовхуючись від «піраміди» комунікації, – на спеціальну (інформація, яка циркулює в межах вузької соціальної групи), особисту (відомості про якусь конкретну людину) та масову – предмет

наших скрупульозних досліджень (хоча, сперечаючись із нами, учені констатують, що це не вся інформація, яка масово поширюється в просторі й часі, а тільки та, котра містить тривіальні відомості й оперує набором понять, зрозумілим більшій частині соціуму).

Ми пропонуємо класифікувати та розглядати інформацію дещо по-іншому. Як зазначають словники, лексема «informatio» складається з префікса «in-» (в-, на-, при-) і дієслова «form» (надаю форму, створюю). Отже, інформація – це форма (мовою сучасності – формат) повідомлення чи сигналу, яка передбачає певне змістове наповнення. Із такого погляду, інформація/повідомлення/сигнал має різні втілення: по-перше, у царині ЗМК (від ритуальних видовищ – до техногенних шоу, по-друге, навіть у структурі мас-медіа, бо тут вона функціонує неоднаково та залежить передусім від комуніканта і його цілей. В аспекті такого бачення, інформацію/повідомлення/сигнал варто поділяти за тим, у що вони «вкладаються»: текст, твір, дискурс.

Текст – найелементарніше втілення інформації, неоригінальний, але змістовний і цілісний її виклад. Текстуальними слід уважати газетні матеріали інформаційного характеру, рекламні повідомлення, аудіовізуальні новини тощо. На відміну від тексту, твір – наслідок оригінальної творчої діяльності. Твір ніколи не повторюється, він може мати лише один вияв (оригінал), будь-які інші дублювання цього твору – копії (себто підробки). Сферою поширення творів є художня творчість: література, образотворче мистецтво, скульптура тощо. Коли ж текст або твір потрапляють у ситуацію вторинної комунікації: обговорень, дискусій, досліджень і т. ін., – вони стають дискурсами – письмовим та усним мовленням, яке містить і позамовні семіотичні процеси – прагматичні, соціокультурні, психологічні та ін. Простіше кажучи, це сукупність міркувань, що стосуються певної проблематики; висловлювання, які передбачають і невисловлюване: міміку, жести, ментальність тощо. За усталеними судженнями, дискурс – мова, занурена в життя, у соціальний контекст (із цієї причини, вважають учені, поняття дискурсу рідко вживається стосовно древніх текстів). Ми не можемо погодитися з такою думкою, оскільки найдавніші тексти – це, безумовно, дискурси, адже вони дійшли до нас тому, що постійно потрапляли в ситуації обговорення, щоразу в інших соціальних контекстах (інакше старожитності не потрапили б у наше сьогодення). «Випробувані» історією тексти й твори багато- та різнопластові, але не остаточно інтерпретовані. Тому в цих архаїзмах передусім цікавить не денотативне значення текстів, а «вичитування»

тих значень, що малися на увазі, але залишаються не висловленими, не вираженими, причаївшись за фасадом «уже мовленого». Інформація в дискурсивному форматі включає не тільки вербальні тексти з невербальним компонентом, а й те, що сказав автор, плюс те, що «сказалося саме». Багато позатекстових реалій уже достатньо потрактовані в науковій сфері, зокрема такі терміни, як претекст – те значення, яке хотіли надати повідомленню (дитина прагнула намалювати маму, а вийшло щось дуже схематичне, або скіфи ліпили баб, а ми бачимо зараз просто недолуго обтесаний камінь); підтекст – те, що «читається» «між стрічками», себто натякові/інакомовні значення, які з тих чи інших причин неможливо було висловити явно й безпосередньо (найчастіше митці так показують своє ставлення на картинах, у скульптурі, в архітектурі; справжні значення, зазвичай, зчитуються через століття); затекст – залишене за кадром, за вибірково сфокусованим фрагментом (наприклад красиві вулиці Нью-Йорка, які потрапляли в сюжети 11 вересня 2001 р., сучасні будівлі, залишені поза реквізитами стародавього замку, у художніх фільмах тощо); контекст (текстуальне оточення, яке актуалізує значення тексту або твору) – мовні, культурні, історичні, суспільно-політичні реалії, що зумовлюють ту чи іншу інтерпретацію тексту/твору, визначають його комунікаційну вартість. Щоби з'ясувати контексти, слід, щонайменше, «занурити» тексти й твори в епоху, коли вони були написані/збудовані/виліплені.

Найбільш дискурсивними є якраз класичні та найдавніші твори й тексти, серед яких у християнській традиції пальму першості, мабуть, отримає Біблія, зміст котрої й досі достеменно не розтлумачено. І взагалі, якщо йдеться про інформацію, то найголовніше – її адекватний вибір та маркування: не кожен факт може потрапити в новини й не будь-який образ годиться для художнього твору. Помилково та небезпечно, коли твір (якийсь напівзотлілий фоліант, непідписаний вірш відомого поета або навіть череп «загубленого» генія тощо) сприймають як текст. Таке неадекватне сприймання – основна причина нищення культури. Отже, підбір та модифікація інформації дуже важливі.

3.2.3. Транспортування інформації. Комунікаційні канали

Не менш суттєвим є передавання інформації. Складність транспортування полягає в правильності вибору каналу комунікації. На сьогодні вчені виділяють п'ять таких каналів (за органами відчуттів):

вокальний (слуховий), візуальний (зоровий), тактильний (дотиковий), нюховий, смаковий. Більшості з них відповідають конкретні засоби масової комунікації (які, за М. Мак-Люеном [Мак-Люен, 2008: 63–69], є технічним продовженням вроджених органів людини). Слуховий – це радіо, зоровий – друковані видання та література, поєднання вокального й візуального – телебачення та ін. Розглянемо переваги й недоліки кожного з них, опираючись на концепцію І. Л. Михайлина [Михайлин, 2011: 83–104].

Слуховий канал «озвучує» інформацію безпосередньо та за допомогою радіо. Цей канал доволі простий і не потребує ні громіздкого оснащення, ні якихось додаткових знань (оскільки кожна людина – органічний носій мови). Однак аудіально без технічного «продовження», на жаль, неможливо передавати на великі відстані; окрім того, інформація цього каналу неселективна (важко щось вибрати, оскільки трансляція відбувається загальним потоком). Найбільшим недолікам аудіоінформації слід уважати її недовговічність, адже навіть на електронних носіях вона зберігатиметься щонайбільше два-три століття, а потім утратиться, або ж переозвучиться, найбільш імовірно – за принципом зіпсутого телефона.

Візуальний (зоровий) канал – найголовніший для зрячих і для письменних, він не є також загадкою для неписьменних та іноземців (так як зображення, приміром дорожні знаки, помітні та зрозумілі всім). Проблеми виникають тоді, коли йдеться про вербальну інформацію, для ідентифікації котрої потрібен додатковий вишкіл, а отже – витрата коштів на навчання; а також у тих випадках, коли вербальна знакова інформація не є загальновідомою та універсальною, наприклад у творах художньої літератури, які трактуються дуже неоднозначно (залежно від ерудиції й зацікавлень реципієнта). Зоровий канал – пріоритетний для XX–XXI ст., доби, яку вже згадуваний Маршал Мак-Люен назвав епохою телебачення, а її сучасників – людьми ока.

Тактильний (дотиковий), нюховий та смаковий канали є не дуже використовуваними, їх також називають допоміжними. Однак тактильний канал – основний, наприклад, для позбавлених зору. Звичайними реципієнтами в царині масової комунікації він використовується хіба що у вигляді водяних знаків на грошах чи чогось на кшталт публічних обіймів.

Нюховий канал – «транспортер реальності» з усіма її запахами. Надзвичайно актуальним був він у Середньовіччі, яке «не любило»

води й, відповідно, за запахами тоді можна було визначити місце власного перебування (ринок, дім, вулиця), час доби та навіть соціальний статус співрозмовника. Сьогодення славиться, навпаки, імітаторами запахів: ми не сприймаємо «на нюх» ні помешкань, оскільки діють ароматизатори й кондиціонери, ні запаху власного тіла, адже ми його ретельно вимиваємо та парфумимо; ні навіть страв, які, на жаль, ретельно обробляються хімічними препаратами. Єдине місце, де нюховий канал виконує свою віковічну ритуальну функцію, – церква. Якраз у цьому середовищі масової комунікації запахи передають усталену інформацію. Однак, на нашу думку, нюховий канал комунікації ще не вичерпав свій потенціал. У майбутньому людство, напевно, не дивуватимуть ароматизовані книги, одяг, побутові речі тощо. Запах може істотно впливати на комунікацію, про це сюрреалістично, але доволі переконливо, розповів наш сучасник Патрік Зюскінд у романі «Парфумер. Історія одного вбивці». Зрештою, це той канал, який ще не має техногенного продовжувача. Так само, до речі, як і смаковий, ресурси якого задіяні лише на рівні публічних застіль, карнавальних гулянь і в мас-медіа – як «наповнювач» кулінарних шоу. Однак семіотика їжі все частіше стає предметом серйозних наукових досліджень. Виявляється, від того, що ми їмо, залежать наш характер, здібності, уподобання тощо. У цьому можна переконатися, прочитавши наукові праці С. Павличко, зокрема її дискусійну статтю «Пристрасть і їжа: особиста драма Михайла Коцюбинського» [Павличко, 2002: 505–525] або художні твори Ф. Рабле, І. Котляревського, У. Еко.

3.2.4. Сприймання інформації. Медіааудиторія

Окремого висвітлення потребує аудиторія мас-медій. На сучасному етапі розвитку суспільств успішне розв’язання політичних, економічних та інших проблем усе більше залежить від соціальної активності особистості/реципієнта, найважливішу роль у формуванні якої відіграють засоби масової комунікації. Дослідження аудиторії – один із найпопулярніших напрямів конкретно соціологічних досліджень у сферах літератури, мистецтв і журналістики. Ним в Україні займалися ще М. Драгоманов, П. Куліш, І. Франко та ін. На сьогодні подібні дослідження здійснюють соціологічні центри й служби, на замовлення видавців, редакторів, науковців тощо.

Віднедавна аудиторія стала також об’єктом зацікавлення медіаосвіти та критики. Однак усі названі напрацювання поки що фрагментарні,

вони висвітлюють проблему вибірково. Ми також не претендуємо на всеохопність, однак будемо об'єктивними в плані компаративності: здійснимо паралельну характеристику аудиторій друкованих та електронних ЗМК, оскільки вони, на думку вчених, найпоширеніші й начебто опозиційні. Принагідно звернемо увагу також на театральну та мистецьку аудиторії (в аспекті їх читацьких/глядацьких пріоритетів і стратегій сприймання інформації).

Вочевидь, лише церква викликає зараз більшу довіру, ніж ЗМІ. Ще десять років тому найоб'єктивнішими наші співгромадяни вважали телебачення та інтернет; на велику довіру в них заслуговували також газети, головно місцеві (особливо якщо йшлося про новини, актуальні для певного регіону). Що дивно – державним виданням у перше десятиліття XXI ст. реципієнти довіряли набагато більше, аніж приватним. Читачі газет/журналів передусім цікавилися новинами, а отже, їм не було байдуже, що відбувалось у світі та в їхній країні; на другій позиції (у плані споживаності) фігурувала «корисна» інформація – прогноз погоди, програма ТБ, афіша культурних заходів тощо; на третьому – розваги: анекдоти, гороскопи, розповіді про зірок шоубізнесу тощо; на четвертому – повідомлення про товари, роботу та навчання [Косюк, 2012: 40–51].

Під час пандемії, починаючи з 2019 р., ситуація трохи змінилася. Як повідомляє соціологічний центр Разумкова [Разумков. Центр, 2022], пальму першості й досі зберігають телебачення й інтернет (переважно соцмережі), але різко зросла частка тих, хто отримує інформацію від родичів та друзів. У конкуренцію також вступили месенджери Viber, Telegram, WhatsApp тощо й регіональні друковані ЗМІ.

Інформацію, яку читачі шукають у газетах/журналах, вони самі автоматично поділяють на розважальну (призначену для відпочинку: світські новини, кримінал, скандали, анекдоти, гороскопи, містику тощо) та пізнавальну (ту, яка використовується для освіти, розвитку, виховання). Основні вимоги читацької аудиторії до опублікованого в газетах/журналах – актуальність, достовірність, корисність та глибина. Увагу молодих людей більше привертає розважальна інформація, людей старшого віку – соціальна. Читачі (незалежно від віку) не лише хочуть про щось довідатися, а й отримати емоційне задоволення від газети: її змісту, стилю викладу та оформлення матеріалу. Реципієнти й досі отримують задоволення від самого читання («шурхотіння» сторінками) і супутних процесів: розслаблення, відпочинку, особливого

емоційного стану. Чоловіків, зазвичай, більше цікавить раціональна тематика: політика, місцеві та національні новини, спорт, автомобілі; жінок – емоційна: сім'я, виховання дітей, скандали, проблеми людських стосунків. Читання газет/журналів здебільшого починається з перегляду першої та останньої сторінок. Читачі не відчувають особливої різниці між тижневиком і щоденною газетою, однак від тижневиків очікують корисної інформації, аналітики й програм телебачення. Щомісячні видання цінують за розважальність і корисну інформацію. Однак уся ця продукція все частіше переглядається з електронних носіїв.

Незадоволена аудиторія здебільшого зовнішнім виглядом газет, журналів, сайтів та способом подачі інформації, жаліються також на дрібний шрифт, погану якість поліграфії, заголовки (що не запам'ятовуються й не викликають бажання перечитувати публікацію), незмістовні статті. Окрім пропозицій щодо покращення якості вже наявних видань, читачі зауважують, що не зайве відкривати нові, передусім спеціалізовані (приміром для дітей і молоді), пропонують також створити низку додатків, які б теж відрізнялися за тематикою: автосправа, спорт, косметика, культура, діти тощо.

Якщо ж поглянути на проблему крізь призму теорії комунікацій, то слід зауважити, що в царині газетно-журнального дискурсу реципієнт є більш-менш пасивним: дискурс друкованого слова характеризується розривом у просторі й часі автора та читача, тому аудиторія не може тут безпосередньо втрутитись у процес комунікації, а спілкування не буває невимушеним. Навіть на інтернетсторінках ЗМІ дискусійні платформи або закриті, або цензуровано модеруються. Відсутність безпосереднього контакту відкриває можливості для різноманітних маніпуляцій і «вмикає» «спіраль мовчання» (коли слово надається вузькому колу комунікаторів, які висвітлюють лише «потрібні питання», створюючи враження, що це – думка громадськості). Символічна дійсність, яку творять газета, журнал та їх цифрові еквіваленти, на наше переконання, узагалі не здатна задовольнити вповні потреби реципієнта, що, живучи в епоху рухомих зображень, давно «мислить аудіовізуально». Тому звернімо більшу увагу на радіо, телебачення й інтернет.

В основі дискурсу електронних ЗМІ – інші механізми. Тут розмовний тип мовлення, який характеризується невимушеністю, непідготовленістю, неофіційним характером і створює відчуття спілкування з

живою людиною. Однак, на відміну від звичайної комунікації, аудіовізуальний промовець не може вказати на якісь об'єкти з оточення слухача й тим скоротити процес, бо вони перебувають у різних вимірах. Глядач/слухач не здатен також корегувати почуте, не спроможний перепитати мовця, тому що комунікант і комунікат «розірвані» так, що екран перебирає на себе лише функції промовця, залишаючи глядачеві винятково можливості сприймача. На відміну від інтеркурсу друкованого слова, теле- та радіодискурси не дають можливості повернутися назад, на сторінку, яку пропущено. Тому рівень дублювання інформації тут має бути більшим. (Однак слід зауважити: прихід мультимедійних технологій таки дає змогу зробити вже й це, якщо ЗМІ мають мережевий вияв). Цікаво довідатися, що найбільше споживає аудиторія сучасних електронних ЗМІ та чого їй не вистачає.

На підставі попередньо цитованих соціологічних досліджень можемо зробити висновок, що, незалежно від віку та соціальної ідентифікації, реципієнти здебільшого надають перевагу власне розважальним програмам (шоу): комунікативним, спортивним, еротичним, пригодницьким, комерційним тощо. Підвищеним попитом у них користуються також інформаційні проєкти на кшталт «ТСН», «Подробиць» та ін. Цікаво, що результати досліджень у час політичних збурень, війни й активізації майданної комунікації та карнавальної культури засвідчують різке підвищення інтересу до інформаційних програм [Разумков. Центр, 2022].

Аналізуючи соціологічні результати, ми також можемо стверджувати, що різні групи споживачів продукції ЗМІ (виділені за основними параметрами поділу більшості дослідників – віковим та соціальним) відрізняються не стільки своїми перевагами щодо типів продукції, скільки вибором способу її споживання (серед респондентів віком до 35 років 25 % з усіх електронних ЗМК виділяють комп'ютер, тоді як серед респондентів віком понад 45 років – лише 2 %) і потребами, які прагнуть задовольнити (представники нижчого соціального прошарку й молодь основним фактором участі в різноманітних шоу та іграх називають матеріальну винагороду (73 %), а більш забезпечені й старші за віком респонденти – самоствердження) [Разумков. Центр, 2022].

Ще кінорежисер Федеріко Фелліні, порівнюючи театральну та телевізійну аудиторії, з'ясував, що вони абсолютно протилежні, адже якщо театральні відвідувачі не є господарями становища й мають

багато зобов'язань, то телеглядачі, згідно з морфологією техногенної комунікації, – власники, котрі купили право вибирати. «Ти повинен бути дуже цікавим та інтригуючим, – зазначає Фелліні, – бо телеглядач, цей господар, що купив тебе, у випадку, якщо ти негайно не розважаєш, – вимикає телевізор чи змінює програму, звільняючись від будь-яких зобов'язань» [Сорок мнений о телевидении, 1978: 147].

Медіапедагог О. Федоров серед причин «споживаності» аудіовізуальної релаксаційної продукції називає фольклорність медіаоснови та видовищність жанрів новітніх засобів масової комунікації, а також опору на функції катартичної компенсації (для реципієнтів) й інтуїції (для творців медіатекстів). «Секрет успіху» розважальної продукції, на думку вченого, ховається за прийомами маніпулятивного впливу: за грою в простонароддя, «оркеструванням» (оманою); «селекцією» (підтасуванням фактів); «наведенням рум'ян» (псевдоприкрасою); «проекцією» (штучним перенесенням якостей); «фальшивими свідченнями» (посиланням на хибні авторитети); «приклеюванням ярликів» (безпідставними звинуваченнями чи виправданнями). Однак ефективність таких маніпулювань, як уважає О. Федоров, багато в чому залежить від рівня їх застосування. Психофізіологічний рівень передбачає вплив на найпростіші емоції споживача; соціально-психологічний (компенсаторний) – створює ілюзію здійснених бажань шляхом ідентифікації з персонажами; інформаційний – сприяє швидкому отриманню потрібної інформації; естетичний – «прикрашає» патогенну інформацію, сприяючи поширенню сексу, насилля, натуралізму тощо. Маніпуляції будь-якого рівня, за припущенням О. Федорова, можуть бути знищені «просіюванням» інформації (зняттям із неї «ореолу»), тобто через критичний аналіз. Успіх критичного аналізу, на думку медіапедагога, залежить від рівня сприймання інформації, що загалом може бути трьох видів: наївно-примітивним (фабульним), посереднім (сюжетним, сенсорно-мотиваційним) або ж креативним (комплексної ідентифікації), що передбачає яскраво виражене творче начало в різних аспектах діяльності [Фёдоров, 2001: 81–515].

Учасник креативної діяльності вбачає в ЗМІ не лише засіб комунікації й ретранслювання реальності, а й стимул для розвитку власних умінь і навичок декодування знаковості з попередніх утілень. Креативний аналітизм автоматично повертає реципієнта у світ інших структур (аж до витокових), які «одягають» на сучасну масову комунікацію маску міфологічності. Отже, інтерпретація такої інформації

має відбуватися на сенергетичній основі: медіатекст у ситуації критичного аналізу спершу «очищується від нашарувань цивілізацій», повертаючи собі первісне значення, а згодом «адаптується до сучасності» як перевірена часом цінність.

Ще Ю. Лотман вважав, що коли дозволити собі певну міру спрощення й ототожнити пам'ять зі збереженням текстів, можна виділити «пам'ять інформативну» та «пам'ять креативну» (творчу). Інформативна забезпечує збереження технологічної інформації. «Приклад творчої – пам'ять мистецтва. Тут активною є вся товща текстів». Культура (складник якої – ЗМК) – найпотужніша серед знакових систем «колективна пам'ять людства» [Лотман, 2000: 675]. Отже, «нові тексти створюються не лише в теперішньому зрізі культури, але й у її минулому. Кожна культура визначає свою парадигму того, що варто пам'ятати (оберігати), а що – забути. Останнє викреслюється з пам'яті й ніби перестає існувати. Але змінюється час, система культурних кодів і, як наслідок – зазнає деформацій парадигма пам'яті-забуття (і колись відсіяне стає зараз потрібним) [Лотман, 2000: 675].

Загалом споживач техногенної продукції мало чим відрізняється від своїх тисячолітніх попередників. Він незмінно прагне усталених (освячених традицією) цінностей. Майстри популярної культури це зрозуміли. Вони цілком опанували мистецтво «палімпсестів» у вимірах «минуле-сучасне». «Уміння «запакувати» зрозуміле в знакові, «утримувати» його в ньому при різноманітних претвореннях та розгорнути перед читачем той знак задля кращого розуміння інформації, що була в ньому вміщена, – вимагають від працівників ЗМК знань та навичок і герменевтичного, і семіотичного характеру», – зазначає В. Владимиров у дисертаційному дослідженні з проблем розуміння. – «Семіотичний бік розуміння, – додає автор, – починається дослідженням процесів створення знака (кодування інформації), представленого у філософсько-філологічних традиціях іменування. У цьому світлі повсякденна праця працівника ЗМК виглядає як послідовне надання імені, поіменування щоразу нових речей або нових комбінацій наявних речей» [Владимиров, 2003: 11] .

Отож нова споживана продукція (переосмислена архаїка) запрограмована на поліфонічне сприймання людей з архетипно зумовленими смаками (на позитивну реакцію підсвідомості/масової свідомості). Як наслідок – повсюдно виникають нові синкретичні стилізації із численними натяками на хрестоматійне, цитатами з фольклору й міфології.

Пропаганда, проповідь, роз'яснення не сприймаються; установки, цінності, переваги, стереотипи поведінки формуються ненав'язливо, без супроводу рефлексії, вплив іде не лише на інтелект, а й на підсвідомість.

Отже, як бачимо, на відміну від дискурсу друкованих ЗМІ, електронна комунікація є більш органічною (опирається на інстинктивне та підсвідоме), однак і вона, усупереч стереотипним судженням, передусім розрахована на інтелектуальне сприймання реципієнта. Хоч, на жаль, аудиторія поки до такого сприймання недостатньо підготовлена.

Не можемо лишити поза увагою й споживачів художньої літератури, оскільки, незважаючи на припустиму подібність до аудиторії друкованих ЗМІ, – це кардинально інша спільнота, котрій притаманне сприймання, до якого реципієнт електронних ЗМІ, мабуть, іще «не доріс». Першим на привілейоване місце читача в белетристичному тандемі «автор-реципієнт» указав ще О. Потебня й надав йому право на інтерпретаційний процес «без дна». Цей крок до метафоричної ідеї «смерті автора» як джерела влади над читачем започаткував процес звільнення тексту від самого себе, відтоді твори існують у безлічі інтерпретацій, які ніколи не повторюються. Читач вносить у тексти свою особистість, культурну пам'ять, коди й асоціації. І вони ніколи не збігаються з авторськими [Потебня, 1985: 178–182]. Зрештою, усі найновіші літературознавчі концепції автора й тексту так чи інакше зосереджують свою увагу на читачеві як завершальній ланці літературної комунікації, що схематично, на думку М. Зубрицької, зводиться до простої, аж надто очевидної, як на перший погляд, формули «література = автор + текст + читач» [Зубрицька, 2004: 175–207].

Мозаїчність, фрагментарність, композиційна деструкція, монтажність сюжету, екранність уяви, які пропонує література XXI ст., стали свідченням докорінних змін не лише в літературному процесі, а й, передусім, у виборі читача як елемента авторської стратегії та різноманітних текстуальних технологій. Внутрішня текстуальна складність, якій надала перевагу модерна й постмодерна література, вимагає не випадкового пересічного реципієнта, а вибраного читача-співучасника з такою самою активністю інтелекту та уяви, як в автора. Вербальний художній дискурс сучасності вже у своїй основі закладає ускладнення проєкту читача з тонкою інтуїцією, інтерпретаційною гнучкістю та багатою уявою. Одне слово, зі спостерігача читач давно перетворився

на свідка й учасника подій. Новітня художня література яскраво ілюструє мистецтво завойовування читача, яке засновується на найнесподіваніших тактиках і стратегіях, на таких текстуальних технологіях, які засліплюють своєю вишуканістю, непередбачуваністю, а інколи навіть зухвалою епатажністю та іронічністю всю попередню літературну традицію [Полюхович, 2015: 144–154].

Факт орієнтації не лише літератури, а й культури загалом, на мовця й слухача підтверджується тим, що, коли донедавна аудиторія моделювала себе за зразком творця текстів (читач намагався наблизитися до ідеалу автора), то зараз адресант витворює себе за зразком аудиторії (намагаючись наблизитися до ідеалу читача). У світовій павутині існує навіть технологія мейл-арт – послідовне дописування авторських текстів усіма, хто забажає це зробити.

Щодо інших мистецтв: архітектури, скульптури, малярства, – то їх аудиторія вибірковіша. Учені вважають, що вона, як і в найдавніші часи, передбачає певну освіту та ґрунтовне естетично-смакове виховання. Насправді все набагато простіше: у сенсі нашої інтерпретації масової комунікації як культури кожен її вид передбачає свою «масу»/аудиторію/публіку для споживання інформації. У цьому аспекті, як ми вже зазначили, сенсорики – аудиторія й поціновувачі архітектури, скульптури, декоративно-прикладного та ужиткового мистецтва тощо, масова комунікація усе це сприймає «на дотик»; емотики – публіка експресивних видовищ: телебачення, бульварних ЗМІ й реклами; раціонали – реципієнти наукової та художньої літератур, документалістики, багатопластового кіно; інтуїти – релігійна «паства» та новітні її еквіваленти, сфера зацікавлення яких – ритуальна комунікація.

Наш підхід підтримується теорією О. Федорова про чотири вектори й рівні маніпулювань аудиторією: психофізіологічний – той, що передбачає вплив на найпростіші емоції споживача (у нашій інтерпретації – емоційний); соціально-психологічний, або компенсаторний, який створює ілюзію здійснених бажань шляхом ідентифікації з персонажами (себто сенсорний); інформаційний, що сприяє швидкому отриманню потрібної інформації (отже, раціональний); і нарешті – естетичний, котрий «прикрашає» інформацію, естетизує її, повертає до витоків та первісних розумінь (інтуїтивний). Однак і маніпуляції будь-якого рівня можуть, вочевидь, бути знищені не трьома (як зазначає О. Федоров), а чотирма шляхами критичного аналізу, який, на нашу думку, і залежить від чотирьох рівнів сприймання інформації:

наївно-примітивного/фабульного (емоційного), сюжетно-мотиваційного (сенсорного), креативного/комплексної ідентифікації (розумового) й інтуїтивного, який (легко здогадатися) ґрунтується на осяяннях та інтуїтивних відчуттях.

3.3. Взаємодія складників комунікаційного процесу

3.3.1. Схеми досягнення комунікаційних цілей. Стратегії творення й сприймання інформації

Однак наявність усіх складників ще не творить масовокомунікаційного процесу. Для того щоб цей процес відбувся, треба, аби складники взаємодіяли: хтось творив інформацію «потрібної» якості, планував її продуктивність та спрямовував «у потрібне русло», а хтось вирішував, що, як і в якому обсязі сприймати. Тому процес, окрім типових й особливих складників комунікаційного ланцюга, передбачає ще стратегії й технології творення та сприймання інформації.

За всіма лексикографічними джерелами, стратегія – загальний, недеталізований план певної діяльності; схема досягнення конкретної цілі. У досліджуваній нами царині – це, вочевидь, мистецтво планування вдалого комунікативного процесу. Оскільки з усіх складників ланцюга планувати можуть лишень мовець/джерело інформації та сприймач/аудиторія, то, відповідно, має існувати дві категорії стратегій – подання й сприймання.

Для стратега-комуніканта найсуттєвіше викликати до себе увагу (ще краще – довіру) та забезпечити адекватне розуміння. Це відбувається спонтанно, якщо наслідок комунікації однаково важливий і для джерела, і для адресата (тоді комунікатори взаємозалежні, як-от у ситуації диктор новин – аудиторія). «Вмонтовано» механізм довіри й у комунікативний процес, у якому мовець передбачуваний та від нього очікують саме такої інформації, а не якоїсь іншої (подібна комунікація стає наче підтвердженням власних припущень аудиторії). Однак для створення ситуації абсолютної довіри, джерело інформації обов'язково має бути ненав'язливим і залишати реципієнтам альтернативні можливості: не ставити табу на опозиційну інформацію, не намагатися бути єдино правильним тощо. Звісно, на довіру до мовця/джерела масової інформації впливають й абсолютно банальні фактори, такі як репрезентація, репутація, імідж, зовнішній вигляд, або формат (якщо йдеться про ЗМІ), уміння лаштуватися під аудиторію стилістично та враховувати її вікову, расову, національну належності. Неабияку вагу

для комуніканта, навіть у системі масової комунікації, мають також соціальний статус та принципалітет (посилання на авторитетні й шановані концепції та визнаних принципалів). Якщо ж усі названі фактори не спрацьовують, ситуацію довіри доводиться створювати штучно. Г. Почепцов пропонує три способи такої «організації» довіри [Почепцов, 1999]. Перший він називає «розмовою із незнайомим у потязі». Ідеться про відомий із психології спосіб отримати від людини відверту сповідь, зустрівши її «випадково» в дорозі (із думкою про те, що це вперше й востаннє). Якщо перенести окреслену ситуацію в царину ЗМК, то подібною розмовою слід уважати спілкування на сторінках приватного блогу, анонімно, приміром по телефону, або ж інкогніто – у всесвітній мережі. Другий спосіб Г. Почепцов маркує як «підсадну качку», у журналістиці це називається включеним прихованим спостереженням, а «у побуті» та інших сферах – шпіонажем. Мається на увазі ситуація, коли мовець/джерело інформації таємно проникає в певне середовище, де його приймають «за свого», і спонукає аудиторію до відвертості. У досліджуваних нами дискурсах таким джерелом може бути довірена особа (наприклад того, хто балотується на пост президента) або ж будь-який принципал, ідеї котрого потрапляють у чужі твори, дискурси й тексти. Третій спосіб – «бажання виглядати ознайомленим». Принцип дії такий: аби «витягнути» інформацію, комунікант натякає комунікатові, що той не в курсі подій або що він не може знати якоїсь інформації чи не здатен брати участь у дискусії. Як наслідок – опонент протестує та починає доводити свою причетність і здатність. За таким принципом діяла тоталітарна сталінська система у 20–30 роках минулого століття. Спровокувавши тоді дискусію, вона виявила всю опозиційну до себе інтелігенцію та знищила.

Щодо стратегій сприймання інформації, то вони ґрунтуються далеко не на довірі й навіть не завжди спрямовані в бік розуміння. На жаль, найчастіше мета аудиторії – захиститися від інформації. Спільними зусиллями вчені з'ясували, що для вибору доцільної стратегії аудиторії слід передусім визначитися з рівнем сприймання повідомлень. Таких рівнів, як ми вже визначили, є чотири: наївно-примітивний/фабульний (коли за змістом байки тварин сприймають як тварин, а не алегорії); посередній/сюжетний/сенсорно-мотиваційний (зчитується сюжетна розповідь, однак без глибоких узагальнень та різнотрактувань); креативний/комплексної ідентифікації (твір інтерпретується

всебічно, звертається увага на все, що інтерпретатор здатен побачити та зрозуміти); інтуїтивного осяяння (коли процес здійснюється на рівні ще малодосліджених непомильних відчуттів). Що характерно: предметом три- й чотирирівневого прочитання можуть бути твори високої та популярної культур, наприклад «Острів пінгвінів» Анатоля Франса, «Чорний квадрат» К. Мілевича, випуски новин із численними затекстами чи навіть звичайний розважальний проєкт на кшталт реаліті-шоу. Однак не в кожному випадку, напевно, комплексна ідентифікація чи здогад потрібні, оскільки деяка інформація й має сприйматися поверхово, щоб не «захаращувати» свідомість реципієнта. Отже, стратегія сприймання залежить від рівня довіри до інформації, її органічної доступності, можливостей та потреб самого реципієнта.

Аби виявити непрозорість чи оманливість повідомлень, слід також мати елементарні уявлення про можливості здійснення різного типу маніпулювань. На думку О. Федорова, як ми вже знаємо, маніпуляції, здійснюють за допомогою гри в простонароддя; селекції; проєкції; фальшивих; «приклеювання ярликів» [Фёдоров, 2001: 515]. Власне від рівня «довіри» до тексту й залежить вибір комунікативної стратегії. Особливо це стосується медійної інформації. Літературна ж оцінюється та інтерпретується дещо по-іншому. Але про це пізніше.

Однак більшість учених [Косюк, 2009: 140–158] вважають, що до всієї інформації (незалежно від міри її складності та рівня маніпулятивності) слід застосовувати комплексну ідентифікацію, оскільки будь-який текст (як складник глобальної багаторівневої екосистеми) обов’язково містить щось по-своєму надзвичайно цінне. Однак ми б швидше переформулювали резюме, поставивши в епіцентр реципієнта: кожна аудиторія повинна використовувати найзручнішу для себе стратегію, яка дає їй можливість «здобути» потрібну конкретно їй інформацію через найоптимальніші канали.

3.3.2. Способи подачі інформації. Провідні технології

Завдання технології (за енциклопедичними словниками) – виявлення закономірностей із метою визначення та використання найбільш ефективних й економних виробничих процесів. Дещо по-іншому трактують цей термін інтернет-джерела: «Сукупність знань про ефективні способи обробки та методи здійснення виробничих процесів» [Opredelim.com]. Здебільшого технологію пов’язують із матеріальним виробництвом (приміром металів). Однак, за найдавні-

шими витоковими (грецькими) варіантами інтерпретацій, технологія – універсальний термін, який утворився з двох компонентів: *«techne»* – мистецтво, майстерність, уміння й *«logos»* – вивчення, себто це сукупність методів та інструментів для досягнення якогось ідеального/бажаного результату, простіше кажучи – метод перетворення даного в необхідне. Учені також зазначають, що технологія, зазвичай, трактується в широкому й вузькому розумінням: обсяг знань, які можна використовувати для виробництва товарів і послуг із наявних ресурсів; спосіб перетворення в процесі виготовлення продукції речовини, енергії та інформації [Кононенко, 2002]. Отож у широкому сенсі – це уявлення про той чи інший технологічний цикл, який містить набір операцій, що виконуються в певній послідовності, починаючи з переробки сировини (безпосередньої чи абстрактної), потрібної для виготовлення кінцевого продукту. У вузькому розумінні – то вже не уявлення, а практичне втілення. При цьому сировиною називають вихідні матеріали, із яких у рамках технологічного циклу виготовляється кінцевий продукт. Завершальною ж уважається продукція/послуга, призначена для споживання. Отже, упровадження або використання тієї чи іншої технології є проходженням певного алгоритму, спершу – як теоретичної схеми, а згодом – практичного втілення.

Комунікаційні технології – лише частина з великого переліку, до якого належать машинобудівні, інформаційні, теле-, інноваційні та ін. Проте, якщо мислити глобально й пам'ятати, що обробка природи/культура – це і є комунікація, то будь-яку технологію слід уважати комунікаційною. Окрім того, технологія – це не лише культура, а й те, що, власне, робить цю культуру масовою. До появи технології панувало мистецтво: кожна людина творила щось, але це «щось» виходило тільки в неї. Таке вміння було наче дар природи. Однак із появою технологій усе те, що вміли робити й до чого мали доступ тільки обрані, обдаровані, стало доступним для всіх. Момент переходу від мистецтва до технології фактично створив людські цивілізації, зробив можливим їх подальший розвиток та вдосконалення.

Якщо говорити простіше, то технологія – це рецепт виготовлення чогось. У нашому випадку – тексту/твору/дискурсу. Якщо ми, приміром, хочемо передати печаль і довести людину до сліз, то створюємо реквієм, сентиментальний художній твір, серіал на кшталт «Рабині Ізаури» або балет, подібний до «Лебединого озера». Коли ж наша мета – переконати ідеологічно, пишемо публіцистику в стилі «Маніфесту

комуністичної партії», роман «Як гартувалася сталь», ліпимо скульптуру «Робітник та колгоспниця» або ж знімаємо фільм «Народжена революцією». При цьому ми ретельно зважуємо та доцільно використовуємо вербальний і невербальний пласти – слова, кольори, звуки.

Намагаючись класифікувати комунікаційні технології, ми передусім знову ж таки звернулися до праць Г. Почепцова [Почепцов, 1999] (інші вчені в підручниках із теорії масової комунікації взагалі не висвітлюють подібних питань). Науковець як провідні в інформаційному просторі технології розглядає пропаганду, перформанс, психотерапію, політичні та релігійні технології. Ми не повністю погоджуємось із такою класифікацією, оскільки не розуміємо, який для неї обрано критерій і чи можна вважати перелічені категорії синонімічними. На нашу думку, доцільніше вважати фундаментальними перші три технології – пропаганду, перформанс, психотерапію, а дві останні – політичну та релігійну – віднести до пропаганди, котра, як відомо, може бути політичного, релігійного, соціального та інших забарвлень.

Пропаганда – це «вмонтовування» ідей/ідеології в усі можливі дискурси, твори й тексти. У структурі різних явищ масової комунікації це відбувається по-різному. Приміром, аби створити переконливий ідеологічно маркований художній фільм, потрібно щонайменше, щоб позитивний герой був комуністом, націоналістом, фашистом або ще кимось (залежно від задіяної пропаганди), а негативний – його опонентом. Позитивний персонаж має незламно захищати цінності спільноти, проходити крізь численні випробування й перемагати. Тоді аудиторія захоплюється ним і, як результат – прагне наслідувати в усьому, уключаючи ідеали та цінності. У дискурсах ЗМІ все може відбуватися й так само (якщо маємо справу з художньою публіцистикою), і значно простіше та безпосередніше – в аналітиці й інформаційних матеріалах, оскільки це сфера реклами, піартехнологій, себто вияв незавуальованої пропаганди – аж до банальних листівок, плакатів та масових зібрань. Так само «наївні» й безпосередні щодо задіяння цієї технології скульптура, архітектура та декоративно-прикладне мистецтво. Вони подають тенденційність так, аби її справді правильно зрозуміли: червоний мавзолей із зірками, інтер'єр із численними портретами вождів, свастика на речах повсякденного вжитку тощо. Інша справа – малярство. У дискурсі цього мистецтва бувають кардинально різні використання пропагандистських технологій: від схематично білбордних – до символічно ускладнених абстракцій. Як неважко здогадатися, у

надзвичайно талановитих творах у різний час намагаються «зчитувати» «виправдані» конкретною добою та спільнотними інтересами значення. Пропагандистську технологію можна ще назвати публіцистичним інтеркурсом, про який ми вже міркували в першому розділі. Ефективність застосування технології визначається співвідношенням кількості «обернених» у нову ідеологію/віру до тих, які планувалось «обернути». Сама ж пропаганда для якнайкращого втілення потребує чіткого формулювання фундаментальної ідеї, яка, у свою чергу, має бути, з одного боку, простою та легкою для розуміння; з іншого – складною для критики. За таким самим, до речі, принципом, діють і цифрові фейки. Більше про цю технологію йтиметься в підрозділі стосовно публіцистики.

Не менш уживаною в сучасних творах, дискурсах і текстах є технологія психоаналізу (Г. Почепцов називає її психотерапією). Ця технологія не просто поширена, а надзвичайно популярна. Ґрунтується вона на твореннi текстів і творів за допомогою досягнень у сферах психології, психопатології, психоаналізу. Реклама, приміром, активно використовує знання з гендерної психології. Рекламуючи автомобілі, піартехнологи можуть мислити приблизно так: чоловікам подобаються жінки, отже, в екстер'єрі машини доречно акцентувати фемінні вигини й форми або жінка може просто сидіти в салоні; чоловіки, як відомо, стримані, тому в рекламі не повинно бути марної позолоти; оскільки особи чоловічої статі цікавляться спортом, політикою та мисливством, то доречно акцентувати на швидкості транспортного засобу, його всюдихідності, витривалості тощо. Подібна реклама мотиваційно діятиме на підсвідомість і «примусить себе купити». Однак приклад із рекламою доволі простий. Ще складніше «вмонтовується» ця технологія в мистецькі твори. Тут вона є наче палицею з двома кінцями: по-перше, приваблює свого читача, по-друге, «презентує» самого автора, котрий, будучи носієм ознак певного психотипу, може писати тільки так, а не якось по-іншому. Цю тенденцію можна відслідкувати на взірцях актуальних творів на кшталт фільму Роберто Фаенца «Сабіна», роману Д. Томаса «Білий готель» тощо. Для прикладу розглянемо «Білий готель», у якому присутній сам батько психоаналізу З. Фройд як дійова особа, котра аналізує хворобу пацієнтки. Насправді історія повністю вигадана, так само, як і участь у ній відомого психоаналітика. За сюжетом роману, Ганна звертається до фахівця – просить допомоги в лікуванні невротичних синдромів. Намагаючись відшукати

причини хвороб у минулому пацієнтки, «Фройд» заходить у глухий кут. Дещо піднімає завісу над можливими стимулами патогенності стилізований під оперу «Дон Жуан» спогад-фантазія Ганни, однак кожне нове припущення повністю не підтверджується. Ніхто навіть не здогадується, що справжня причина хвороби закорінена не в минулому, а в майбутньому пацієнтки, котра, як згодом з'ясувалося, володіє потужним даром передбачення й уже в снах (в образах падіння, води та смерті) передчуває власну загибель разом з іншими євреями в Бабиному Яру.

З. Фройд, за сюжетом (звісно, у своєму стилі), причиною хвороби вважає неповноту сексуального життя пацієнтки. Натомість симптоматичним виявляється якраз протилежний до репродуктивного інстинкт – танатичний. Загалом питання про існування вічності, «прагнення» до неї через смерть і водночас відтягування цього процесу через сексуальні задоволення – глибоке та непросте, ще детально не досліджене… Незважаючи на видимі поразки психоаналізу в романі, насправді Фройд у роботі «По інший бік принципу задоволення» свого часу зазначив: «Кантівське положення, що час і простір є необхідною формою нашого мислення, вже може дискутуватися. Несвідомі душевні процеси самі по собі перебувають "поза часом". Це насамперед означає, що вони не впорядковані в часі і час нічого в них не змінює. Тобто до них взагалі не можна застосовувати темпоральні уявлення» [Фрейд, 2019]. Власне, це судження й відображене в романі у вигляді «білого готелю» – місця, яке головна героїня уявляла в снах та маривах своїм життям, із символічними персонажами, котрі мають (насправді матимуть) для неї особливе значення. Згодом сни втілюються в життя у своїй найпотворнішій іпостасі…

Роман здатен привернути увагу багатьох читачів, оскільки розрахований на всі рівні сприймання інформації: невибаглива аудиторія із задоволенням прочитає популярний твір із претензіями на відверту порнографію, професійний читач-філолог «відкриє» й «адекватно» потрактує фройдистський пласт, а професійні психоаналітики, безумовно, відшукають у цьому тексті нові дискусійні моменти, котрі стимулюватимуть науковий пошук.

Сучасні технології засновані на досягненнях науково-технічного прогресу й орієнтовані на надзвичайно досконале виробництво, однак більшість із них з'явилися не сьогодні, а глибоко закорінені в історію. Особливо це стосується перформансу, технології, яка характеризує

постановочні процеси передавання масової інформації, котрими користувалися ще в найдавніші часи. За словниками, перформанс (від англ. *performance* – вистава, спектакль [Академик, 2022]) – одна з форм мистецтва, у якому твором уважають дії автора, за котрими глядачі спостерігають безпосередньо. Простіше кажучи, це гра на публіку в будь-яких сферах комунікації.

На думку вчених, перформанс має три втілення – ритуальне, театральне та ігрове. Ми б не здійснювали такої класифікації, оскільки вона зовсім не вичерпує всіх модифікацій ігрореалізації, а лише частково звужує лудологічну діяльність, зводячи її до двох сфер, та, окрім того, сплутує видові й родові поняття. Насправді перформанс виявляється не тільки в ритуальних і театральних постановках, а й у літературі, візуальній та музичній творчості тощо. У підручниках найпоширенішим прикладом задіяння цієї технології є тоталітарний та демократичний перформанси (мається на увазі технологія як презентація ідеологічної системи безпосередньо та через ЗМІ). Демократичний перформанс передбачає відкритий простір, легкі конструкції споруд, відсутність домінантної ідеологічної символіки тощо. Натомість тоталітарний – це, навпаки, засилля символіки й брендових кольорів, присутність масивних кам'яних споруд, замкнений простір і т. ін. Одним словом, перший – вітаїстичний, другий – скрізь запозичує символіку смерті та увіковічення пам'яті й ідей.

В основу технології перформансу покладено уявлення про гру, креативність, творчість як спосіб життя. Поняття лудологічної діяльності дуже широке. Платон виокремлював два види гри: а) неструктуровану – без чітко встановлених правил і визначеної мети; б) гру за певними правилами з визначеною метою. Отже, маємо опозицію: «вільна гра»–«гра». Концепцію Платона у XX ст. кардинально переглянули, доповнили й піднесли до рівня філософської категорії Ф. Ніцше, Л. Віттґенштайн, М. Гайдеґґер, М. Бахтін, Й. Гейзінга, Г. Гадамер, Ж. Дерріда тощо. Для Ф. Ніцше гра стала не просто грою, а видом первинної, довільної неструктурованої та анархічної діяльності, яка відіграє важливу роль у руйнуванні традиційних вартостей; окрім того, для цього філософа категорія гри означала водночас стратегію, процес і мету. М. Гайдеґґер пішов далі від Ф. Ніцше: на його думку, кожен із нас утягнений у велику гру в межах власного життя та у світових вимірах як гравець й іграшка. Правила та мета цієї гри нікому не відомі. Р. Барт і М. Фуко розглядали гру як правила та норми

суспільства, але такі, що переступають самі себе й відкривають поле для вільної гри. Р. Барт у праці «S/Z» зазначив: «грою є література, і такий компонент її, як метафора, яка має специфічний привілей перед часом й функціонує всупереч собі через надлишки». Іншими словами, метафора – це «гра, яку розігрує дискурс». Вільна гра, за Р. Бартом, відкриває тексти (ігри) культури так, щоб творити нові можливості [Косюк, 2009: 9–14].

Особливий вплив на концепцію гри мали погляди Ж. Дерріда. Подібно до Ф. Ніцше, Ж. Дерріда розглядав гру як засіб руйнування ієрархій та упривілейованої позиції традиційних цінностей західного суспільства. Французький філософ також розрізняв «гру» й «вільну гру», надаючи перевагу останній, оскільки вона не структурована та не має визначеної мети, тоді як просто «гра» породжує зразки, структуру суспільства і його міфи. «Вільна гра» – випадковий розпорядник, нівелювальник, розпилювач, а просто «гра» утверджує певні норми поведінки та ідеї, тобто є «грою світу». Кількість ігрових концепцій насправді безмежна [Косюк, 2009: 9–14]. Усе це зайвий раз підтверджує тезу, що гра загалом – провідна ознака постмодерної культури, в інтерпретації якої естетико-комунікативну культуру – у мусичному чи техногенному виявах – переписати неможливо, але її можна перепрочитати. Це наче навіть варто зробити на початку нового тисячоліття. Для прочитання продукції медіа в усіх її виявах якнайкраще підходить не трансмісійний (притаманний, на думку окремих учених, сучасній розважальній медіапродукції) тип комунікації, а рецептивні моделі сприймання, що передбачають глибоке декодування найдавніших фольклорних текстів.

3.4. Методи комунікаційного аналізу

Розмежувавши вияви комунікації, ми підходимо до потреби навчитися їх якнайкраще розуміти та ефективно досліджувати. Тобто ставимо питання: як це можна робити? Мовою науки – як, чи ще точніше – яким методом (саме під методом – у найширшому значенні – розуміють спосіб пізнання явищ для побудови й обґрунтування системи знань про них) [Каламбет, 2015: 3]).

Метод – органічний складник та предмет дослідження окремої галузі знань – методології. Методологія є набором вихідних ідей та установок, на яких ґрунтується наукове пізнання, а складніше – погляд, стиль/тип мислення, який, будучи загальним для певної епохи,

стійко виявляється не лише у вимірі однієї науки, а й у розвитку основних наукових напрямів. Для нашої доби методологією (у складнішому розумінні) є, вочевидь, синергетичне бачення всього як релятивної, але цілісної системи, котра саморозгортається й не кориться жодним настановам, які її в чомусь обмежують (особливо, якщо це стосується обмежень морально-етичного характеру). Цей стиль бачення світу та теоретичне підґрунтя пізнання передусім впливають на вибір й інтерпретацію базових принципів та форм досліджень. Його можна назвати ефективною умовою теоретичної діяльності.

Методологія має величезний інструментарій: необмежену кількість методів, котрі, звісно, поділяються на види та підвиди. Базовий вияв усіх методів – загальнонаукові (інколи їх називають філософськими). Загальнонаукові/філософські методи – це спостереження (фіксування та реєстрація властивостей досліджуваного об'єкта в природному середовищі), експеримент (те ж саме, але в штучно створених умовах), вимірювання/огляд джерел (вивчення чогось за допомогою приладів та дослідження вже зафіксованої інформації), аналіз (процес поділу предмета на складники), синтез (поєднання частин у ціле), абстрагування (нехтування другорядного й зосередження на головному), узагальнення (сходження від менш до більш загального), індукція (на підставі знання про окреме робиться висновок про загальне), дедукція (усе навпаки – від загального до окремого), моделювання (як ми вже довідалися, – це вивчення оригіналу через створення його копії) тощо. Кількість загальнонаукових методів загалом не обмежена. Тому кожна наука «вибирає» з них щось органічно притаманне саме їй. Однак у ситуації з комунікацією все набагато складніше: рівна культурі за багатокомпонентністю та різноаспектністю, вона задіює дуже широкий спектр методів різних категорій. Отже, спершу розглянемо найголовніші (із погляду сучасності й нашого концептуального підходу).

3.4.1. Усталені схеми. Структурний підхід

Найуживанішим методом аналізу дискурсів ЗМК є, вочевидь, структурний. Структура – це внутрішня конструкція (окремі частини цілого). Отже, структурний аналіз оперує якимось тісно пов'язаними між собою елементами й зводить їх до певної цілісності. Методику цього аналізу (у царині літературного дискурсу) розробив Володимир Пропп і зафіксував у відомій праці «Морфологія казки». Учений

уважав: аби ідентифікувати текст як казковий, потрібно засвідчити в його структурі такі елементи: від'їзд головного героя (на роботу, на війну тощо); заборону (не виходити з дому, за межі міста, заміж і т. ін.); порушення цієї заборони; як наслідок – жорстокі випробування; наявність посередників, які допомагають перенести перепетії нега-раздів (природні й надприродні сили, чарівники, тварини-помічники, предмети на кшталт килима-літака тощо); перемога; винагорода (наприклад пів царства та принцеса тощо). У структурі елементів налічувалася 31 функція. Додатковою умовою підтвердження оригінальності тексту стали ще три вимоги до визначальних функцій: вони мали бути постійними й послідовними, обмежуватися тільки названими (і не містити ніяких «зайвих»).

Пізніше структурний аналіз стали застосовувати й до інших явищ, які мали більш-менш прозору структуру та могли легко ідентифікуватися. Приміром, уже згадуваний визначний медіапедагог та дослідник популярного мистецтва О. Федоров запропонував такі складники «х-явищ», віднесених до категорії «масова культура»: постійність метафор, орієнтація на втілення найстійкіших сюжетних схем, синтез реального й фантастичного, звернення до нераціонального через ідентифікацію, а також «чарівна сила» героїв, стандартизація (тиражування та уніфікація) ідей, ситуацій, характерів; мозаїчність, серійність, щасливий кінець; використання ритмічної організації медіапроєктів тощо. Елітарне, на думку О. Федорова, – це твори імплікативні, складні за поетико-метафоричною мовою, багаті за пластичною виразністю, такі, що викликають низку художніх асоціацій, й абсолютно не повторні. За подібною системою-набором можна виокремити також тексти конкретного автора, який має яскраво виражений індивідуальний стиль та «калейдоскопічну» систему, себто «мозаїку викладання» твору. Приміром, романи Домонтовича або скульптури Родена (тематично та за багатьома іншими показниками різні, але структурно абсолютно впізнавані).

Сучасні дослідники використовують структурний аналіз і для класифікації найновіших проєктів, зокрема медійних. Вважається, що класичне ток-шоу є «трикутником»: ведучий – запрошені гості (експерти) – глядачі. Його організація досить проста: ведучий та аудиторія ставлять запитання, гості відповідають на них. Щоправда, як вважають експерти, цей жанр відрізняється різноманітністю тематики (від побутової до політичної та економічної), а також обсягом піджанрових різновидів (поєднує в собі ознаки інтерв'ю, дискусії тощо), однак,

незважаючи на це, усі ток-проєкти передбачають таблицю базової структури стреотипів. Це й дає змогу віднести їх до однієї парадигми.

Окрім В. Проппа, структурним аналізом активно послуговувались інші вчені, наприклад француз Клод Леві-Строс. Предметом його дослідження стали первісні цивілізації, їхні традиції, звичаї тощо, а результатом – книга під промовистою назвою «Структурна антропологія». Серед наших сучасників можемо назвати Марію Моклицю, яка структурувала та ідентифікувала літературу межі IX–XX ст. як мистецтво модернізму [Моклиця. Модернізм, 2002].

Цей метод є фактичним, а отже – бездоганним. Однак певна категорія вчених звинувачує його в сухості.

3.4.2. Пошукові машини. Контент-аналіз

Не меншою точністю славиться контент-аналіз – статистична техніка кількісного опису змісту комунікації та формування висновків на базі систематичного встановлення характеристик. Метод ще точніший від попереднього. У його основі – цифри й факти. Кожен, хто застосовує цей спосіб, приходить до однакових висновків. Тому держава, зазвичай, не відмовляє у фінансуванні досліджень із використанням контент-аналізу. Техніка задіяння методу передусім потребує відшуку одиниці аналізу. По-перше, вона має бути в цілому масиві текстів у великій кількості (інакше не стане маркером); по-друге, повинна легко ідентифікуватися (так, щоб можна було використовувати комп'ютерні програми); по-третє, ця одиниця (приміром слово) має бути однозначною (інакше бездоганне дослідження стане фактично помилковим). Прикладом удалого використання контент-аналізу слід вважати варіант установлення авторства анонімного тексту через розгляд притаманних письменникові слів чи граматичних конструкцій, невдалого – ідентифікацію реклами за наявністю перформативів (адже такі речення трапляються й в інших текстах) або визначення приналежності тексту за розділовими знаками (усім відомо, що пунктуація універсальна та вживається за правилами).

Перші спроби використання контент-аналізу пов'язані з християнством. У давнину за кількістю релігійних сюжетів судили про єретичність чи канонічність найдавніших рукописів (зокрема біблійних), які претендували на ритуальне застосування. Пізніше так само перевіряли на «ідеологічну чистоту» і «якість» політичну літературу. І відповідно, відштовхуючись від результатів контент-аналізу, авторів звинувачували у нацизмі, буржуазному націоналізмі та інших «ізмах».

Сьогодні контент використовують для аналізу художніх творів, політичних текстів, різноманітної споживаної медіапродукції тощо. Особливо цінним він є, коли потрібно вивчити соціальні реакції та оцінки. Незамінний контент і для психоаналітичних методик та ідентифікації пропагандистських текстів. Прикладами таких застосувань можуть бути дослідження, у яких з'ясовують мовні відмінності між психічнохворою й здоровою людиною; характеристики, що вирізняють бестселер, ознаки фольклорних текстів, за якими можна ідентифікувати певну культуру, і т. ін.

Учені визначають три ознаки комунікативних процесів, для аналізу котрих контент-аналіз є найефективнішим: непрямий вихід на мовця (котрому не можна просто поставити питання); для дослідження вирішальним є мовний чинник; обсяги досліджуваного матеріалу надто великі (як у текстах масової комунікації, художньої літератури, кіно тощо).

Контент-аналіз може стосуватись усіх складників комунікативного ланцюга: джерела (невідомий автор, прихована реклама), каналу (ідентифікація за текстом, звуком, зображенням тощо), повідомлення (зображення, текст, ремарки), отримувача (у випадках, коли немає прямого виходу на респондента, як-от у листах Лесі Українки до Ольги Кобилянської, де вона називає подругу «хтось чорненький»). Цей метод дуже вживаний, оскільки абсолютно непомильний і має низку переваг, серед яких – ненав'язлива констатаційність (ті, хто досліджує, не можуть мати симпатій-антипатій, бо оперують цифрами); абстрактність (висновки робляться з того, що безпосередньо не спостерігається, а отже, не може бути «обманів зору»); дає чітке уявлення про те, чого дослідник безпосередньо вже спостерегти не може (найдавніші культури, покійні творці тощо).

Техніка контент-аналізу закладена також в усі пошукові машини всесвітньої мережі, що дає змогу відшукати будь-яку інформацію за лічені хвилини й проаналізувати непомірно великі об'єми текстів.

3.4.3. Інформаційна сфера. Семіотичний аналіз

Кардинально відрізняється від двох попередніх семіотичний аналіз, передусім тому, що не вважається точним. Цей метод акцентує на знаковій природі комунікації. Отже, щоби його задіювати, слід насамперед уміти вирізняти знаки з-поміж їх імітаторів, головно сигналів та ознак. Сигнали – то реалії, які діють на наші почуття й

емоції. Вони можуть бути різними й для кожного реципієнта особливими. Однак існують також універсальні сигнали на кшталт звуку та світла в автомобілів, театральних дзвінків тощо. Різновидом сигналу вважається ознака – сигнал, який несе інформацію, не оброблену свідомістю. Приклад ознаки – природні явища, наприклад хмара чи грім, які означають наближення грози.

На відміну від сигналу й ознаки, знак – це лише змістовна інформація. Знак – матеріальний об'єкт, який є представником іншого предмета: жовта квітка, чорний одяг – знак печалі, будь-яка зелень – знак життя тощо. Коли значення «приростає» до знака, він стає символом. Так голуб став символом миру, а сова – мудрості. Однак процес символізації не універсальний: зображення звичайного хреста – символ віри (для християн), із загнутими кінцями – уособлення ідей фашизму, хоча, якщо звернутися до найдавнішої традиції знаковості, то розуміння обох символів будуть зовсім іншими. Отже, «позначання» залежить від традицій та культури реципієнтів.

Загалом знаки чимось нагадують знаряддя праці. Однак знаряддя впливають, а знаки заміщують. Знаки поділяються на категорії: зображення/ікони (якщо вони відображають легковловиму схожість із тим, що відтворюють, приміром знак підземного переходу); указівники/ індекси (засвідчують ситуативний зв'язок, який можна визначити логічно, наприклад череп із двома кістками «говорить» про небезпеку для життя людини) і символи (як ми вже зазначили, – це знаки, котрі втілюють певну ідею, себто надають зображенню сенс, який йому не властивий). Найчастіше за допомогою символів позначається те, що ніяк по-іншому позначитися не може, тому що воно виражається лише умовно. Це передусім абстрактні поняття на кшталт віри, свободи, патріотизму тощо.

За допомогою знаків інформація закодовується. Процес кодифікації може відбуватися стереотипно або ж оригінально. Стереотипна, підсилена архетипністю кодифікація у сфері мас-медіа найбільше властива для реклами, оскільки символи, представлені в ній, мають бути загальнозрозумілі та впливати передусім на підсвідомість і свідомість реципієнтів. Архетипно впізнавана символіка на кшталт жовто-блакитного кольору, тризуба, вишиванки тощо значать, зазвичай, національний продукт. Нестереотипно кодифікуються маскультівські твори, близькі до мистецтва високої проби, та власне взірці оригінальної творчості, як-от: художні література й фільми, образотворче мистецтво,

скульптура, документалістика та под. Усі ці твори глибоко індивідуальні й далеко не всім зрозумілі. Інколи – навіть самому автору.

Культуру загалом доречно вважати набором кодів: кольорів, зображень, форм, які можна «збирати», й «розбирати» по-різному. За знаками цілком реально визначити, якій спільноті належать мистецькі цінності. Однак завдання публіцистики/журналістики – звузити закодовану багатозначність, оскільки журналістика активує змістове начало та має бути прозорою (вона констатує факти й на них «вибудовується»). Журналістика – для всіх. Місія художньої культури – нестереотипна образність: різноманітні способи поглиблення й ускладнення знаковості. Але, коли виникає потреба переглянути сфальшоване та зміфологізоване минуле, а правдивих джерел обмаль, саме високий рівень кодифікації дає змогу використовувати в царині масової комунікації художнє слово як найбільш достовірне джерело. Отже, нестереотипне кодування – то й своєрідне сховище інформації.

У вимірі масової комунікації (в усталеному розумінні цього поняття) кодування інформації має бути достатньо переконливим: у негативного героя повинен бути хижий погляд, неприємне обличчя тощо. Позитивний – це, навпаки, переважно красень за всіма чеховськими параметрами: «і обличчя, і душа, і одяг». Візьмемо, для прикладу, уособлення свободи в різних видах мистецтва та царинах комунікації. В архітектурі такими знаками є необмежений простір, висота, відсутність зайвих елементів інтер'єру й декору, відповідні кольори тощо; у скульптурі – це, наприклад, велична постать жінки з піднятим догори прометеївським факелом, яка давно вже стала символом цілого американського континенту; у сфері моди – якомога менше одягу або його бомжоподібність, мовляв: «А мені однаково, якої ви думки про мою манеру одягатися». Приклади можна множити. Усіма ними, із зрозумілих причин, активно послуговуються реклама й кінематограф (найкомпілятивніші аудіовізуальні дискурси). Хоча переклад із «мови» одного мистецтва на «лексикон» іншого майже неможливий: якщо спробувати описати словами піраміди – то буде їх дуже бліда копія. Однак вербальність, коли порівнювати її з усіма іншими елементами семіосфери, – таки найкращий спосіб «перекладу». Часто знаковість рятує від натуралізму, тоді вона – евфемізм – фігове листя культури.

У семіотичній царині «зародження» значень існує чотири відношення, які стосуються різних складників комунікативного ланцюга:

семантичне – коли значення стосується власне ознаки (так, певним уособленням ми наділяємо колір); референтне означає стосунок до предмета (троянда – символ кохання, сова – утілення мудрості тощо); прагматичне – це ставлення людини до знака (наприклад плач як реакція на чорне чи траурну музику); ланцюгове або відношення знака до знака (мається на увазі поєднання багатьох знаків у єдину «картину»: чорний одяг, жовті квіти, реквієм тощо).

Знак – елемент змісту, а не форми, він повинен мати і значення, і сенс (ще А. Чехов свого часу сказав (і це стало афоризмом): якщо під час театральної вистави на стіні вісить зброя – вона обов'язково мусить вистрілити, інакше її просто немає потреби вписувати в інтер'єр). Підвищеної уваги до знаковості потребують найреалістичніші мистецтва на кшталт фотографії, адже вони є майже копіями (тут образність створюється за рахунок відсутності затекстів і майстерного поєднання знаків). А найбільш семіотичними вважаються аудіовізуальні тексти, котрі містять увесь «набір» знаків: слова, звуки, форми, кольори, рухи тощо. Інколи ці знаки навіть сприймаються наче позначуване, як вислід – реципієнти потрапляють у віртуальний полон: героїв фільмів вважають не видуманими, а дійсними, рекламовані товари – реально ефективними тощо. Але є ще заплутаніші тексти, це – пародії. Там відбувається підміна знаків та їх пародіювання.

Семіотичний метод застосовують до дискурсів і текстів, вибудуваних за рецептивними моделями, де потрібні інтерпретація й культуротворча аналогія знаків. Недоліком методу вважають неоднозначність потрактувань, бо кожен інтерпретатор (залежно від освіти, ерудиції, культури) «зчитує» різні значення. Тому кілька дослідників, які представляють не одну спільноту, можуть, після застосування семіотичного методу, прийти до абсолютно полярних висновків. Як-от у випадку аналізу полотен Леонардо да Вінчі, у баченні та потрактуванні символіки яких думки представників традиційної й нетрадиційної християнської культур розійшлися: одні вважали, що Леонардо був ревним християнином, тому писав картини на біблійну тематику, прославляючи Бога, інші – що так він закодовував своє протестантство, адже чоловіки на його картинах дуже жіноподібні, а святі, написані з автора, – обернені спиною до Месії. Одне слово, семіотичний метод дослідження надзвичайно результативний, однак доволі неточний, коли є інструментом у руках пересічної людини. Ним мають послуговуватися фахівці-семіотики.

3.4.4. Репрезентаційна мотивація. Метод Шонді

Ще один підхід до масової комунікації пропонує мотиваційний аналіз. Цей метод дає змогу розглянути комунікацію стосовно реальних бажань і стимулів людини. Вихідні тези аналізу: установити, що реципієнти думають насправді (тобто з'ясувати їхні реальні мотиви) та, маючи ці знання, керувати реципієнтами (котрі ні про що не здогадуються).

Як доводять дослідження, люди зрідка повідомляють про себе правду. Найчастіше про себе вони, на жаль, і не знають. Живучи в пластикових будівлях, кажуть, що люблять старовину; користуючись послугами ресторанів швидкої їжі, стверджують наче надають перевагу здоровому харчуванню. Реципієнти найчастіше засвідчують те, що від них очікують, аби сподобатись і констатувати свою солідарність зі спільнотами й стереотипно-комфортну правильність.

Завдання мотиваційного аналізу – урахувати це та за допомогою несподіваних підходів «вивести» всіх «на чисту воду». Найзадіяніший «детектор правди» – демонстрація зображень чи фотографій, які тасують і розкладають перед реципієнтами з проханням вибрати тих або те, хто/що їм найбільше подобається. У наборі незнайомців можуть бути вбивці, генії, пересічні громадяни тощо, а серед речей – стильні й такі, що засвідчують елементарну відсутність естетичного смаку. Оскільки піддослідні не знають нічого про людей і речі, то обирають те, що їм справді імпонує. Подібне дослідження можна виконати й за допомогою тестування. Варто лишень правильно сформулювати питання та дзеркально повторити їх кілька разів у різних інтерпретаціях. Найпопулярніший мотиваційний аналіз – звісно, у царині реклами. Медіаексперти стверджують: саме так сфера «знаходить» свого споживача. Однак нам здається, що цей метод двосічний: відштовхуючись від споживаної реклами, можемо «поставити діагноз» й аудиторії.

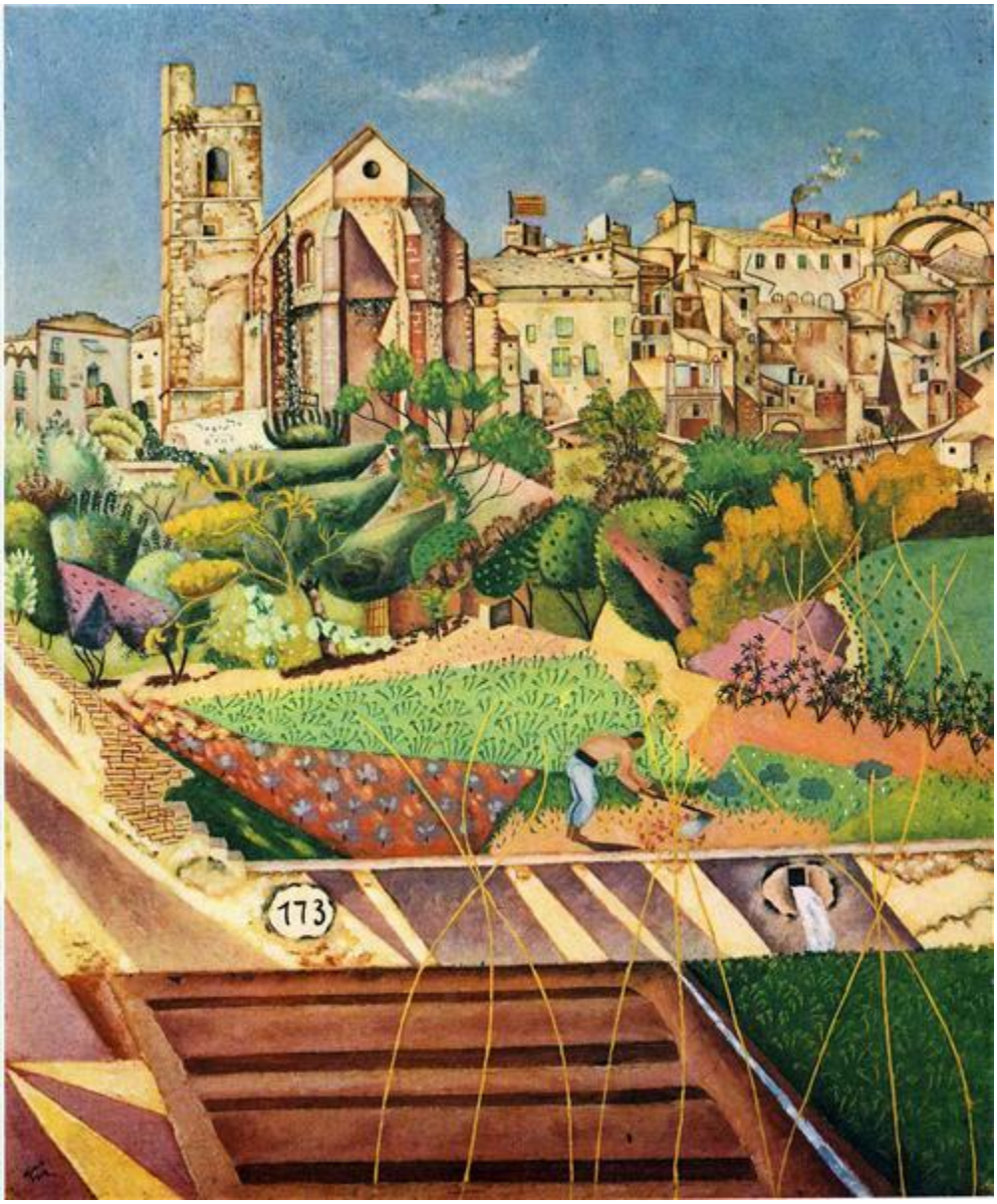
3.4.5. Універсальний підхід. Герменевтичний аналіз

Найвичерпнішим у царині масової комунікації вважається герменевтичний аналіз медіатекстів. Герменевтика, як нам відомо, – тлумачення тестів/творів/дискурсів, у найдавніші часи – релігійних, тепер – будь-яких. На відміну від семіотичного, контент- та мотиваційного, котрі, зазвичай, досліджують лише один аспект предмета, герменевтичний метод передбачає комплексний розгляд з урахуванням усіх параметрів, як-от: форма власності, зв'язок із реальністю та культурною

традицією, проникнення в логіку викладу (з урахуванням мови), наявність цензурування, лаштування під аудиторію тощо. Цей метод дає змогу не лише аналізувати ЗМІ, а й визначати їх рейтинг із-поміж інших медій, котрі якось уписуються в спільну з ними парадигму (наприклад за регіональним, спеціалізаційним, споживацьким та ін. критеріями). В основі методу – ретельно опрацьований європейськими вченими алгоритм, кожна ланка якого – критичний погляд на аналізований засіб комунікації. Аналіз відбувається в такій послідовності постановки питань: хто передає інформацію? (хто власник, фінансист, чиї інтереси відстоює ЗМІ, якою є ідеологія держави як тло функціонування аналізованого мас-медіа, чия реклама присутня в ресурсі, із чим конкурує аналізований ЗМК і чи не порушує чинного законодавства?); якого типу продукт? (вербальний, невербальний, візуальний, аудіальний, аудіовізуальний, чи є цей ЗМК жанрово збалансованим, чи присутні в ньому контексти, претексти, затексти тощо?); як створено ЗМК? (задіяні олівець, комп'ютер, камера тощо, дорога чи дешева техніка); яким є ЗМК із погляду мови? (чи досконале й відповідає формату вербальне оформлення в плані використання літературної мови, сленгу, нецензурних слів, піктограм, наприклад смайлів тощо, наскільки вдалим слід вважати образотворчий аспект: кольори, ракурси, плани, контури?); як масмедіа представляє свою тематику? (мається на увазі стиль-формат подачі: філософський, пропагандистський, просвітянський, розважальний, науковий); чи відповідає продукт своїй аудиторії за віковим, освітнім, національним, сексуально орієнтаційним, релігійним та іншими параметрами?

Якщо ми обираємо, приміром, 60-бальну систему, то на кожну рубрику випадає 10 балів. Згодом бали додають і визначають рейтинг, до якого може увійти величезна кількість ЗМІ. Метод є доволі точним та дає адекватну картину досліджуваних явищ.

Перелік методів можна продовжувати до нескінченності. Однак, якщо потрібно якось обмежити «число π», то можна це зробити, наприклад, за окремими дискурсами (що найчастіше й робиться). А ще краще – за тими, хто сприймає та аналізує (за вже відомими нам психотипами). У такому випадку експресивні маси й особистості оберуть для аналізу зі зрозумілих причин методи на кшталт мотиваційного; інтуїти – семіотичний; сенсорики – структурний, раціонали – герменевтичний.



«Кам'яні книги єдині, котрі ніколи не брешуть, і на цій підставі я їм відводжу головне місце у своїх працях з історії цивілізацій. Я завжди мав велику недовіру до літературних документів. Вони, як правило, вводять в оману і нечасно навчають. Пам'ятник ніколи не обманює і завжди навчає. Він найкраще зберігає думку зниклих народів. Треба шкодувати з приводу розумової сліпоти фахівців, котрі вважають за потрібне шукати на будівлях тільки написи».

(Густав Ле Бон)

РОЗДІЛ 4
КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

4.1. Культивування природи

Перед тим, як аналізувати явища, слід здійснити їх стратифікацію. У сфері масової комунікації класифікуються та досліджуються, зазвичай, засоби масової комунікації (за О. Кузнецовою [Кузнецова, 2005]) або дискурси (за Г. Почепцовим [Почепцов, 1999]). Олена Кузнецова поділяє ЗМК на два класи – природні й технічні. До природних, на її думку, належать знаки (суб'єктивні – міміка, жести, плач, крик, свист, сміх, ритмізоване мовлення; речові – ікони, статуетки, гроші, герби, прапори, хрести тощо) і збори (конкурси, конференції, мітинги, виступи, лекції тощо). До категорії «збори», вочевидь, слід було б додати найдавніші форми на кшталт майданів, ярмарок та інших публічних зібрань. До технічних дослідниця відносить книги (зображувальні й текстові) та фільми (звукові й аудіовізуальні).

Г. Почепцов класифікує не ЗМК (що нам більше імпонує, бо процес не ідентифікується із засобом), а дискурси: ритуальний, газетний, телевізійний і т. ін. Щоправда, вони чомусь належать до різних парадигм (поряд ритуальний, міфологічний, рекламний, літературний тощо).

Ми вважаємо за можливе об'єднати обидві класифікації в їх найраціональніших виявах. Як вислід, матимемо таку стратифікацію цілком процесуальних дискурсів: до категорії природних віднесемо ритуальний та, частково, театральний, а як технічні проаналізуємо мистецькі, літературні, газетні й електронні. Почнемо аналіз, зі зрозумілих причин, із ритуального.

4.1.1. Формування комунікації. Ритуал

Ритуальний дискурс – витоковий. Із ним так чи інакше пов'язані всі інші дискурси та втілення. Появу ритуалу слід вважати різновидом духовної комунікації, яка стосувалася не так проблем матеріального виробництва, як тих сил, від котрих, на думку наших пращурів, залежав успіх життєдіяльності людини. Ці сили ми звикли називати

надприродними. У давнину вважалося, що саме від них залежать урожайність, родинний добробут, сімейна злагода, здоров'я й працездатність членів спільноти. Оскільки все абстрактне та надприродне сенсорно не вловиме, то й потребує особливої моделі спілкування, суть якої – задобрити всемогутнє божество, уласкавивши його синкретично: за допомогою жертовних дійств, музики, молитовного співу тощо. І важливо зробити це колективно (що більше прохачів – то дієвіша сила їхніх прагнень).

Із викладеного раніше знаємо, що така модель, описана Джеймсом Кареєм, називається ритуальною. Її основна функція – об'єднувати реципієнтів у спільноти на рівні підсвідомості, ґрунтуючись переважно на тому, що так робили завжди (а отже – це правильно). Модель, дуже тісно пов'язана з віруваннями. Й оскільки передусім виконує функцію уніфікування, то це не інформування, а презентація. Саме тому модель і виникла на зорі цивілізацій, коли людина Розумна тільки формувалася та не вміла структуровано мислити. Зараз ритуальна комунікація продовжує існувати, але переважно в релігійних і політико-ідеологічних дискурсивних практиках.

Повідомлення ритуальної комунікації стереотипні, залежать від найдавніших асоціацій та символів, що вже наявні в культурі певної інтерпретативної спільноти. Архаїчно зумовлене спілкування найчастіше відбувається у формі обряду, церемонії, розважального дійства етнографічно-ігрового чи догматично-релігійного характеру й пов'язане з поняттями міф, архетип, символ, знак тощо. Отже, зазначений процес активно послуговується технологією перформансу. Передусім треба з'ясувати, чим же відрізняється комунікація, відбуваючись у різних «форматах» давнини, тому спробуємо дати визначення «будівельному матеріалові» – елементам-пазлам.

Дефініція «архетип» (грец. *archetipos* – первісний образ) походить з античної філософії й означає першооснову. Ми цей термін уживаємо для позначення фундаментальних загальнолюдських мотивів, первісних схем мислення та уявлень, які закладають базу комунікаційних структур вербального й невербального типів та основ колективної поведінки. Візьмемо, для прикладу, два архетипи – чоловічий і жіночий. Один із жіночих архетипів, який часто трапляється в міфах і переказах (образ жінки-вовчиці), детально описаний у книзі Клариси Пінколи Естес «Та, котра біжить з вовками» [Эстес, 1995]. У науковій розвідці К. П. Естес припускає й доводить, що втрата фемінних рис

сучасної жінки проєктує фатальні наслідки: неповагу до родини, холодний індивідуалізм, падіння народжуваності та, як наслідок – демографічну кризу. І лише відродження найдавніших «тваринних» рис самиці може врятувати людство від виродження та деградації. Так, «беручи у свідки» архетип, К. П. Естес звертається до жінок із проханням розбудити інстинкти й відчути себе частиною органічного світу.

Не менш цікавим постає один із чоловічих архетипів – образ трикстера/блазня/дурня. Його, як позитивного комунікатора, якому дозволено говорити правду, досліджували К. Юнг, М. Бахтін та А. Лихачов [Косюк, 2009: 38–49]. Учені зауважили, що маску блазня – від найдавніших часів і до сьогодні – зазвичай, «одягає» надзвичайно розумна людина, для котрої це – єдиний спосіб бути почутою, оскільки блазнювання привертає увагу (ми цей спосіб спілкування в характеристиці джерела інформації назвали символізаторством). Так на основі теорії архетипу вчені пояснили поведінку багатьох відомих людей зі сфер культури, політики, науки. Найтісніше термін «архетип» пов'язаний з аналітичною психологією К. Г. Юнга, котрий називав і вважав архетипними універсальні вроджені психічні структури, складники змісту колективного несвідомого, які постають в образах та мотивах сновидінь, аби від чогось нас застерегти й про щось попередити [Юнг, 2016].

У сенсі засвідчених поглядів та потрактувань майже синонімічним до лексеми «архетип» можна вважати слово «міф» (оповідь про найважливіше; те, що лежить у підґрунті колективного самоусвідомлення). Усім нам відома єгипетська міфологія, міфи Стародавньої Греції та Риму, у яких розповідається історія походження людства та подаються оповідання з життя богів, титанів і людей. Усі міфи описують одвічні типові ситуації й вчинки. Не випадково іменами античних героїв називають психологічні групи, хвороби, іміджі та ін. (міфи доречно вважати архетипними сюжетами людського буття). Саме міфологічну «граматику» М. Еліаде називав моделлю виправдання всіх людських вчинків [Элиаде, 2010: 183], бо така комунікація презентує вже відоме, закодоване в глибинах колективної пам'яті, те, що начебто не потребує інформаційної обробки й сприймається як алгоритм даності.

Окрім архетипу й міфу, суттєвими для ритуальної комунікації є поняття «знак», яке ми вже потрактували як будь-яку матеріальну

форму передачі абстрактних значень, і «символ», в інтерпретації вчених – той самий знак, який стає дещо сакралізованим та надзвичайно умовним (аксіоматично прийнятим у певному соціумі) позначенням ідей і речей. Архаїчно-мітологічну символіку покладено в основу геральдики та інших ритуальних речей і дій.

Окреслені поняття – запорука адекватного розуміння «форматів» ритуального дискурсу, які історично варіювалися, тому повсякчас наче «находять» один на одного. Серед таких форматів найчастіше плутають власне ритуальний та обрядовий, які для сучасної культури майже синонімічні, однак у вимірах архаїки – кардинально полярні явища. Ритуал – канонізована комунікація, у релігійній інтерпретації – здатна впливати на природні й надприродні сили. Ритуалом переважно були лише дії надзвичайно сакрального характеру, у яких форма виконання жорстко регламентувалася та містила норми складних символічних дій (начебто незбагненних для обмеженого людського розуму), що передавалися спадково. Це дійство споконвіків презентувало демонстрацію форми, яка втілювала не так змістовність цінностей, як ставлення до них – віру, визнання й повагу. Спільне виконання громадських ритуалів стверджувало єдність, давало можливість відчути свою причетність до спільнотної віри та ідеалів.

Обряд – явище набагато приземленіше й переважно світського характеру. Воно пов’язане не так зі спілкуванням із божествами, як з облаштуванням побуту та родинного життя. Це сукупність традиційних умовних дій, котрі в образно-символічній формі виражають встановлені зв’язки людей у родовій парадигмі. Характеризуючи обряди, маємо акцентувати їх соціальну функцію – залучення до домінантної системи нормативних вимог. Отже, в обряді регламентуються дії, пов’язані з найважливішими подіями соціального й сімейного життя спільноти. Найголовніше місце в теоретичних міркуваннях щодо обрядовості посідає аналіз її символічної природи. Саме символічний характер обряду становить ту специфічну особливість, що відрізняє його від таких близьких (ще більш «світських» та градаційно нижчих від ритуалу й обряду) явищ, як традиції (форми передачі соціального досвіду із покоління в покоління, наприклад звичка покладання квітів та вінків на могили), свята (форма відзначення значних для соціуму подій, як-от: свято Івана Купала чи День працівника педагогічної сфери) та звичаї (набір шаблонів поведінки, який дає змогу людям найкраще взаємодіяти один з одним. Як

приклад, можна навести зустрічання гостей із хлібом-сіллю тощо). Останні реалії не зводилися до обрядів, хоча могли містити окремі обрядові елементи.

За іронією долі, на сьогодні маємо варіант абсолютного змішування витокових понять: якщо обрядом вважають ще саме те, що ним було одвічно, то словом «ритуал» почали маркувати все підряд, аж до усталеної поведінки в різних побутових ситуаціях. Вочевидь, це нормально: із плином часу та появою нових реалій повинні трансформуватися й звичні поняття. Єдине, що не змінилося, – це підозріле ставлення і до ритуалів, і до обрядів, які, слід зауважити, завжди містили доволі суперечливі аспекти, пов'язані з первозданною інстинктивною природою та матеріально-тілесним низом.

Ритуальний дискурс вибудовується за власною органічною моделлю. Однак йому не чужа й модель розголосу, оскільки привернення уваги з найдавніших часів і до сьогодні є важливим аспектом комунікації, а в сиву давнину це взагалі було найважливішим. У названому дискурсі (у чистому вигляді) задіяно всі комунікативні канали. Домінують, звісно, зоровий та слуховий. Комунікатор може одягати будь-яку маску (не випадково ідеальне втілення цього виду комунікації – карнавал). Щодо механізму довіри, то він присутній на рівні і подання, і сприймання інформації. Можна сказати: «сліпа» довіра – основа й передумова вдалої комунікації в царині ритуального дискурсу. Аби дослідити щось створене за аналізованою моделлю, найкраще скористатися семіотичним методом (зайве пояснювати – чому). У плані охоплення явищ і зв'язків ритуальна комунікація теж не має собі рівних – вона не лише займає левову частку інформаційного простору, а й проникає в усі інші дискурси й тексти. Тому ми кажемо не ритуальний дискурс, а ритуальний інтеркурс.

4.1.2. Трансформація ритуалу. Тетральна комунікація

Театр – мистецтво, яке художньо освоює світ через дію, утілену акторами безпосередньо перед очима глядачів. Основа театрального дійства – драматургія. Однак воно містить у собі і живопис, і скульптуру, навіть архітектуру (декорації), інколи – також кіно, музику, танець. Синтетичність театрального дійства визначає не лише насиченість мистецтвами, але й колективний характер творчості: у спектаклі об'єднуються зусилля драматурга, режисера, художника, композитора,

актора. Однак чи можна назвати цей конгломерат мистецтв однією з форм масової комунікації?

Говорячи про масовокомунікаційний аспект театру, спробуймо (услід за І. Михайлиним [Михайлин, 2005: 4–30]) віднести його до так званих факторів пражурналістики. Пражурналістикою називають групу культурних явищ, які начебто містили в собі елементи майбутніх масової комунікації та журналістики як соціальних інститутів і ремесла з інформаційної діяльності. Серед ознак пражурналістських явищ, зазвичай, називають такі: процеси, які існували до винайдення друкованих періодичних видань; вони були пов'язані з поширенням у широких масах оперативної, актуальної, соціально значимої інформації; названа інформація певною мірою виявлялась еквівалентою тій, яку містять сучасні мас-медіа (сама інформація в такому аспекті, на думку І. Михайлина, сприймається загалом як щось таке, що існує повсякчас і що треба тільки якось уміти поширити наявними й доступними каналами; сам процес «виготовлення» потребував усталених методів збирання (спостереження, опитування, вивчення документів і джерел тощо та обробітку (вибірковість, сенсаційність, актуальність тощо) інформації [Михайлин, 2005: 4–6].

Ще одним маркером явищ пражурналістської діяльності слід уважати їх синкретизм (злитість, нерозчленованість складових елементів). Цей показник не характеризує їх як фактори масової комунікації, але об'єднує за принципом належності до найдавнішого й у цьому сенсі – витокового (а отже – непорушного). Зазвичай, такі синкретичні реалії – ембріон розвитку не лише масової комунікації чи мистецтва, а й філософії, історії, політології тощо (згадаймо праці Платона чи історіографію Стародавньої Греції; кожен науковець, працюючи в різних сферах наукових знань, визнає названі явища «своїми»). Отже, спробуємо довести, що театр можна вважати органічним явищем масової комунікації.

Якщо орієнтуватися на інформацію, наявну в підручниках та монографіях, то в багатьох стародавніх країнах (наприклад у Греції й Римі) театр був епіцентром громадського публічного життя. А з'явився він як комунікація з Богом. Ну не зовсім Всевишнім (на кшталт Зевса чи Юпітера), а з його нащадком – народним божеством виноградної лози та вегетативності (розмноження), Діонісом-Вакхом – поширювачем, м'яко кажучи, не зовсім пристойних звичаїв і культури, яка зародилися ще у Фракії. У високому епосі Діоніс згадується зрідка

й не належить до сомну олімпійських богів, зважаючи на факти; серед аристократії він узагалі був зовсім не популярним. У Діоніса й «досьє» відповідне: божевілля, поневіряння, зцілення богинею Кібелою тощо (спочатку Діоніса й зображували не зовсім естетично – у формі грубої дерев'яної статуї, ледь подібної до людини з гіперболічно збільшеними окремими частинами тіла). Отже, це було суто народне, як сказали би тепер – цілком масове божество. Не дивно, що на його честь влаштовувалися не повчальні високоморальні видовища, а оргіястично-вакханальні містерії, учасниками яких були голі або обтягнені в цапині шкіри сатири (їх так і називали – козлоногі сатири), що виконували дифірамби (прославлення Діоніса) та фалічні (дуже непристойні) пісні. Основу й головний зміст містерій становили «Діонісові страсті» – розповіді про його земні пригоди та походеньки, неминучу загибель і багатообіцяюче відродження тощо. До святкувань спершу допускалися лише втаємничені, які накладали на себе аскетичні обітниці (безумовно, зрозуміло, що вистави були доволі грішного типу, непомірно відвертого у своїй земній репродуктивній тілесності). Саме такі неприкриті «страсті» оспівували в дифірамбах і зображували в перших театральних виставах ранньої античності. Культ виявився настільки живучим, що ще в VII ст. н. е. церкві доводилося боротися з його пережитками в народних побуті та свідомості.

Однак сам стародавній театр значно відрізнявся від свого першоджерела. У ньому лишилися дифірамби й навіть фалічні пісні, однак тепер ці гімни складалися з партії хору та декламації заспівувача (корифея). На початках діалог між хором і корифеєм ще був пов'язаний із міфами про Діоніса, але згодом наповнився іншим змістом: хор прославляв героїв та богів з олімпійського пантеону, а міфологічні сюжети стали використовувати як ілюстрацію до злободенних проблем громадян держави. Так комедія (із грец. – пісня гульвіс) поступово набула рис політичної сатири, у якій актори обов'язково зверталися безпосередньо до глядачів як декламатори.

Спочатку в давньогрецькому театрі провідною була партія хору. Хор розповідав про події, перемоги, нещастя, коментував те, що відбувалося на сцені. Навіть головний герой час від часу звертався до нього й запитував, що йому робити. Отже, хор був своєрідним рупором ідей автора та втіленням масової свідомості [Підлісна, 1992: 5–11]. Пізніше значення партії хору в грецькій драмі зменшується, а головними дійовими особами стають актори. Акторами називалися ті

герої, які спочатку відповідали хору (читаймо – народові), а згодом – просто відтворювали дію. Акторів, зазвичай, було три, рідше – чотири. Перший із них (протагоніст) виконував усі найвідповідальніші партії. Цю роль найчастіше грав сам автор-драматург; вочевидь, тому його функція поступово стала важливішою за роль хору. В інтерпретації сучасної журналістики це означає, що агітатор/піартехнолог абсолютно оволодів своїм електоратом. Актори одягали на обличчя маски, змінюючи їх і в різних ролях, і під час виконання однієї.

Про організацію вистав та спорудження театральних приміщень дбала держава в особі посадовців – архонтів (попередників сучасних депутатів). Витрати на утримання й навчання хору сприймали як почесний громадський обов'язок багаті громадяни, які одержували назву хорегів (мовою сучасності – спонсорів чи благодійників). Процесії козлоногих сатирів, які в найдавніші часи ходили вулицями, згодом перейшли на спеціальні майданчики. У центрі тих майданів було місце для хору – орхестру, біля якого стояв намет – скене (або сцена) для збереження реквізиту й зміни масок. Театр Стародавньої Еллади був грандіозним видовищем, яке відбувалося під відкритим небом. Глядачі (від 30 000 – до 40 000 осіб) сиділи на сходоподібних, вирізьблених у схилах пагорбів лавах (інколи вони були й учасниками хору).

Вистави, навіть коли перестали бути ритуальними, демонструвались у свята на честь Діоніса та мали форму змагань (які чимось, напевно, нагадували дебати претендентів на важливі політичні посади). Кожен із трьох драматургів-конкурентів виступав із тетралогією, що складалася з трьох трагедій та однієї сатиричної драми. Щоб визначити поетів-переможців, обирали 10 суддів. Присуд журі карбували на мармурових дошках. Драматурги-переможці користувались особливою пошаною, їм уклонялися, як богам, споруджували пам'ятники й, що найголовніше, доручали важливі державні посади (нам це нічого не нагадує?). Існує легенда, що Софокл став стратегом (головнокомандувачем) війська, завідувачем зовнішніх справ держави та керівником фінансової сфери, уключно із судовою, саме після успіху трагедії «Антігона».

Сюжети для еллінських п'єс давали всім відомі міфи (те, що вічно повторюється, і чим рясніють шпальти й сучасних газет та екрани телевізорів). Знайомі сюжети зовсім не применшували інтересу глядачів до творів, бо аудиторію особливо цікавив аспект оригінальності інтерпретацій (адже то були не просто видовища, а вистави-змагання).

Окрім того, драми відображували широке коло проблем, якими жила Еллада. Драматурги ставали проповідниками громадянських та моральних ідеалів. Поступово театр перетворювався на арену боротьби ідей та партій. Піднесення патріотичних почуттів у зв'язку з національно-визвольною боротьбою проти перської навали, творча активність демосу, що прийшов до влади після перемоги над родовою верхівкою, сприяли розвиткові драматичного мистецтва. На театральних виставах кожен громадянин почувався причетним до політичного життя. Присутність на спектаклі дорівнювала виконанню громадських обов'язків. Гроші на квитки надавала держава. Цілком очікувано провідними жанрами стали трагедія й комедія, що відтворювали крайні вияви суспільних проблем.

Есхіл, Софокл, Еврипід у трагедіях створювали образи легендарних героїв та богів, пропагували норми звичаєвої моралі, відстоювали свої соціально-політичні ідеали. Серед комедіографів пальму першості отримав Аристофан, котрий не обуренням, а сміхом осуджував вади суспільства і його публічних репрезентаторів.

Загалом, на думку І. Михайлина [Михайлин, 2005: 4–5], унікальність давньогрецького театру становлять такі риси, як постановка значних суспільно-політичних, філософських й етичних питань, насиченість творів ідеями патріотизму, увага до людини, глибина героїчних характерів, що пробуджує свідомість глядачів. Це був непересічний канал комунікації. Театр забезпечував масовий вплив на демос, ідейно охоплював весь народ поліса, що, звісно, викликало спокусу використовувати його з певною метою. Ігор Михайлин наводить один дуже переконливий приклад «сугестії» театру як засобу масової комунікації. Маємо на увазі його розповідь про те, як глядачі Стародавньої Греції плакали й скандували під час вистави Фрініха (драматурга, твори котрого до нас не дійшли). Увесь трагізм ситуації полягав у тому, що сюжет вистави «Взяття Мілета» цілком відповідав дійсності: Фрініх відтворив справжні події півторарічної давнини (війну персів із греками) і розповів про страждання та смерть близьких і рідних глядачів, пам'ять про яких виявилася надто свіжою й вразливою. Тому аудиторія аж ніяк не могла сприймати цю виставу як твір мистецтва – образну річ. Для неї то був репортаж – явище журналістики чистої води. Трагедія виявилася понадміру актуальною. Більш важливої теми, ніж стосунки з персами, ніж придушення ними грецького повстання, якому співчували Афіни й допомагали повстан-

цям, знайти було важко. Драматург звернувся до центральної події свого часу, яка була на вустах усього народу. По-друге, твір Фрініха відзначався хронологічною актуальністю (оперативністю). Мілет був захоплений восени, а вже в березні наступного року мешканці Афін дивилися в театрі виставу про цю подію. Враховуючи повільний рух інформації в ту давню добу, можна твердити, що Фрініх практично негайно відгукнувся на подію. По-третє, історики, коментатори Геродота, вважають твір Фрініха першою відомою людству спробою зобразити на сцені історичні події. Це значить, що ми маємо справу із документальним твором. Історичні події для Фрініха та його глядачів насправді ще не були минулим, а пекучою сучасністю. Фрініх повідомляв зі сцени те, що рознесли по Елладі вцілілі свідки жахливого руйнування. Документальність – конституційна ознака масової інформації. По-четверте, ознакою масової інформації в журналістиці є її прагматизм, імперативність. Ці риси щедро виявилися в драмі Фрініха. Він сформував громадську думку й емоції в напрямі палкого співчуття співвітчизникам, готовності виступити їм на допомогу, самим протистояти проти зазіхань поневолювачів. Сльози глядачів на виставі – яскраве свідчення ефективності впливу на масову свідомість, знак зворотнього зв'язку, такої прикметної ознаки журналістики. При марафоні, на Саламіні воювали громадяни, вихована грецьким театром, увібравши у свою свідомість прагматичні ідеї драматурга. По-п'яте, Фрініх був перший автор, який поплатився за свій талант, кого злякалися можновладці та вжили проти нього санкції на державному рівні. Штраф відіграв роль суворого попередження, а заборона виставляти драму в майбутньому була рівнозначна вилученню твору з обігу, переміщенню його в античний «спецхран». Можливо, тому він і не дійшов до нас. По-шосте, твір Фрініха охопив своїм впливом 17 тисяч глядачів театру – мешканців Афін й околиць, тобто все доросле населення поліса (держави). Слід мати на увазі, що йдеться про ті часи, коли писемність була набутком обраних, лише одиниці могли прочитати текст, а театральне видовище було доступне справді усій спільноті громадян. Про таку масовість і вичерпність охоплення аудиторії може тільки мріяти сучасна журналістика [Михайлин, 2005: 9–10].

Дія грецького театру часто розгорталася на лоні природи, наче стаючи частиною самого життя. Це надавало театральним дійствам природності та безпосередності. Однак уже в давньоримських поста-

новках більш важливими стали штучний постановочний аспект і театральна техніка; змінився тип сцени, виникли нові види вистав, зокрема музично-танцювальні видовища на міфологічні сюжети – пантоміми. Статус високого театрального мистецтва на римському подіумі поступово знижувався, основний акцент переносився на видовищність. Театральні вистави заміняли гладіаторськими боями, які відбувались у Колізеї та інших театральних спорудах. Влаштовували й більш криваві видовища – масові полювання, єдиноборства з тваринами, публічні розтерзання беззбройних людей дикими звірами (предусім засуджених злочинців). Активно розвивався цирк у вигляді змагань на колісницях, кулачні бої та ін. Театр поступово втрачав сакральний характер, натомість ставав по-справжньому публічним і масовим, невибагливим, доступним та зрозумілим для всіх верств населення.

Якщо ж говорити про Середньовіччя, то слід брати до уваги вже не театр, а театри. У середні віки цей вид мистецтва розвивався у двох формах – як народний та офіційно-релігійній. Релігійний пішов від літургійної драми, яка виконувалася як частина церковної служби. Лише в XIII–XIV ст. виникли відособлені від меси самостійні постановки – містерії й міраклі, своєрідні візуалізації апокрифів, у які, крім власне канонічних мотивів, уявлень та потрактувань, проникали народні переосмислення. Порівняно з офіційними церковними літургіями, ці модифікації були дійсно масовими (і в розумінні поширеності, і в доступності). Демократичний вияв розвитку театру втілює самодіяльну творчість народу, яку опановували трупи бродячих акторів. Народний театр постійно потрапляв в опалу, оскільки в його середовищі збереглися пережитки язичництва та доволі відвертих амбівалентних діонісійських ритуалів. Але, незважаючи на церковний тиск, демократичне театральне мистецтво стрімко розвивалося. Найхарактернішою рисою зазначеного типу комунікації вважається принцип узагальненого показу людини (у героях п’єс автори шукали не індивідуальне, а загальне), що призвело до появи постійних типів-масок і, як наслідок – сатиричного пласту (опозиційного офіційній ідеології). Отже, можна сказати, що в епоху Середньовіччя драматична комунікація змістилася в площину «верх-низ»: надзвичайної витонченості досягла вона й у сфері високої релігійної герменевтики, і в царині народної культури. Але це були полярні типи продукування інформації, які взаємодоповнювалися.

Епоха ренесансу дещо відкоригувала варіант драматичної середньовічної комунікації й намагалася відродити традиції античного театру. Театральна комунікація цього часу набувала ознак професійного мистецтва – виникали навіть постійні акторські товариства, на кшталт Шекспірівського, та приватні антрепризи. На рубежі XVI–XVII ст. від театру відокремилась опера. Продовжували розвиватися й народні форми дійств. Загалом драматичний дискурс і далі «роздвоювався»: в елітарному вияві він ставав глибоко філософським та інтелектуально забарвленим, а в народному (малося на увазі – масовому) – зовні спрощеним, а насправді – колосально складним і зануреним у ментальну сферу підсвідомості. Приблизно на цьому етапі народні дійства вже переставали вважатися театром.

Із поширенням класицизму ця тенденція поглибилася, оскільки театр XVII ст. тримався на базі нормативної естетики (Буало) [Буало-Депрео, 2012] та раціоналістичної філософії (Декарт) [Декарт, 2015]. В епоху класицизму творилися по-справжньому монументальні трагедії та великі комедії Расіна, Корнеля, Мольєра й ін. Драматурги намагалися створити ідеальних героїв, висміяти фундаментальні вади. Актори ж прагнули втілити універсальні загальнолюдські риси й нехтували конкретно-історичними, індивідуальними та національними. Можна сказати, що ця драматична комунікація відбувалася на рівні штучно-етикетного дискурсу символізації й дуже нагадувала сучасні майданні піарпостановки політичного характеру.

На початку XVIII ст. у драматичний дискурс, окрім власне раціоналізму, потрапляють ідеї просвітництва (Лессінга, Дідро та ін.), і він спершу стає «рупором» наукових ідей, а згодом – соціальних та політичних змагань. Пропагандистський аспект дискурсу надійно закріплюється й у наступних століттях, особливо в епохи різних модифікацій реалізму, у концептуальних основах якого, як ми вже змогли переконатися, – правдиве, конкретно-історичне зображення типових подій та характерів в універсальних обставинах за принципом точної відповідності реальності. Однак реалізм став основним виявом прози, а не драматургії, вочевидь, через байдужість до використання ресурсів вторинних знакових систем. Драматургія ж отримала пальму першості в естетиці модернізму, передусім символізму (оскільки найвибагливіші абстракції тут отримували цілком матеріальне втілення в декорі, реквізиті тощо). Модерністи радикально змінили не тільки уявлення про драматургійне мистецтво, а й ставлення до нього.

Їхньому театру властиві експериментальний характер, прагнення до новаторства, космополітизм, недомовленість, натяки, таємничість, загадковість та широкий діапазон впливів інших систем комунікації. На теренах театрального мистецтва ХХ ст. змагалися й взаємодоповнювалися дві опозиційні системи комунікації – Костянтина Станіславського та Всеволода Мейєрхольда [Моклиця, 2002: 187–188]. К. Станіславський вважав, що метою драматичної комунікації є досягнення повної психологічної достовірності акторської гри. Цьому має сприяти технологія абсолютного переживання: актор у п'єсі дійсно повинен хвилюватися й перейматися. Це начебто стимулює «життя» сценічного образу. Мейєрхольд, навпаки, стверджував, що гра мусить залишатися грою. Важлива майстерність імітації: тіло актора має стати ідеальним музичним інструментом у руках самого актора. Від повинен постійно вдосконалювати культуру тілесної виразності, адже саме точно знайдена, відпрацьована та закріплена зовнішня форма «підказує» «потрібні» почуття, збуджує переживання. Шлях до «душі», стверджував він, можна знайти тільки за допомогою певних фізичних станів («точок збудливості»), фіксованих у партитурі ролі.

Загалом ці дві тенденції – «перевтілюватися чи відсторонюватися» – є основними в драматичному дискурсі й до сьогодні. І хоча театральна комунікація, на відміну від найдавнішої, стала майже самодостатньою та відокремленою від громадського й політичного життя, вона поряд з іншими системами художньої культури все одно пропонує свій репертуар відповідно до потреб часу (подекуди «переодягаючи» героїв Шекспіра, Корнеля та ін. у костюми ХХІ ст., але частіше – пропонуючи розглянути проблеми, які завжди хвилювали людство, у площині «минуле-сучасність: розквіт-деґрадація» (майстринею «оживлення» мітологічних сюжетів і вічних проблем в українському модерному проєкті стала Леся Українка).

В епоху постмодернізму театр реформується, бо має безліч проблем: він перейшов через надмірну популяризацію засобами масової інформації й усе ж зберіг свою автономність; залишив «власне обличчя» та все одно порушує загальноприйняті жанрові норми й практики в колись непохитних театральних концепціях. Сучасна театральна комунікація – продукт постіндустріальної доби, епохи пластику та піротехніки, часу розпаду цілісного погляду на світ, руйнування світоглядно-філософських, економічних, політичних й

естетичних систем. Цей театр такий амбівалентний, як і всі складники велетенської системи Постмодерну, яка все ще розгортається та не відомо як зафіксується в глобальній семіосфері.

На чолі цієї форми комунікації стоїть режисер, він не лише керує трупою, але й трактує задум драматурга та втілює п'єсу в спектакль. «Будівельний» матеріал художнього образу в театрі – жива людина, актор, через якого втілюються ідеї драматурга й режисера. Можна абсолютно точно відтворити на сцені інтер'єр кімнати, пейзаж, вид міської вулиці. Але все це залишиться мертвою бутафорією, якщо актор не одухотворить його правдою своєї сценічної поведінки. І навпаки, найпростіші маркування декорацій, навіть звичайні дощечки з написами «сад», «поле», «палац» (що вивішувалися в театрі Шекспіра) заживуть театральним життям, якщо актор зумів перевтілитися в людину, яка органічно почувається в запланованому середовищі. Шекспірівськими стратегіями навчились активно послуговуватися сучасні піартехнологи та публічні люди, яким своє «театральне» дійство почасти потрібно організовувати в найнепристосованішому для цього просторі. Ці неоактори мають якнайкраще опанувати професію, «увімкнувши» фантазію, пам'ять, темперамент, дикцію, пластику, жести тощо, інакше вони ніколи не привернуть увагу масової аудиторії.

Важлива особливість театральної комунікації полягає в тому, що тут акт творчості («конструювання» актором певного образу) відбувається на очах у глядачів. Завдяки цьому театр має величезні можливості впливу на аудиторію. У кіно глядач бачить результат творчого процесу, у театрі – сам процес. І в цьому загадка особливої привабливості спектаклю. Кожне наступне виконання ролі актор збагачує новими життєвими спостереженнями, роздумами, ураховує досвід свого спілкування з глядачем. Однак театр усе одно менш масовий, аніж кіно, оскільки не здатен тиражувати свої спектаклі сотнями копій (адже зазняте на плівку театральне дійство дуже багато втрачає, передусім живість, і майже ніколи не монтажується). Хоча не факт, що за кілька десятиліть усе не зміниться, і театр не модифікується у новий формат масової комунікації, наприклад цілком віртуальний.

Резюмуючи, покладемо дискурс на універсальну матрицю комунікаційного аналізу. Театральна комунікація вибудовується за всіма чотирма основними моделями комунікації, однак у її конструюванні зримо переважають ритуальна (ще з найдавніших часів – як модифіка-

ція вшанування богів) та розголосу (оскільки театр – живе видовище). У виставах за п'єсами Б. Шоу, Лесі Українки й інших представників так званого інтелектуального театру на перший план виходить модель рецепції. Модель трансмісії може бути присутня лише в модифікаціях театральних дійств на кшталт політичних піар-постановок та у відверто тенденційних п'єсах, подібних до агітвистав радянської доби. Драматичний дискурс твориться за допомогою різних технологій, серед яких, безперечно, переважають ігрові (унаслідок постмодерних впливів та як вислід іманентної природи дійства). Щодо використання комунікаційних каналів, то тут вони теж присутні всі, крім смакового. І дуже рідко – тактильний. Мовців у цьому типі комунікації є два, навіть, можна сказати, три – автор п'єси, режисер та актор. Перший одягає власне маску автора, інколи – принципала; другий і третій – переважно аніматора. На рівні стратегій подання й сприймання інформації механізм довіри та ефекту безпосередності тут уже давно не спрацьовує (принаймні так, як у стародавньому театрі), щоправда, слід зробити маленьке уточнення: ми маємо на увазі головні вияви – трагедію, комедію й драму, а не їх численні трансформації в царині піартехнологій та різноманітні інтеркурси, які буквально пронизують систему масової комунікації. Якщо йдеться про розуміння дискурсу, то для його аналізу краще обирати семіотичний метод, адже саме драматична комунікація дуже насичена різного рівня знаками, котрі потребують адекватних тлумачень безпосередньо й посткомунікаційно (у процесі критичних інтерпретацій). Насамкінець слід зауважити, що на фоні інших видів комунікації театральна видається найскладнішою, бо містить багато атавізмів та чужорідних елементів.

4.2. Мистецька репрезентація комунікації

Аби засвідчити комунікативні функції мистецтва, Юрій Борев, цитуючи Олексія Толстого, наводить такий приклад: уявіть, що вас, письменника, викинуло на безлюдний острів. Ви абсолютно впевнені, що до кінця днів не побачите жодної людини й того, що ви залишите по собі, ніхто ніколи не побачить. Чи будете ви писати? Учений припускає, що ні, бо для плину творчості потрібен другий полюс – співчутливий сприймач: людина, народ, людство [Борев, 1981: 318].

Ми б посперечались із літераторами та вченими. Людина – якщо вона справжній митець – здатна й готова писати і сама для себе

(це один із виявів автокомунікації – розмови, яка ніколи не припиняється), і для тих, хто її ніколи не почує (узірець спілкування з мертвими). Передусім це стосується глибоко інтимних дискурсів, наприклад ліричного. Деякі письменники навіть забороняли публікувати й оприлюднювати свої сокровенні твори. Хоча відразу постає питання: а чому ж вони їх не знищили? Вочевидь, таки підспудно сподівалися: «А раптом хтось прочитає?»

Мистецтво – хоч і художня, але таки комунікація. Його спорідненість із мовою неодноразово підкреслювалася в теоріях естетики (Г. Лессінг, Й.-Г. Гердер, О. Потебня, Б. Кроче). Комунікативний аспект існування мистецтва засвідчує й сучасний його семіотичний розгляд як знакової системи, котра несе надзвичайно важливу інформацію, не засвідчену в жодних інших (більш адаптованих для процесу традиційного спілкування) джерелах. Зрештою, «культура = комунікація» – провідна теза й нашого теоретичного підходу до масової комунікації як недискретного процесу. Що цікаво: інформація, передана мовою танцю, живопису, архітектури, скульптури, прикладного та декоративного мистецтв, загальнодоступна й швидше засвоюється іншими спільнотами, аніж та сама інформація, що передана мовою слів, бо інформативні ресурси художньої комунікації набагато ширші, різноманітні і якісно вищі за можливості звичайної мови, оскільки художнє слово набагато гнучкіше, парадоксальніше, емоційніше та естетично багатше, ніж його необразний вербальний – навіть дуже багатозначний – еквівалент. Для того щоб переконатись у цьому, не потрібно наводити багато переконливих прикладів – варто лише покласти поруч оригінал якоїсь картини чи скульптури та їх анотаційні описи. Із цього приводу сформувався влучний народний афоризм: краще один раз побачити, аніж багато разів почути.

Форма комунікації в мистецтвах, елемент їх мистецького світосприймання та втілення – художній образ. На відміну від поняття (узірця об'єктивного передавання значень), образ засвідчує суб'єктивність. Художній образ – інакомовна метафорична думка, яка розкриває одне явище через інше. Аби було зрозуміліше, наведемо приклад. Борхесів Алеф (людинобик) – то не людина й не тварина. Насправді ж, у культурній традиції людства Алеф – це ще й літера та цифра. Як буква – він символ Бога. А як еквівалент нумерології – позначення нескінченних множин чи багатьох імен Творця (які начебто несуть інформацію про неоднакові форми божественної взаємодії зі світами).

Окрім піктографічного способу зображення, Алеф передається графічно (що цікаво – схеми, у сучасній інтерпретації, можуть мати форми хреста, тризуба, свастики тощо). У фольклорі багатьох народів Алеф передає ще й риси вайлуватого, трохи неповороткого філософа. Отже, як бачимо, через химерне сплетіння навантажень у цього знакового конгломерата взагалі немає межі потрактувань. Х-Л. Борхес власне й хотів передати складний багатоаспектний образ, структура якого не настільки демонстративна й прозора, як, приміром, образ загадкової Сфінкс (уособлення інтелектуальної влади людини над світом) чи птаха Фенікса – утілення безсмертя.

Художній образ, якщо він створений майстром, завжди поєднує непоєднуване нестереотипне й, завдяки цьому, розкриває якісь досі невідомі в царині творчості ґрані та потенційні зв'язки. Як-от блакитний колір у романі Гната Михайличенка: «В Твоїй душі була блакить стоячих вод, оздоблених блідо-зеленою ряскою. В ній була тьмава імла давноминулих віків, вкритих таємничим серпанком чародійних явищ. Первісний шал і дикунська невибагливість. В Твоїй душі була блакить безмежних глибин холодних океанів. В ній було омління південних місячних ночей і млявість застиглого болотяного повітря, насиченого отруйними гострими пахощами. І міріядами бактерій жахливих хвороб. В Твоїй душі була блакить одвічної порожнечі» [Михайличенко, 2020]. Такі унікальні, навіяні блакиттю, образи міг створити лише Гнат Михайличенко. Жоден інший, навіть геніально талановитий письменник не спроможний витворити щось адекватне.

Якщо в науковому та побутовому мисленні все чітко й однозначно, то образна думка надзвичайно багатопластова. Мистецький образ глибокий. Один із найчільніших аспектів його неоднозначності – недомовленість. Митці примушують читачів, глядачів і слухачів домислювати, домальовувати, дофантазовувати. Інколи вони навіть навмисне не завершують твори (принцип «non finita»). Але найчастіше сучасні письменники пишуть так, що написане можна потрактувати як завгодно. Отже, як ми вже зазначили в першому розділі, інтерпретація твору стає залежною від позицій сприймача, кола його інтересів, потреб, ерудиції тощо (навіть у царині найновіших цифрових медій). Як приклад можна розглянути аналіз картин Леонардо да Вінчі, зміст яких неоднаково трактується християнами, протестантами та сектантами. Особливо після того, як відшукався захований свого часу архів Пріорату Сіону – таємної християнської організації, котра, за припу-

щенням науковців, із 1099 р. і до сьогодні сповідує й проповідує священне жіноче начало (у прямому та переносному сенсах). В інтерпретації заново відкритих концепцій у християнській традиції піддається сумніву геть усе канонічне: і стать Месії, і його начебто переважно чоловіче оточення та й ще багато всього «непорушного»). Членами цієї організації, як з'ясувалося, у різний час, крім Леонардо, були Ісаак Ньютон, Сандро Боттічеллі, Віктор Гюго й ін. Відповідно, у творах цих авторів стали шукати та знаходити певні секретні коди. Прихована в картинах да Вінчі інформація виявилася надзвичайно провокативною. З'ясувалося, приміром, що, замість апостола Іоанна, на геніальному полотні «Таємна вечеря» Леонардо зобразив жінку, а всі обернені спиною до Месії образи для інших картин писав із власної персони тощо. Названі «знахідки» стали поштовхом для появи численних наукових досліджень і навіть нашумілого художнього бестселера Дена Брауна «Код да Вінчі».

Як бачимо, образність створює безліч проблем, але, якби вона безпроблемно перекладалася мовою логіки, то мистецтво замінила б наука. З іншого боку, якщо б вона абсолютно не перекладалася, то не існувало б ні літературознавства, ні мистецтвознавства, ні художньої критики. Тому образність наче балансує на межі «двосічності»: повністю не «читається» (адже під час аналізу лишається «надзмістовий залишок»), однак частково піддається інтерпретації (оскільки, поступово проникаючи в суть системи образів, можемо повніше, глибше й усебічніше збагнути зміст художнього твору).

Домінантною характеристикою художнього образу вважається єдність об'єктивного та суб'єктивного. Таким чином в образі відображаються суттєві аспекти: реальний сенс і специфічний ракурс сприймання. Мистецький дискурс зовсім не претендує на те, щоб його ідентифікували як реалістичний. Цим він відрізняється від наукового та публіцистичного. Складниками художніх образів, окрім переформатованих творчою фантазією митця фактів дійсності, є багатство внутрішнього світу творця, його ставлення до зображеного. Тому такими неоднаковими постають образи Прометея, Дон Жуана, Диявола, Юди в інтерпретації геніїв світової культури. Однак усі ці прометеї та юди – витвори високохудожні й оригінальні. Узірець досконалої техніки – комп'ютер – також «намагається» писати вірші, але з-під його «пера» виходило щось абсолютно, м'яко кажучи, не художнє.

Оскільки в художньому образі відображена особистість автора, то що талановитіший митець – то геніальніший та неповторніший створений ним образ. Якщо ж образ тиражований/стереотипний, не містить нічого оригінального, значить – перед нами текст популярної культури. Що цікаво: яким би сюрреалістичним не був образ, він усе одно «прив'язаний до реальності», лишень різними «нитками». Дійсність у творі «забарвлена» думкою, почуттями, ідеалами художника, котрий, навіть розповідаючи про себе, не може не розповідати про епоху, у якій живе («Я сам расскажу о времени и о себе», – справедливо зазначив у поемі «У весь голос» В. Маяковський).

Теоретико-інформативна естетика поділяє інформацію, яка міститься у творах і текстах, на два типи – семантичний та естетичний. Семантична (приміром наукова) інформація акцентує транспортування змісту, досвіду фактів, а естетична – передавання оцінок, досвіду стосунків. Естетична інформація більш сприйнятлива до перешкод, нетерпима до чужорідних елементів, аніж семантична. Так, якщо науковий текст можна без великих утрат переказати своїми словами або навіть адекватно виразити мовою математики, художній під час такого «перекладу» руйнується. Окрім того, естетична інформація відрізняється від семантичної принциповою надлишковістю коду (художня думка, наприклад, у театрі передається кількома системами, які одна одну дублюють і цим творять повноту загальної картини). Естетична інформація – то буття на основі знака без значення. Знаки художньої мови передають зміст, але позбавлені предметного значення, тобто несуть безкорисну інформацію, не співвіднесену з практичною ціллю. Це переформульовує в термінах теоретико-інформативної естетики класичну кантівську ідею про мистецтво як позбавлену зовнішньої цілі гру продуктивної уяви. Однак більшість учених, думки яких ми поділяємо, заперечують такий підхід, бо вважають, що художня інформація має не лише зміст, але й предметне значення – художню цінність як значимість для людства. Інформативна естетика характеризує умови існування художнього твору так: умови-мінімум визначають його фізичне буття: матеріальність (предметну втіленість), комунікативність (функціонування як передачу інформації), рукотворність (штучність, себто результат людської діяльності); умови-максимум визначають естетичну реальність твору: знаковість (заміщення наявними предметами інших), упорядкованість (підкорення змісту, організованість структури), невизначеність (мож-

ливість різних інтерпретацій), цінність (глобальну співвіднесеність із потребами людства).

Мова культури не однорідна. Усі види художньої та естетичної діяльності створюють власні розгалужені, багаті синонімами вербальні втілення. І лише завдяки цьому можуть існувати й різні види мистецтва. Найуніверсальнішим у царині культури вважається слово – вербальний знак. Саме з його допомогою семіотично осмислюються важливі проблеми взаємостосунків мистецької площини. Провідне значення вербального знака – звісно, у дискурсі літератури. Однак цей знак супроводжує або коментує й усі невербальні типи художньої творчості. Найконструктивніша для художності ознака слова – багатозначність, яка в окремих дискурсах ефективно доповнюється ще й іншими ресурсами.

Особливо оригінальним, як ми вже зазначили, постає таке доповнення в театральній сфері. Театральна комунікація – повідомлення, що розгортається в просторі сцени й протікає в часі. Найважливіший елемент театральної мови – звуки. Однак система кодифікації цього дискурсу включає і вербальні, і невербальні знаки, наприклад індекси (грім у сценах бурі), ікони (декорації), символи (зображення в геральдиці театрів та власне в структурі п’єс). Театр – це інформаційна поліфонія. Інколи глядач отримує синхронно шість-сім повідомлень, які надходять одночасно від декорацій, костюмів, освітлення, розміщення в просторі акторів, їх жестів, міміки, мови. Багатопластова закодованість спектаклю дає можливість театральному мистецтву одночасно звертатися й до глядача-знавця, здатного осягнути абсолютний зміст видовища, володіючи безліччю кодів, і до середньостатистичної аудиторії, яка може лише поверхово збагнути побачене, маючи доступ лише до вловимої неозброєним оком кодифікації. А дублювання та взаємодоповнення каналів інформації робить театральну виставу взагалі однією з найоригінальніших та найбільш інформаційно вичерпних царин комунікації.

Абсолютно інші комунікативні властивості музики. Вона на основі узагальнення та обробітку інтонацій людської мови виробляє власну вербальність, яка презентує ієрархію рівнів: окремих звуків, звукосполучень, акордів. Звукоряд європейської музики складається із семи основних тонів. Одночасне звучання трьох і більше з них дає акорд. Знакову змістотворчу роль у музиці грають також гучність, темп, ритм та інші складники. Із цих елементів формується музична

фраза, котра і є художнім висловлюванням, музичним образом. Система образів творить музичний текст.

Музичних звуків у природі не існує. Є лишень певною мірою організовані шуми. Отже, музичний звук – це феномен культури. Якщо колір у живописі можна описати через зіставлення з предметом (жовтий – лимон, сонях тощо), то музичний звук допустимо передавати лише через метафоричний опис (завивання вітру, плач дощу й т. ін.). Музика позбавляє шуми їхніх природних властивостей та перетворює в псевдозвуки. Претендуючи на вираження якогось конкретного змісту, вона лише блукає довкола сенсу.

У фільмах, на відміну від музичної композиції, одиницею спілкування є не звук, а монтажна фраза, яка в німому варіанті часто супроводжувалася вербально, а у звуковому – дублюється кадром-епізодом.

4.2.1 Загадка. Знакова природа образотворчого мистецтва

Знакова система образотворчого мистецтва складалась історично й досі лишається динамічною. До смислотворчих елементів системи належать оброблена пласка основа, правильні контури карти та рама (у наскельному живописі, звісно, цього не було). Знаковий сенс в аналізованому виді мистецтва мають частини образотворчої площини, місце зображення на ній предмета. Приміром, на відомій картині Е. Мунка «Крик» самозаглиблений суб’єкт розташований збоку в порожньому просторі. Це дає художньо-смисловий ефект, який посилюється завдяки тому, що зосереджена поза та інші елементи зображення поглиблюють враження суму й відчуження. Навіть кольорові плями мають різну візуальну вагу вгорі та внизу образотворчого поля. Знаковий сенс «верху» й «низу» в живописі пов’язаний із вертикальним положенням людського тіла, спрямуванням сил тяжіння, досвідом бачення землі та неба. «Праве» й «ліве» як частини образотворчої площини набувають знакової визначеності в контексті традицій культури, зокрема типу писемності, який історично склався, а також у зв’язку з асиметрією правої й лівої рук. До мови живопису належать і формат картини, і розмір зображення фігур. Скульптурні чи образотворчі постаті, які перевищують натуральні людські розміри, акцентують велич зображеної особистості, а мініатюрний формат засвідчує інтимність, витонченість, дорогоцінність об’єкта. У найдавнішому мистецтві ключова фігура зображалася трохи вищою не лише

від людей, а й від будівель, дерев та гір. В епоху Відродження соціальна значимість зображеного стала виражатись іншими знаковими засобами: стилем одягу, позою, місцем розташування в образотворчому полі, співвіднесеністю з іншими фігурами. Змістотворче значення мають і такі елементи картини, як знаконаповнена матерія – нанесені олівцем, пером, пензлем лінії й плями (штучні позначки, ідентифікатори). Імпресіоністи ввели в живопис нові знаки, здатні передавати світло, повітряне середовище, взаємодію кольорів. На картині частинами зображеного дерева можуть бути плями, які з формами реального дерева не мають жодного збігу. Так живопис перебирає деякі властивості вербальності та знак дерева загалом розпізнається як дерево з контексту.

Як тільки складається гнучка, розгалужена, синонімічно багата знакова система, відразу промовляння мовою мистецтва набирає художніх якостей і самі знаки, що складають текст, стають художньо виразними. Тоді не лише власне мистецтво, але й естетична діяльність загалом виробляє специфічну мову. Така, наприклад, форма естетичної діяльності, як карнавал із його особливим спілкуванням, давно проникла в художню культуру, визначаючи її направду парадоксальні особливості [Косюк, 2009: 38–49], серед котрих – концепції карнавального світосприймання та матеріально-тілесного низу. Із поляду гротескного реалізму, продукція сучасних мистецтв (як і найдавніших) обертається до нас безліччю непізнаних облич і масок, демонструючи високе в його загадково-аморфній міфічній «наготі». Адже, на думку М. Бахтіна та його послідовників, у свідомості сучасного реципієнта іманентно присутній спосіб сприймання й концептування, пов’язаний із властивим для первісної людини ритуально-ігровим типом мислення. Цей витоковий спосіб зображень і міркувань вибудовується за логікою «зворотності» (a’ l’envers): закономірності переміщень верху й низу (приміром частин людського тіла), різноманітного виду травестій, профанацій, блазенських захоплень. Це так зване «друге життя культури» твориться як пародія на звичайне. Слід зауважити: увесь світ сміхового дублювання, на думку М. Бахтіна, осягається лише у своєму релятивізмі. Звідси – глибокий тверезий оптимізм традиційної карнавальної народно-святкової системи образів та цінностей (а отже – і їх техногенних «двійників») [Косюк, 2009: 69–73].

Культура (у запропонованому нами комунікативному аспекті) – діяльність та продукт людської діяльності, себто соціальна (негене-

тична) пам'ять людства. Художня культура – найстійкіша у своїй мінливості гуманістична грань культурної комунікації. Вона, як бачимо, має складну структуру (поділяється на зазначені нами різновиди, кожен із яких володіє специфічною мовою й своєрідною знаковою системою). Багатомовність художньої культури передбачає, що творча людина повинна бути поліглотом. Найпримітивнішою моделлю творчого акту у сфері духовної культури вважається зворотний переклад. Під час перекладу якогось повідомлення, приміром, із вербальної мови образотворчою, відбувається передача первісного повідомлення через іншу знакову систему. Якщо ж здійснити зворотний переклад, то процедура спричинить такі сутнісні зміни первісного повідомлення, що перед нами постане абсолютно новий твір, який утворився в результаті суб'єктивного творчого акту. Отже, будь-яка культурна/творча комунікація передбачає щонайменше дві мовні системи. Множинність мовних систем цієї комунікації обумовлює двоякість однієї з найважливіших функцій мистецтва – естетичної: мистецтво будить у людині художника – творця всіх матеріальних та духовних цінностей, котрі створюються за законами краси. Забезпечуючи креативність (здатність до творчості) людського духу, художність стає провокатором і гарантом розширеного самовиробництва культури. Отже, процес, що складається з ланок виробництво–розподіл–споживання, – це реалія не лінійна, а така, що розвивається спіралеподібно й вертикально (за лотманівською рецептивною моделлю «відсіювання зайвого»). Креативно створені явища художньої культури і «у виробництві», і в соціальному функціонуванні, і в розподілі, і в споживанні підкоряються багатьом соціально зумовленим факторам та законам. Лише виявлення цих законів може забезпечити розуміння й передбачення явищ культури. Іншими словами, будь-яке прогнозування образності лише тоді й можливе, коли ця теорія більш-менш точно фіксує закони багатогранного мистецького буття.

Сфера художньої культури – царина мистецький цінностей, що є вищими рукотворними формами естетичних цінностей. Утягуючись у культуру, мистецькі цінності можуть зберігати свою «природну» автономію або ставати органічною частиною самої культури (продуктами дизайну). Якщо сумарно охарактеризувати відмінність художніх цінностей від естетичних у природі, то варто зазначити, що мистецькі цінності виражають об'єктивне естетичне багатство світу. Естетичне ставлення людини до дійсності і є втіленням цього відношення в

майстерно створеному культурному феномені. Ці характеристики мистецьких цінностей подані з позиції й під кутом зору філософсько-аксіологічного підходу, який спрямований не на виявлення розбіжностей, а на свідчення спільної природи всіх естетичних цінностей (об'єктивну значимість для людства та сферу свободи). Проблеми, розглянуті з позицій культурологічного й семантичного підходів, дають змогу побачити певні важливі відмінності художніх/мистецьких цінностей від природних/естетичних. На відміну від природної естетичної цінності явища, мистецька цінність – то цінність, яка виникає в комунікативній ситуації та передається мовними знаками. Розглянемо це на конкретному прикладі. Веселка – своєрідне свідчення зміни погоди з дощової на сонячну. Це природне явище надзвичайно красиве (естетично цінне). Краса веселки – знак-індекс або ознака об'єктивної естетичної властивості явища. Цей знак функціонує зовсім не в мовній і не в комунікативній, а лише в рецепційній ситуації, де є виключно предмет (веселка), її властивості (краса) та чуттєва форма вираження (поєднання семи кольорів), яка відіграє роль знака-індекса, чи, точніше, – ознаки. А ознака передає властивість предмета (красу веселки).

Інша справа – художня цінність, яка відтворюється лишень іконічними й символічними знаками (але не ознаками). Ці знаки перебувають у комунікативній (передавання художньої думки від автора до реципієнта) і в мовній ситуаціях: присутній культурний код прочитання знаків; знаки співвіднесені з художнім сенсом (а не з властивістю), вони є засобом специфічної форми спілкування, створені навмисне: для передачі інформації від людини до людини. Художня/мистецька цінність – інтенційний (зумисний, цілепокладений, спрямований) мовний знак. На відміну від естетичної цінності природного явища, художня – це засіб спілкування, засіб передавання ціннісних орієнтацій від однієї людини/спільноти до іншої. Для розуміння художньої цінності важливе трактування твору як метазнаку (неподільного елемента) художньої культури.

Усі зазначені особливості художньої цінності стосуються й рукотворної естетичної цінності (дизайнерського/тиражованого продукту). Різниця між ними лише в тому, що естетична цінність дизайнерського характеру виражається через систему знаків, які не тільки мають ціннісне/предметне значення, але й засвідчують практичні функції певного естетичного продукту. У художньої цінності призначення настільки широке й загальнолюдське, що воно зливається з ціннісним

значенням. Як тільки практичне призначення продукту дизайну історично звужується, стає застарілим, його естетична цінність піднімається до художньої. Наприклад, із появою водопроводу пряме/утилітарне призначення керамічних ємкостей – допомагати транспортуванню й зберіганню води – стирається, відпадає і вони набувають загальнолюдського значення прекрасної, майстерно винайденої та виконаної форми, тобто їх естетична цінність «піднімається» до рівня художньої. Не випадково в наші дні амфори давніх греків зберігаються в музеях мистецтв. Вони виготовлялися як предмети практичної необхідності, які мали естетичну цінність, однак культурна синергетика привела ці вироби до набуття художньо-ціннісного значення. Ось такими є механізм та історична діалектика руху рукотворних естетичних цінностей і їх входження у сферу художньої культури.

Художня культура передається і «горизонтально» (у межах окремого суспільства та кожної з культурно-історичних епох), і «вертикально» – наступним епохам та поколінням людей. Вид мистецтва, який найкраще відіграє роль історичної трансляції, називається репрезентативним (так, репрезентацією Середньовіччя є символіка ікон, а уособленням Відродження – вочевидь, картини Леонардо й Мікеланджело). Репрезентативність визначається здатністю найбільш повно виражати суть сучасної художньої культури й передавати її наступним етапам суспільного розвитку. Світ змінюється – і нова культурно-історична якість найбільш адекватно передає інший вид художньої культури. Як наслідок – відбувається зміна репрезентативного виду мистецтва. Репрезентатація певного мистецтва забезпечує недискретність культурної традиції та сприяє становленню й формуванню культурної самосвідомості нової історичної епохи. Види мистецтва не лише образно відображають дійсність та практику людської діяльності, але й художньо відтворюють конкретну історичну сутність індивіда. Художній твір, із погляду психоаналізу, демонструє автора як представника певної епохи й часу.

Кожна нова доба в художній культурі минулого намагається побачити репрезентативний вид мистецтва в актуальному. Інколи такий збіг виявляється реальністю (приміром антична скульптура). Однак не завжди вид мистецтва, який презентує свою епоху, у наступні періоди збігається з тим видом, що був найбільш популярним і таким, котрий найінтенсивніше функціонував у свій час (уважався найбільш актуальним). Театр класицизму – надзвичайно актуальне

мистецтво своєї епохи. Саме він перебував у центрі естетик, приміром відомої праці Н. Буало, та переважних запитів публіки. Однак найбільш повне уявлення про епоху класицизму дає не театр, а література, оскільки театральна вистава не володіє можливістю прямого часового збереження й адекватної історичної консервації. Актуальним, найбільш масовим видом мистецтва нашого часу вважають телебачення. Однак навряд чи воно створює класику, здатну передати наступним поколінням дух культури, сутність нашої неоднозначної епохи. Цю репрезентативну функцію, вочевидь, найповніше виконують кіно, фотографія, література в структурі мережевих продуктів, особливо спеціалізованих сайтів.

Репрезентативність мистецтва передбачає створення в його межах класичних художніх узірців, адже тільки вони зберігають значення для нових епох і передають за історичною «вертикаллю» дух свого часу й суть своєї культури. Загальнолюдська значимість художньої творчості – якість, яка відповідає його глибинній природі, утілюється в репрезентативності мистецтва.

Існує принципова різниця також між художнім сприйманням твору через читання (література), перегляд спектаклю (театр) і через теле- й кіноекранізацію, радіопостановки та інтернет-модифікації, себто трансляцію за допомогою ЗМІ. Художня думка в цих випадках виявляється не лише вираженою різними художніми засобами, «на різних мовах», але й іншою семантично. Неоднаковий резонанс різноманітних видів мистецтва не може бути свідченням їх більшої чи меншої вартості. Кожне мистецтво породжує власний тип художньої рецепції, через канал якої протікає специфічний вплив на особистість. Цей тип рецепції не можна замінити жодними іншими. Так, незважаючи на створення екранізацій, теле- й радіопостановок, інтернетігор літературних творів, їх читання не замінюється «прогресивнішими» художніми вираженнями та враженнями. Однак, аби не бути голословними, детально й прискіпливо поглянемо на декілька видів мистецтва в аспекті раціоналізації їх комунікаційних можливостей.

4.2.2. Кам'яна риторика. Архітектура

Щойно найдавніша людина навчилася виготовляти знаряддя праці, її помешканням, замість печери, стала будівля, яка з часом набула доволі естетичного вигляду та глибокого сенсу. Спосіб створення

будівель різного призначення стародавні греки назвали архітектурою (*αρχιτεκτονικη* – будівництво).

Архітектура – це водночас наука, мистецтво проєктування й створення замкненого, відмежованого від природи утилітарно-художньо «обжитого» світу, який дає змогу людям отримати захист, звузити коло спілкування та задовольнити органічні потреби. Саме завдяки архітектурі виникла «друга природа» – матеріальне середовище/ культура.

Ми ж пропонуємо вважати культуру [Косюк, 2014: 12–16] та її фундаментальний складник – архітектуру – знаковим еквівалентом комунікації. Спробуємо засвідчити, що з найдавніших часів і до сьогодні в книгах Вітрувія та його інтерпретаторів й опонентів, у працях письменників та науковців сучасності відслідковується тенденція вважати архітектуру фактором комунікації й одним із найточніших передавачів інформації, який зберігає думки зниклих народів та продукує інформаційний простір сучасності. Не випадково теорія архітектури водночас вважається ще й однією з концепцій риторики.

Розвиток архітектури, як і культури загалом, залежить від багатьох чинників: естетичних ідеалів, щоденних та художніх потреб людини, політико-економічних формацій (як територій життєдіяльності демографічних спільнот). Архітектура більше, ніж інші мистецтва, пов’язана з прогресом техніки та виробничих сил. Вона творчість, інженерія й будівництво водночас. Жодна інша царина фантазії та виробництва не потребує такого зосередження колективних зусиль та матеріальних благ. Єгипетські піраміди будувалися століттями з велетенських кам’яних брил, їх зводили мільйони рабів. Архітектурні будівлі загалом традиційно створювалися «на віки» (це тільки тепер вони переважно одноразово-пластикові й «друкуються» принтером за три дні, як-от коронавірусні лікарні в Китаї).

Єдина «щира» архітектура наших днів (оскільки лише вона відповідає потребам та ідеям цивілізації XX–XXI ст.) – це, як справедливо зазначив Г. Лебон, – типові споруди: багатоповерхова будівля, залізничний міст та вокзал. Стандартизоване ужиткове мистецтво настільки характеризує нашу добу, наскільки епоху Середньовіччя уособлювали готичні церкви або феодальні замки. Внутрішній світ людини, її уявлення про рівень захищеності незмінно «накладаються» на забудову обжитого простору.

Для майбутньої археології (а також для вивчення історії й теорії комунікації – *О. К.*), за припущеннями вченого, великі сучасні готелі та готичні собори теж будуть однаково цікавими, тому що вони елементи однієї парадигми ключових трансформацій, яку формує кожне століття, розповідаючи про рівень життя, смаки, еталони, ідеали окремих спільнот. Навіть найменш оригінальні й відверто «небудівничі» раси залишають по собі якийсь предметний знак. Цей слід завжди належатиме тільки їм і розкриватиме щось винятково з їхнього особистого душевного складу та потаємних думок. Особливо це стосується споруд примітивних народів: найдавніші несвідомі архітектори й художники (ті, що «мислили» переважно образами) – досконале дзеркало своєї спільноти. Їхні твори, немов найточніші документи, відтворюють справжній образ народу, бо «неотесані цивілізацією митці», на думку того ж таки Г. Ле Бона, занадто несвідомі й наївні, аби бути нещирими, й надміру сприйнятливі до навколишнього середовища, щоб не ігнорувати його ідей, почуттів, потреб і прагнень. У них немає свободи, оскільки органічні митці визрівають у тісних «шорах» традицій, ідей, вірувань, сукупність яких утворює душу раси та епохи, спадщину почуттів, думок і навіювань. Вплив усього цього і на них, і на наступні покоління всемогутній. Органічна творча комунікація керована темною сферою несвідомого, тому вона й непомильна. Якби, не маючи її взірців, ми знали про минулі століття тільки те, що оповідають художня література й наскрізно тенденційні тексти давніх істориків, то справжнє минуле будь-якого народу було б для нас майже настільки прихованим, як минуле затоплених таємничих атлантид.

Факти й думки, що поступово формувалися з численних впливів, вірувань, потреб, успадкованих спільнотою, часто незрозумілі для людей іншої раси, тим паче – для наступних поколінь. Проте вони не такі аморфні, якщо передаються нам за допомогою каменю, аніж коли доходить в еквіваленті слів. Слова – надзвичайно еластичні форми, вони часто покривають абсолютно однаковим «вбранням» несхожі ідеї або ж укладають у подібні слова кардинально різний зміст (як свого часу твердили ангелологи). З усіх мов, які розповідають про минуле, саме мова архітектури – найбільш зрозуміла. Вона щиріша за мову книг, менш афористична, аніж релігійні тексти, і – що найважливіше – здатна передавати водночас смаки й потреби своїх творців та користувачів. «Кам'яні книги єдині, котрі ніколи не брешуть, і на цій

підставі, – зазначив Г. Ле Бон, – я їм відводжу головне місце у своїх працях з історії цивілізацій. Я завжди мав велику недовіру до літературних документів. Вони, як правило, вводять в оману і нечесно навчають. Пам'ятник ніколи не обманює і завжди навчає. Він найкраще зберігає думку зниклих народів. Треба шкодувати з приводу розумової сліпоти фахівців, котрі вважають за потрібне шукати на будівлях тільки написи» [Лебон, 1995].

Цікава в цьому сенсі єгипетська архітектура. На думку фахівців, вона вираз особливого ідеалу: єгиптяни через ефемерність та скороминущість людського існування мріяли створити нетлінне житло, бо, на відміну від інших, зневажали багатостраждальне життя й покладалися на багатообіцяючу смерть. Більше за все єгиптян цікавила нерухома мумія в золотій масці з покритими емаллю очима, яка вічно споглядатиме таємничі ієрогліфи з глибини свого сакрального помешкання. У величезному, як палац, гробовому будинку, серед розписаних і покритих статуями стін, нескінченних коридорів ці мумії отримували все, що приваблювало людину протягом її короткого земного існування: для величних кам'яних морфеїв копали підземелля, споруджували обеліски й піраміди, обтесували колоси (які й досі «загадково споглядають нас» із виразом супокою та величі на своїх кам'яних тронах). У цій архітектурі все було міцним і масивним, тому що вона прагнула бути (зрештою, мабуть, і виявилася) вічною...

Цікаво, що на наступному витку цивілізації – у Стародавній Елладі – будівництво набрало демократичніших рис. Культові споруди своєю архітектурною технікою утверджували вже не ностальгійну вічність, а красу, свободу та гідність людини. Саме тоді виникли нові види суспільних будов – театри, стадіони, школи. Зодчі у своїй творчості сповідували гуманістичний принцип краси, сформульований Арістотелем: прекрасне має бути не надто великим і не вельми малим, адже міра краси – людина, тож саме їй слід підпорядковувати параметри будівель та споруд [Арістотель, 2002].

Але вже в наскрізь мілітарному й грізному Стародавньому Римі архітектурні еталони й виміри дещо змінилися. Будівничі стали застосовувати аркові бетонні конструкції – з'явились амфітеатри, форуми, тріумфальні арки, які відображали ідею не гуманності, а державотворчості та законодавчої величі імперської спільноти. Римська архітектура не лише вражала помпезністю, а й активувала морфічну екзотику Єгипту. Найвідоміший архітектор Стародавнього

світу Вітрувій вважається витоковим академічним авторитетом у царині архітектури.

Уже в першому столітті до нашої ери в риториці – мистецтві мовлення й тлумачення інформації – Вітрувій акцентує місію пам'яті. У його інтерпретації, Мнемозина – богиня фіксування спогадів – не випадково ще й матір усіх муз, наук, занять, мистецтв і творчостей. Людина, яка не має пам'яті, не здатна культивувати. До того ж суттєво не записувати/фіксувати інформацію, а «тримати її в голові».

У десяти книгах Вітрувій довів, що архітектура – універсальне мистецтво комунікації, тому людина, яка прагне стати архітектором, має хоча б поверхово ознайомитись із комплексом усіх наявних наук. (Задля справедливості слід сказати: Стародавній світ цих ідей не сприйняв. Активувалися вони аж у творчості Леонардо да Вінчі в зображенні знаменитої вітрувіанської людини). Еталон вимірів для Вітрувія, як і для його попередників, – антропологічне тіло, пропорції якого – модель усіх архітектурних споруд. Один будинок і ціле місто – еквівалентні гармонії людських тіл.

На думку сучасних учених [Гусейнов, 2014], лексема «архітектура» була для Вітрувія поняттям, яке зараз активно використовують програмісти, «будуючи» електронно-вичислювальну техніку та створюючи актуальні фунціональні програми для використання найновіших технологій. Аби записати елементарний звук, потрібна складна «архітектура», налаштована на чітке запам'ятовування алгоритмів (сукупностей точно запрограмованого порядку правил/набір інструкцій Аль-Хорезми). У структурі сучасної синонімії агоритм/алгорифм еквівалентний також поняттям технологія, культура, комунікація [Словник іншомовних слів, 2022].

Як зробити, щоб архітектура (у прямому й переносному значеннях) трималася в нашій пам'яті? Механічно це втілити неможливо. За Вітрувієм, існує кілька форм «запису» того, що ми бачимо довкола себе. Іхнографія (слідописання) – план/схема місцевості, або запис розповіді про щось на аркуші паперу. Орфографія/прямописання – зображення фасаду. Це піктографічне відтворення стін, вікон, входу, даху тощо – усього, що має «відбитися» в нашій свідомості. Отриманий відбиток ми відкладаємо на внутрішній сітковині знань. Скенографія/сценографія – об'ємне зображення того, що за фасадом: кімнат, людей, їх стосунків. Це найскладніша форма запису, але вона дійсно необхідна.

Уміння застосовувати всі три форми фіксації – своєрідна гарантійна перепустка у світ архітектури. Окрім того, знання, які ми маємо та «роздаємо» іншим (уключно з трьома формами фіксування), розташовані в часі, тому варто вміти «розгортати» їх хронологічно. Тут нам потрібні не лише сухі факти, а й обличчя – люди, які діють у ландшафті, чиї портрети доречні на фасаді, аби їх долі розігрувалися, наче театральні дійства.

Будь-який предмет має сутність, яку можна відобразити в усіх трьох режимах: іхтографічному, орфографічному, сценографічному. Ці ж режими допомагають «упакувати у вітрувіанський простір» події, які стають частиною життів/біографій.

Пам'ять для оратора – механізм, робота якого вибудовується за архітектурними правилами. Для того щоб механізм жив і працював, оратор має дозволити слухачеві увійти в архітектурні простори й розповісти, як вони створюються, нічого не нафантазовуючи.

Теорія архітектури Вітрувія водночас вважається ще й однією із концепцій риторики, у контексті якої пам'ять – не механічне фіксування й відтворення «у тій самій формі», а те, що працює щоразу «тут і тепер»/по-новому, залежно від реципієнтів та настрою мовця, завдання якого – «увести в архітектурний простір» себе й аудиторію. Це дещо нагадує ідею Протагора (людина – міра всіх речей) та Арістотеля (міра краси – людина), котрі розглядали промову як тіло з головою, тулубом, кінцівками тощо. Із часом вітрувіанська концепція спростилася й зафіксувалася в афористичній тріаді «міцність, корисність, краса». Вочевидь, із легкої руки Вітрувія з'явилося й слово «архітектоніка» в значенні «розмірність, побудова мистецьких явищ». Отже, раціоналізація комунікації крізь призму архітектури – незаперечний факт.

В епоху Середньовіччя, як ми вже зазначили, архітектура стала провідним та наймасштабнішим видом мистецтва, мова якого була зрозуміла навіть неграмотним. Домінантний стиль цієї доби – готика: височенні церковні шпилі, строгі контури будівель, відсутність яскравих кольорів та декорацій. Усе в цій архітектурі засвідчувало стремління у височінь, поривання до Бога, прагнення потрапити «на небеса».

Готичні споруди вражали своєю красою, особливо в порівнянні з нещасними «земними» халупами селян і городян (для яких, до речі, єдиними велично-святковими книгами були якраз розписані біблійними історіями стіни соборів та церков).

Середньовіччя сповнене таємниць і суперечок. Учені називають цю епоху темною. Оскільки більшість рукописів того часу згоріла в нескінченних пожежах, а ніяких інших вербальних фіксаторів подій не було – якраз будівлі, створені за допомогою вторинних знакових систем, повинні були «не мовчати». Від них і тепер залежить міра реальності відтворення тієї далеко на раціональної й непрозорої епохи.

На зміну Середньовіччю прийшло Відродження. Воно всілякими способами намагалося повернути класичні принципи й форми Античності та постулати Вітрувія, композиційні прийоми яких канонізувалися трішки пізніше – у мистецтві Нового Часу й архітектоніці раціоналізму.

Для зодчества Ренесансу важливими стали симетрія як витоковий принцип природної організації та мистецької формотворчості; сферична музично-математична гармонія, пропорційність/тектоніка, в аспекті закономірності зв'язків частин та цілого, головного й другорядного та утворення Sectio aurea (Божественної пропорції/золотого січіння) – композиційного сенсу форми. Чіткий стрій відобразився в архітектурному ордері, який утілював одночасно конкретно визначені вертикально-горизонтальні композиції та створював цілісний образ будівлі. Це стимулювало відхід від середньовічної анонімності й персоналізацію ремесла. З'явилися макети, креслення, схеми, плани тощо. Усе документувалося, фіксувалося, моделювалося – від появи й до завершення.

Однак із кінця XVI – до середини XVIII ст., у час кровопролитного становлення національних держав, який супроводжувався війнами, розміреність і точність зодчества цілком очікувано порушив інший стиль – бароко. Новостворені будівлі виражалися великою кількістю прикрас, складністю просторових співвідношень, помпезністю, парадністю, емоційною екзальтованістю й контрастністю форм. Такими тоді були не лише будівлі, а й образотворче мистецтво, одяг і думки людей. Одіозне бароко презентувало та утверджувало багатство, обраність, абсолютизм, а також химерність, багатозначність, нечіткість, тому читати архітектурний текст бароко складно, а зрозуміти – на грані фантастики.

Як це не дивно, на бароко була «мода» в Україні, тут збереглося безліч будівель: Києво-Печерська лавра, Софійський собор, Видубецький та Михайлівський монастирі тощо. Через популярність цей стиль довго не вичерпувався й модифікувався в інваріант рококо

(прикрашений, орнаментальний, асиметричний, багатий розписом та дзеркалами, одне слово – примхливий, як «справжній» аристократ). Окреслена непрозорість – справжнє випробування в плані інтерпретацій. У реальності цей стиль супроводжували знакові історичні події: виникнення козацтва, становлення Запорозької Січі, національно-визвольна боротьба, релігійні протистояння. Не випадково українське бароко ще називали козацьким.

Однак у другій половині XVIII ст. його змінив величний та монументальний ампір (фр. *empire* – імперія) – «підмурівок» епохи Просвітництва й реставратор традицій класицизму та канонів Стародавнього Риму, – який уособлював військову могутність, державну велич, чіткість, імперативність, однозначність. Прості форми, військова емблематика, мілітарні барельєфи, масивно колоновані портики й чіткі фронтони а також орли, леви, щити, списи та сокири – усе це епоха Наполеона Бонапарта.

Загалом, як бачимо, в епохальному розрізі відслідковується своєрідне стилістичне «коливання» (за аналогією до Античності чи Середньовіччя). Просвітництво та його ключовий метод – раціоналізм – репрезентанти саме античної традиції. Цивілізаційно-культурний зріз просвітництва відкриває еру індустрії й технічного прогресу, тож не дивно, що він вплинув саме на архітектуру. Пропорційність, вишуканість, гармонія, наслідування не зіпсутої цивілізацією природи, активування культури почуттів та емоцій, витончена здатність спостерігати, культура думки, відсутність псевдопозолот і зайвих прикрас – ось основні критерії архітектурної доби раціоналізму.

Антропоцентризм цивілізації знаменує відхід від релігійності. Культові споруди стають менш важливими, акцентуються звичайна побутовість та комфорт. Проста світська архітектура відтворює повноту життя. Як вислід творчого злету – з'являються навіть «паперові» будівлі й міста-мрії, «будівництво» яких обмежується винятково малюнками та схемами. Окрім того, упроваджується синтез мистецтв, особливо в декоративно-прикладній площині. Після химерної епохи бароко цінуються закономірності природного плину життя, почуття міри, зваженість думок і вчинків.

Завершилась епоха Просвітництва разом із Великою французькою революцією та початком адаптації романтизму з його вічними супутниками однойменної парадигми: містичністю й патріархальністю, які супроводжувалися різного типу алогізмами.

Абсолютно якісно нові типи будівель (промислові, адміністративні, транспортні, багатоповерхівки) стали функціональними аж на початку XX ст. Тоді архітектурне будівництво перейшло на індустрійні технології з використанням нових матеріалів та стандартних елементів цехового виробництва. У цьому вияві архітектури естетично-виражальні аспекти вже не були такими важливими. Як вислід, вулиці забудовувалися безликими спорудами й стали схожими одна на одну. Як і люди XX століття? Однак і тут не все так однозначно.

Приміром, у середині згаданого століття в Німеччині та Радянському Союзі успішно працювала Вища школа будівництва й конструювання «Баухаус», якій були притаманні, з одного боку, функціональні ідеї промислових суспільств: масовість, компактність, відсутність прикрас, чіткість, утилітарність, зручність, доступність; з іншого – не менш потрібними виявилися краса, вишуканий смак, задоволення творчих чуттів тощо. Основне гасло Баухаусу – рівність між прикладними та елітарними мистецтвами. І, втім, там повсюдно домінував раціональний (критично-реалістичний) підхід сталінської й гітлерівської доби [Баухаус, 1994].

Класикою архітектурного раціоналізму сучасності вважаються постулати французького архітектора Ле Карбюзьє і його «п’ять основних пунктів»: будинок має стояти на бетонних опорах, завдяки чому створюється ілюзія продовження подвір’я: парку чи саду; обов’язковими є автономний фасад та плаский дах, який можна використовувати як солярій, спорткомплекс чи басейн; доречні також горизонтальні вікна, що вентилюють і «вбирають» сонячне світло. Загалом мешканці такого будинку мають почуватися не «замкненими у чотирьох стінах», а «відкритими усім природним стихіям», а сама будівля покликана творити перспективу абсолютної свободи та рельєфну неподільність із ландшафтом [Ле Кербюзьє, 2022].

За такими принципами в середині минулого століття Ле Карбюзьє зводив численні споруди, подекуди діаметрально протилежного призначення, наприклад у Бельгії – це павільйон «Електронна поема» для транснаціональної компанії побутової техніки Philips [Ле Кербюзьє, 2022]; у Франції – житлові одиниці, студентський гуртожиток «Швейцарський павільйон» та частина монастиря Sainte Marie de la Tourette, в Індії – архітектурний і мистецький коледжі, Палац юстиції, численні вілли й Вежа Тіней тощо.

Як бачимо, на різних витках цивілізації, архітектори, як і вістовники, квестори, глашатаї, кедді, нувелісти, оратори, письменники,

журналісти, митці, займалися поширенням «зведеної у квадрат чи куб» інформації. Система масової комунікації ускладнювалася. Не втрачаючи єдності, вона постійно доповнювалася, але, будучи синергетично гармонійною, нічого не втрачала. Людське мислення, змінюючи свої форми, змінювало й способи та засоби їх вираження. Ключові ідеї кожного покоління «писалися» по-іншому, на якісно нетотожному «матеріалі»: синкретика дійства приборкалася каменем Орфея, камінь звільнив дорогу свинцеві Гутенберга, друковане слово поступилося зображенню; а візуальне знову «обгорнулося» в органічно йому притаманний синтез, у якому, за словами В. Гюго, «Біблія подібна до пірамід, Іліада – до Парфенону, Гомер – до Фідія. Данте в XIII ст. – це остання романська церква, Шекспір у шістнадцятому – остання готична святиня» [Гюго, 2022]... «З погляду Вічності» в аудіовізуального медіапростору, вочевидь, є дві перспективи – стати останньою Вавилонською вежею або першим Вселенським Собором.

Чим він стане – не знає ніхто. Кожен «провидець» – будівничий, який формує передбачення, кладучи в основу власну імітацію «каменя». Так стіна за стіною виростають священні будівлі й пародії на них – міста-змішання оригіналів, ерзаців та палімпсестів. Щось на кшталт віртуально «відтвореної» Умберто Еко Райської Долини, у якій рабодруківна система Apple Nominator за 10 годин друкує кодекс Хаммурапі, єгипетський раб-писар Toth 3 Megis-Dos «форматує» під час копіювання: ліпить, сушить на вогні та одразу пише ієрогліфами, а «портативні» астрологи зі стійким антивірусним імунітетом майстерно пророчать Зодіак. От тільки мало не щодня в цій долині з’являється нове наріччя. Побоюються навіть, що, зрештою, може статися змішання програм. Однак мешканці Тодішнього Тепер «достеменно» й «точно» знають: навіть, якщо це і станеться, то, звісно, не у Вавилоні... Будь-де, тільки не там» [Эко, 1998]...

Отже, архітектура – один із найкращих еквівалентів масової комунікації. Однак міра адекватності передачі значень у ній залежить від архітекторів та культуротворчих напрямів і стилів, тому найнадійнішими комунікаторами слід вважати зодчих-раціоналістів і реалістичну мистецько-комунікаційну традицію.

Цей різновид мистецтва не випадково називають літописом світу: архітектура справді «говорить» навіть тоді, коли «мовчить» усе інше, і вже майже ніщо не нагадує про загублену в часі спільноту. На сторінках цієї «кам’яної книги» надійно зафіксована історія людства.

4.2.3. Побутове спілкування. Декоративно-ужиткове мистецтво

На відміну від небуденної архітектури, декоративно-прикладне мистецтво – це естетико-комунікаційне освоєння середовища, яке оточує людину безпосередньо. Зазначена реалія втручається в наше повсякденне життя й художньо «оздоблює» створену людиною «другу природу»: будівлі, споруди, приміщення, вулиці, майдани, дороги тощо, формуючи красу та зручності всередині й довкола.

Твори ужиткового мистецтва – дверна ручка, огорожа, віконне скло, світильник, брелок, годинник тощо. Цей вид мистецької комунікації можна вважати найбільш масовим (і в розумінні тотальності поширення, і в якіснооцінному). По-перше, воно тиражоване, а отже, менш оригінальне, ніж архітектура чи скульптура. Украй рідко створюється абсолютно неповторний дизайн вікон, дверей чи годинників. По-друге, ужиткові речі використовують усі. По-третє, цей вид мистецтва найповніше характеризує спільноту (предметом його виробництва є не лише повсякденні зручності, але й церковна культова утвар, меблі, текстиль, металеві вироби, лозоплетіння, кераміка та ін. Наскільки архітектура розповідає про епоху глобально, настільки декоративно-прикладне мистецтво – конкретно, структуруючи її за майновим, інтелектуальним та іншими принципами.

Декоративне мистецтво вбирає в себе досягнення інших видів функціональної культури, особливо живопису та скульптури. Власне живопис спершу й існував у вигляді настінної (наскельної) комунікації, і лише потім утворився станковий різновид цієї творчості. Те ж саме можна сказати й про скульптуру. Одним із видів щоденного мистецтва вважають фреску: монументальний живопис, виконаний на стіні. Безліч геніальних мистецьких творів (приміром Мікеланджело, Рафаеля), належать, передусім, до категорії монументально-ужиткових.

Однак декоративне мистецтво – усе-таки комунікація комфортності, а не прикрашання. Спершу воно створює обжите середовище, а вже згодом – цілісний архітектурно-інтер'єрний ансамбль. Іншими словами: твори мистецтва повсякденності – не мертві символи, а живі «записи» людських справ, досягнень, відчуттів, задумів. Вони дзеркало епохи, яке нічого не приховує. Мистецтвознавець та археолог можуть за уламком глека чи залишками стінного розпису з такою ж точністю відтворити епоху, як палеонтолог за слиною чи зубом – вигляд давно вимерлої тварини й природи, яка її оточувала.

Декоративне та вжиткове прикрашання предметів – один із найдревніших видів життєдіяльності. Одяг, меблі, хатнє начиння, особисті речі й предмети віддавна створювали локальний та універсальний простори й презентували різні способи життя. На побуті завжди лежав найточніший образ особистості власника, спільноти, соціального середовища та епохи.

Оскільки ужиткове мистецтво збалансовано поєднує образне мислення та раціональний підхід майстра й споживача/замовника, то його параметри визначаються особливостями вподобань, творчих потреб, часової наповненості та практичної реалізації всіх складників комунікаційного ланцюга: відправника, сприймача, самого повідомлення (у вигляді виробу) та каналу транспортування інформації (майже завжди візуального). Як вислід, принципами ужиткової комунікації доречно вважати золоте січіння Вітрувія («міцність, корисність, краса»), а також розумність, хронологічну та естетичну співмірність, правильність, доречність, утилітарність тощо [Гусейнов, 2014].

Стимулювали розвій ужиткової культури фантазія й цілеспрямованість покращити свій побут, тому найважливішими стали зорові та слухові рецептори, розвиток логічного мислення й творчої уяви, здатної продукувати оригінальність та матеріалізуватись у слові, камені й русі.

Образне мислення – один із найпростіших способів передавання оригінальності та доповнення середовища – неабияк вплинув на розвиток логіки: стимулював експерименти, теорії, винаходи й, між іншим, формував функціональні пласти свідомості, ідеологій, інші фактори соціального та духовного життя спільнот [Декоративно-прикладне мистецтво, 2015].

Традиційні ремесла, мода, цехові виробництва, усе народне, масове та оригінальне сьогодні нестереотипно поєднується не лише зі скульптурою, графікою, а й із фотографією, ксерокопіюванням, цифровими електронними ЗМІ, що зумовило появу унікальної колористики, пластичних матеріалів і 3-D-технологій: кольорової принтерної печаті, що фіксує на тканині малюнки та фотографії; гобеленів у вигляді шпалер, у яких «майстер» – ЕОМ – до ниток додає волосся, метал, скло, пластик, папір, кераміку тощо; текстильної скульптури, багатофігурних композицій, тривимірних інтер'єрних об'єктів, інсталяцій, вітражів і фюзингу, художнього кування, флористики, плетіння з бісеру, бонсаї та багато іншого.

У царині ужитковості працюють художники, графіки, скульптори, архітектори, модельєри, навіть кінематографісти. Суперідеї цієї діяльності у розтині сучасності – функціональність, екологічно чисті технології (приміром із використанням водоростей, як у Японії), гармонія... І це, по суті, та ж таки, «переспівана» в контексті епохи цифрових технологій, тріада Вітрувія.

У прикладному декоруванні надважливі традиція та зв'язок зі старовиною, які, на жаль, зникли з багатьох інших систем комунікації. Водночас укластися в тисячолітню спадщину та бути доречним у контексті «тепер і зараз» – не так то й просто...

Інтер'єр, приміром, офісу визначається особливостями корпоративної культури. Тут важливо «подбати не лише про комфорт персоналу, а й про дотримання антуражу, зручність в інформуванні відвідувачів та про те, як справити належне враження на партнерів та конкурентів» [Дизайн інтер'єру офісу, 2022].

Планктон офісу – це раціональна схема розташування місць, бадьора кольорова палітра, функціональні компактні меблі, оргтехніка, окремі кабінки, зона відпочинку (із кавовими автоматами, зеленню та акваріумними рибками). Надзвичайно важливі у комунікаційному середовищі також елементи уніформи, вироби з логотипами й рекламними зображеннями та іншими позитивними візуалізаціями діяльності.

Сфера масової комунікації – головно журналістики, особлива. Тут ужитковість помітно трансформувалася. Навіть на регіональних телеканалах рідко трапляється «ефект кімнати» зі столами, диванами, флористикою та місцем для чаювання. Неелектронні банери та інші елементи «хатнього інтер'єру» тут – велика рідкість, хіба як віртуальний симулякр. Студії найчастіше зусібіч облаштовані цифровою апаратурою, яка може відтворити будь-що в довільних формах.

Зазирнімо в студію новин телеканалу «1+1» медіаконгломерату «1+1 Media». Переглядаємо випуск новин 18.05.2020 із Марічкою Падалко. Спершу з'являється заставка з мінімалістичною рекламою в червоному квадраті з написом «ТСН вражає». Далі бачимо комп'ютерні банери, які складаються з багатьох екранів і показують заставку із горизонтальними червоними смугами на фоні синьо-фіолетових кольорів комунікації. Згодом активуються різні «пазли» у вигляді геометрично спланованих фонових сюжетів.

Після відео про депортацію кримських татар на екрані загораються свічки у вигляді кола й починають гаснути за стрілкою годинника під

ілюзію серцебиття – так триває хвилина мовчання. Угорі (над свічками) напис: «18 травня – день пам'яті жертв геноциду кримськотатарського народу». Унизу фраза – «хвилина мовчання». Угорі справа – сірим на загальному чорному фоні слоган: «1+1: ти не один», унизу зліва й справа – червоні логотипи «ТСН», які дещо відрізняються розміром і вертикальним рівнем зображення. Вочевидь, один – стабільний, інший – умонтовано в сюжет. Між верхнім написом та свічками – імітація «світлових блукань», які балансують між зображенням німбів і спалахами зір.

Сама Падалко теж наче продовжує рухоме фонове зображення: вона без прикрас, із природним макіяжем, одягнена в просту фіолетову сукню (у стилі Коко Шанель).

У випуску Алли Мазур (ТСН Тиждень) скрізь червоний фон. І блуза ведучої – теж. Без будь-яких переходів вмикається сюжет «Завод сурогатних немовлят» для іноземного всиновлення. У центрі – величезний круглий стіл-стійка. Унизу колові сині лінії. Кожен із комп'ютерів-пазлів здатен показувати інший сюжет. Усе це створює ситуацію активної динаміки.

Святослав Гринчук у випуску новин за 13.05.2020 постає в синьо-біло-фіолетовому класичному одязі на блакитно-сірому банерному фоні із вкрапленням червоного. Ситуативну відсутність червоної палітри в одязі диктора відкомпенсовує стабільний корпоративний логотип та багряна стрічка з назвою сюжету.

У новинах із сурдоперекладом, які веде Соломія Вітвицька, журналістка, зазвичай у синьому, перекладач – у сірому. За спиною дикторки теж переважають червоні кольори, її ж напарниця оточена сіро-блакитним. Такий контраст, вочевидь, відтворює «табель про медійні ранги». Коли вмикається сюжет – перекладу мовою жестів немає. Однак – як компенсація – відео наповнюється текстовими документами, а не різновидами репортажу чи інших аудіовізуальних вставок.

Отже, сучасне прикладне мистецтво, здебільшого, віртуальне. Навіть в інтер'єрі квартири вже переважають імітації камінів, акваріумів та інших складників відпочинкових зон. Мабуть, не за горами той час, коли, замість вікон, будуть ставити монітори «із виглядом на море».

Що ж до сфери медіа, то єдиним «натяком» на традиційну ужитковість тут можна вважати одяг та прикраси журналістів. Хоча у

період карантину Zoom та інші еквіваленти Skype дозволяють експериментувати і з цим.

4.2.4. Колористична інформація. Живопис. Фотографія

А чи «розмовляє» живопис? Чи здатні про щось інформувати зображення картин реального світу на площині, якщо вони (інколи до непізнаваності) трансформовані творчою уявою художника?

Древні художники не сприймали красу пейзажу. На думку етнографів та археологів, як би філігранно не були виписані на найдавніших «картинах» люди та звірі, розмиті на задньому плані гори, ліси й будинки все ж перебували в стані, близькому до ідеографічного письма (вони швидше слугували маркуванням зовнішнього світу, аніж його зображенням). Уся увага древнього художника-мисливця зосереджувалася на тому, що вважалося джерелом його особистого життя. Тому ці художники були чудовими анімалістами й аніякими пейзажистами. Зазначений підхід у мистецтві можна вважати майже ужитковим (за аналогією до декоративно-прикладної культури). Загальновідомо також, що в архаїчному живописі співвідношення зображеного не стільки просторове, скільки смислове. Приміром, для окреслення «табеля про ранги» найдавніші художники зображали постать вождя більшою, аніж усі інші (зрозуміло чому – вони ще не володіли лінійною та просторовою перспективами). Тоді ще не розрізнялися графіка та малярство й наближалися своєю коміксною (у сучасному розумінні) розповідальністю до літератури. Картина найчастіше була ланцюгом подій: оповіддю, розгорнутою в ряді фігур. Однак уже й такий «живопис» дозволяв щось констатувати, наприклад, різні погляди на те, що творилося: художники Стародавнього Єгипту малювали на профілі обличчя обидва ока, відтворюючи всевидющість. На картинах живописців також знаходимо площини, приховані від прямого погляду, наприклад диск над головою людини, що означав потилицю, або подвійне обличчя, котре теж по-своєму мало передавати «круговий погляд». Приклади можна множити.

Ближчий до поняття «цивілізація» середньовічний живопис (Античність нічого особливого «не сказала», бо її репрезентували набагато сенсорніші архітектура та скульптура) пропагував умовно-площинне зображення світу, насичене глибоким символізмом (як і в літературі). Така композиція враховувала, наприклад, не віддаленість предметів від очей спостерігача, а їхні сенс та значення (цінність).

Отже, більшим зображалося важливіше, а старшим – мудріше. Тому на середньовічних картинах навіть немовлята почасти виглядають старими. Подібні аспекти притаманні й українському іконопису. Прослідковується та ж сама, що й у художній літературі, тенденція – тяжіння до абстрактності й ідеалізму та ворожість до всього реального. І це не дивно: Середньовіччя – апогей і домінанта тотальної релігійності.

Лише в епоху Відродження (коли живопис став провідним мистецтвом) композиційні акценти склалися в розгорнуті принципи композиції: те чи інше розміщення фігур на картині розкривало якраз їх взаємини та характери. Так зображення розгорнулося в просторі. Художники Відродження відстоювали перевагу живопису як такого мистецтва, яке, на відміну від літератури, не потребувало перекладу. Ось міркування про це Леонардо да Вінчі: «Якщо поет слугує розуму через вуха, то художник – через очі, куди вартісніші для почуттів. Я хотів би, щоб хороший живописець зобразив несамовитість битви, а поет її описав. І згодом ці твори поклали поряд. Ти побачиш, коло якої з них зупинятимуться люди, де вони будуть більше сперечатися. І де роздасться більша кількість похвал. Побачиш, яка робота зрештою всім більше сподобається. Звичайно ж – більше до вподоби стане картина, оскільки вона корисніша й прекрасніша… Обери поета, який описав би красу жінки її коханому, та відшукай живописця, котрий зобразив би її. Ти побачиш, до кого природа схилить закоханого суддю» [Филиппов, 2015].

Саме в епоху Ренесансу закладаються основи колористичної композиції та перспективи, які засвідчують основне на картинах за допомогою кольору й світла (можна звернути увагу на полотно Леонардо да Вінчі «Дама з горностаєм». Рембрандт у своїх портретах теж створює світловий акцент та виділяє найвиразніше в людині – обличчя й руки – за допомогою темного фону тощо.

У XIX ст. завершився процес розмежування живопису та графіки. Цариною й специфікою першої стають лінійні композиції, а другий фіксує більш-менш життєво-реалістичні співвідношення. Сутність зображеного, його естетичну цінність живопис показує за допомогою кольору. Особливо чітко це видно на картинах імпресіоністів. Усе лінійне там – справді другорядне.

У XX ст. характер і мова живопису різко змінюються. На малярство колосально впливають поява фотографії та кіно, прискорений

розвиток техніки, багатство й різноманітність вражень та глибина інтелектуально-психологічного світу людини нової техногенної доби. Усе це породжує в досліджуваній нами сфері парадоксальні стремління: з одного боку – зафіксувати предмет майже в його «телевигляді» (що передбачає всебічність та змінність рухомих точок), з іншого – творити щось винятково й надзвичайно особистісне та неповторне (оскільки за точність зображення все-таки вже «відповідає» фотографія). У новітньому живописі, як казав П. Пікассо, кожен мазок має бути точним, наче дії годинникаря. Можна ще додати, що цей живопис має бути абсолютно неповторним.

Сучасність продукує нову образність, створену засобами масової комунікації, у контекст якої потрапляє не поетичне художнє бачення, а погляд на предмети повсякденного побуту та актуальні проблеми. Особливо популярний фотореалізм – розфарбування й компілювання копій (фотографій). Під впливом технологій теорія фотографії як аналога реальності поступово втрачає своїх прихильників. Відомо, що зображення на целюлоїді аналогічне зображенню сітківки, але не процесові сприймання. Досліджено сенсорні явища, закладені у фотоемульсію так, що навіть об'єктивно реалістичні події здаються нам цілком довільними.

Насправді схожі, безперервні, неконкретні, природні, а отже, ірраціональні образи – це те, чого в нашому теперішньому стані знань ще немає. Простіше кажучи, коли ми натрапляємо на картинку, яка нічого нам не нагадує, то вважаємо її шедевром фотографії. Цього й намагаються досягти майстри фотопортрету. Проте існують так звані іконічні коди – зразки, які наслідує наша свідомість. Вони не є словами, які щось описують, але, безумовно, як знакові системи щось висловлюють. Наприклад, кадр, у якому видно лише око, ми не сприймаємо як зображення органа зору, він означає для нас людину, а коло зі штрихами навколо нього – асоціюється із сонцем. Проте коди здатні ускладнюватися: людина з короною сприймається нами вже як можновладець, а ялинка з подарунками – не просто як дерево посеред будинку, а як свято. Існують і коди чутливості, які спрацьовують залежно від цілісної картинки. Уявімо прапор. На фоні будівлі, то, вочевидь, що державна установа в руках сміливих воїнів – патріотизм, а на тлі розбитої шхуни та групки обдертих піратів – ганебна капітуляція. Портрет жінки (наприклад зірки попкультури Мадонни) у певний період часу може бути ідеалом, а через кілька десятиліть

виглядає просто смішно. Якщо спрогнозуємо зустріч повнотілої жінки Ренесансу з полотен Рембрандта чи Рубенса та сучасної фотомоделі, обидві вважатимуть одна одну потворами... Однак сьогодні й виробництво фотографії змінилося – світлина прагне бути втіленням непояснюваного, підробкою смислу. Дослідження про семіотику фото показали, що не існує загальної мови фотографії, кожне зображення має оригінальні коди, кількість і тип яких варіюється.

Водночас важко відшукати фотографію, яку б не супроводжувала вербальність – майже всі зображення підписані. Це допомагає адекватніше зрозуміти їх та якось класифікувати. Читаючи підписи, ми підсилюємо реакції мозку. Наведемо, для прикладу, фотопроєкт Августа Зандера «Люди XX ст.» [Зандер, 2015], котрий мав на меті створити портрет Німеччини періоду до та після Другої світової війни. Усі портрети автор поділив на групи: «Фермер», «Кваліфікований торговець», «Професії», «Жінка», «Художники», «Місто», «Останні люди». Фотограф був прихильником концептуальної реалістичної фотографії, не наймав фотостудій і не вигадував чудернацькі пози моделям, тому підписи до фото («Циркачі», «Шарманщик», «Художник», «Солдати», «Ковалі», «Боксери», «Дочка фермерів», «Жінки в маленькому містечку», «Прохач») такі ж прозорі, як і самі фотопортрети. Автор одним-двома словами дублює суть, дає ключ до роздумів над індивідуальністю героя, його життям та місцем у суспільстві. Якщо лишити портрети Зандера без назв – зображення перестане бути однозначним. Яскрава ілюстрація – одна з його робіт, де зображено чоловіка. Краватка, діловий костюм, замислений погляд. Герой ніби відсторонений від об'єктива. Натомість двоє дітей поруч із ним, навпаки, дивляться прямо в кадр. Одягнені вони в прості полотняні сорочки. Сутулі постави, на перший погляд, видають лише деяку невпевненість. І тільки прочитавши назву «Вдівець», ми починаємо дивитися на світлину зовсім «іншими очима»: ми споглядаємо дітей-сиріт та проймаємося до них жалем. А замисленість батька пояснюємо як розпач і безвихідь.

Проте навіть фото без підписів глядач перекладає словами. Так, про зображення темного тону ми кажемо «похмуре», а силуети двох людей на даху самі собою наштовхують на слово думку про кохання. Ми ніколи не можемо знати напевно, які знаки вловив сам майстер, а які з них просто передалися. Нам просто сумно дивитися на людину, яка йде сама посеред дороги, радісно від фігур двох людей, що

тримають на руках третю. Чому так відбувається і що нав'язує нам ці емоції – достеменно не відомо. Отже, думки про фотографії можуть зовсім не збігатись із закладеними кодами. Вони наслідок міркування та асоціативних ланцюгів – природного бажання людини все пояснити. Розшифрування творів образотворчого мистецтва нескінченне. З'являється все більше спеціалізованих платформ для перегляду фотографій. Найпопулярніша з них – американське видання «LIFE» (1936 р. створення), що модифікувалося у фотожурнал, коли суспільства, що пережили Другу світову війну, не могли вже сміятися з анекдотів. Добродушний гумор замінив цинізм – й аудиторія потребувала жорсткої виражальної інформації, яку й утілило нове щотижневе видання за допомогою нового формату «новини крізь обличчя».

Особливістю журналу був якісний друк, високий наклад (уже в 7 номері – 650 тис. примірників), помірна ціна (на початку – усього 10 центів) та, головне – орієнтація на якісну фотографію [5]. Художнє оформлення видання вражало досконалістю. Усі фото належали кращим майстрам. На відміну від більшості газет і журналів, матеріал тут подавався як зображення, а текст лишень ілюстрував його. Американець середини 30-х рр. на фоні реалій Великої депресії, економічного краху, сухого закону та відсутності в багатьох людей телевізора не міг не зацікавитися новим «Життям». Журнал «LIFE» став обличчям Америки.

За всю історію в журналі з'явилося понад 10 мільйонів знімків. Мільйони індивідуальних і групових фотопортретів, серед яких зображення президентів, політиків, солдатів, голодних дітей та голівудських зірок. У різні роки обкладинку «LIFE» «продавали» обличчя Мерилін Монро, Сталіна, Одрі Хепберн, Гемінгвея, Гітлера, Фіделя Кастро, Елізабет Тейлор, Черчиля, принцеси Єлизавети, «ліверпульської четвірки» та навіть Микити Хрущова з качаном кукурудзи в руках.

Журнал змінив погляд на реальність, вплинув на моду, культуру, американське й світове співтовариства [Белявцева, 2014]. Уперше в історії тут з'явилися знімок дитини в утробі матері та фото Кеннеді з первістком, показ 3D-фільму й знімки американців, котрі померли під час Другої світової війни. Зі сторінок журналу читачі дізналися про цілковито нову книгу «Старий і море», фільм засновника жахів Хічкока, підкорення Місяця та політ у комос. Редакція не боялася руйнувати стереотипи, робила репортажі про «закритий» Радянський Союз, диктатуру на Кубі та філософію ненасилля Махатма Ганді в

Індії. А на обкладинці 1969 р. журнал «LIFE» відкрито заговорив про проблему наркоманії та легалізацію марихуани. «Я ще ніколи не бачив публікації, яка б захоплювала так, як “LIFE”», – писав С. Шаус із Сан-Франциско [LIFE, 1937].

Видання співпрацювало з фахівцями світового рівня. Щотижневий цикл «LIFE» із 1936 по 1972 р. формував ідею сучасної світлини. Творчість Маргарет Бурк-Уайт, Ларрі Берроуза, Анрі Картьє-Брессона, Філіппа Халсмана, Френка Дандриджа, Гордона Паркса, У. Євгена Сміта – це різноманіття матеріалів, революційні техніки, сценарії зйомок та сотні знакових фотопортретів, що складають хроніку облич XX ст. [LIFE Magazine, 2020].

Окремо слід відзначити американського майстра Філіппа Халсмана – одного з кращих фотопортретистів свого часу, автора цілих альбомів світлин, творця неймовірної за розмірами портретної галереї знаменитостей світу. Школа майстерності Халсмана полягала в креативному мисленні й оригінальності. Його фішка – великий формат, яскравість, драматичність, неординарність, гумор та розуміння психології людини. Перша обкладинка «LIFE» з авторством Халсмана побачила світ 5 жовтня 1942 р. [LIFE, 1942.]. Відтоді він брав участь у створенні понад 100 номерів. За час своєї праці зробив фотопортрети Мерилін Монро, Пабло Пікассо, Альберта Енштейна, Софі Лорен, Френка Сінатри, Вуді Аллена та безлічі інших особистостей. Загадку людської природи він шукав в обличчі. Прагнучи позбавити героя скутості, штучності й світської «презентації себе», фотограф шокував моделей психологічними парадоксами [7]. Саме він, до речі, винайшов техніку «фотографії у стрибку», бо вважав: якщо попросити модель підстрибнути, то вся її увага спрямовується на динамічний акт і маска спадає. Так з’являється реальне обличчя людини. Окрім «летючих» актриси Бриджит Бордо, фізика Роберта Оппенгеймера та художника Марка Шагала, йому вдалося зафіксувати герцога й герцогиню Віндзор. Їхнє фото потрапило на сторінки «LIFE» у 1959 р. під назвою «Королівські стрибки».

Відзначився Халсман і як геніальний постановник та новатор зйомки. У 1948 р. журнал «LIFE» отримує одну з найбільш відомих за всю історію видання фотографій «Dali Atomicus». Вона стала вислідом бажання Філіппа Халсмана зобразити Сальвадора Далі як генія сюрреалізму. Окрім присутності самого художника, він використав мольберт, стрибаючих котів, картини, воду та інші предмети, парадоксальне

поєднання форм яких наблизило фотографію до техніки сюрр. За допомогою тонкого дроту Халсман підвісив до стелі дві картини, табуретку та мольберт. Стілець тримала його дружина. Тим часом асистенти фотографа, полічивши до трьох, кидали в повітря кішок і виливали відро води. На рахунок «чотири» підстрибував Далі. І так повторювали 28 разів, доки не отримали знаменитий кадр. Знімання тривало шість годин.

Важливою для фотопортретистів журналу була проблематика. Динамічні експерименти, зображення знаменитостей, радісних дітей та успішних політиків – не єдині світлини, що з'являлись у щотижневику. Значно більша увага приділялася жертвам війни, терору, голоду, смерті й расовій дискримінації. Огоріле «Обличчя смерті» Ральфа Морзе (1943), серія знімків про криваву війну у В'єтнамі Ларрі Бероуза (1966), «Очі ненависті» Альфреда Айзенштадта (1933), які показують руйнівний погляд Геббельса на перекладача, котрий виявився євреєм. Обличчя людей на цих кадрах важкі для сприймання, бо демонструють інший бік новин – соціальні проблеми, які в різні періоди людства набували вирішальних значень.

Знаковим виявився проєкт Маргарет Бурк-Уайт «Американський шлях» [Маргарет Бурк-Уайт, 2019], створений у період Великої депресії 1937 р. На світлинах зображено чергу людей за їжею біля пункту Червоного Хреста. Хтось розгублений, дехто втомлений, одні дивляться в кадр сердешними очима, інші – презирливо корчать незадоволену пику. Із кошиками, відрами та паперовими пакетами збіднілі громадяни Америки чекають на просування нескінченної черги. А тим часом у них над головами висить така собі ідилія – величезний плакат із надписом «Найвищий стандарт світового життя»: сита сім'я в найкращому настрої мчить на новенькому автомобілі в незнане, що супроводжується гаслом «Немає такого способу життя, як американський»; білизна зубів цих усміхнених людей аж ніяк не збігається з похмурим настроєм афроамериканців у черзі.

Не менше вражає фотопортрет Ґордона Паркса «Американська готика» (1942) [Белявцева, 2014]. Він є реінтерпретацією фотографа на однойменну картину Грант Вуда 1930 р. З одного боку, фотопортрет представляє реальність – расизм, дискримінацію жінок, нерівність у трудовій сфері. З іншого – ці реалії коригує сам Паркс, обираючи позу героїні та пропонуючи своє бачення.

Після епохи розквіту в 1936–1972 рр. ЗМІ тимчасово закривається, оскільки зростає конкуренція, змінюються смаки публіки тощо. Однак

у 1978 р. відновлює роботу, але вже як щомісячник. У 2000-му знову зникає. А з 2004 по 2007 рр. друкується у вигляді додатка до видань «Los Angeles Times» та «The Washington Post». Сьогодні «LIFE» – безсмертна історія життя. Тут кращі зразки новинної журналістики у фотопортретах, що охоплюють ціле століття. Медіа у вільному доступі (LIFE.com) пропонує найбільшу колекцію професійної фотографії в інтернеті. Журнал назавжди змінив мистецтво зображення та глобальну інфосферу, зробивши її вишукано реалістичною.

4.2.5. Комунікація з мертвими. Скульптура

На відміну від малярства та фотографії, скульптура – просторово-зображувальне мистецтво, котре освоює світ у пластичних сенсорно охопних образах, що фіксуються в матеріалах, здатних відносно точно передавати життєві обриси явищ. Скульптурні твори тешуть із мармуру, граніту, вирізають із дерева, ліплять із глини. Останнім часом з'явилися надзвичайно тривкі матеріали – бронза, бетон, сталь та ін., однак і вони не вічні. Скульптура динамічна, вона завжди передає рух, навіть коли зображає абсолютний спокій (тоді динаміка внутрішня). Скульптор може відтворити лише один момент дії, але зафіксована мить несе на собі печать усього життя та домінантних рис характеру увіковіченої особи чи явища, їх непроминальну суть. Цей витвір мистецтва дає змогу здійснювати круговий огляд: зміна позиції, ракурсу бачення, освітлення тощо засвідчує різні нюанси об'єкта.

Скульптура – один із найдавніших видів художньої комунікації. Її перші пам'ятки належать до епохи палеоліту. У Давньому Єгипті ремесло пов'язувалось із культом мертвих. Єгиптяни вірили, що душа жива, доки «живе» зображення людини. Тому скульптури для гробниць (щоправда, дещо спрощеної форми, вочевидь, це теж узгоджується з релігійними віруваннями) вони будували з дуже міцного матеріалу: кедра, граніту, базальту. Найвищого рівня ліплення досягло в Стародавній Греції. Можна сказати, що цей вид художньої комунікації був там репрезентаційним. Філігранній античній скульптурі притаманне відчуття неймовірної внутрішньої свободи й краси. Навіть майстерно зображені страждання ніколи не спотворювали застиглих облич і не порушували гармонійності образу. Середньовіччя запропонувало свій варіант досконалості. Воно розвинуло монументальні форми, стилістично суголосі спрямованим у височінь соборам та внутрішнім переживанням затурканих і заляканих своєю гріховністю людей. Готична

скульптура поєднувала натуралістичні подробиці деталей із декоративністю та динамічністю фігур, які демонстрували напружене духовне життя. Були також ілюзорно-фантасмагорійні образи, як-от химери собору Паризької Богоматері. Панування готики завершилося в епоху Відродження поверненням до античного еталона краси. Далі скульптурні зображення «коливалися», повертаючись то до Античності, то до Середньовіччя.

У наш час скульптура тяжіє не до точності зображення (у цьому стародавні греки не перевершені), а поглиблює психологічний аспект та спонукає експериментальність у плані творчого ліплення й сприймання. Також, на превеликий жаль, специфічна її ознака – «донорозовість» та «офірність»: скульптури «виростають» і зникають за лічені дні, собливо в контексті зміни політичних режимів та глобальних комунікаційних моделей.

Отже, культура, як бачимо, не мовчить…

4.3. Комунікаційні потенції літератури

«З тайнописом вночі засядь на самоті, / Поклавши книгу на триніг мосяжний; / Непевний полумінь із пустки заряхтить / І справдить те, що марновірству недосяжне. / Триніг жезлом надвоє перетни, / Край убрання й ступні / зволоживши водою; / Це страх, це дрож, це голос із пітьми: / Божисте сяйво. / Бог сидить з тобою» [Нострадамус, 1991]. Що ми можемо сказати, прочитавши цей твір? Вочевидь, нічого певного. Можливо, навіть засумніваємося, чи взагалі можна такий текст назвати твором. Насправді, то не проста мистецька річ, а старофранцузькі Нострадамусові «Центурії» (гл. «Одкровення») у перекладі Оксани Забужко.

Звісно, із нами можна посперечатися: мовляв, чи можна як варіант художнього твору пропонувати пророцтва – найзаплутаніші тексти, які людство щоразу прочитує якось по-іншому? Але ж катрени «Центурій» не пророцтва. На думку вчених, то класичний опис методики входження в стан пророчої нестями, яку Нострадамус запозичив в античного філософа-неоплатоніка Ямвліха, котрий, у свою чергу, учився в халдейських оракулів і сам розробляв різні теургійні практики. У «Тайнописі» Нострадамус описує передумови, потрібні для контакту зі всезнаючою силою: цілковите нічне усамітнення; відповідні атрибути – триніг (древній, наявний в усіх культах символ

єдності трьох світів – горішнього, долішнього й серединного), причому зроблений із міді, бо мосянжа мідь належала до т. зв. алхімічного квадріуму – чотирьох обов'язкових елементів алхімічної процедури), жезл – базовий символ єдності «верху» і «низу», а також вода, чаша з якою ставилася на триніг, і візіонер удивлявся в гладеньку поверхню води доти, доки вона не бралася туманом, аби явити його зору низку очікуваних картин.

Нострадамус чинить по-своєму: «надихається», читаючи Ямвліха («непевний полумінь», що починає проблимувати нізвідки, «із пустки», і є світлом духа), зволожує холодною водою ноги та край одежі (так вправляли себе в одержимий стан пророчиці славетного храму Аполлона в Дельфах). І, як наслідок, остаточно позбувається фізичного почування власного тіла, знеприсутнюється: душа виходить за межі тіла («страх» і «дрож» – характерні симптоми переходового стану) та зливається з «божистим сяйвом» [Нострадамус, 1991]. І ось – пророк уже готовий відкривати приховану істину.

Насправді це дійсно не найпростіша лірика. Ми свідомо запропонували варіант, ускладнений філософським підтекстом та перекладом, аби засвідчити високий рівень кодованості художньої літератури. Можна підібрати й щось зрозуміліше, наприклад із творчого доробку класиків, зокрема Бориса Грінченка: «Зима навкруг… Давно вже час / Весні веселій розцвітати, / А все мороз ще давить нас / І не пуска з сумної хати. / Зима навкруг… І де давно / Вже пахнути повинні квіти, / Там сніг лежить, як полотно, / І сонце ще й не дума гріти. / Зима навкруг… Якби не знав, / Що мусить же весна ще бути, – / Давно б знесилений упав, / Не перемігши горя й скрути» [Грінченко, 1890].

Та навіть намагаючись розтлумачити цей «зрозумілий» вірш, ми усвідомлюємо: зима тут не зовсім пора року. Можна було б ще навести приклад чогось уже геть елементарного на кшталт: «В полі трактор – дир-дир-дир. Хто за що, а ми за мир!» [Клуб поезії, 2011], але то вже буде зовсім специфічний різновид літературної творчості – пародія, що, до речі, стала епіграфом до ще однієї пародії – «вірша» Павла Тичини: «Трактор в полі деркотів. / В небо лайнер полетів. / Кораблі пливуть у морі. / Астроном рахує зорі. / Лікар хворими керує. / Цілий день когось лікує. / Сталевар гартує сталь, / А склодув лише кришталь. / Коні скачуть, кури квохчуть, / Товсті свині дружньо рохчуть. / Править в полі бригадир. / І усі вони – за мир!» [Клуб поезії, 2011].

Як нам відомо, пересміювання – то складне подвійне кодування. Ним послуговуються в часи тотальної цезури та фізичного нищення. Отже, пишучи цитований текст, поетичний геній Розстріляного Відродження Павло Тичина хотів показати абсолютну творчу безнадію та плачевний стан українських письменників, які вижили й змушені були славити добу тоталітаризму.

Зрештою, літературна творчість може бути дуже різною, оскільки кодово навантажена й багаторівнево ускладнена. Ключова ознака будь-якого літературного твору – образність («первісно-чуттєве узагальнення світу»). «На відміну від поняття, яке завжди безособове, образ втілює суб'єктивне світосприйняття». «Образність – природа художнього твору. Усе образне – художнє, а все художнє – образне. Художнє – отже, просякнуте духом, думкою, почуттями конкретної людини. Тільки образ, з усім його розмаїттям, здатен віддзеркалювати неповторність внутрішнього світу», передусім того, хто його створив [Моклиця. Основи, 2002: 176] (хоча не виключено, що й того, хто сприймає. – *О. К.*). Образність – то, власне, і є код. Отже, рівень і спосіб кодування художнього твору залежить від автора: його таланту, здібностей, уподобань, «технології письма», рівня інтелектуального розвитку, які, зі свого боку, також не вільні від внутрішніх (генетичних) і зовнішніх (соціальних) факторів на кшталт переданих у спадок психологічних та фізичних якостей, сімейного й ін. оточень, історичного простору та часу (часопросторовий континуум ми ще називаємо культурно-соціальною епохою). З іншого боку, усіма зазначеними факторами має володіти й реципієнт. Інакше він, по-перше, не зможе більш-менш адекватно сприймати твір, по-друге – почне його перекручувати, спотворювати, лаштувати «під себе».

Ураховуючи всі вказані параметри, учені поділяють творців художньої літератури (а, відповідно, їх реципієнтів та власне продукцію – твори) на різні категорії. Передусім літературна комунікація (подібно до всіх інших мистецьких дискурсів) деференціюються за епохами та культурними напрямами (в історичному аспекті) і творчими методами й стилями (залежно від індивідуальних характеристик творця). Марія Моклиця вважає, що всі названі критерії поділу вростають корінням в Античність і Середньовіччя. Мовляв, ці дві епохи презентують одвічно протилежні концепції творчості: «Коли домінують матеріальні цінності (Античність: реалістична традиція. – *О. К.*), мистецтво важить менше, ніж життя». Якщо ж «панують

духовні цінності (Середньовіччя: романтична традиція. – *О. К.*), мистецтво, як частка духовного, є важливішим від об'єктивного, природного, тілесного життя» [Моклиця. Основи, 2002: 152]. У цьому ми можемо пересвідчитися, процитувавши фрагменти з найвідоміших творів Античності та Середньовіччя – «Іліади» Гомера й «Божественної комедії» Данте.

«Іліада» [Гомер, 2020] починається словами: «Гнів оспівай, богине, Ахілла, сина Пелея, / Пагубний гнів, що лиха багато ахеям накоїв»… Бачимо, що в центрі уваги перебуває людина – володар, обурення та незадоволення якого такі великі, що їх мають оспівувати боги. Інший зачин у «Божественної комедії» [Данте, 2001]: «На півшляху свого земного світу / я трапив у похмурий ліс густий, Бо стежку втратив, млою оповиту». Тут відразу зрозуміло, що якась людина (імовірно автор) заблукала, розгубилася й, напевно, уже геть не вірить у власні сили. Далі Гомер описує трагедію троянського народу, який зазнав поразки у війні та втратив державу. Однак не можна сказати, що поема сповнена невимовного трагізму. Навпаки, вона якась дивовижно сонячна, навіть у найтрагічніших ситуаціях. Бої нагадують удало поставлені видовища (з описом рухів і постав): «вої ж троянські навально, як полум'я буйне, як буря, / Ректору вслід, Пріамідові, рушили всі з безустанним / Криком і шумом шаленим у певній надії ахейські / Взять кораблі й до ноги перебить оборонців хоробрих»; а самі вояки – голлівудських акторів, котрі не особливо переймаються такою дрібницею, як смерть: «Вбив Астіала тоді Поліпет, у боях нездоланний, / А перкотійця Підіта добив Одіссей переможно / Мідяним списом, від Тевкра поліг Аретаон божистий. / Несторів син Антілох подолав своїм списом блискучим / Аблера, сам же владика мужів Агамемнон – Елата, / Що у Педасі нагірнім, над плавною жив течією / Сатніоенту. Філака, який утікав з бойовища, / Леїт догнав, Евріал же – Мелантія вбив переможно». Що цікаво: скрізь натрапляємо на детальні описи побуту й бойового ременанту: «Гарного виробу, й кузов на ньому як слід закріпили. / Букове потім з кілка ярмо відчепили для мулів / З чопом міцним посередині й парою кілець для віжок. / Винесли й ремінь для запрягу, ліктів у дев'ять завдовжки». Надзвичайно сенсорно описує Гомер жінок, от, наприклад, що каже про жіноче оточення Гектор: «Слухайте пильно, служебниці, й щиру скажіть мені правду. / Де це дружина, де білораменна моя Андромаха? / Чи до ятрівок пішла та зовиць, причепурених гарно, – Чи до Афіни у

храм, де гуртом усі інші троянки / Пишноволосі в страшної богині благають пощади». Усі описи розраховані на об'єктивне сприймання, привернення уваги, естетичну насолоду.

Інші описи в Данте: «Ми пругом вужчим перейшли й тіснішим, / Який складався з диких валунів, / Спинившись над проваллям ще жахнішим. / Від смороду, який весь час валив / З безодні чорної невпинним плином, / З нас кожен заховатися волів / За віко гробу з написом нетлінним: / "Це папи Анастасія тюрма, / Що впав у єресь слідом за Фотіном"». / «Іти нам вниз можливості нема, / ж поки нюх не звикне до гидоти, / А там для нас вже буде все дарма». Ми самі разом із Данте починаємо відчувати всі жахи й запахи цієї неприємної подорожі, мета й причина якої зовсім не любов до жінки (як у «Іліаді»), а самовдосконалення і шлях до Бога. Навіть жінка (Беатріче) піднімається Данте до рівня Богоматері: «Твоїм щедротам вдячні прохачі, / Та не вони самі, бо досконалість / Всім благодіє, просьби не ждучи. / В тобі – вся добрість, у тобі – вся жалість, / В тобі – вся лагідність, в тобі – для душ / Людських злилось все милосердя в сталість». Так само з богопоклонінням описує автор небо: «А йшли хвилини ранішні, пригожі, / І сонце сходило з тим почтом зір, / Що з ним спахнули, як Любові Божій. / Схотілося у рух оздобить шир. / І дух надія звабила рожева, / Що скоро зникне цей плямистий звір». У Данте ідея Бога викликає поклоніння та відчуття причетності до святості, у Гомера ж боги дуже близькі до людей, живуть одними з ними інтересами, народжують спільних дітей, яким потім допомагають (незалежно від міри їх добродійності). Навіть завершення торів є знаковими. У Гомера: «Ледве з досвітньої мли розоперста Еос заясніла, / Стали до вогнища Гектора славного сходитись люди, / А як усі вже зійшлись і громада зібралась велика, // Спершу іскристим вином залили вони всюди багаття, / Де ще трималася сила вогню. Лише після того / Білії кості брати його й друзі в журбі позбирали / З попелу, й сльози рясні із лиць у них бігли струмками. / Кості зібравши усі, пурпуровим м'яким покривалом / їх огорнули, й тоді, в золотую поклавши їх урну, / Разом до ями глибокої все опустили, й до неї / Зверху багато каміння великого щільно наклали, / Й пагорб надгробний насипали, варта ж сиділа навколо, / Щоб до часу не напали красивоголінні ахеї. / Швидко надгробок насипавши, всі розійшлися. А потім / Знову зійшлися і в учті усі учтували преславній / В домі Пріама-державця, що Зевсовим був вихованцем. / Гектора так, упокір-

ника коней, вони поховали». У Данте: «Були ж у мене крила надто кволі; / Але яскравість сяйва тут прийшла, / І міць зростала розуму і волі. / Уяву сила зрадила була, / Та, мов колеса, ясні і веселі, / Жадобу й волю долі повела / Любов, що водить сонце й зорні стелі». Завершення можна вважати показовими: у Гомера – це гімн тілу, у Данте – душі.

Отже, загалом можна погодитися з М. Моклицею, що Античність та Середньовіччя сформували опозиційні типи художнього світосприймання – реалістичний (Античність) та ідеалістичний (Середньовіччя). Основні ознаки реалістичного світосприймання: відчування себе як частини спільноти, а не окремої індивідуальності; особлива повага до розуму, а не почуття, як першооснови життя й творчості; матеріалізм (об'єктивне сприймання світу); здорова тілесність і сенсорність; наслідування життя та, як наслідок – домінування життєподібних форм. Маркери ідеалістичного світосприймання: відчуття себе яскравою індивідуальністю; перевага почуттів над розумом; ідеалізм (суб'єктивне сприймання світу); висока духовність та зневага до всього матеріально-тілесного; підпорядкування мистецтва вірі й переважання умовних форм.

Отож, коли йдеться про літературу реалістичного світогляду, ми можемо очікувати більш-менш зрозумілої та незавуальованої комунікації. Якщо ж маємо справу з ідеалістичним форматом, слід сподіватись ускладнень: неоднозначних образів, підтекстів, прихованих кодів і пластів. У категоріях теорії комунікації реалістичне – це переважно популярно-масове, ідеалістичне ж розраховане на добірного сприймача. Зрозуміло, що нас більше цікавить саме реалістична традиція. Розглянемо її в історичному аспекті.

4.3.1. Образність як технологія: культуротворчі напрями, методи, стилі

Перша після Середньовіччя епоха – Ренесанс (XV – початок XVII ст.). На думку вчених, цій культурно-історичній добі властиві гуманістичний світогляд, звернення до культурної спадщини античності і її «відродження» (звідси й походження терміна). Вочевидь, у літературі Ренесансу має бути все, притаманне витоковій традиції. Оберемо для перевірки твір найвизначнішого митця Відродження Джованні Боккаччо «Декамерон» [Боккаччо, 2004] – збірку зі ста новел, які розповідають десять молодих людей, ховаючись від епідемії чуми за містом. Відразу (за змістом) видно, що деякі новели «Дека-

мерона» майстерно «запозичені» з історії античної літератури, передусім із «Метаморфоз» Апулея. Та й загалом в усьому творі присутні «флюїди» Античності. Це відчуваємо вже з першої канцони: «Я так пишаюсь із своєї вроди, / Що не знайду повік / У іншому коханні насолоди. / У себе гляну – бачу я ті чари, / Що вид їх душу втіхою сповняє, / Ні давні згадки, ні новії мари, – / Ніщо розкошів тих не проганяє. / Краси такої більш ніде немає, / І я не жду повік / Нових забав, нової насолоди». Та ж захопленість прекрасним, почуттями, жінкою. Відчувається власне величезне бажання жити. Молоді люди втекли від страшної хвороби не для того, щоб урятувати свої безсмертні душі, і проводять «вільний» час геть не в читанні молитов, а за веселими (подекуди надзвичайно вульгарними) розповідями про курйозні випадки із життя. І вони й виживають, напевно, тому, що їх – ціла компанія (неформальна молодіжна спільнота), яка понад усе любить життя та задоволення. «Декамерон» настільки реалістичний і небагатопластовий, що його можна без переінтерпретацій, перелицювань та адаптацій показувати як театральну виставу чи кіно в будь-яку епоху. Усе одно всі усе зрозуміють і не виникатиме відчуття, що це річ несучасна чи надто ускладнена. Ось нещодавно в Україні зняли еротичну кінострічку «Декамерон» за участі відомої актриси Руслани Писанки та інших (переважно комедійних) акторів. Отже, якщо ми бачимо, що це реалістичний твір, то й знаємо, як із ним «розмовляти». Передусім відкидаємо пошук кодів, ускладненої образності та підтекстів і читаємо його безпосередньо й «пласко» (наче газетну статтю). Можемо бути певні: у цьому виді комунікації немає особливих пасток, він абсолютно доступний усім.

Однак Відродження змінює епоха бароко. Ось із такими взірцями творчості:

Бꙗ̃а	Со мно́ю жи́знь не страх смерти, Мно́ю жи́ти не уме́рти.	Єва
Авель	Богу пожрꙋ́ же́ртву ту́чну не худу́ю, Мно́гу не малую, [благую не]злу́ю	Каїн
Abel	Sacrum pinque dabo non macr(um sa) acrificabo.	Cain.

Перед нами поезія Івана Величковського (1630–1710) [Величковський, 1972], який писав вірші-раки (паліндроми). Раки були літеральні («рак літеральний, – як зазначив сам автор, – єсть вірш, которого

літери, і вспак читаючися, той же текст виражають»), словесні (коли слова читаються направо і наліво) тощо. Літеральні вірші дуже ускладнені, примхливі, вигадливі (наче перуки на головах тодішніх вельмож). Такою ж ускладненою та химерною була вся література бароко. Про що вона «говорила» – збагнути важко. Окрім раків, писали сонети, рондо, кончетті, мадригали. То була література-загадка загалом: із багатьома прозорими підтекстами, прихованими дотепними думками й сенсами, які потрібно «розкопувати». Творці бароко в Україні, зазвичай, були священниками, тому писали духовні твори притчевого характеру, розраховані на повчання та виховання тих, «хто має вуха». З усього «набору» ознак літератури ідеалістичного спрямування в цій літературі немає хіба що яскраво виражених почуттів. Натомість явно домінує раціоналізм побудови поетичних «конструкцій». Однак за всіма іншими параметрами: індивідуалізм, духовність, умовність – це література нереалістична. Отже, комунікація художнього слова епохи бароко потребує раціо-ідеалістичних підходів, розрахованих на відшукування прихованих, хоч і схематично-прозорих кодових ключів. Ембріон раціоналізму в епоху Бароко наче зупинився в розвитку. І став повноцінним лиш у наступну епоху класицизму.

В усіх словниках та енциклопедіях можна прочитати, що для класицизму характерна орієнтація на античну культуру, яку проголошували ідеальною, класичною й гідною наслідування. Теоретичним підґрунтям класицизму була антична теорія поетики й насамперед «Поетика» Арістотеля. У виробленні своїх загальнотеоретичних програм, особливо в галузі жанру й стилю, класицизм незмінно спирався на філософію раціоналізму. Відповідно, пошановували такі жанри, як епос, ода, гімн, сатира, послання.

Наведемо, для прикладу, твір Феофана Прокоповича «Похвала Дніпрові» [Прокопович, 1981]: «Славен будь, отче великий, завжди повноводий, глибокий! / Ти багатіший за інші річки усі разом, а може, / І найславніший. Пружна́ течія береги роз’єднала / Так, що й стріла не спроможна здолати всю відстань між ними. / З морем самим позмагатися любиш, розлившись, неначе / Німфа Фетида, що прагне до батька подібною стати. / Часто лютує швидка течія, і тоді у нестямі / Навіть столітні дуби вириває укупі з корінням; / З шалом круті береги підриває і валить у воду; / Грізно шумить, як зустріне якусь на шляху перепону». Інтерпретація цього вірша не викликає жодних проблем. Феофан Прокопович віршовано «розмовляє» з читачами, не створю-

ючи комунікативних пасток. Із тим, що «Похвала…» розрахована на реалістичне сприймання, ніхто не сперечатиметься. Та й сам автор – не надто чутлива мистецька натура; окрім літератури, він займався філософією, етикою, логікою, фізикою, математикою тощо. Можна сказати, що література класицизму – це творчість науковців. Вона максимально точна й «бездоганна». І так само цілком зрозуміла, хоча потребує подекуди неабиякої ерудиції.

Після класицизму логічно мала прийти кардинально інша доба. Вона навіть назвалася знаково – сентименталізм (від фр. *sentiment* – почуття). Сентименталісти надавали абсолютну перевагу почуттям, зачаровувалися природою, змальовували життя й побут емоційних та пристрасних людей. У нашій національній літературі взірець сентименталізму – популярний твір Г. Квітки-Основ'яненка «Маруся». Читаючи повість, ми не можемо не співчувати її героям, бо перебуваємо під впливом щирих ідилічних почуттів. Окрім яскраво вираженої емоційності та суб'єктивності, літературі епохи сентименталізму притаманні всі інші ознаки ідеалістичної парадигми творення, форматування й сприймання. Щоправда, у ній трохи менше заплутаних ситуацій та образів, тому таку літературу неважко зрозуміти. Сентиментальне достатньо прозоре (настільки, наскільки загалом прозорими можуть бути емоції й почуття). Однак цю зрозумілість можна вважати ще й даниною класицизму, котрий тривалий час не хотів віддавати своїх позицій, для боротьби з якими не вистачило однієї епохи. Тому на підмогу кволому сентименталізму прийшов романтизм.

Із XVIII – до середини XIX ст. саме він став вартісним запереченням форм, схем і канонів паціоналізму. На відміну від попередніх епох, романтизм спирався не лише на емоційну відвертість – визначальною для нього стала платонівська філософія ідеалізму з її культом почуттів та недовірою до розуму. Навіть звернення до народності та захоплення фольклором слугувало не так підставою для відтворення почуттів недалекої, але органічної, людини «з народу», як предметом опису, утілення й дослідження непроминальних індивідуальностей національних героїв, їх суперечливого та багатогранного внутрішнього світу. Це були «розкопування» архетипного, шукання ментальної опори, вивчення історичної свідомості, які інколи перетворювалися на втечу від реальності в ідеалізоване минуле або вимріяне майбутнє. Романтизм призвів до концептуалізації витокового для ідеалістичної парадигми середньовічного світогляду. Як зазначає М. Моклиця,

«замість орієнтації на зразок і форму, романтики актуалізували свободу творчості, пріоритет натхнення, уяви, фантазії. Раціоналізму класицистів романтики протиставили ірраціональність (таємничість, недосяжність) процесу творчості. Як логічний результат – широке використання умовних форм» [Моклиця. Основи, 2002, 137]. «Романтичний стиль – це особливий стиль, який користується іншою мовою, протиставленою звичайній, повсякденній мові. Це піднесений, поетичний, прикрашений стиль, насичний різноманітними художніми засобами» [Моклиця. Основи, 2002, 137]. Аби не бути пустослівними, наведемо для прикладу вірш Леоніда Глібова «Журба»: «Стоїть гора високая, / Попід горою гай, / Зелений гай, густесенький, / Неначе справді рай. / «Під гаєм в'ється річенька: / Як скло вода блищить; / Долиною зеленою / Кудись вона біжить. / Край берега, у затишку, / Прив'язані човни; / А три верби схилилися, / Мов журяться вони, / Що пройде любе літечко, / Повіють холода, / Осиплеться їх листячко / І понесе вода. / Журюся я над річкою / Біжить вона, шумить. / А в мене бідне серденько / І мліє, і болить. / Ой річечко, голубонько! / Як хвилечки твої / Пробігли дні щасливії / І радості мої! / До тебе, моя річенько, / Ще вернеться весна; / А молодість... Не вернеться / Не вернеться вона!.. / Стоїть гора високая, / Зелений гай шумить; / Співають пташки голосно / І річечка блищить... / Як хороше, як весело / На білім світі жить!.. / Чого ж у мене серденько / І мліє, і болить? / Болить воно та журиться / Що вернеться весна, / А молодість... Не вернеться / Не вернеться вона!»

У поезії Л. Глібов описав сонячне, тепле й сповнене надій літо. Воно асоціюється з молодістю, яка, на жаль, уже відчуває ледве вловимий подих старіння – тому ліричний герой засмучений. Він усвідомлює, що швидко прийде осінь, і щасливі безтурботні дні залишаться спогадом: природа змінна, але вічна, а життя людини скороминуче й незворотне. Молодість уже не повернеться ніколи... «Поезія "Журба" – це свідчення не тільки ліричного таланту Леоніда Глібова, але і його життєвої мудрості та знання стереотипних образів-символів: верби (весни й України), гори (як висоти людського духу), річки, яка символізує плинність часу тощо. Стилістично поезія неприховано апелює до фольклору, тому й ще за життя поета стала народною піснею. Загалом, як бачимо, це чудова репрезентація образної автокомунікації.

На відміну від романтизму, наступна епоха – реалізм – це правдиве, конкретно-історичне відтворення подій та характерів, щоправда,

здебільшого типових, у так само універсальних обставинах. Суб'єктивне, внутрішній світ «екзотичних» героїв, індивідуалізм загалом мало цікавили реалістів, тому культура реалізму, зокрема література, не менш злободенна, аніж, приміром, журналістика: принцип точної відповідності реальній дійсності усвідомлюється в обох дискурсах як критерій не лише достовірності, а й художності (найголовніше зміст/інформація, а не форма). Чи не тому реалістичними є переважно епічні прозові жанри в літературі та неабстрактні форми в царині інших мистецтв. Лірика в обладу реалізму потрапляє вкрай рідко. Не багаті образністю засоби тут «не живуть власним життям» і не є вельми багатозначними, а підпорядковуються чітко окресленій меті.

Вважають, що реалізм має кілька модифікацій: просвітницький, про який ми вже говорили, критичний (оцей – XIX ст.), соціалістичний, або ж радянський (XX ст.). Однак, якщо слідувати трансформативному принципу, то варто промаркувати як реалізм і Античність, Відродження та класицизм. Окрім усього раніше зазначеного, критичному реалізмові був притаманний раціоцентричний психологізм, себто ототожнення психіки та свідомості й, відповідно, – несприймання всього підсвідомого (іншими словами – думки, а тим паче – вчинки героїв були прив'язані до соціального походження, умов та середовищ їх існування). Ось уривок із відомої повісті І. Франка «Boa constriktor»: «Хоть стіни білі і вікна ясні, та вид навкруги сумний, понурий, поганий: купи хворосту, купи глини, брудні магазини та ще брудніші помешкання людські. Ні зелені свіжої, ні виду всміхненого не побачиш. Воздух удушливий, загуслий від нафтового сопуху; у Германа від нього за кождий раз голова крутиться, немов віддуриці... (Він сплюнув крізь створене вікно і відвернувся. Його очі живо оббігли комнату – чистеньку веселу світличку. Гладка лакирована підлога, мальовані стіни, круглий столик з оріхового дерева, комода і "писемне" бюрко – ось що передусім насувалося оку. Все блищало, ясніло до сходячого сонця, що саме кидало перше проміння крізь вікна до кімнати і золотисто-кровавими переливами грало на гладких, блискучих предметах» [Франко, 1943: 5].

Крайнім виявом реалізму межі XIX–XX ст. вважають натуралізм, який із фотографічною точністю відображав явища життя, ігноруючи будь-яку художню цінність. Натуралісти намагалися зробити свої твори «клінічно точними документами» реальності, закликали не уникати малювання неприємних деталей довколишнього світу, демонструвати

життя соціального дна, відтворювати хворобливу психіку людини, її потаємні сексуальні звички. Найчільнішим представником натуралізму вважають Еміля Золя. Цитуємо його роман «Жерміналь»: «Шаваль не встиг відскочити та впав з розбитим обличчям, з розтрощеним черепом. Мозок бризнув на покрівлю галереї; з широкої рани полився червоний струмінь і побіг, наче швидкий струмочок. Негайно натекла калюжа крові» [Золя, 2015]. І це ще доволі евфемістичний приклад, у якому і так все не просто фотографічно, а й зримо. Натуралізм за своїми функціями та стилістикою максимально наближається до журналістики, багато в чому перевершуючи її повноваження (адже, як ми знаємо, показ натуралістичних сцен у сфері журналізму якраз завжди був під знаком питання).

Специфічно проявився реалізм у ХХ ст., особливо на теренах Радянського Союзу. Вочевидь, передусім далося взнаки ставлення до цензури, яка вперше в історії людства сприймалася як позитивне, само собою зрозуміле й абсолютно необхідне явище – своєрідна перепустка у світ творчості. Уся легальна белетристика примітизувалася, уцілілі після терору письменники «вмонтовували» у твори біографії вождів більшовизму, пролетарські цінності та ідеї комунізму. Аудиторія все сприймала як належне, хоч, із погляду сучасності, чтиво радянської доби виглядає, м'яко кажучи, інфантильно, пафосно й смішно, особливо «з подачі» нездар, які ставали письменниками «за покликом партії». Імена більшості радянських «письменників» канули в Лету. І їхні твори вже неможливо відшукати. Але залишився спадок М. Рильського, О. Гончара, Д. Павличка й ін, в інтепретаціях яких маркери радянської моделі комунікації зафіксувалися на всі наступні покоління. І, незалежно від сучасних скептичних ставлень, це таки була література реалізму (поряд із яким теперішній віртуал постає як дитяча казка), яка відобразила добу в усій повноті й парадоксальності. Заручниками соцреалізму стали всі письменники УРСР, крім Домонтовича (Петрова), котрий перестав писати взагалі. Інше обличчя режиму засвідчували письменники діаспори, але їхні твори табуювалися аж до початку падіння радянської імперії.

На межі XIX–XX ст. добу критичного реалізму «розбавив» модернізм. Предметом естетичного відтворення в літературі модерн стає сам мовець та його автокомунікація. Отже, це знову повернення до романтичної концепції творчості. Але не зовсім. Модернізм мав багато напрямів (форматів-сюжетів, а мовою теорії комунікації – стра-

тегій), течій (відгалужень напрямів), стилів або форм (вочевидь технологій чи жанрів), художніх методів (змістів), які дуже часто називались одним словом, приміром символізм (процес художньої комунікації за ритуальною чи рецептивною моделями з використанням знаків, що закодовують зміст реальності, репрезентуючи її не прямо, а опосередковано й умовно, власне – за допомогою не стереотипних абстракцій, або ж конкретних образних засобів (тропів)). Відштовхуючись від усіх зазначених критеріїв, теоретики літератури головно виокремлюють такі напрями, що є водночас стилями та методами модернізму, як символізм, експресіонізм, футуризм, сюрреалізм. Ми спробуємо розкрити їх із погляду теорії масової комунікації.

Символізм, як зазначають літературознавці (зокрема вже цитована М. Моклиця), визначається філософією двох світів, яка сформувалася в християнському Середньовіччі. Світ видимий, матеріальний не єдиний, що існує. Є інший – небесний, духовний, ідеальний. Цей світ важливіший. У своїй творчості поет мусить розповідати саме про вище й кликати туди. Але оскільки все це звичайна смертна людина побачити не здатна, описати його теж нереально – можна лиш натякати, указувати. І робити це доречно за допомогою символічних окреслень, які й стали основою філософії та естетики символізму. У символістському тексті все наскрізь абстрактно-інакомовне, тому він багатозначний, багатовимірний, багатоплановий: «Сонце заходить, цілуючи гай, / Квіти кивають йому на добраніч, / Шепчуть, листочки зриваючи на ніч: / – Не покидай, не покидай… / В рідному краї нам долі нема: / Бурі нас нищать, пригноблює тьма, / Студять морози… / Цвіт наш, красу нашу – гублять усе! / З півночі вітер з собою несе / Люті погрози. / Мало зазнали ми світла й тепла: / Холод, тумани та сіра імла – / От наша доля! / Пасербам в рідній своїй стороні, / Нам хіба тільки ввижаются в сні / Щастя та воля!» (Далі дублюється вступна строфа, наче «обрамлюючи» поезію).

На перший погляд, зміст вірша Миколи Вороного «Весняні елегії» доволі прозорий. Недосвідчений читач сказав би, що то персоніфікована пейзажна лірика: сонце, квіти, бурі, морози тощо. Людина тут наче не присутня (хіба на рівні «оживлення» природи). Насправді ж, квіти та листочки, їхній стан, лишень символізують людські переживання, пов’язані з невлаштованістю на теренах рідної землі. У кожній строфі відчувається страх перед майбуттям та очікування фатальних змін. Картина природи ненав’язливо «виводить» нас на розуміння

актуальної соціальної проблеми, проте робить це не прямо (інакше вийшло б щось на кшталт агітки), а опосередковано – через уособлену кодифікацію. Однак адекватно розтлумачити символи може не кожен, бо семіотика тут нестереотипна та багатозначна – звідси й ідеологічні спекулювання на творах символістів. Якби цей або подібний вірш потрапив, скажімо, у літературний процес середини XX ст., то, звичайно ж, був би потрактований у категоріях соціальної нерівності та класової боротьби. Сьогодні ж ми шукаємо в ньому щось кардинально протилежне (незважаючи на те, що ідеологічно марковане, можливо, і було правильним). Іншими словами: кожне покоління намагається «наповнити» талановиті та геніальні твори своїми цінностями та, вочевидь, проблемами. Однак це стосується винятково заглибленої у підсвідомість кодифікації, адекватність якої подекуди буває загадкою навіть для її творців. Стереотипні ж кодування більшменш стабільні (їх значення переходять із покоління в покоління) і не годяться для різноінтерпретацій. Тому потрактування фольклорного символізму, зазвичай, справляє враження достовірності, а відчитування оригінальних творів символістів наче «хронічно незавершене». Щоправда, із погляду психоаналізу, будь-яка кодифікація не випадкова й до певної міри стереотипна/архетипна, але розтлумачити та зрозуміти її під силу лише фахівцеві (то, як ми знаємо, органічна вада семіотичного аналізу). Усім іншим реципієнтам лишаються здогади й припущення. Ми все це враховуємо, однак не вважаємо символізм фактором комунікаційного колапсу. Тут, на нашу думку, найважливіше, щоб аудиторія збагнула, із чим має справу, і не намагалася звести комунікацію до пошуку абсолютного розуміння. У цій ситуації варто якраз «утішитися» тим, що подібна комунікація має право на унікальну відкритість та недомовленість. До речі, це спокійно сприймають комунікатори й спільноти певного психотипу.

Протилежністю символізму слід вважати футуризм. Цей напрям, метод і стиль модернізму робив «ставку» не на рецепцію та інтелектуальну багатопластовість, а на відвертий епатаж і сенсорність мовленого (його майже «сприйняття на дотик»). Футуристи впроваджували в літературний дискурс незвичайні малоестетичні образи, часто трикстеризовані й такі, що «переспівували» класику (у 1924 р. дві збірки своїх віршів під «багатообіцяючою» назвою «Кобзар» видав Михайль Семенко). Це в українських, як і російських та італійських письменників було чимось на кшталт «ляпасу» суспільним смакам (у

стилі пролетарської філософії: якщо вже руйнувати, то «під корінь»). Футуристи охоче творили також нові слова, які начебто покликані були відтворювати й «будувати» грядущу індустріалізовану добу. Футуризм загалом був переповнений урбаністичними мотивами й сюжетами та увійшов в історію як мистецтво трьох «м» – місто, машина, масазовсім. Звісно, остання «м» максимально наближає цей дискурс до об'єкта нашого вивчення. То було направду мистецтво мас та революцій – пропаганда руйнації. Його не цікавила людина сама по собі (не як «гвинтик і коліщатко»), а психологізм узагалі оголошувався анархізмом («Якщо цікавить душа – пізнай машину!» – епатажно вигукували опоненти «декаданснних цінностей»). Їхня творчість була переповнена динамізмом, опоетизувала рух, швидкість. Як наслідок, тексти часто записували без розділових знаків та великих літер. Оскільки найбільші «перешкоди» для руху створюють прикметники й прийменники, то на перший план висували дієслова. Саме слова-дії, на думку футуристів, творили «музику» міста, себто його шум. Зрештою, наведемо приклад: «Осте сте / бі бо / бу / візники – люди / трамваї – люди / автомобілібілі / бігорух рухобіги / рухливобіги / berceus кару / селі / елі / лілі / пути велетні / диму сталь / палять / пах / пахка / пахітоска / дим / …..» (Михайль Семенко «Місто») [Семенко, 2018].

Але нас більше цікавлять не самі футуристичні твори, а стратегії «спілкування» з ними. Отже, оскільки в основі цього дискурсу – моделі трансмісії та привернення уваги (зоровий, слуховий і дотиковий канали, бо спілкування, зазвичай, відбувалося на майданах), то й ставлення до такої комунікації має бути відповідне: не слід шукати в ній чогось надзвичайного, високоінтелектуального, прихованого, бо перед нами сенсація (явище, факт), а не мудрість. Комунікатор подекуди просто фатично підтримує спілкування, зосереджуючи на комусь або чомусь увагу. Тому тут механізм довіри на рівні сприймання інформації не повинен спрацьовувати. Мовець і не ставив собі це за мету. Він потребує уваги, а не розуміння, хоче нас по-рекламному вразити, здивувати, захопити тощо. Відповідно, ми або свідомо піддаємося, або ж узагалі не вступаємо в процес комунікації (залежить від того, яку саме переслідуємо мету).

Експресіонізм – також епатажна комунікація, однак вона вже не має в собі нічого трансмісійного та байдужого до «реакцій у відповідь». Це надзвичайно вразливий контакт – відображення загостреного суб'єктивного світобачення через гіпертрофоване авторське «я»,

напругу переживань та емоцій, непомірно й неконтрольовано бурхливу реакцію на зовнішні чинники. Експресіонізм не ігнорує ні глибинних психічних, ні складних зовнішніх процесів, поєднуючи такі, здавалося б, іманентні несумісності, як глибокий ліризм та всеохопний пафос, критичний суб'єктивізм і надзвичайну зацікавленість громадянською тематикою. Серед найвизначніших українських експресіоністів – Тодось Осьмачка: «З душі землі встають крики, / тьмою птахів летять на хрест. / Голосіння там сповняє небо. / По дереву муки / із ран людини / стікає кров. / Ріками рине / з гори по стегнах, / по ребрах землі / в моря криваві – / вщерть / З печер і нор, / з хащів, лісів / вовки пішли. / По чреву світу / ватаги ходять – / ситі, / п'яні: / п'ють кров. / Розп'яв хтось правду на Голгофі / знов! / Звір бенкетує!.. / Болить душа» («Хто») [Осьмачка, 1921].

Прочитання поезії дає реальне відчуття фізичного болю. Усе в ній гіпертрофоване й доведене до критичної межі: голосіння, муки, кров... Одне слово – то не література чи комунікація, а «відкрита рана». Додаткової експресії надає «подвійне дно» біблійного сюжету розп'яття, створюючи ефект яскравого паралелізму, котрий говорить сам за себе. Усе разом створює гнітючу картину всеохопної катастрофи з відчуттям незворотих наслідків. Образним інструментарієм поезії (та експресіонізму загалом) є гіперболи й алегорії. Саме вони дають змогу максимально адекватно виразити почуттєво-емоційний надмір.

Перед нами комунікація, на яку слід обов'язково якось реагувати. Вона не дозволяє бути байдужим, відстороненим – потребує негайної уваги й відголосу. На відміну від журналістських текстів, створених за моделлю розголосу, літературні твори цього ж типу ніколи не мають за мету елементарне привернення уваги. Вони не можуть бути примітивними, оскільки, окрім усіх інших, реалізують естетичну функцію, котра передбачає небанальність змісту та форми інформації. Як наслідок, в експресіоністські твори надійно «вмонтовано» механізм довіри. І аудиторія це відчуває. Тому подібна комунікація розрахована на численні постпроцеси та окремі діалоги. Можна сказати, що перед нами комунікація політичних вождів та ідеологів, звернена до непасивних мас.

Абсолютною протилежністю експресіонізму постає сюрреалістична художня традиція: «Як віко скриню, ніч прикрила муравлисько міста, / в долинах забуття ростуть гіркі мигдалі сну. / На голови міщан злітають зорі, наче листя, / у скорчах болю і багатства людський вир

заснув. / Бур'ян дахів, співуче зілля, міцний кущ – антени. / На ніч сплітаються коханці, мов гарячий хміль. / Червоні раки ламп повзуть по меблях і по стінах, / холоне тіло в сні, душа гниє й сріблиться цвіль. / Руда коханка в теплім ліжку і зоря в портфелі, старі перини, мокрі рожі і черва з книжок. / В радіостанції натхненний спікер накладає / на ночі грамофон холодний місяця кружок» (Богдан-Ігор Антонич «Концерт з Меркурія») [Антонич, 2015].

Цей вірш чимось нагадує цитований нами на початку розмови текст Нострадамуса, читаючи який, ми відразу науявляли «щось», однак майже нічого в цьому «щось» не зрозуміли. Загалом навіть складається враження, що то не вірш, а якийсь поганий сон чи маячня не зовсім здорової свідомості. Як це не дивно – саме так. Сюрреалісти у своїй творчості справді великою мірою покладалися на досвід несвідомих виражень духу: снів, галюцинацій, марень, інтуїтивних осяянь (котрі направду не можна назвати нереальністю, чимось таким, чого немає). Проникаючи «по той бік свідомості», вони прагнули хоч якось осягнути недосяжне для здорового глузду та реальних відчуттів. Прийомами сюрреалізму стали містичні мотиви, елементи фантастики, жахи тощо, себто все те, що пропагує химерність, психічний анархізм, звільнення від контролю раціо й спонтанність підсвідомого. Однак це зовсім не означає, що сюрреалізм – мистецтво ідеалістичної парадигми. Навпаки – то таки реалізм, хоча й надмірно індивідуалізованого типу. Саме завдяки максимальній суб'єктивації він наче «переходить» свою критичну межу в бік, якщо говорити мовою сучасності, – віртуальної реальності. Як вислід, основою образності сюрреалізму стає метафора – амбівалентне «зображення» «з подвійним дном».

Як комунікувати із сюрреалізмом? Найпростіше – ніяк, тому що потрактувати його витвори однозначно так само нереально, як побачити кільком людям абсолютно однакові сни. Але «щось» і тут «тримає вісь комунікації». Передусім тема (змістовий рушій) та жанр (формальний визначник). Однак навіть ці показники можуть бути розмитими. У таких випадках прочитання дійсно залежить лише від особистості інтерпретатора (його психологічного типу) та методу, який він обирає для власного дослідження, оскільки метод визначає кут зору.

Щодо літератури нашого часу (Постмодерну), то про неї говорити слід дуже обережно, оскільки йдеться про явище, яке все ще формується й не має чітких обрисів навіть на рівні «практики», не кажучи вже про теорію. Але навіть неозброєним оком видно, що ця література

кричущо масова, сюжетна й чітко комунікаційно маркована. Наприклад, у текстах Сергія Жадана, Юрія Іздрика, Оксани Забужко, Юрія Андруховича та ін., зазвичай, тривають міжособистісна та внутрішня комунікації. І не традиційно (у вигляді сповіді), а як реальна дискусія: Добре, добре, знищуй листи, – / стирай номери, пали мости, / просто стирай, просто громи, / ми вдосталь мали цієї зими. / Знищуй коди, знищуй замки, / теплі промені серед ріки, / знищуй підозри, знищуй сміх, / довіра сходила на нас усіх, / тому знищуй те, що дісталось тобі, / те, що вигадалося в боротьбі, / те, що втратилося без жалю, / те, що я і дотепер люблю [Жадан, 2014].

Сучасні поетичні дискусії також надзвичайно зримі: настільки візуалізовані, що ми наче бачимо «кадри з'ясування стосунків»: А все-таки я Вас любила, любила, любила! / І це не минає – хіба осідає на дно... / Я Вас у собі, мов коштовну карафку, розбила – / І душу, як білий обрус, просочило щемливе вино [Забужко. Щемливе вино, 2011]. Не випадково більшість поетичних виступів супроводжується музикою, шоу, драматичними постановками. В окремих популярних авторів успішно функціонують власні інструментальні групи: «Жадан і собаки», «Мертвий півень» тощо. Отже, сучасна література, як і масова комунікація загалом, трансформується в конгломерат, у сприйманні якого задіяні всі моделі, канали, технології й стратегії тощо. Така комунікація водночас реалістична та абстрактна й потребує винятково герменевтичного аналізу.

Однак ключове завдання масової комунікації/журналістики (як і реалістичної літератури) – звузити закодовану багатозначність, оскільки такі література й комунікація активують змістове начало, констатують факти й мають бути максимально прозорі. Реалістичне – для всіх. Місія романтичної традиції та сюрреалістичного й символічного – поглибити та ускладнити знаковість. У цьому, власне, і полягає секрет поетичної творчості, яка пропонує розгадувати загадки образності, вичитувати приховані змістові пласти тощо.

Парадоксально, але інколи саме високий рівень кодифікації дає змогу використовувати художнє слово в царині масової комунікації як найбільш правдиве джерело. Особливо в ситуації, коли виникає потреба переглянути сфальшоване та зміфологізоване минуле, а легальних правдивих джерел (наприклад газет) не існує, бо саме вони першими потрапляють під прес пропагандистських стратегій панівних у суспільстві ідеологій. Так, аби збагнути глибокий трагізм радянської

доби, слід уважно почитати Миколу Хвильового, А. Ахматову, Ю. Яновського, Є. Чаренца тощо (навіть В. Свідзинського та І.-Б. Антонича). Їхня творчість виявиться набагато «фактичнішою», аніж газета «Правда» чи журнал «Будівник комунізму». І надасть більше достовірної інформації про людину тієї неоднозначної доби.

Отже, якщо розглянути види літературної комунікації в історичному аспекті, то, як справедливо зазначила, М. Моклиця [Моклиця. Основи, 2002: 152], реалістичними слід назвати Античність, Відродження, Класицизм, Просвітництво, Реалізм; а романтичними – Середньовіччя, Бароко (із певною мірою умовності), Сентименталізм, Романтизм, Модернізм. Однак, на нашу думку, Модернізм уписується в романтичну парадигму не зовсім органічно, оскільки предметом естетичного відтворення в цій літературі стає сам мовець, то – логічно – різноманітність авторів передбачає широкий спектр стилів та їх утілень. Імовірно, модернізм (особливо у вигляді «пост-») не продовжує традицію, а «переспівує» всі попередні художні напрями, наче заново переживаючи історію.

Отже, слово – виражальний засіб і «мисляча» форма літератури, знакова основа її образності та одиниця комунікації. Упродовж історичного розвитку джерелом образності була саме мова, тому вербальна комунікація з часом мусила ставати все багатозначнішою, оскільки абстрактні речі, які вона називала, потребували маркування небанального, непересічного, асоціативного. На відміну від глини, фарби, кіноплівки та інших «будівельних матеріалів» культури, матеріал літератури – «речовина» не лише соціально оброблена, «олюднена» (це частково є і в глині, і у фарбі), але й попередньо асоціативно навантажена. У слові був соціальний зміст ще до того, як воно потрапило в певну парадигму, уписалось у художній контекст та неповторно переосмислилося, набравши образного сенсу. У художньому просторі слово, як ми вже змогли пересвідчитися, здатне поставати в абсолютно несподіваних значеннях. Подібним до нього є хіба що музичний звук. Але й звук теж закорінений у слово, бо виник на основі його інтонаційної будови.

Не менш важливою вербальна художня комунікація є й для інших мистецтв, бо саме в цій формі відбувається осмислення естетичних ідеалів, котрі визначають тип архітектури; міфологічні та літературні втілення й мотиви покладенно в основу сюжетів, композицій і художніх концепцій багатьох творів живопису та скульптури, театру, балету,

опери, музики тощо. Отож можна сказати, що художня культура «вибудовується» на вербальній основі. Як вислід, література чинить визначальний вплив на інші типи творчості, створені в усіх системах комунікації, бо художнє сприймання будь-яких видів мистецтв передбачає певну літературну культуру, начитаність, потребує вміння «накладати», порівнювати, зіставляти літературну підоснову мистецтв із власне художнім текстом. Завдяки пластичності та необмеженим можливостям слова, література здатна також убирати в себе елементи художнього змісту інших систем комунікації. Відомо, приміром, що в основу «Собору Паризької Богоматрі» Віктора Гюго покладено архітектурну споруду, в екстер'єрі й інтер'єрі якої розгортається сюжет. Роман розпочинається словами: «Кілька років тому, оглядаючи Собор Паризької Богоматері чи, точніше кажучи, нишпорячи в ньому, автор цієї книги виявив у темнім закутку однієї з веж начертане на стіні слово: "ΑΝΑΓΚΗ". Ці досить глибоко вкарбовані в камінь, почорнілі від часу великі грецькі літери, у формі й розміщенні яких було щось притаманне готичній каліграфії, літери, які немовби свідчили про те, що начертані вони рукою людини середньовіччя» [Гюго, 2000].

Предмет белетристики останнім часом непомірно розширився. У його сферу входять світ природи, громадське життя, душевний стан людини й навіть віртуальна реальність. Літературна комунікація охоплює матеріал крізь драматичне відтворення, епічну розповідь, ліричне сприймання.

4.3.2. Белетристика та наука: особливості констатування реальності

Інколи літературні твори впритул наближаються до формату наукових досліджень, які теж переважно трансформуються в словесну форму. Маркером названого контактування слід вважати фактичність та публіцистичний інтеркурс. Однак якщо наукову думку можна однаково успішно викласти різними словами, то художня втілюється єдиними, та ще й розставленими у відповідному порядку. Науки, зазвичай, абстрагують та виділяють певний аспект явища (події), література ж розглядає явища в усій цілісності та повноті, у реальному поєднанні та взаємодії властивостей і розгалуженні значень та інтерпретацій. Тому, на відміну від наукового, у художньому творі кожна фраза – єдино можлива, у ній нічого не можна змінити, не завдавши

шкоди змістовій виразності твору. Отже, як це не дивно, літературний твір набагато складніший. Він і сам є об'єктом наукових досліджень.

Найсуттєвішим критерієм розрізнення наукової та художньої літератур є природа факту. Достеменно відомо, що в науковій інтерпретації «факт» (від лат. *faktum* – зроблене) означає «те, що відбулося»: реальне, опозиційне нафантазованому. Межі, що відділяють факти від того, що ними не є, зазвичай вибудовують, відповідаючи на питання: «що відбулося?», «де?», «коли?». Словом «факт» називають події та інформацію про події. Факти подієвого рівня не потребують доказів (існують за принципом – є або немає). Що ж до інформаційних, то вони обов'язково повинні підтверджуватися, інакше інформація не відображає, а спотворює дійсність.

Раціоналістичний підхід до абстракцій, проблеми коливання між фактами й образами, філософією/метафізикою та реальним знанням хвилюють неопозитивістів. «Судження, думки істинні, якщо вони відповідають фактам» [Поппер, 1993: 27], – стверджує Карл Поппер. В інтерпретації Бертрана Рассела факти нічого не означають, коли подаються безсистемно, але можуть означати й дуже багато, навіть мати вирішальне значення, якщо розглядатимуться у зв'язку з іншими логічними законами, теоретичними положеннями, наявною уже системою знань» [Рассел, 1993: 22–26].

Спосіб художньої інтерпретації дійсності не схожий на науковий. Його висновки не тотожні результатам, які дає наука: учений доводить положення на підставі фактів і цифр – в основу художнього образу-факту теж покладено дійсність, і, попри це, її образи й картини не є простим відображенням – вони містять узагальнення творця, відтворюють його особисте розуміння та потрактування закономірностей зв'язку між фактами і явищами. Художній образ-факт має дуже опосередкований стосунок до реальності, він становить особливу форму її відображення.

Учений мислить поняттями, митець – образами. Наука та мистецтво мають не однакову специфіку й передбачають досягнення різних цілей. Головна мета науки – подавати точні відомості, суть мистецтва – впливати на уяву, збуджувати почуття. Для вченого відступ від факту означає фальсифікацію. Письменник, художник можуть вільно «спотворювати» факти. Як це робили, приміром, романтики та сюрреалісти. Інколи, відступивши від конкретних фактів, митці «конкретніше» виражають сутність подій. «Дріб'язкові обурюються із

зеленого неба, синіх дерев, з картин, на яких нічого не намальовано, з малюнків, подібних на дитячі. Але для майстра, що, супроти анатомічних і біологічних законів, малює потвор, це й означає творити всесвіт і людей такими, якими вони є», – розмірковував свого часу В. Домонтович у романі «Доктор Серафікус» [Домонтович, 1999].

Апробуємо та актуалізуємо проблему на прикладі конфлікту відомих науковця та письменниці – Агатангела Кримського й Лесі Українки.

«Всі знають, що Леся Українка – один з найкращих наших поетів. А що найбільше кидається в вічі кожному читачеві, так це оригінальність і нешаблонність її поетичних тем, – писав Агатангел Кримський у публікації "Етимологічні й філологічні ложки дьогтю в бочках меду" (Журнал "Нова громада", 1906. – № 7. – С. 105–112), що була відповіддю на опубліковану 1906 року у місячнику "Вільна Україна" (Місячник "Вільна Україна", 1906. – Кн. 1–2. – С. 7–10) поему Лесі Українки "Одно слово". – І ото й тепер, недавнечко, Леся Українка помістила поему – знов на оригінальну тему (за сюжетом названого твору політичний засланець з України потрапляє до Сибіру і гине там з нудьги за волею, на означення якої, як виявилося, у якутській мові немає слів – *О. К.*). Тема – гарна, – зазначає А. Кримський. – Закінчення ефектне. Та, на жаль, саме те, що дає найбільшу красу цій поемі, є фактична неправда". Гуртом кажучи, нема в світі такої мови, щоб у ній не було слів воля, вільний, визволяти. А зосібна – і про якутську мову треба завважити те саме, бо воля і вільний буде по-якутськи босхо...» [Кримський. Т. 3, 1973: 200–201].

Вочевидь, у відповідь на зауваження авторитетного мовознавця, видаючи у 1908 році свою поему окремою книгою (Леся Українка Одно слово (Оповідання тубільця з півночі). Київ: «Час», 1908, 12 с.), Леся Українка замінила слово «якута» на «тубільця». Хоча (цікавий факт – *О. К.*) ще за п'ять літ до публікації 15 грудня 1903 року в листі до Кримського вона писала: «Якщо будете відповідати мені, то не забудьте, з ласки Вашої, поглянути десь по книгах за тим, чи є у якутській мові слово "воля" (liberte), що то я колись Вас питала, – сей інтерес не зник для мене і тепер» [Українка. Т. 12, 1977: 94–95].

Лист, мабуть, до респондента вчасно не дійшов (хоча, знову ж таки, із контексту епістолярної спадщини зрозуміло, що він був не єдиний)… «Леся б вдвічі шкодувала, що свого часу не порадилася зі мною про свою поему», – міркував пізніше Агатангел Кримський в

одній із присвячених пам'яті Лариси Косач публікацій [Кримський. Т. 2, 1973: 690]. «Випадок із поемою "Одне слово", повторюю, був єдиним винятком в усій літературній праці Лесі Українки. Хай він ще міцніше підкреслить її незрівнянне ставлення як письменниці до своєї творчості! […] до кожного слова вона була вимоглива так, як мало хто з письменників» [...]. «Без перебільшення можу сказати, що Леся Українка була справжнім ученим, дослідником» [Кримський. Т. 2, 1973: 689].

Для Агатангела Кримського, «бути ученим-дослідником» – свідчення найвищого статусу творця. Леся Українка оцінювала творчість за кардинально іншою шкалою. Наприклад, перша її безпосередня реакція на лірику того ж таки А. Кримського (зафіксована мимохідь у листі до М. Драгоманова) засвідчує, що у віршах цікавого поета-початківця Л. Косач убачала прикмети так званої «професорської лірики»: «Мені сердечно шкода, – писала вона, – молоденького поета Кримського: адже з нього, може б, могли б й люди вийти, а тепер… "зануда" сама й зосталась» [Українка. Т. 10, 1977: 130]. Однак кращого, ніж Кримський, історика та мовознавця Леся Українка не знала; і теж неодноразово акцентувала на цьому в листах та публікаціях, із яких ми довідуємося, що вчений і лірик, у її розумінні, ніби належали до різних світів [Українка. Т. 12, 1977: 397]. Себе Леся Українка вченим ніколи не вважала: «[...] ось Вам трагікомічна рисочка, – писала вона А. Кримському, – світові теми беру, а АВС не знаю [...] От Ви, напевне, усе це знаєте, а я "необразована"! Зрештою, се й не дивно – я самоук, а Ви професор...» [Українка. Т. 12, 1977: 397].

Якщо вчені й літератори (як вважала Лариса Косач) по-своєму сприймають та інтерпретують дійсність, то й «фактична неправда» у їхньому уявленні, наукових та художніх розвідках явище не зовсім тотожне. Готуючись писати поему «Одно слово» вона недвозначно дала зрозуміти А. Кримському (і це констатується листуванням), що прагне бути фактично точною – у прямому безпосередньому (суто науковому – *О. К.*) розумінні цього слова – і її уявлення про факт – як далеко не фігуральне поняття – зовсім не відрізняється від усталеного традиційно розуміння «фізично існуючого, якому присвоюється ім'я "реальність"» [Поппер, 1983]. Парадоксальність ситуації в тому, що свідомість авторки фіксувала об'єктивну (із її погляду) дійсність і подала її в конструкціях, які набули фактичної форми. Однак насправді йшлося про нафантазоване, зафіксоване творчою уявою. Відтак

сприйняте фактично, несподівано виявилось ілюзорним, як вислід – наявний у поемі вербальний конфлікт утратив свою реальну підставу. A priori очевидно, що природа факту в цьому випадку не змінилася. Відбулося демонстрування фальстарту свідомості від неповноти знання; і виявилося: те, що ідентифікує реальність, насправді її не фіксує, а конструює. У процесі метаморфоз «помилково» задіяний «факт» перетворився в явище якісно іншого порядку.

«У їхній стороні й зимою сонце. – Розповідає тубілець, / – і щось таке росте, що в нас нема, / І різне єсть таке, що ми не знаєм. / Він нам хотів про все те розказати, / але у нас те все ніяк не зветься – / казав "чужий"...» [Українка. Т. 2, 1977: 79]".

Усе те, що «ніяк не зветься», можна розуміти двояко: «ніяк не зветься» те, чого справді немає (раціоналістичний погляд); не мають конкретної назви також явища, що є полісемантичними з можливостями задіяння поверхових видимих або глибинних прихованих значень (перевага образності, метафоричності). Метафора, із погляду наукової логіки, – категоріальна помилка, яка відносить предмет мовлення до класу, до якого він дійсно не належить, висвітлює приховані парадокси й вводить в амбівалентність – логічну суперечливість.

Культурна детермінованість кодів розрізнення виявляється, наприклад, коли ми порівнюємо конвенції розмежування в неспоріднених культурах, у яких відчутним варіаціям підлягає все, навіть класифікація за кольором (хоча те, що збігається з фізичним світловим спектром, зазвичай усвідомлюється як непохитне). Ученими доведено, що представники африканських племен не розрізняють зелений і блакитний кольори, вважаючи їх однією «барвою молодого листя», ескімоси використовують цілу класифікаційну серію лише для назв відтінків снігу, адже у вимірах їхнього досвіду уявлення про сніг уписані в іншу символічну сітку, яка є складнішою й опрацьованішою, аніж в інших народів, наприклад мешканців тропічних лісів (у тропіканів така сітка, вочевидь, узагалі відсутня; натомість наявне розгорнуте уявлення про жовто-зелену гамму).

Ідеться про те, що на означення волі в якутській мові могли бути різні слова, але жодне з них не мало (елементарно – не могло мати – *О. К.*) «наповнення», притаманного іншим (передусім високорозвиненим мовам достатньо цивілізованих народів), бо розуміння значень – це ж насамперед віднайдення сенсів, які наповнюються знаннями й розумовими операціями носіїв мови. Нічого втішного про функціонування

цих кодуючих складників-структур у північних тубільців ми й досі (вже в наш час – *О. К.*) сказати не можемо. Отже, поема організована за системою стереотипних образів та уявлень. Усе – навіть лексика та манера оповіді – підпорядковано ритму наївності, дитинності, «міфологічних» символів мешканців Півночі, які живуть у царині первісних стосунків. Тубільці емоційні, інтуїтивні, інстинктивні, вони не здатні до аналітичного мислення, не мають навіть початкової системи знань. Уся продуктивність їх правопівкульного мозку спрямована на справи буденні, емпіричні. Можна сказати, що це суспільство практично (і непогано – *О. К.*) мислячих, але не дуже розумних людей (у тому сенсі, що розум – не здоровий глузд банальних істин). За сюжетом поеми перед нами постає спільнота, яка керується законами тривіальних прозрінь, спільного почуття тощо. Вона думає-відчуває, але пояснити, те, що має на увазі, не може, тим більше – у розлого-теоретичній формі. Носії здорового глузду мають непогану "життєву хватку". Цієї "хватки" забракло чужинцеві, який не сприйняв суспільства практичної мудрості емпіричного існування й загинув, заплутавшись у «павутині» чужого, «ворожого» світу.

Відтак стрижневу проблему непорозуміння можна (на наш погляд, навіть і потрібно) сприймати передусім як проблему семіотичну («об'єкт, що є певного роду річчю для певного роду організму може бути цілком іншого роду річчю для іншого роду організму», – стверджують теоретики знакових систем [Ділі, 2000: 19]), що окреслює конфлікт явища й сутності на підставі уявлень. Один із найрельєфніших узірців семіотичності сприймання – глибина потрактування персонажами поеми фундаментальних абстрактних понять, уявлення про які тубільці і засланець набувають в обмеженому та частковому просторі власного довкілля, що формується з вибіркових «фактів», вимережаних з об'єктів їхнього досвіду. Назване довкілля семіотики називають Umwelt (видосвіт) – доступна конкретним відчуттям «реальність». У вимірі Umwelt відмінності між об'єктами та відчуттями первинно зумовлені сукупністю відношень, які набуваються між тим, що фактично може бути присутнє, і тим, що належить до когнітивної конституції сприймача інформації, який діє й відчуває. На думку теоретиків знакових систем, серед елементів подразнення сприймач інформації, зазвичай, сам сплітає мережу послідовних відношень. Досліджуваний текст дає змогу стверджувати, що опонентні персонажі підкоряються законам середовища, у якому вони «живуть», перебу-

ваючи в полоні різного Umwelt. «Він став казати: “Бачите, для мене / Найкраще те, як можна скрізь ходити / І все робити, от цього й немає”. / Ми засміялись: видумав “чужий”! / Він скрізь ходив, куди і ми ходили, / Хіба що сам не хтів.../ а він махнув рукою: “Що казать вам!” / Не знаєте! Куди я тут піду?» [Українка. Т. 2, 1977: 82].

Поза будь-яким сумнівом, у героїв поеми неспівмірне відчуття простору. Вони вкладають неоднаковий сенс у слова «ходити», «робити», «бути вільним». «Одно» й те саме слово в них сигніфікує нетотожні явища (Verba tene, res sequentur, – справедливо міркував Горацій (Май речі, слова прийдуть (лат.) – парафраз формули Горація з «Науки поезії»)). Така неспівмірність сприймання цілком зрозуміла: зображені в поемі народи перебувають на протилежних витках цивілізації (абстрактної вербальної комунікації та «наскельних малюнків»).

«Абстрактна» комунікація «надбудовується» над «конкретною», задаючи ключовому конфліктові непорозуміння амбівалентності. Як семіотичний концепт означення тубільця мають відкритий асоціативній інтенції характер, що відчужує від знарядійної практичності. Сигніфікативно-моделюючі форми буденної свідомості тубільців не узгоджуються з емпірейністю свідомості Великої Людини з Великої Землі. Вони гарантують лише моделювання подій як узірців поведінки, що набирають значення «відстояної» парадигми практикування, у контексті якої «думати» – означає «наслідувати», презентувати усталені образи дій. Назване мислення – знаково-моделююча система здорового глузду буденної свідомості. Тубільці міркують: «У нас казали, що, може, він дурний, того і добрий. / […] Ми питали, чи він розумний, і чи в нього дома усі такі. То він сміявся тільки, / нічого не казав, на вмів казати, а, може не хотів. Він потім знав / багато говорити і пісень навчився наших […] / А пастки ставити і невід затягати / не вмів і не навчився, хоч і хтів» [Українка. Т. 2, 1977: 79].

Аналізуючи поему, ми прийшли до думки: те, що традиційно «зчитувалося» в ній як природне (само собою зрозуміле – *О. К.*), насправді обумовлене процесами кодування-декодування, які коріняться в механізмі сприймання, детермінуються культурою й традицією. Коди ключової лексеми «воля» слабкі та нестійкі, обмежені конвенціями сприймання у вимірі різновекторних спільнот. Отже, концепт «воля» в поемі Лесі Українки – знак окремих реалій, що є для тубільців та засланця чимось зовсім іншим. Тому, на наше глибоке

переконання, навіть якби Леся Українка не замінила, зреагувавши на зауваження А. Кримського, якутів на тубільців, із погляду семіотики, її все одно не можна було б звинуватити в спотворенні факту.

Umwelt Агатангела Кримського та Лесі Українки, вочевидь, теж був різними світами. Для А. Кримського факти – явище натуралістично неуникне. Від такої «неуникності», напевно, потерпав незреалізований Кримський-літератор у Кримському-науковцеві. Головно під час написання його нашумілого, і досі належно не оціненого роману «Андрій Лаговський», після прочитання якого, Леся Українка зауважила: «А щодо тої практичної поради, якої ви просили у мене (Кримський дав їй прочитати і проаналізувати ще не поданий до друку текст. – *О. К.*), то я Вам от що скажу: таки не вадило б кілька карточок вирізати з Вашого роману. Ви самі знаєте, яких. Не всі ж “чительники” такі “обстріляні птахи” в літературі різної школи, як я, то, може, іншому й книжка випаде з рук, а се буде шкода...» [Українка. Т. 12, 1977: 150]. Досі достеменно не відомо, чи дослухався Агатангел до слів Лариси й «порізав текст», але краще б він цього не робив, бо то був мало не перший в українській літературі психологічний дискурс гомосексуалізму – наочний узірець вербальної сублімації.

Отже, А. Кримський фіксував факти, Леся Українка «вживала» їх в Umwelt. У листі до Агатангела Кримського від 15 грудня 1903 року вона писала: «... В той самий день, як я отримала Вашу книжку про семітизм (спасибі за неї), я отримала і першу звістку про те, що в мене вже один тільки брат зостався на світі. Я не могла нікому писати без того, щоб не згадати про се, а тим часом і досі у мене є манія, що запанувала надо мною з того часу: мені все здається, що коли я пишу про се і називаю факт його іменням, то я, власне, роблю його фактом, переводжу його в дійсність з облади якоїсь страшної, але тільки ілюзоричної абстракції фікції. Чи Ви мене розумієте? Я думаю, ні, бо я сама тямлю, що нормальною думкою сього збагнути не можна ... тож не говорім про це» [Українка. Т. 12, 1977: 93].

За непохитним «не говорім про це» у житті Лариси Косач й творчості Лесі Українки та Агатангела Кримського, у ситуаціях їх спілкування лишилося багато потаємного. Найзагадковішим, мабуть, є те, що серед багатющої епістолярної спадщини А. Кримського не виявилося листів до Лесі Українки. Чому? Утрачені? Знищені? (Ким? Навіщо?). На жодне із поставлених питань ми не здатні відповісти. Лишаються домисли, припущення, фантазії… Ерзаци фактів?

Незаперечним є лише те, що в час домінування раціоналістичних принципів реалізму, коли літературний факт переважно мислився як одиниця, прикріплена до реальності, а об'єктивність вимагала усунення акцентів на феноменологію сприймання, Лариса Косач (свідомо чи підсвідомо?) «грала» своїми текстами (і не лише художніми – *О. К.*) у парадоксальну семіотичну гру. Як вислід – маємо твори (модель Борхесового Алефа), які приховують у собі багатоаспектну відкриту знаковість, що не дає «протореного» виходу ні на реальність, ні на думку автора й засвідчує заплутану контактність літератури, науки й, вочевидь, – публіцистики/журналістики. А творчі сфери масовокомунікаційного публіцистичного циклу підводять нас до проблеми пропагування, передусім у царині літератури, бо тут «промоція місій» відбулася найперше й протрималася доволі довго, оскільки перші газети публікували переважно художні твори реалістичного спрямування.

4.3.3. Застосування демаркаційного принципу фальсифікацій як руйнівника граней між догмою та вільним ситуативним мисленням у публіцистичних студіях літераторів

До проблеми етичних, мислительних і поетичних аспектів меж політичної функціональності впродовж тисячоліть зверталася величезна кількість представників філософії, науки й літератури, адже кожна нова ідеологічна система диктувала свої умови продукування культури, які незмінно трансформувалися в пропаганду. Увесь пласт задекларованих поглядів можна умовно розмежувати на дві протилежні позиції: фіксування політичних подій та високої етики абсолютно несумісні; благородна політична ціль виправдовує будь-які засоби відстоювання громадянських позицій і відтворення діяльності. Ключову ідею останньої тези взято на озброєння як послідовниками Маркса та речниками фашизму, так і прихильниками різних форм націоналізму, приміром інтегрального, найчільніші представники якого стверджували, що нація – це абсолютна цінність і немає вищої мети, ніж здобуття державної незалежності. А оскільки політика – це, по суті, дарвіністська боротьба за виживання, то й конфлікти й кровопролиття – неминучі. А отже, краще агресивно діяти, ніж споглядати. Для популяризації своїх поглядів націоналісти міфологізували українську історію, плекали культ безоглядної боротьби, самопожертви та безкомпромісного національного героїзму.

Думка про абсурдність правил політичної гуманності й про те, що «партійність є і мусить бути…чудовищем неморальним», бо сама «природа партійної боротьби веде до занедбування правди і справедливості» [Українка. Т. 8, 1977: 254], прозвучала влітку 1902 року в журналі «Молода Україна» (№ 5, № 6, № 7) у статті відомого публіциста М. Ганкевича «Політика й етика», опублікованій у відповідь на сповнену нападів на соціал-демократичний рух брошуру професора Берлінського університету Ф. Паульзена «Партійна політика і мораль». Публікація спровокувала дискусію, у якій знову ж таки взяла участь Лариса Косач (не лише письменниця, а й племінниця Михайла Драгоманова та зачинателька й репрезентаторка українського модернізму). Нам позиція Лариси Косач цікава тому, що це наче сторонній погляд арбітра, людини, котра «робила акцент не так на вивчення "реалій" (події, явища, постаті), як "універсалій" (ідеї, наміри, обставини) буття» [Романов, 2021]. Сила цього підходу, як справедливо зазначає С. Романов, у пізнанні суті, сенсу й законів. Окрім того, Лариса Косач була чи не єдиною інтелектуалкою, яка більше часу проводила за межами України – у найвіддаленіших куточках планети – і ніколи не потрапляла під прес локальної державної освіти. І насамкінець – її бачення репрезентувало тих письменників (що водночас були й журналістами), які не сповідували ідей реалізму.

У листі до Ольги Кобилянської із Сан-Ремо Л. Косач писала: «Хтось таки має неспокійну натуру. От недавно зладив полемічну статтю до "Молодої України", схотілося зачепитись з М. Ганкевичем за терор та за політичну етику […]. То вже не для заробітку і не для самооборони, а так – "за правду", не стерпіла моя душа, що проводар української соціал-демократії таке плете, та ще й в органі для молодежі! Знаю, що то його дуже зачепить, але нехай, я не особу, а помилки його чіпаю» [Українка. Т. 8, 1977: 313].

Статтю авторка надіслала М. Ганкевичу, але, зрозуміло, що її не надрукували. Однак після смерті респондента частину чистового автографа виявили в архіві і вперше опублікували у львівському журналі «Жінка» (1937. № 5). Текст відкривається роздумами: «…з деяких припадкових, від мене не залежних причин написані вже замітки мусили припізнитися з виходом в світ. Все ж таки, може, на дискусію про питання, зачеплені у д. Ганкевича, ще довго не буде у нас запізно...» [Українка. Т. 8, 1977, 253].

Авторка не помилилася: політика й донині залишається тим незмінно актуальним невідомим, роль і місце якого неможливо визна-

чити, не вводячи додаткових залежностей, не володіючи принципами методології конвергентних досліджень. Якщо ж це невідоме завчасно (головно – негативно) маркується – утрачається будь-який сенс пошуку його сутності.

Різко виступаючи супроти твердження про те, що політична боротьба виключає гуманізм і справедливість, авторка статті зазначає: «Що ж робити з тим чудовищем (політичною боротьбою – *О. К.*), тим, хто не вірить в можливість поправки фатальностей, але вірить в гуманність реальну, не тільки ідеальну, хто ненавидить "золоту середину", але і "загорілим фанатизмом" не очарований?» [Українка. Т. 8, 1977: 254]. Йому, на думку Л. Косач, нічого не лишається, як «або втікати від того чудовища, як від злого духа, або згадати приповідку: «Не такий чорт страшний, як його малюють», – та й приступитися до потвори без страху й без обожання, як належить приступатись до кожного «діла рук людських» [Українка. Т. 8, 1977: 254]. Отже, опонентка М. Ганкевича пропонує зняти ореол показної величі та винятковості з політичної діяльності й прирівняти її до будь-якої іншої, навіть повсякденної: «Хто розрізняє барви спокійніше, без надмірного дражливого почуття, той може побачити, що партійна, як і всяка інша боротьба, може бути і чесною, і безчесною». «Не так політика псує характери, як характери політику» [Українка. Т. 8, 1977: 255], тому чесний політичний діяч «може поставити собі девізою: "Чиста справа вимагає чистих способів", – та й триматись тої девізи до краю, не спокушаючись ніякою "золотою серединою»» [Українка. Т. 8, 1977: 254].

Серед тих, хто серйозно досліджував моральність можновладців та найпроблемніші аспекти їх політичної діяльності, у Лариси Косач майже не було (мабуть і досі немає) однодумців. Наприклад, як ми вже знаємо, автор всесвітньо відомого твору «Монарх» Н. Маккіавеллі, зазначав: «Нехай володарі не бояться прийняти на себе звинувачення у тих вадах, без яких важко обійтися біля керма влади», бо часто те, що виглядає як моральна вада політичних мужів, насправді приносить благополуччя й безпеку їхнім державам. «Володар, якщо він бажає втримати підданих у покорі, не повинен рахуватися із звинуваченнями у жорстокості» [Макиавелли, 1990: 46]. Аналогічно, як ми вже зазначали (розглядаючи проблему вождівства), аналізували політичну діяльність К. Баллестрем («Мораль і політика») та М. Вебер («Політика як покликання і професія»).

Історія справді засвідчує чимало прикладів відверто злочинної діяльності володарів цього світу на користь однієї (зазвичай, на їхню думку – обраної) спільноти. Однак, незважаючи на повсюдне панування ідеологем силової політики та незаперечну популярність, навіть засилля амбівалентних поглядів, Л. Косач протестує супроти усталених догм, заявляючи, що є моральна й ідейна причина того, що так часто зумисне порушується одна з найважливіших моральних заповідей – «не убий!» Ця причина – відданість «християнсько-ортодоксально-старозаповітному ідеалові виключності: “Нема правди й розуму, як тільки в мені”» [Українка. Т. 8, 1977: 259].

На думку дослідниці, із часів раннього християнства в душі кожної людини (особливо політика) протистоять два догматично-фанатичних принципи: «Не убивай, бо кожен, як і ти, має право на життя» і «Убий Єретика, бо інакше твоя правда і розум не будуть фактично єдиними в світі, і світ не буде безгрішним, і царство правди не запанує» [Українка. Т. 8, 1977: 259]. Боротьба цих принципів завжди була трагічною, як для кожної окремої людини, так і для всіх партій та народів. Однак хто прагне визволитися від цієї залежності, мусить, на думку Л. Косач, вийти за межі «трепетних догм» та стереотипів і вступити у світ наукового, або, як вона пише, практичного релятивізму.

Опонентка Ганкевича ставить риторично-провокативне запитання: чи може справжній християнин, патріот, націоналіст, зрештою – автор аналізованої статті, що спровокувала дискусію, допустити, що вся правда й розум належать не лише йому і його однодумцям? І сама ж на нього однозначно відповідає: «Звісно, що ні!» Усі вони мусять мати свій абсолют і боронити його фанатично, «хоч би й з свідомою одвагою незаконності» [Українка. Т. 8, 1977: 260]. Зрозуміло, що «логіки розуму» в тім немає ніякої, а тільки «логіка почуття» – «платонічне фільство». Однак, на думку Л. Косач, існує альтернатива – раціональне судження, здатне приймати інші, «менш ідеальні, форми» [Українка. Т. 8, 1977: 260].

На той час ще не могло бути й мови про можливість «капітулювання» зручної (і досі, на жаль, популярної) мітингової публіцистики – розлогої, багатослівної, спрощено-викривальної – з елементами підспудного компромату й неповаги до інакодумців. Але для Лариси Косач її вже тоді не існувало. «Час встановити виразну різницю між корчемним та публіцистично-ораторським стилем», – зазначає вона [Українка. Т. 8, 1977: 264]. Є ще дорога твердого переконання, основа-

ного на критиці, і гаряча, ненаситна жага пізнавання подальшої правди [Українка. Т. 8, 1977: 256] (ідеться про динамічний рецептивний процес, що характеризується неоднозначністю, суперечливістю та принциповою незавершеністю – *О. К.*).

За складністю й непередбачуваністю політична діяльність та комунікація тотожні природним системам, які важко контролювати, описувати й прогнозувати за допомогою механістичних методів. Науки природознавчого циклу в той час (на грані XIX–XX ст.) якраз переходили від називання та маркування явищ до виявлення їхніх закономірностей. Спільною теоретичною світоглядно-філософською основою наук такого циклу стали біогеохімічні вчення В. Вернадського, Е. Леруа, П. Тейяра де Шардена й ін. Новітні вчення про сферу (цілісне природне утворення, що сформувалося в ході довгої історичної взаємодії речовини) керувалися положенням про рівноправність усіх факторів, що беруть участь у колообігу елементів. За оригінально потрактованими концепціями вчених, людські думки, що вводять у закономірність стрункий світ атомів, геометрію космосу й усі явища життя як нерозривну частину єдиного цілого, теж претендували й заслуговували на рівноправність [Вернадский, 1980: 14–19].

Такі гіпотези звучали тільки в царині точних наук! Однак Лариса Косач уже усвідомлювала себе й реальність у категоріях синергетичної парадигми мислення. Вона розуміла та наголошувала, що єдиний реально діючий захист від агресивних ідеологічних впливів – це різноманітність (плюралізм – *О. К.*) думок, що утворює довкола проблем дискусійне поле. «Зазначую виразно, – пише Л. Косач, – що, роблячи уваги проти думок д. Ганкевича, […] я не думаю тим самим виступати ворожо ані проти поважного публіциста, ані проти шановного органу […] я, власне, маю найбільше розглянути критично...» [Українка. Т. 8, 1977: 253].

«Нечутливість» до болю, почуття відчуженості й абсурдності буття, розчарування в позитивістських шляхах освоєння дійсності справді сприяли тоді пошукам чогось протилежного, якісно відмінного. Наявність релятивізму у сфері думок могла б стати якраз тією альтернативою, що дала би змогу здійснити ревізію більшості штучно нав’язаних згодом світоглядних догм і концепцій часів воєн та революцій. Але, на жаль, тих, хто зважувався мислити категоріями світогляду, який значно випереджав світогляд епохи, було небагато (у царині журналістики – практично нікого).

Отже, Лариса Косач (перша в українській публіцистиці) пропонує дорогу переконання, що ґрунтується на критиці, на потребі постійного недискретного пізнавання нової правди. Вона вважає, що теократичній старозаповітній формі «нема правди й розуму, як тільки в мені» може протистояти девіз римських філософів: «Errare humanum est». (Людині властиво помилятися (лат.)).

Так письменниця-публіцист протестує супроти «тиранічного накидання святощів», супроти трепету, із яким її опонент Ганкевич слідом за Ф. Енгельсом канонізує видумані «святині» й примушує їм поклонятися «під карою ідейної смерті!» [Українка. Т. 8, 1977: 267]. За Л. Косач (яку ми вважаємо провісником нелінійного мислення та ліберальних міжнародних стандартів у журналістиці), будь-яке твердження підлягає спростуванню. Якщо ж думки, концепції, теорії заборонено дискутувати, то це не повноцінні категорії, а догми, нав'язливі аксіоми, фальсифікати.

Будь-який із фактів можна прослідкувати окремо – ідеологічно марковано (так зазвичай і робиться). Але, якщо змиритись із багатоаспектністю, поліваріантністю, амбівалентністю явищ політичної реальності, то матимемо взірець запропонованого Варроном ідеального сприймання історії, за яким дивитися на історію із сучасності, а на сучасність з історії – означає вважати себе й своє оточення (покоління) не кінцевою ціллю чогось, а лише одним із безлічі потенційних випадкових варіантів.

Те ж саме можна сказати й про «славетні» історичні події. «Що пам'ять "великих років 1793–1794" є свята для одних так, як "принципи 1789 р." для других, – се конкретна правда, – пише Л. Косач, – але, що вона мусить бути святою для всіх нефілістерів, ненаївних і т. п., – се чистий абсолют і належить, власне, до релігійних догм. Звісно, кожний має право на релігійне почуття, як і на всі інші сентименти, але хто нездатний до "священного трепету", того ніякі інвективи, екзорцизми та ексгортації не примусять щиро кланятись ні богам, ні кумирам, скоріше підбурять до протесту проти тиранічного накидання святощів» [Українка. Т. 8, 1977: 266–267].

Поділити явища на «хороші» й «погані» неможливо. Абсолютно «хорошого» не буває. Історія ніколи не закінчується. А вічність ідеального суспільства не починається. У будь-якій з історичних подій справді можна бачити різне: публіцистичну (занурену в контекст сучасності) версію, варіант сакрального, пародію на…, медитації «з

приводу». Тобто все, що відбувається, можна сприймати як у найвужчому (повсякденному), так і в широкому (філософському) контекстах. Це, на нашу думку, – ключова теза дискусійної студії Лариси Косач. Для ідеології, яка вважає свій смак абсолютним, така рівнозначність неможлива навіть зараз, не те що наприкінці позаминулого століття. Але тепер уже є журналістика, незалежна за органічною суттю (хоч не всі це усвідомлюють). Пропонуючи застосування демаркаційного принципу фальсифікацій як руйнівника ґраней між догмою та вільним ситуативним мисленням, авторка статті створює простір для безлічі дискусійних обґрунтувань політичних позицій, у контексті яких найвиразніше звучить твердження про необхідність «економії чужої крові» (у розумінні позбавленого емоцій економічного закону). «Сього тезису, – каже вона, – можна боронити і релятивістові, не тільки "абсолютникові", з погляду власне конкретної правди: розливати – значить марнувати […]. Признаючи, що марнувати нічого не годиться або, краще сказати, не оплатиться, можна й до більших революційних святощів з критикою приступати, хай хто як хоче лає і заячесердним, і кастратом, і навіть – сентиментальною жінкою!» [Українка. Т. 8, 1977: 266]. *«*Я не маю претензії на авторитетність в історико-політичних справах, – зазначає Л. Косач, – та, може, се не біда, бо варто часом знати, що думають про живі питання нашого часу не тільки наукові авторитети або політичні провідники, але й звичайні, середні люди "з юрби", що, зрештою, в останньому рахунку найбільше платять [...] за помилки і за геройства авторитетів та провідників. Нехай мій голос буде просто "голосом з народу"» [Українка. Т. 8, 1977: 253]. Отже, авторка публікації відстоювала світоглядну позицію, у якій вибір здійснює не епоха чи ідеологія, а кожна окрема людина, у свідомості якої друзки суперечливих ідей складаються в етичну структуру суб'єктивного характеру з ключовими поняттями «позитивно» і «негативно».

Спрямованість думок Л. Косач не була унікальною, а навпаки – репрезантивною й магістральною, але вже для наступних епох (у контексті парадигми класичного раціоналізму та конвергентної свідомості некласичних наук XX ст.: філософії діалогічного персоналізму, учень про синергетичні системи тощо, які відкривали й осмислювали принципову неповноту передбачуваності, що є суб'єктом «свободи волі», і відстоювали погляди на речово-особистісну амбівалентність феноменів буття).

Вражати девіантними щодо політики думками, які вступають у протиріччя з розповсюдженими в суспільстві ідеологічними догмами, пропагандистськими стратегіями, та ще й такими, що претендують на науковість, тоді (як і тепер?) було надзвичайно важко, особливо для жінки. Усяке дисиденство, за справедливими спостереженнями О. Забужко, у нас історично приречене на неповноту й недомовленість або принаймні на притумленість силами «своєї» ж таки національної культури [Забужко. За що ми любимо Лесю, 2004: 43].

В аналізованій статті Лариси Косач перед нами потрійна недомовленість: по-перше, вона недописана, по-друге, – не прочитана аналітиками-експертами, по-третє – провокативно дискусійна. Отже, доводиться договорювати недоговорене. Однак у цьому нам убачається особливий, сугестований публікацією та позицією автора, сенс. Немає сумніву, що закладені в основу студії ідеї потребують для свого висвітлення різних, навіть діаметрально протилежних потрактувань. Ми пропонуємо лише одне з них.

До речі, в інфопросторі поліваріантність, мабуть, стосується не тільки белетристики й публіцистики, а й репрезентації їхніх творців.

4.3.4. Брендинг класики

У царині масової культури, що є сферою виробництва матеріальних і духовних благ, добре розкручені бренди «Моцарт», «Шекспір», «Гамлет», «Леонардо», навіть «Месія», які презентують культуру народів світу через цукерки, напої, одяг, предмети особистої гігієни... Однак серед усесвітньовідомих брендів ніколи не було (і досі немає) українських, окрім хіба що фольклорних образів (головно козацтва). Можливо, це й добре: мовляв, наша культура/література така якісна та висока (не зіпсута техногенними цивілізаціями), що на неї просто не підіймається брудна рука маскульту. Однак не будемо поспішати з резюмуваннями. Усе-таки зважмо всі «за» та «проти»: чи справді зашкодили Шекспірові численні кіноінтерпретації його творів (навіть одна з останніх – іронічно-знущальна – із супровідною рекламою: «Леонардо ді Капріо у ролі Ромео, Шекспір у ролі автора! Коли б він про це довідався, то перевернувся б у гробі!»)? Чи обмежують можливості пізнання творчого спадку великого генія англійської/світової літератури експериментальні театральні фестивалі на зразок львівського «Золотого лева» (у репертуарі яких твори автора майже не ідентифікуються) або літературні фантазії-віддзеркалення на взірець нашумілого

роману Айріс Мердок «Чорний принц»? Чи притлумлює цікавість до мистецтва Леонардо да Вінчі масово споживаний бестселер Дена Брауна «Код да Вінчі»? Чи не активізують, бува, інтерес до творчості та постаті Борхеса роман Умберто Еко «Ім'я троянди» та його екранізація в інтерпретуванні Мілоша Формана? Чи справді девальвують вартість майстерності Віктора Гюго мультиплікаційні, комп'ютерні, музичні та інші, м'яко кажучи, «переспіви» «Собору Паризької Богоматері»? Чи «псує репутацію Моцарта голосний маскультовий (задіяний навіть у виробництві підгузників) бренд "Амадей"?» Звісно, це все питання трохи риторичного характеру. Так само, до речі, як і актуальні розмірковування над тим, що в культурософії слід вважати низьким, а що високим. Ми вже про це писали в одній зі своїх монографій (див. Гра – інформація – комунікація: генетичний розтин розважальної продукції електронних мас-медіа [Косюк, 2009]).

Аби розібратися в різних аспектах брендингу культури, знову ж таки апелюємо до особи й творчості Лесі Українки як репрезентатора національних можливостей у мультикультурній сфері. У вимірі національної традиції вона завжди належала «народові» (мабуть, і досі «належить»), хоч її зображення на картинах, у бюстах та на постаментах більше нагадують Ломоносова в перуці, аніж жінку, яку ми можемо частково «відтворити» за нечисленними світлинами. Напевне, гіршої й примітивнішої маски, аніж та, яку вже одягнено на Ларису Косач, просто бути не може. То, як казав один із персонажів В. Гюго, раз ми вже задіяні в цьому карнавалі, чому б не приміряти ще якусь? За законом зміни естетичних вартостей, ця маска має бути кардинально протилежною. А стик опозицій, імовірно, витворить щось нове.

Зазначимо передусім, що, із погляду найновіших тенденцій, Леся Українка – красива. У неї, що називається, – споживана (для епохи Постмодерну) зовнішність. Така, яку демонструють на подіумах: нетрафаретне обличчя самодостатньої інтелектуалки «з поглядом Джоконди». А всі, кого тоді (наприкінці XIX ст.) вважали красивими, тепер сприймалися б «із точністю до навпаки». І це невипадково. Протягом усієї історії людство, як зазначає Ю. Лотман, знаходить, виявляє, «викопує з правічного пилу» найспоживаніші пам'ятки та взірці довершеності минулого [Лотман, 2000: 674]. Так, Відродження «відкопало» античність, модернізм – романтизм і т. ін. (ми вже про це писали). У засвідченому «викопному законі» декларується циклічність розвитку, пов'язана з проходженням трьох основних стадій: конста-

тація – заперечення – синтез. Ствердженням, положенням, тезою в царині мистецтв вважають класику. Запереченням, протиставленням, антитезою – модернізм. Лишається синтез (зняття протилежностей – за Гегелем). І це, напевно, постмодернізм. Поступальність та повторюваність надає культурно-історичному процесові розвитку циклічності (спіралеподібної форми): кожен наступний його ступінь багатший від попереднього, оскільки вбирає накопичене (питання лишень – чи найкраще) і додає своє. На думку культорологів, теоретиків медіа та літератури, для культури нашого часу важливими й цінними є саме класичні високоякісні «атавізми» усіх «віджитих» культур (напівзруйновані святилища з пантеоном старих богів), однак не у звичному, а в трикстеризованому вияві (як каміння для калейдоскопічних ігор), тому вона «реанімує» («викопує» й повертає до життя) непроминальні цінності; з одного боку, вульгаризуючи та тривіалізуючи їх (за амбівалентним законом майданного пересміювання серйозного [Бахтин, 1990]), з іншого – роблячи доступними загалові й тим самим наче гуманізуючи. Л. Вітгенштейн називає засвідчений процес передаванням старого мовою нового, воскресінням вічного у співзвучному звучному часові ритмі. «Але я міркую не про модернізацію старого стилю,– зазначає він,– не про те, що людина бере старі форми і виправляє їх відповідно до нових смаків. Річ у тім, що насправді, нехай неусвідомлено, людина користується старою мовою, але в манері, яка властива новому світові, хоча зовсім не обов'язково відповідає її особистим уподобанням» [Витгенштейн, 1989: 27].

Манера XXI ст. – ринок (майдан, базар, торговище), хоч у час глобальних мереж та пандемій – віртуального штибу. В економіці, заснованій на принципах майданної культури й вільного ринку, мистецтво – теж товар і видовище. Такий самий, як і всі інші. Почасти складається враження, що цивілізація, яка досягла неймовірних науково-технічних злетів, у духовній сфері вкотре повертається до темних часів варварства – у незахищений світ мороку (ризоматичних жахо-детективів), смерті (бойовиків), чорної магії (фентезі), апокаліптичних візій (романів-катастроф) і натурального виробництва.

У такому світі найспоживанішим українським брендом виявилася лісова Мавка Лесі Українки, як свого часу «Невідома» І. Крамського. Зважаючи на те, що йдеться про літературний персонаж, а не художнє полотно (візуальне за природою) – то вельми показовий факт. Мавка передусім «згодилася» для реклами (зображень на посуді, кафелі тощо) та прикрас кустарного виробництва.

Назви картин й імена персонажів, зображення яких використовує масове виробництво, багатьом покупцям невідомі. На виробах МРТУ 25-33-67 артикул ОД 108-595 сорт 1, ціна 1 гривня 10 копійок, вони називаються невибагливо – «Брошка або плитка з фотомініатюрою». Разом із Єсеніним («Фотографія з люлькою»), козаком Мамаєм, царицею Нефертіті та «Монною Лізою» Мавка, як і «Незнайомка» – фаворитки купівлі-продажу.

Галузі «духовної індустрії» в постмодерному світі не конкурують, а взаємодіють, формуючи толерантний простір. Основна риса цієї культури – плюралізм. Домінування якихось окремих форм ніколи не призводить до нищення інших. Учені називають це явищем симбіозу у вимірі культурної екосистеми (автор-постмодерніст відразу пише не роман, а роман-екранізацію, не музику, а кліп, творить героїв як персонажів комп'ютерної гри). Ідеї, образи й сюжети, створені в одній із лінкових секцій системи легко переносяться в іншу. Популярні сюжети та герої кінофільмів, телесеріалів, комп'ютерних ігор, образи з рекламних роликів, плакатів й етикеток транспортуються на сторінки романів (і навпаки), виступаючи в ролі своєрідних рекламних агентів. У такому «підприємливому» культурному ліо зовсім не проблема зробити головним персонажем роману образ із популярних піарпродуктів чи створити бестселер за мотивами нашумілого шоу (приклад: «Дикі танці» Руслани Лижичко та їх піаризація – роман подружжя Дяченків «Дика енергія. Лана») чи комп'ютерної гри.

Так у плині кадрів, мозаїці реклами, фрагментах брендів формується щось впізнавано «нове», імовірно, народжується «культура», яку мало читати (у прямому й переносному розумінняхх), треба бачити, відчувати, вибудовувати, реконструювати, із кимось або чимось асоціювати. Пригадується відома «загадка» Ю. Лотмана: чи є щось спільне між африканськими гаданнями, Гамлетом і «Мислителем» Родена? Із першого погляду – ні, а насправді – є: інваріантне значення – людина, яка перебуває в ситуації вибору [Лотман, 2000: 619]. Оце, власне, і є споживане мистецтво – «продукт» ситуативного використання. Успіх у будь-якому із секторів новітньої культури – це не локальний, а всезагальний успіх, що викликає потужний резонанс. Аби «марно» не читати книг, школярі переглядають екранізовану класику, а візуалізація книги – найкращий спосіб заохотити її прочитати.

Отже, якщо вже наукові досягнення межі тисячоліть та техногенно-електронна фаза цивілізації зумовили домінування в сучасних

суспільствах саме популярної творчості й вона, імовірно, є провісником оригінальної культури якогось нового типу, то чому б не задіяти інструментарій цієї, ще остаточно не сформованої (а отже, і не маркованої) культури в ситуаціях досліджень та інтерпретацій творчості геніїв, зокрема Лесі Українки (чиї мандрівні сюжети в щонайоб'ємнішому – семіотичному – розумінні неприховано пов'язані з іншими прототекстами та знаковими структурами, які належать до якісно неоднорідних художніх систем).

Для початку можна створити комп'ютерну гру-мандрівку (а-ла Diablo чи Fallout: гравець, переміщуючись від однієї текстової локації до іншої, проявляючи здібності в «читанні» творів із погляду літературознавства, мовознавства, культурології, семіотики тощо, перемагає труднощі й, відповідно до правил гри, переходить на якісно інший рівень) за «Лісовою піснею», «Давньою казкою» та іншими творами Лесі Українки; екранізувати по-новому (за іншим форматом) її драматичні поеми (як складні, суперечливі, багатопланові «переспіви» архетипів із несподіваними акцентами). Чому б, зрештою, не назвати її справжнім ім'ям (а не псевдонімом) якісь фантастичні парфуми? Національний бренд, на думку піартехнологів, можна створити зі складних філософських речей, якщо подати їх у стильному упакуванні.

Таким чином зі старих, недостатньо споживаних текстів ми формуємо новий техногенний дискурс-продукт, що використовує універсальні архетипи глобальної культурної системи (своєрідний конструктор лего, який дає змогу збирати найрізноманітніше з типових елементів у поєднанні з грою в «матрьошки» (що передбачає типові, не адекватні лего елементи якісно іншої, непомірно вищої гри) із його власним кодом. Кодом, який, як і будь-які інші тексти-коди (полотна Леонардо, Біблію, твори модерністів), кинуться «зламувати» в книгарні, музеї, бібліотеки, на форуми. Реципієнти будуть нишпорити в потоках інформації в розшуках «правди», до пошуку якої, як відомо, може заохотити лише ефект загадки – омани-фальсифікації (посягання на істину). Отже, інформацією для роздумів має стати винятково щось іманентно марковане як «скриня з подвійним дном»: дивне, «примітивне», експериментальне, екзотичне, провокативне, парадоксальне, сенсаційне, позірно «компілятивне», таке, що збуджує уяву. Щоб тисячі людей, котрі ніколи не тримали в руках «розумної» книги, кинулися читати й довідуватися – потрібен неабиякий стимул,

еквівалентний загадкам мітологічного демона Сфінкс/а, в основі яких – проблема реального виживання. То хто ж, як не Леся Українка, загадав і намагався розгадати більше загадок, азартно граючи з культурою в бісер? Весь її доробок – експериментальне перепрочитання класичної спадщини з альтернативних позицій (із погляду другої статі; людини іншої епохи, із притаманним їй мисленням якісно іншої проби тощо). Інтертекстуальність, алюзійність, багатопластовість – одні з найважливіших принципів індивідуального стилю Лесі Українки, тому її спектральну творчість справді можна й слід розглядати під різними кутами зору, виділяючи кардинально опозиційне (видиме та приховане, передбачене й не передбачене авторкою). Читання та тлумачення твору – то і є нашарування форм розуміння, що почасти докорінно відрізняються; або важкий контрапункт самостійних суджень (різних відповідей на неоднаково поставлене питання [Библер, 1991: 4]).

Ні для кого вже не таємниця, що способи читання й сприймання, які практикувалися впродовж тисячоліть, застаріли та мусять бути змінені. Для цього, імовірно, автор повинен запропонувати частину своєї роботи читачеві як рівноправному учасникові процесу інтерактивного творення (ідеться про відкритість, параболічність, мейл-арт тощо). У названій ситуації реципієнт «сприймає», розуміє та інтерпретує твір, покладаючись не на текст чи позицію автора, а лише на потуги власного інтелекту, здатного «читати» текст, підтекст, затекст, претекст, інтертекст і контекст (теж, як свого часу Леся Українка, грати з культурою).

Тому використання в царині піару та реінтерпретація творчих спадків (і, власне, постатей) класиків загалом та Лариси Косач, зокрема, можливо, не принижує й не окрадає, а навпаки – збагачує і реципієнта, і скарбницю світової культури (принаймні кількісно: кількість, за законами діалектики, поступово переходить у якість). Навіть епатаж і провокація, зрештою, поряд з усіма іншими своїми функціями, виконує ще одну – стимулює пізнання, залишаючи об'ємний простір для міркувань та інтелектуальних сутичок. Абсолютно шкідливими, марними та безперспективними, на наш погляд, можуть бути лише «трепетне» іконотворне маркування (ілюзія закритості теми), байдужість і мовчання. Ще невідомо, як трансформується й чим обернеться сучасне (масове) у свідомості наших нащадків. У крайньому разі, популяризуючи творчість Лесі Українки, ми зможемо хоча б частково розв'язати одну з найболючіших її проблем: у листах до колег і друзів

Лариса Косач часто бідкалася, що її твори не читають. До читання чи перегляду, як ми вже переконалися, спонукає цікавість, яка має бути певним чином провокована. Інтригувати, вражати, епатувати, остаточно заплутувати – найіманентніша риса якраз масової комунікації.

4.3.5. Науково-популярні бестселери як маркер раціоналізації інформаційного простору

Агональність та раціоналізацію інфопростору додатково підтверджує популяризація й поширення наукової літератури. Після епохи Просвітництва такого ще не було. На прилавках книгарень з'являються продукти, споживання яких донедавна потребувало неабияких знань і вважалося кастовим.

Процес розпочався ще у XX ст. Але тоді активізувалася переважно психологічна література: популяризований Фройд, астрологічно-прикладні реінтерпретації Юнга, Фрома, Берна, Карнегі й ін. Давався взнаки інформаційний голод на тему самопізнання, сексуальності, стосунків, самореалізації. Здавалося, що переклад та переспів класиків психоаналізу – то вже неймовірне досягнення. Тим паче – книги видавалися й продавалися колосальними накладами. Однак насправді все тільки розпочиналась, принаймні на теренах СРСР, найвищим досягненням якого можна було вважати спеціалізовані видання на кшталт журналу «Квант», «Техніка молоді», «Знання – сила» та «Цікавої фізики» Якова Перельмана. Усе це чтиво було ще надто складне й годилося винятково для поглиблення спеціалізованих знань. Традиції дослідження зазначеного дискурсу теж не існувало.

Із плином часу масовокомунікаційний вияв науково-популярної літератури перевершив усі сподівання. Однак дослідження цього явища й досі відсутні. Академічна наука спромоглася на серйозну інтерпретацію кітчу (див. Тамара Гундорової «Кітч і Література» [Гундорова, 2008]), однак вона й до сьогодні ігнорує науково-популярний зріз культури.

Тому ми вирішили не лишень його дослідити, а й уписати в контекст раціоналізації культури як важливий чинник цивілізаційного прогресу XX–XXI ст. Аби не відволікатися на теоретичні аспекти раціоналізму, будемо контактувати з нашою вже опублікованою працею «Масовокомунікаційні складники теорій класичного раціоналізму: хронологічний критерій» [Косюк, 2018].

Отже, якщо порівнювати, приміром, «Цікаву фізику» (в оригіналі – «Занимательная физика») Я. Перельмана (1986 р.) та сучасні «Фізику майбутнього» Мічіо Кайку (2013 р.) й «Найкоротшу історію часу» С. Гокінга (2016 р.), то на обличчя абсолютно різні за рівнем популяризації підходи.

Книга Перельмана вперше побачила світ у 1913 р. Із тих пір витримала понад півсотні перевидань. Вочевидь, дається взнаки неабиякий талант автора – усесвітньовідомого вченого, педагога, популяризатора науки, журналіста, із-під пера котрого вийшло безліч книг чи не з усіх розділів фізики, математики, астрономії.

Праця поширюється у двох томах й пропонує сприймання однотипного матеріалу за різними рівнями. Предмет обговорень – швидкість, вага, спротив, обертання, властивості рідин та газів, теплові явища, світло, зір, звук і слух. Кожна реалія розглядається експериментально. Наведемо приклад за темою «Загадка колеса від возу» [Перельман, 986: 16–18]. На початку автор радить учепити до колеса, приміром велосипедного, кольоровий папірець та спостерігати, як він проглядається під час обертання внизу й угорі. Зрештою, з'ясовується, що видимість не однакова та швидкість обертання теж. Для підтвердження апробації Перельман пропонує ще два експерименти – із потягом і човном. Як вислід, у читача складається враження, що він самостійно відгадує наукові загадки та доводить теореми. Прочитавши книгу, людина засвоює набагато більше, ніж типовий матеріал шкільної програми.

Система викладу Перельмана відповідає способу атеїстичного мислення та сприймання доби соціалізму – «поклонінню» науково-технічному прогресу. Тоді наука вважалася найбільш презентаційною суспільною сферою. Науковців і відомих експериментаторів, особливо космонавтів, запрошували на телепрограми, новорічні вогники та інші «шоу». Себто процес перформації науки розпочався вже тоді.

Це був також час, коли «власне традиційна філософія, себто метафізика, утрачала позитивні інтерпретації, оскільки вона начебто не відповідала строгим критеріям пізнавальної діяльності. Як вислід, здійснився вихід на точні науки й класичний раціоналізм трансформувався у сцієнтизм» [Косюк, 2018: 83] – послуговування математичними методами за схемою: від гіпотези – до експериментально-практичної реалізації. Можна сказати, що в період розвитку математики та природознавства раціоналізм став системою гносеологічних переконань.

Мічіо Кайку у «Фізиці майбутнього» [Кайку, 2013] пропонує кардинально інший підхід, який, безумовно, пасує добі постмодернізму. Він теж обирає роль медіума-журналіста, однак апелює вже не до здорового глузду та шкільної програми, а до академічної науки дуже високої проби. Зрештою, він і сам фізик-теоретик, професор Сіті коледжу Нью-Йоркського університету, ведучий багатьох наукових програм (на BBC-TV, Discovery, Science), очільник власного наукового радіоканалу.

Будучи професійним комунікатором, Кайку провів численні інтерв'ю з усесвітньовідомими науковцями, серед яких – тринадцять нобелівських лауреатів, викладачі різного фаху провідних університетів світу, знані журналісти, автори наукової фантастики тощо. Далі він, як і Я. Перельман, дає відповіді на актуальні питання сучасності: розвиток техніки й штучного інтелекту, майбутнє медицини, нанотехнологій та енергії, людства загалом. Актуалізує також проблему багатства, ресурсів, космічних подорожей, планетарних цивілізацій. Зрештою, коротко описує один день із життя людини 2100 р. Однак, на відміну від Перельмана, він не залучає читачів до експериментування. Навпаки, дистанціює їх, пропонуючи вже апробовані теорії високочолих науковців. Здавалося б, це має звузити коло читачів, щонайменше – до реципієнтів із вищою освітою. Однак, судячи з результатів продажу, книга розійшлася колосальними накладами в усіх країнах світу. Отже, вочевидь, читачі вже не потребують апробаційних практик та експериментів. Їх цікавлять теорії. Такий підхід – явище доби інформаційних технологій. Люди звикають орієнтуватися на абстрактне та невидиме. Їх не лякає відсутність сенсорного сприймання.

Ніби у відповідь на запити доби постмодерну Карл Саган (автор книги «Світ повний демонів. Наука – свічка у пітьмі») [12] пропонує не боятися поєднувати здоровий скептицизм і відкритість до пізнання незвіданого й «паранормального». На думку автора, немає нічого такого, що не здатен охопити розум. Найгірший підхід – консервативне заперечення. Книга К. Сагана теж стала бестселером («ходовою книгою, переважно на сенсаційні теми, виданою великим тиражем«, як зазначає словник іншомовних слів [Морозов, 2000: 79]). Передусім, про це свідчать численні відгуки читачів на форумі, приміром, такого змісту: «Саме проблемі пізнання присвячена ця чудова книга. Автор описує науковий метод пізнання, науковий спосіб мислення, наукову свідомість та скептицизм».

Надзвичайно поширеними стали також наукові праці, які більше нагадують романи. До цієї категорії, окрім напрацювань Кайку, можна віднести бестселер Едварда Саїда «Орієнталізм», Ювала Ноя Харрарі «Людина Розумна», Джордана Елленберга «Як не помилятися. Сила математичного мислення», Юстейна Ґордера «Світ Софії», Елізабет Колберт «Шосте вимирання», Даніела Канемана «Мислення швидке й повільне», Діка Свааба «Ми – це наш мозок», Асі Казанцевої «В інтернеті хтось помиляється» та величезної кількості інших авторів. А в українській традиції – це, передусім, книги істориків і літературознавців із розповідями про визначних людей. Родзинкою такої літератури є якраз застосування революційних наукових теорій, приміром усе того ж донедавна забороненого та замовчуваного психоаналізу.

Справжньою майстринею «охудожнених» наукових провокацій в інфопросторі України на початку нового століття стала молода науковиця Соломія Павличко, котра в статтях і монографіях переосмислила життя й творчість класиків української літератури, акцетуючи не на тенденційних моментах, а на побуті, гастрономічних симпатіях, оригінальних звичках, сексуальних орієнтаціях. Застосування психоаналізу, постколоніальних і гендерних підходів викликало хвилю обурення. Передусім, у наукових та політичних колах, навіть у Верховній Раді. Офіційні речники від «академічного» літературознавства не могли допустити такого «нахабного» розвінчування «святих» постатей Тараса Шевченка, Лесі Українки, Михайла Коцюбинського, Ольги Кобилянської й ін.

Намагаючись окреслити донедавна табуйовану сексуальність української художньої літератури, Соломія Павличко найперше звертається до творчої спадщини Ольги Кобилянської. Власне до її малої прози, зупиняючись на трьох знакових новелах – «Valse melancolique» та «Природа» й «Некультурна».

Особливо епатував читачів аналіз «Valse melancolique» із паралельним науковим розглядом епістолярної спадщини О. Кобилянської й Л. Косач, адже тут чи не вперше порошувалася лесбійська тематика. До того ж – вельми оригінально: С. Павличко здійснювала рецепцію, покликаючись здебільшого не на «власні фантазії» а на чоловічий авторитет Івана Франка, Василя Стефаника, Осипа Маковея, Михайла Грушевського, Івана Нечуя-Левицького, Сергія Єфремова та жіночі інтерпретації самих Кобилянської й Лесі Українки. Зокрема, Павличко зазначила, що «Осип Маковей прокоментував езоповою мовою

оповідання «Природа» та «Некультурна», натякаючи на наявність у них чогось такого, про що він говорити не ризикує: «Дразлива се трохи справа, і в наших товариствах особливо про потреби тіла виразно не говориться»... Більше того, визнає, що оповідання «Природа» довго лежало в шухляді й він сам не мав сміливості надрукувати його: «Признаюся я до гріха, що, бувши редактором "Буковини", я з огляду на передплатників не мав відваги друкувати сю новелу у своїй часописі, хоч з артистичного боку вважав її дуже гарною. <...> А "Valse melancolique" він вважає довершенням низки творів з жіночого питання, бо там представлені три жіночі типи, однак делікатну тему їхніх взаємин не порушує» [Павличко, 2002: 89].

Іван Франко, на відміну від Маковея, не інтерпретував твори, але корегував їх та повчав авторку, схиляючи до морально-етичних компромісів.

З іншого боку критичних барикад, на думку С. Павличко, опинилися культурні діячі, які, до речі, безпосередньо літературною діяльністю не займались. «Полум'яний народник Єфремов, як зазначила авторка, <...> торкнувся теми сексу і сексуальності з пафосом святенника. Для нього все це просто "мерзости", неприпустимі в такій серйозній і суспільно важливій справі, якою є література. Він не наводить якихось переконливих прикладів цієї "мерзости", а просто обурюється. Його логічний ланцюжок: культ краси є культ любові, "...культ любви обращается в культ... голого тела, – конечно, женского преимущенственно... Да что, если хотите, неминуемо и должно было случиться: если весь смысл жизни полагать только в красоте да в половой любви, то рано или поздно та красота и любовь упрутся в одну точку – в простую чувственность и самую обнаженную порнографию"» [Павличко, 2002: 89].

Справжньою сенсацією стала також стаття С. Павличко «Пристрасть і їжа: особиста драма Михайла Коцюбинського», у якій уперше в українському інформаційному просторі засвідчено «життя іншого Коцюбинського», що «мало свою драматургію, ключовими словами якої були: пристрасть і їжа» [9, с. 505]. У публікації «естет, поет інтелігенції, людина тонких почуттів та рафінованої мови» постає справжнім, кулінарним гурманом, котрому «одноманітність і неадекватність харчування завдали не менших страждань, ніж хвороба» <...> «Культивуючи естетизм та елегантність, він концептуалізує своє власне ставлення до їжі в діаметрально протилежний спосіб» [9, с. 521]. На

завершення всього – кулінарні вподобання Коцюбинського Соломія Павличко відтворює за наче під копірку написаними листами до двох різних жінок – дружини й коханки.

Але найбільшу популярність, на жаль – посмертно, приніс Соломії Павличко «науковий роман» про життя та творчість несправедливо забутого в українських реаліях Агатангела Кримського – ученого, сходознавця, письменника, перекладача, політичного діяча. До напрацювань цієї неперсічної особистості Павличко теж підходить нетривіально: окремо глибинно тлумачить три найменш вивчені його грані – національну свідомість, сексуальну орієнтацію, орієнтальну традицію. Сама авторка у вступі з елементами біографії зазначає: «... ця постать цілком випала з історії або з різних історій – літератури, науки і політики. Інтерпретація Кримського – ключ не лише до осягнення його постаті, але й до численних інших проблем, поставлених українською культурою чи не сто років тому, але дотепер не розв'язаних» [Павличко, 2016: 14–54].

В інтерпретації вченої постає Кримський, якого точно ніхто не знав: великий учений-невротик, екзотичний поет-гомосексуал, політик, котрий виживає за будь-якого режиму, та справді унікальний орієнталіст. Це сплетіння особливостей творить постать модерного типу: не позитивну чи негативну, а надзвичайно складну, але по-справжньому цікаву. Не випадково версія дослідження стала настільки популярною, що поряд із перевиданням рукопису з'явилась аудіокнига [Павличко, 2000], а на полицях популярних книгарень та букіністичних магазинів стали активно продаватися майже забуті поезія й проза Агатангела Кримського.

Ще одним феноменом сучасної культури можна вважати популяризацію семіотики. Найкасовіші семіокниги – романи Умберто Еко («Ім'я троянди») [4] та Дена Брауна («Код да Вінчі») [1]. Книги перекладені всіма мовами світу, витримали безліч перевидань, аудіовізуальних переспівів та версій.

Трилогія Дена Брауна «Код да Вінчі» (разом з «Інферно» й «Ангели і демони») стала бестселером відразу на двох рівнях: як друкований та аудіовізуальний продукти. В усіх трьох книгах, подібно до «Імені троянди» Еко, порятунок (тепер уже не монастиря, а людства) залежить від якості прочитання символів, значення котрих слід «видобувати» із першоджерел: оригінальних полотен геніальних художників, ансамблів унікальних скульптур та архітектурних споруд, рукописів фундаторів науки.

Перша книга «Код да Вінчі» подіяла як наживка й стала найпопулярнішою завдяки адаптації апокрифічних досліджень творчості Леонардо да Вінчі, картини якого й досі містять таємниці. Причитати завуальовані послання можуть лише професійні семіотики. Тому головний герой книги – професор Ленгдон – своєрідний «таємний агент від науки».

Читаючи книгу, ми поринаємо у світ напівтаємничих єретичних організацій (творців паралельного лабіринту розвитку перспектив християнства) та їх канонічних опозицій. Виявляється, символи тамплієрів указують на те, що Месія мав дітей. І його сучасний спадкоємець – жінка. Саме вона покликана вкотре рятувати світ. До такої думки професор Ленгдон приходить не випадково. Його «наводять» на істину знаки, закладені в картину-апокриф Леонардо.

Книга стала бестселером, за даними «Нью-Йорк Таймс», BBC відразу зняла серію приурочених браунівському сюжетові телепрограм, а журнал «Таймс» назвав автора роману одним із найвпливовіших людей світу.

У розслідуваннях головного героя роману Д. Брауна ніби втілюється ступенювання знань за Спінозою: «найнижчий рівень – чуттєве пізнання. Воно відображає предмет неадекватно, і хоч містить в собі певну інформацію, часто є чинником помилок. Другий – розуміння, яке базується на свідомості та розумі. Цей вияв є джерелом відкриття істин. Третій рівень – інтуїтивний. Він – фундамент найбільшої достовірності і дає найчіткіші знання» [Косюк, 2018: 81].

По-іншому все відбувається в романі Умберто Еко: ми потрапляємо до віддаленого абатства на півночі Італії, на території якого одночасно з дискусійним форумом релігійних спільнот здійснюється низка вишуканих убивств... Аби не створювати ситуацію хаосу й фобій, очільник монастиря запрошує до співпраці ексінквізитора та оригінального дедуктора Вільгельма Баскервільського і його помічника – молодого монаха Адсона, як зазначається в екранізації роману Жан-Жака Анно: «Детективів настільки благородних, що вони здатні виявити істину і, в разі необхідності, її приховати» (прозорі алюзії до Артура Конан Дойла). Далі сюжет «диктує» Середньовіччя: зникають жіночні художники з очима блудниць, злочинець «лишає сліди на снігу, як на пергаменті»; скрізь, за стінами монастиря, панують голод, бруд та руйнація, а десь віддалено, звісно, палають вогнища інквізицій...

Детективи Вільям та Адсон й очільник монастирської бібліотеки Хорхе (прозорі алюзії до Х.-Л. Борхеса) презентують протилежні типи мислення: класичне й те, яке ґрунтується на інтуїції/вірі. Їм відповідають опозиційні вияви знань – поширення та збереження. Перше знання – це, власне, реалізм і філософське його підґрунтя – раціоналізм, які визначають «розум основою пізнання й поведінки людей, на відміну від трьох інших складників квадриги: фідеїзму (в основі якого віра), сенсуалізму (що базується на чуттєвості) та емпіризму (який презентує досвід)» [Косюк, 2018: 79].

На думку Вільгельма Баскервільського, слід констатувати винятково безпосередні факти, не залучаючи досвід, емоції, осяяння, бо все це вже не судження, а синтез – акт творчості. Таке твердження заперечує бібліотекар Хорхе, в інтерпретації якого розумовий ресурс не може задіюватися якісно й повністю через недосконалість людини. Ним повноцінно може послуговуватися лиш Бог.

Оскільки детективи постійно блукають у лабіринті парадоксів і розкривають злочини тоді, коли це вже абсолютно не актуально, підспудно активується одна з найновіших концепцій раціоналізму – критичний реалізм Карла Поппера, який вважав, що ідентифікатором правильності тезових теорій мають бути не лише підтвердження, а й заперечення. «Справжня наука повинна спеціально іти на критичні випробування, які допускають можливість її фальсифікацій та спростувань» [Косюк, 2018: 84].

Однак, схоже, Умберто Еко не підтримує жодну з позицій головних героїв, натякаючи на те, що істина в поєднанні, а не опозиційності. За його спиною незримо постає Іммануїл Кант, котрий «розглядав процес пізнання, залучаючи ідеї не лише раціоналізму, а й емпіризму та сенсуалізму. В його уявленні творення достовірної інформації – синтез пізнання, мислення та чуттєвості. Знання в такому аспекті – не пасивне відображення інформації, а творча діяльність несвідомої продуктивної сили уяви» [Косюк, 2018: 83].

Як бачимо, багатопластовий роман Умберто Еко, проєктуючи минуле на сучасність, презентує кілька концепцій раціоналізму.

Ще одним актуальним напрямом масовокомунікаційної літератури можна вважати дискурс, який пропонує різні погляди на протистояння світових релігій (із проєкціями на причини міжнародного тероризму). Інше бачення Сходу (а отже, і проблем глобальних суперечок християнства та ісламу) пропонує Едвард Саїд – професор Колумбійського

університету (палестинець за походженням) у науково-популярній книзі «Орієнталізм» [Саїд, 2001]. У монографії йдеться не про географію, а про культурні виміри. Орієнталізм постає як спосіб сприймання Сходу: такий собі віртуальний образ, створений західними очима. Окреслюється стереотип європейської вищості, що поєднує французький та англійський досвіди спілкування з арабами й ісламом. Автор пояснює причини расизму намаганням утиснути арабський світ у вузькі уявлення західної людини. Масова комунікація з приводу подібної тематики надзвичайно цінна, бо саме вона надає інформацію про альтернативні виходи зі складних та непопулярних ситуацій сучасності.

Отже, застосування математичних і фізичних теорій, психоаналізу, постколоніальних і гендерних підходів, а також популяризацію семіотики можна вважати вагомими маркерами раціоналізації інформаційного простору епохи науково-технічного прогресу та інформаційних технологій.

Ми засвідчили процес раціоналізації на рівні літератури (переважно художньої, принаймні так вона сама себе маркує), яка поширюється величезними накладами. Зауважено, що така література завжди вважалася надзвичайно елітарним чтивом теоретиків-науковців. Сьогодні ж її продають і купують у великих супермаркетах разом із продуктами першої необхідності.

4.3.6. Особливості дослідження нон-фікшн. Верифікація літератури

Паралельно з масовізацією донедавна елітарної літератури у сферах літературознавства й соціальних комунікацій ведеться дискусія про статус актуальної книжкової продукції на кшталт видань із популяризації науки: філософії, психології тощо, різноманітних довідників, енциклопедій, щоденників, мемуарних свідчень, есеїв і т. ін. Така література впевнено конкурує з художньою, однак і досі не стала об’єктом чітко окреслених академічних рецепцій. Здебільшого вчені називають її нон-фікшн, але поряд існують терміни «література факту», «популярна й нефікційна літератури», «документалістика», «нова журналістика» тощо. Свідченням амбівалентності та відкритої перспективи можна вважати відокремлено-паралельну працю літературо- й журналістикознавців, котрі під час досліджень не контактують і навіть послуговуються різними батареями текстів. Так, ще 2006 р. вийшла ґрунтовна літературознавча монографія за докторськими напрацюван-

нями Надії Колошук «Табірна проза в парадигмі постмодерну» [Колошук, 2006]. Через 10 років (2015) захищалася перша подібна (кандидатська) дисертація із журналістики Лілії Шутяк «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: ґенеза та жанрово-стилістичні ознаки» [Шутяк, 2015]. У теоретичній базі ні прізвищ із попередньої дисертації, ні покликань на працю Н. Колошук не було.

«Література факту (nonfiction), на думку Н. Колошук, в українському літературознавстві упродовж тривалого часу перебувала на маргінесі: нею зрідка цікавилися критики та історики й теоретики літератури» [Колошук, 2007]. В академічних енциклопедіях до 2006 р. навіть позначень цього поняття не існувало. Вочевидь, тому що теоретичну базу дисертантка використовувала напрацювання зарубіжних науковців Д. Стауффера, П. Кенделла, К. Каколевскі, Дж. Барета, Ц. Тодорова, Ф. Лежена, П. Ламарка, С. Г. Олсена, А. Жірарда, Р. Кізера. Окремо в дисертації подається методологічна основа – праці мислителів-екзистенціалістів, герменевтів, феноменологів, представників рецептивної естетики та структурології. Ще одним блоком подаються дослідники документалістики.

Л. Шутяк теж покликалася до світової традиції: теоретичних настанов новожурналіста Тома Вулфа, експериментів Г. Таліза, Н. Мейлера, М. Геррома, Т. Капоте, Х. С. Томпсона, Д. Дідіона (котрі, на думку науковиці, стали свідками й жертвами історії США 60–70-ті рр. ХХ століття, яка «увінчалась» війною у В’єтнамі, політичними вбивствами, розвитком руху хіпі, боротьбою темношкірих і жінок за рівні права [Шутяк, 2015: 1]). Окрім того, вона виокремлює праці з історії й теорії журналістики та проблем «нового журналізму».

Науковиці вступили в дискусію з різними дослідниками. Маємо лишень два збіги – В. Здоровега (своєрідна «ікона» національної журналістики) і Галич (чомусь у Л. Шутяк з ініціалом «В» і в жіночому роді, хоч це, найімовірніше, Олександр Галич – відомий популяризатор науки, співавтор «Теорії літератури»). Можливо, тому, що дослідниці брали до уваги різні жанри (бо матеріал дослідження точно не ідентичний: з одного боку – тюремно-табірна гулагівська творчість середини ХХ ст., з іншого – сучасні українська, американська та польська прози)? Однак у 2017 р. було захищено ще одну літературознавчу докторську дисертацію Олега Рарицького «Документальна проза українських шістдесятників», у якій напрацювання попередниць теж не згадуються й подається кардинально інший варіант теоретичної

бази. Зважаючи на споживаність, популярність, стрімкий ріст і наукову невизначеність блоку нефікційної продукції, спробуємо з'ясувати її природу й статус у сучасному інформаційному просторі.

В інтерпретації Надії Колошук, жанрами літератури факту слід вважати «щоденники, епістолярій, мемуари, есеїстику, публіцистику, автобіографічні нариси тощо». Лілія Шутяк услід за Т. Вулфом спершу визначає «платформи» для презентації нон-фікшн: блоги інтернет-ЗМІ, авторські колонки, книги, а згодом зазначає, що серед жанрів обирає художній репортаж, авторську колонку й подорожні історії, бо, як виявляється, «саме вони найповніше репрезентують стиль "нового журналізму" в українському медіа дискурсі». Частково, як зауважила дослідниця, вона «звертається й до мемуаристики та автобіографій, але останні менш представлені в українських ЗМІ й більшою мірою тяжіють до сфери літератури» [Шутяк, 2015: 2].

Якщо врівноважити теоретичні позиції теорій літератури та журналістики – варто зауважити, що досліджується одне й те ж, хіба що з певними домінантами, однак подекуди сплутуються парадигми. Так, Колошук як синоніми подає есеїстику, публіцистику, нариси. Насправді публіцистика – родове поняття (блок жанрів), а есей та нарис – конкретні публіцистичні жанри. Шутяк же презентує авторську колонку як платформу й жанр. Серед платформ указує також блоги. Реально платформами слід вважати друковані та інтернет-ЗМІ й книги, а блоги, колонки, репортажі, нариси тощо – жанрами. Саме окреслена препозиційна плутанина, яка нефахівцям може здатися несуттєвою, на нашу думку, – причина всіх подальших проблем, особливо в напрацюваннях із журналістики.

Хоча науковці, із якими ми вступаємо в дискусію, думають по-іншому. Літературознавці переконані: література факту ніколи не вивчалася сама по собі, а лише як «додаток» до діяльності визначних митців, тому її естетична й суспільно-історична вартості й досі лишаються «за дужками». Не зачіпається також те, що створили пересічні люди (очевидці), а це «неписана справжня історія» [Колошук, 2007]: війни, голокости, репресії... Вчасно не озвучене, вочевидь, зникає не тільки з історії та літературного процесу, але й із масової свідомості. Натомість «ці непретензійні за стилістично-літературною формою тексти, як зазначає Н. Колошук, набувають особливої ваги», бо не були відредаговані та підігнані під офіціоз [Колошук, 2007].

Ми дуже сумніваємося, що таку продукцію можна вивчати як белетристику, оскільки літературознавство не має відповідного інстру-

ментарію: воно опрацьовує й цінує винятково естетичні вартості, яких точно немає у свідченнях випадкових очевидців. Це допустимо лише тоді, коли письменник якось вводить свідчення безпосередньо в структуру художнього твору. До речі, авторка «Табірної прози» теж принагідно наголошує (ніби саму себе заперечуючи), що простежить суто літературні/естетичні фактори: «вияв конфлікту, особливості оповіді, прояви гумору й іронії як концентрацію амбівалентної, багатозначної авторської позиції, трансформацію жанрових канонів та їх окремих модифікацій» [Колошук, 2007].

Натомість Л. Шутяк вважає, що сучасна журналістика «функціонально зближається з літературою у відображенні стану суспільства й тих змін, які в ньому спостерігаються» [Шутяк, 2015: 1]. Нам же хочеться відразу втрутитись і, щонайменше, поміняти місцями акценти й слова, бо це якраз література наближається до журналістики. Белетристика органічно не покликана бути соціально-критичною (і ми на цьому неодноразово наголошували) [Косюк, 2012: 159–203], Хоча в інфопросторі дійсно суттєву роль «відіграє стрімкий розвиток аудіовізуальних ЗМІ», «що впливає на формування суспільно-політичного життя та безпосередньо на розвиток журналістики» [Шутяк, 2015: 1], однак не тільки журналістики, й усіх сфер виробництва культури, котрі й презентують соціальну комунікацію епохи Постмодерну.

Варто посперечатися й із приводу думки про те, що «американці зосереджувалися на резонансних подіях, <...> натомість поляки, а за ними й українці, – як пише Л. Шутяк, – свою “новожурналістську” діяльність починали в жанрі подорожніх історій», у яких акцентувалися пізнання «невідомих країв, звичаїв і традицій інших народів» [Шутяк, 2015: 2]. Річ у тім, що українцям, як і полякам, так наболіло впродовж минулого століття, що тут уже не до подорожніх історій.

Якраз у період перших національних опрацювань нефікційної продукції вийшло у світ кілька бестселерів, серед яких – найбільш популярним і неодноразово перевиданим став роман «Бузкові дівчата» Марти Холл Келлі [Келлі, 2017], у якому йдеться про долю трьох дівчат: німкені – лікарки нацистського концтабору, яка змушена була проводити експерименти над людьми; француженки-волонтерки та ув’язненої «піддослідної» полячки (котра у вимірі тодішніх кордонів цілком могла би бути українкою). Роман створено на основі реальних документів, хоча й образно переосмислено. Яке враження створив би його нехудожній варіант – припустити важко, однак нам здається, що

дуже сильне, оскільки жодна образність не здатна перевершити потуги реального факту, особливо, якщо він стосується когось особисто. Журналістика вражає простими констатаціями, тому й уникає образності (епітетів, метафор, порівнянь та ін., які часто створюють неочікувано комічний ефект) й інших фальсифікацій. «Ефектніше», приміром, просто повідомити, де й коли жінка закопала свою новонароджену дитину, аніж розписувати за допомогою багатьох прикметників внутрішні переживання зловмисниці та потенційних реципієнтів інформації, щоб передати, наскільки це жахливо.

Однак жоден журналістський текст не може розраховувати на популярність літературного. Він топосний, одноразовий, адресований невеликій кількості людей (волинян, наприклад, дуже зачепили «Роздуми про пережите» Х. П. Сегейди [Сегейда, 2007], бо вони розповідають та ілюструють трагічні історії місцевих сімей у середині минулого століття, але ці спогади не привертають усезагальної уваги). Відомим документальний текст здатен зробити лише письменник (так до нас дійшла кримінальна інформація в реінтерпретаціях Стефаника, Достоєвського, Мирного та ін.). Але вплив белетристики, написаної на реальних подіях, буде ще сильнішим, якщо міститиме якомога більше реальних фактів (як-от у книгах нещодавньої нобелівської лауреатки Світлани Алексієвич).

Тут, як справедливо зазначила Н. Колошук, – «непочатий край досліджень». І він дійсно має «розпочатися із окреслення» жанрових (як найбільш стійких у поетиці) ознак [Колошук, 2007]. Але, знову ж таки, викликає дискусії думка її опонентки Л. Шутяк про те, що «стандарти опису» варто переносити з літературознавства в систему соціальних комунікацій [Шутяк, 2015: 2], бо це робити не лише не потрібно, а й заборонено – етично та юридично. Це все одно, що легалізувати фейкотворчість. Журналістика й белетристика – не контактують на теоретичному та практичному рівнях, бо перша продукує факт (об'єктивну реальність), друга – образність (суб'єктивну реальність).

Реалії й традиції зарубіжної та української культур і комунікацій теж абсолютно різні, хоч журналістикознавці впевнено виводять їх із «англійського реалістичного роману XIX ст.» (чому британського, а не російського (Достоєвський, Толстой), французького (Бальзак, Золя) чи навіть українського (Франко, Нечуй-Левицький, Мирний тощо) – не зрозуміло); «класичної журналістики провідних американських медіа післявоєнного часу, "жовтої преси" Дж. Пулітцера й В. Херста (це

допустимо, якщо врахувати ефект “забороненого плоду”, але іде врозріз із реальністю, в якій вже є табірна та дисидентська прози, спогади очевидців історичних катаклізмів, різноманітні фіксування-реінтерпретації тощо; у такій ситуації навряд чи взагалі хтось здатен цікавитися Пулітцером та Херстом)»; «діяльності творчого об’єднання ЛЕФ (Лівий фронт мистецтв), яке існувало в Москві, Одесі та інших містах колишнього СРСР на поч. ХХ століття» (ось це – цілком можливо).

Однак слід окремо зупинитися на «жанрових різноманітностях», бо саме тут, як ми вже зазначили, – квінтесенція всіх недоречностей, серед яких найгострішою слід вважати проблему розмивання меж журналістики й публіцистики/белетристики, котрі, як ми вже зазначили, виконують різні функції: журналістика констатує факти, пропонує експертизи та коментарі й свідчення, у яких медійник виступає посередником, а публіцистика та белетристика презентують погляди, внутрішній світ й ерудицію письменника/журналіста. Журналістика оприлюднюється у формі двох блоків жанрів (інформаційних: замітка, звіт, інтерв’ю, репортаж; аналітичних: кореспонденція, стаття, огляд, коментар, рецензія, прес-конференція, ток-шоу). Художня література на рівні прози – це епопея, міф, легенда, притча, казка, оповідання, новела, повість, роман. Художня публіцистика містить образність і факти, тому одночасно належить журналістиці та белетристиці. Її представляють замальовка, есе, нарис (який має безліч різновидів, уключно із щоденниками, епістолярієм, мемуарами, автобіографією), фейлетон, памфлет.

Публіцистику можуть одночасно опрацьовувати журналістико- та літературознавці, але не кожен своє, а комплексно (поетику й фактчекінг), інакше втрачається функціональна суть написаного. Аби здійснити глибоке наукове дослідження, науковець повинен володіти інструментарієм обох наук.

Найбільше в царині нефікційної творчості потерпає репортаж, який чомусь вирішили теж трансформувати в образний. І тенденція відразу проникла в навчальні програми, підручники, стала темою дисертаційних робіт, «з метою популяризації жанру, – як зазначила Л. Шутяк, – видавництво “Темпора” в 2012 році навіть організувало всеукраїнський конкурс художнього репортажу “Самовидець”, за результатами якого опубліковано три збірки кращих текстів – “Veni, vidi, scripsi. Світ у масштабі українського репортажу” (2013), “Veni,

vedi, scripsi: де, як і чому працюють українці" (2014), "Veni, vidi, scripsi: Історія наживо" (2015), а також художній репортаж тележурналіста О. Криштопи "Україна: масштаб 1:1"» [Шутяк, 2015: 9].

Академічний тлумачний словник української мови трактує репортаж як «інформацію, повідомлення, розповідь про поточні події, що публікуються в періодичній пресі або транслюються по радіо і телебаченню» [Словник української мови: академічний, 1980]. У словнику іншомовних слів тлумачення ідентичне, однак додатково вказано, що це «жанр публіцистики» [Словник іншомовних слів, 2000: 497].

Насправді репортаж – жанр інформаційної, а не аналітичної чи публіцистичної журналістик. Попри різнобій у потрактуваннях, спробуємо визначити його чіткі параметри, головно покладаючись на орієнтири Мітчела Стівенса, котрий, разом із колективом досвідчених журналістів, ретельно, як теоретик і практик, опрацював репортаж у процесі продукування оперативної інформації й написав найґрунтовніший на сьогодні підручник «Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет», який у 2008 році українською (у перекладі Наталії Єгоровець) оприлюднив ВД «Києво-Могилянська академія».

Кожен жанр журналістики – це, передусім, найоптимальніша «форма» для певних укладань та оприлюднень фактів, думок, вражень. Інформаційні жанри (репортаж, замітка/новина, звіт та інтерв'ю) констатують факти, а отже, жодним чином не продукують суджень, припущень, прогнозів, емоцій та образності. «Лещатами», які тримають «кістяк» репортажу, слід вважати такі фактори:

– обов'язкову тріаду (експерти, свідки, потерпілі);

– присутність репортера, що визначається реальним часом події, яка миттєво транслюється в ефір;

– реальне «тло» (репортер, як правило, повертається спиною до того, що відбувається);

– конкретні запитання до кожного учасника тріади: експерти (науковці, високопосадовці, медики, пожежники, криміналісти й ін.) дають точну інформацію про причини, кількість жертв, можливості розгортання трагедій, радять, як діяти в аналогічній ситуації; очевидці (випадкові свідки) відповідають на запитання «що вони бачили» в хронологічній послідовності; жертви (ті, на кого подія якось вплинула), зважаючи на фізіологічний стан організму, розповідають усе, що вважають за потрібне, хоча найчастіше вони взагалі не хочуть і не можуть говорити – і це нормально, тоді їх просто показують повністю, або лиш допустимі етикою та законодавством частини тіла;

– окремими кадрами можуть демонструватися документи (офіційні папери, дописи із сайтів і соцмереж, цитати з мас-медіа тощо), оскільки потрібну інформацію зараз оперативно видають пошукові машини з інтернету та персональних баз, а експерти рідко бувають миттєво присутні на місцях подій (в експертів, до речі, можна брати коментар телефонічно, але обов'язково в прямому ефірі);

– журналіст не повинен показувати власні емоції та демонструвати ставлення до подій (він з'являється в кадрі на початку з компактною преамбулою-поясненням, яка відповідає на запитання «що?», «де?», «коли?», і – насамкінець, аби назватися й указати, на який ЗМІ працює), репортер лише технічно озвучує запитання до експертів, свідків, потерпілих та намагається «не тягти хронометраж»;

– репортаж має бути максимально компактним, бо це продукт, який подається поза програмою та чергою, відповідно – щось перекриває й виводить з ефіру (на телебаченні);

– удалий репортаж може продаватися та виходити в різний час на платформах багатьох ЗМІ (особливо в структурі підбірки новин);

– якщо можливі різні погляди на подію – експертизи й свідчення в репортажі повинні збалансовуватися;

– у структурі репортажу обов'язково слід ураховувати протилежні погляди, навіть якщо доводиться розмовляти з небезпечними та неприємними інформаторами;

– на відміну від замітки, яка просто «фіксує» подію, відповідаючи на запитання «що?», «де?», «коли?», репортаж на одне із запитань («що?») відповідає точніше, відразу принагідно враховуючи констатації з «трьох джерел» (так він наче подає подію у форматі 3D);

– репортер сам заповнює ефір, відповідаючи винятково на запитання «чому я тут» і «що я бачу», лише в тому випадку, коли до події та до тріади немає доступу (це, зазвичай, трапляється винятково в ситуації глобальних катастроф із великою кількістю загиблих), але навіть за таких умов він має лишатися незворушним і не здійснювати експертизи, бо він відіграє роль очевидця й за найменшої нагоди повинен вийти на цифровий зв'язок із найбільш обізнаними експертами.

А тепер спробуємо з'ясувати, чи відповідають окресленим параметрам так звані «художні» репортажі, серед ознак яких дослідники називають «домінування діалогів, що дозволяють краще розкрити характери людей, мотивацію їхніх вчинків; часте використання великої кількості розділових знаків – крапок, тире, багатьох знаків оклику,

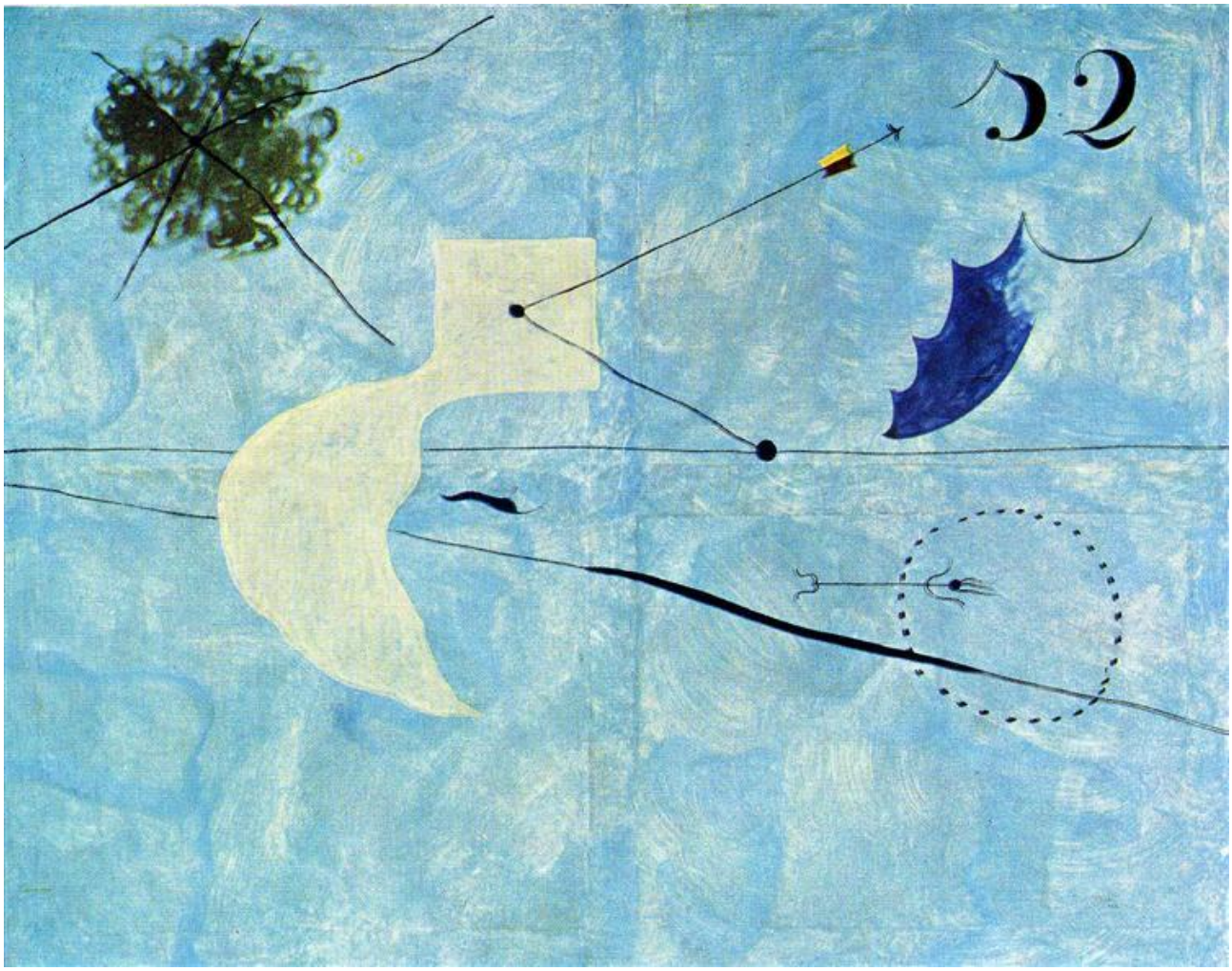
риторичних питань; фіксація мовлення героїв та його подача без редагування (сленг, звуконаслідування, діалектизми, просторікування)» [Шутяк, 2015: 9]. На нашу думку, усі ці «маркери» включно з ефектом прямоефірності не роблять текст репортажем. Вони навіть не проєктують типовий нарис (оповідний художньо-публіцистичний твір, у якому автор зображує дійсні факти, події, конкретних людей). Це швидше за все оповідання або новела (невеликий за обсягом прозовий художній твір, словесне повідомлення; розповідь). Однак, можливо, то лиш теоретичні неточності. Проаналізуймо реальний «художній» репортаж Надії Швадчак «Голоси Святогірська», поданий для опрацювання в навчальному посібнику Володимира Павліва «Репортаж: між фактами і емоціями» [Павлів, 2015: 107].

За сюжетом матеріалу, журналістка зі Львова приїздить до Святогірська, міста на Донбасі, яке дивом оминули бойові дії. І там зустрічається з різними людьми та розмовляє про Україну, війну, вибори тощо. Уже на початку відчувається вміло завуальований суб'єктивний підхід, передусім у підборі співрозмовників, котрі всі, як на замовлення, виявляються позитивно налаштованими патріотами України (хоч навіть із їхніх коментарів довідуємося, що таких у місті – меншість). Для репортажу подібне абсолютно не допустиме. Власне, звідси й починаються фальсифікації. Далі в хід ідуть пропагандистські стратегії та художні засоби: «Українські прапори у Святогірську можна зустріти на адмінбудівлях, готелі та будинку Алли Валентинівни». «Мене часто питають, чи не боюсь я. Але чого я маю боятися у власній країні? Не вчора ж його повісила. Не сім днів, а сім років висить. Чого я буду перед якимись виродками знімати прапор?» – Щиро дивується жінка. Вона точно знає, що голосуватиме за «Свободу». На мажоритарному вибирає між Іриною Довгань, з якої знущалися в Донецьку, і шестиразовим параолімпійським чемпіоном Віктором Смірновим» [6, с. 108]. Упродовж усієї розповіді стиль подання матеріалу не змінюється: «Але навіть якщо Слов'янськ відвоюють, то ми тоді до Харківської області… Ми ніяким боком не повинні відійти ДНР. Ми за мир, ми любимо Україну і не хочемо війни, – повторює Вікторія як мантру, слабко і тихо» [Павлів, 2015: 113].

Як бачимо, на репортаж цей текст геть не схожий. Коли було б більше фактів – можна було б вважати цей матеріал прекрасним нарисом, у якому присутні актуальна тема, яскраво виражена позиція автора, сюжет, образні засоби тощо. Однак фактів явно замало. Тому

це оповідання – жанр художньої літератури, а не публіцистики чи журналістики.

Отже, нефікційна творчість в Україні начебто опрацьовується, однак учені ведуть відособлені та, як вислід, однобокі (переважно літературознавчі) дослідження, які до журналістики мають украй опосередкований стосунок. У результаті нон-фікшн не лише не виконує належних функцій, а й утрачає органічний сенс і створює безліч проблем у вимірах журналістики, етики, юриспруденції тощо. Аби уникнути подальших фальсифікацій, ученим слід об'єднати зусилля, звернутися до першоджерел та чітко розмежувати белетристику й журналістику (маючи на увазі, що наукова діяльність – органічна частина масової комунікації та втілюється у форматі класичної статті й лонгріда). Щодо художньої літератури, то ми вже з'ясували її основні визначники: образність, естетика, переважно ірреальність. Надалі прицільно зосередимося на журналістиці та публіцистиці.



У наш час наукова журналістика функціонує в різних форматах: у вигляді, наукових та науково-популярних видань, рубрик в універсальних ЗМІ, блогів, сховищ інформації, класифікаторах хостингів тощо. На думку дослідників, основна проблема цієї журналістики – відсутність спеціалізованих кадрів. У контексті пропонованої нами концепції, ця проблема надумана, оскільки журналісти абсолютно й повністю мають покладатися на думки експертів, а вже постскриптум враховувати свідчення та враження інших учасників комунікаційного процесу. Але, безумовно, чим ерудованіший журналіст, тим продуктивнішою буде його діяльність.

Розділ 5
РАЦІОНАЛІЗМ ТА ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЯ В ЦАРИНІ ЖУРНАЛІСТИКИ

5.1. Комунікаційний аналіз новітніх засобів масової інформації

5.1.1. Уніфікування публіцистичного інтеркурсу. Преса

У розуміння витокової журналістики й публіцистики традиційно «вкладають» уявлення про друковані газетні видання (періодику) та аудіовізуальні тексти. Однак їх еквівалентами, як ми вже з'ясували, можна вважати й рукописи, літописи тощо. Нічим не відрізняються від сучасної публіцистики також найдавніші ораторські та судові промови й проповіді.

Першопочатком сучасних газет вважаються «Acta diurnal senates as populi» («Щоденні протоколи сенату і римського народу»), у яких на дошках із глини діурналісти (попередники медійників) публікували міські новини, еквівалентні сучасним «бульварним» виданням, і виступи у Сенаті (теперішні репортажі).

Перші ж рукописні, хоча й іще не періодичні, видання з'явилися в епоху Відродження в розвинених європейських країнах: Італії (Венеція), Німеччині (Франкфурт), Франції (Париж), Англії (Лондон) [Михайлин, 2005: 23–29]. То були повідомлення за дрібну монету (gazeta) про торгові новини. Їх поширювали гінці та пошта, яка називалася таксі. Якщо мислити категоріями сучасності, то функціонувала тоді не журналістика, а реклама, місія якої – продати новини як товар і продукцію (наче ноу-хау). Усе, хоча й не відразу, змінилося після винайдення друкарства. Ця подія не лише вплинула на розвій публіцистики, а й спричинила розкіл християнства й загалом була причиною дискусійної опозиційності в багатьох сферах людської діяльності як культури. Однак до XVI ст. журналістики (періодичних газет) ще не було. Виходили лише рукописні неперіодичні бюлетені. Роком «народження» регулярної преси вважається 1585. Тоді у Франції побачив світ проєкт Людовіка XIII та кардинала Рішельє – «La gazette de France» («Французька газета»). У ЗМІ в основному йшлося про події, які стосувалися королівського двору, містилася також платна реклама. Видання загалом можна вважати ідеальним утіленням авторитарної моделі комунікації. Така ж газета під назвою «Щотижневі новини» вийшла в

1641 році в Англії. Однак це ще також була не зовсім преса, а швидше друкована пропаганда.

Роком народження нетенденційної преси вважають 1609. Першу універсальну газету надрукували в Німеччині (Страсбург). Її наповнили новини з багатьох німецьких і європейських міст. Редактор-видавець цього тижневика друкар Йоганн Каролюс до появи газети займався складанням рукописних інформаційних листків, тому досвід «виробництва новин» у нього вже був непоганий. Відповідно, проєкт виявився успішним. Згодом у Німеччині з'являлись інші одне на одне схожі друковані ЗМК, які не мали навіть чітко визначених назв. Місце їх видання та прізвище редактора-видавця теж зазвичай не вказувалися. Розташування матеріалу в цих газетах залежало не від ступеня важливості описуваної події, а від дати надходження інформації. Новини там не коментували й подавали без будь-яких рубрик, а політичні події чергували з не завжди достовірними сенсаціями.

Упродовж віків газетне виробництво вдосконалювалося. І десь на початку XIX ст. досягло піку своєї довершеності. Узірцевим друкованим ЗМІ можна вважати найстарішу щоденну газету Сполучених Штатів – «Нью-Йорк Таймс». Із часу свого заснування (у 1851 р.) видання орієнтувалося на підтримку освіченої аудиторії та намагалося бути всеохопним у подієвому (висвітлення фактів американського та світового життя) і форматотворчому (широка жанрова палітра) аспектах. У 1896 р. воно вийшло на поважний міжнародний рівень та стало авторитетним завдяки якісним репортажам із місця глобальних природних (техногенних) катастроф і гарячих точок двох світових воєн. Як усі серйозні ЗМІ «Нью-Йорк Таймс» в основному вербальна (відповідно – чорно-біла), але фотографії та інші зображення присутні. Вони розміщені в центрі шпальти й відіграють роль передовиці. Указівкою на те, що газета американська, є перевага інформаційного над аналітичним (названий дисбаланс – загальновизнане «тавро» американської школи журналістики, яка завжди орієнтувалася на констатацію фактів і торгівлю новинами, себто була постачальником «інформації для роздумів»). Вочевидь, надмір інформації призвів до того, що газета з часом модифікувалась у формат інформаційного агентства – компанію, котра, окрім «Нью-Йорк Таймс», видає зараз інші газети та журнали, уключно з електронними та мережевими ЗМІ.

В Україні перша газета, яка з'явилась у Львові 9 липня 1749 р., мала назву «Львівський кур'єр». Вона була польськомовна й видалася

всього один раз. Наступна («Gazett de Leopol» «Львівська газета») вийшла також у Львові через 27 років, цього разу – французькою. Дата появи найпершої україномовної газети («Український вісник») – 1816 р. Місце – Харків. Упродовж історії українські газетні видання модифікувалися, зважаючи на ідеологічні системи, деякі навіть змінювали назви. На жаль, жодна з українських газет «не засвітилася» й не стала відомою на міжнародному овиді.

Серед найрейтинговіших українських видань сучасності – «Дзеркало тижня», «День», «Експрес». Це газети різного формату та рівня. «Дзеркало тижня» – міжнародний тижневик, який охоплює політичну, економічну, суспільну проблематику, «День» – щоденна українська газета з акцентом на морально-етичних проблемах і національних інтересах. «Експрес» – популярне видання розважального характеру. Відповідно до статусу, вони й оформлені та «наповнені». «Дзеркало тижня» використовує три брендові (доволі стримані) кольори: білий фон, чорний шрифт, блакитне забарвлення назви. На шпальтах цієї газети весь матеріал міститься в трьох рубриках: «Влада», «Гроші», «Людина». Статті пишуть винятково штатні (дуже добре підготовлені) журналісти-інтелектуали. Інші працівники мас-медіа та реципієнти можуть брати участь лише в обговоренні проблем (в електронному вияві газети, бо друковане останнє число вийшло на межі 2019–2020 рр.). Видання політично нейтральне й вважається одним із найдостовірніших джерел інформації в медіапросторі України.

«Експрес» – суспільно-політичне видання, продукт «Експрес Медіа Груп» – провідної інформаційної компанії України (котра, окрім цієї, видає ще кілька газет). Однак, незважаючи на серйозне спрямування, видання створює враження не інтелектуального, а такого, що розраховане на доволі широку аудиторію. Усе – від червоного кольору до сенсаційних публікацій – засвідчує маскультівські плани та стратегії. Навіть політична інформація, зазвичай, «приправлена» сенсацією. «Як повідомляє ТСН, – зазначено в числі за 26 жовтня 2010 р., – російський прем'єр-міністр Володимир Путін прибув з візитом до України із поганим настроєм та чимось схожим на великий синець на лівій вилиці. Крім цього, у нього на обличчі був дуже помітний набряк, який завважили журналісти під час зустрічі Путіна з його українським колегою Миколою Азаровим. Все це було погано замасковано гримом. Українські журналісти запитали у своїх російських колег, чи все гаразд у Путіна зі здоров'ям. Проте ті запевнили, що

нічого підозрілого з настроєм і зовнішністю прем'єра немає, а синців вони не бачать. Проте Володимир Путін, який завжди відзначався балакучістю та хорошим почуттям гумору, був цього разу сумний, мовчазний». Загалом складається враження, що статус газети – це якась підстава. Але, вочевидь, зазначена провокативність і найбільше приваблює реципієнтів різного віку й, напевно, саме тому газета має стабільно високий рейтинг.

Газета «День», як ми вже зазначили, – видання виразно тенденційне (у доброму розумінні слова). На його сторінках активно обговорюються ідеологічні проблеми, які стосуються захисту національних інтересів. Саме тут п'ять років тому «зазвучала» тема голодомору, а зараз – проблема двомовності. Це одне з тих видань, які не підлаштовуються під зміну влад та ідеологій, а мають власну позицію й відстоюють її за будь-яких обставин. Газета відверто виділяє серед основних функцій ЗМІ виховну. Спільно з Острозькою академією засновано «Клуб вільного інтелектуального спілкування молоді», мета якого – «об'єднати студентство навколо ідеї україноцентризму». «День» також – найбільш дискусійна медіаплатформа, яка охоче публікує відкриті листи, звернення до головного редактора, різноманітні есеїстичні роздуми. Однак задля справедливості слід сказати, що ми не бачили на сторінках цього ЗМІ жодної інформації інтелектуального ґатунку, яка б вартісно опозиціонувала просвітянським ідеям та стратегіям. Вочевидь, на таку інформацію існує табу. А це вже, схоже, – порушення фундаментальних принципів журналізму.

Світовий розквіт газетного дискурсу – XIX ст. Тоді на їх шпальти змістився центр політичного та суспільного життя усіх європейських держав. У XX ст. періодика продовжувала успішно розвиватися, але поступово видозмінювалася, оскільки з'являлися нові електронні ЗМІ (радіо, телебачення, інтернет). Не будучи здатною конкурувати з найновішими мас-медіа в оперативності передачі інформації та емоційності, преса зробила ставку на коментарі, докладний аналіз, висвітлення місцевих новин, рекламу й оголошення. А на початку XXI ст. інтернет «відібрав» у неї останню пальму першості – імідж найефективнішого поширювача реклами.

Останнім часом преса переживає справжню кризу. Деякі видання трансформуються в таблоїди, що дає змогу економити папір та залучати більше молодих реципієнтів («людей ока», як назвав їх Маршал Мак-Люен), які ніколи не були палкими прихильниками

звичайних паперових газет. Однак перехід в електронний формат не є для друкованих ЗМІ панацеєю й не завжди приносить очікуваний економічний ефект. Зрештою, можна навіть подискутувати, чи то є газети, чи вже якісь інші мас-медіа. Адже вони, по-перше, «не беруться в руки», по-друге, проходять не лише через візуальний канал (бо все частіше містять відеосюжети та рекламу), по-третє, на думку читачів, не заслуговують на таку міру довіри (адже інтернет-матеріали не контрольовані законодавством, можуть легко «стиратися» та коригуватися тощо). Можна ще називати відмінності. Але на загал дійсно складається враження, що то якась нова естетико-комунікативна система.

Із приводу того чи однаково є давні й сучасні друковані видання газетами чи ні, можна сперечатися. Однак існують критерії, які об'єднують цю медіакатегорію в одну більш-менш однорідну дискурсивну комунікативну систему, котра в інформаційному форматі вибудовується за моделлю трансмісії, в аналітичному – рецепції, а якщо видання бульварне – за моделлю привернення уваги. Інформація в пресі в будь-яких випадках проходить через зоровий канал, частково задіюючи тактильний і нюховий (якщо газета паперова). Цей дискурс є порушенням законів звичної комунікації, оскільки передає повідомлення на відстані. На рівні стратегій подачі фактів та аналітики в пресову комунікацію вмонтовано механізм довіри, адже друковане слово передбачає велику міру відповідальності (хоча інколи, за аналогією до розважальних ЗМІ, воно також лише сенсаційно вводити в оману). На рівні стратегій сприймання інформації все розголошене в пресі здебільшого сприймається та осмислюється аудиторією (себто розраховане на реакцію у відповідь) і дуже рідко лише фіксується як подразнення (наприклад у розважальних виданнях). Комунікатор тут – зазвичай – автор. Однак у газетах наявне також і фатичне спілкування «ні про що», а отже, мовець може бути й контактером (хоча в сенсі символізації інформації газета значно поступається іншим ЗМК). На жаль, інколи автор статей – символізатор (зазвичай підкуплений журналіст). Публіцистичний дискурс має основний і поствияв. Повторна комунікація – свідчення популярності та аналітизму видання (адже «пост-» – це те надзвичайно актуальне й потрапляє в ситуацію повторного обговорення).

Однак преса не бездоганна. Серед її основних вад – неоперативність. Газети, порівняно з іншими ЗМК, не встигають швидко пода-

вати новини. Окрім того, періодика розрахована майже виняткова на освічених людей. Серед новітніх ЗМІ вона найелітарніший медіум (хоча не настільки, як мистецтво чи література).

5.1.2. Генерація та конгломерація естетико-комунікаційних систем. Телебачення. Інтернет

До появи електронних ЗМК призвели фундаментальні дослідження не лише у сферах точних наук: електрики, електроніки, техніки, а й у царині «гуманітарних фантазій», де ідея «бездротового» зв'язку, як ми вже пересвідчилися, існувала в художній літературі, у паранормальних практиках спіритів, у мріях раціоналізаторів тощо. Тому, незважаючи на солідний вік телебачення, і досі тривають дискусії з приводу того, що ж воно таке – кіно, видовище, тип журналістики чи новий вид мистецтва. Аби зупинитися на якійсь із констатацій, з'ясуємо, які ж виражальні та зображальні особливості цього ЗМІ.

Найхарактернішими засобами телевиразності є, безперечно, світло (тобто зображення) і звук, завдяки яким формується багата художня палітра аудіовізуальної комунікації, у структурі якої найвагомішими (слід уточнити – для телевізії як журналістики) вважаються «живі» кадри прямої передачі інформації (саме завдяки online-кадрам забезпечується одночасність подій та їх перегляду на екрані).

А от для телебачення як мистецтва (у його художньому вияві) куди важливішими є ракурс (зображення об'єкта з різних боків і поглядів рухомою й статичною кінокамерами), який дає можливість усебічно висвітлювати зняте на камеру, особливо демонструвати мімі-ку, жести й рухи людей, створювати візуальні метафори, та монтаж – підбір й об'єднання окремо відзнятих кадрів. Отже, маємо два однаково важливих складники – зображення й мову. Щодо мови, то тут усе начебто зрозуміло. Однак поряд з основною її функцією в телекомунікації часто виявляється й інша, вербально-допоміжна, яка пояснює та доповнює зображення. З. Дмитровський уважає, що ця функція перейшла з документального кінематографа, пристосувавшись до вимог «малого» екрана [Дмитровський, 2006: 22–23], і виявилася в новій царині сильнішою й відчутнішою. Пояснити це можна тим, що телевізійний образ слабший, аніж у кіно, тому потребує підсилення словом, котре коментуватиме чи узагальнюватиме візуальне. Інформаційну місткість слова розширюють і роблять доступнішою міміка та жести. У телемовленні те, як людина сказала,

часто перетворюється на те, що вона сказала – у неповторності жестикуляції, інтонації, міміки власне й специфіка неілюстрованої телевізійної інформації.

Із погляду семіотики, зображення є такою ж комунікаційною знаковою системою, як і мова. Отже, воно також має свою «граматику», тільки, на жаль, не таку прозору, як слово, і зрозумілу лише фахівцям. Нерозуміння вимог до зображення на телеекрані, нехтування ними породжує невиразність та випадковість візуальної інформації, що найчастіше спостерігається в інформаційних програмах місцевих телестудій. Творці регіональних новин, зазвичай, забувають, що жодна оперативність не може компенсувати загалом низький професійний рівень відеоматеріалів, навіть якщо вони мають якісний вербальний супровід. Зображення на телеекрані по-іншому подає навколишній світ, ніж це робить друковане слово чи радіо, основною його властивістю є якраз наочність, тобто конкретність, безпосередність, автентичність того, що сприймає око. Якщо надруковане чи вимовлене передусім звертається до мислення реципієнта, то зображення – до його зорового сприйняття, яке перебуває в постійному контакті з абстрактним мисленням і діє на нього. Лишень велика емоційна сила зображення здатна «ввімкнути» логіку.

Учені-фізіологи давно зауважили, що людський мозок складається з двох півкуль, кожна з яких виконує автономні функції: ліва є центром логічних операцій, права – образного, емоційного мислення. Відповідно, слово переважно сприймає ліва півкуля, а зображення – права. У такому разі можна стверджувати, що звукозоровий образ діє на обидві півкулі одночасно, унаслідок чого реалізується найвищий рівень впливу на глядача: саме завдяки аудіовізуальній «мові» забезпечується ефект присутності та співучасті в інформаційному просторі. Подібна психологічна картина властива й для радіо, однак там пропонується лишень звукова картина, а телебачення робить її зримою, створюючи ілюзію співучасті. Отже, телевізійна інформація найбільше спонукає до ідентифікації суб’єкта сприйняття й об’єкта показу – реципієнт максимально вживається в образ на екрані та починає відчувати зображуване «шкірою».

Специфіка телевізійної інформації виявляється не лише у виражальних засобах, а й у своєрідних психологічних умовах сприйняття: аудіовізуальна інформація надходить до реципієнта безпосередньо додому. Ця властивість телебачення ріднить його з декоративно-

прикладним мистецтвом, яке, як ми пам'ятаємо, прийшло до нас у дім, стало інтимно-домашньою частиною побуту.

Будучи фактичним, натуралістичним, хронікальним (із можливістю відтворювати все максимально наближено до реальності), телебачення має й неперевершені можливості відбору та інтерпретації дійсності. І відбувається це, зазвичай, на різних рівнях: можна спрямувати камеру «не туди» (на затекст), обрати невдалий ракурс, зрештою – просто проігнорувати одну подію на користь іншої. Таким чином телекомунікація, по-перше, дуже ефективно вводить нас в оману (оскільки важко не повірити тому, що ми бачимо «на власні очі»), по-друге – пропонує споживану (найчастіше доступну та сенсаційну) інформацію, яка здатна привернути увагу й не обов'язково ставить собі за мету спонукати до роздумів (підспудно вважається, що аналітика – домінанта преси). Отже, телебачення приховує в собі величезну загрозу стандартизації та уніфікації нашого мислення: масове споживання однакової продукції, якість якої невисока, спроможна плекати в суспільній свідомості шаблони та штампи масової культури й спонукати до шоуїзації інформаційного простору – засилля розважальних проєктів і технологій.

Саме розважальна телепродукція найчастіше стає предметом безкомпромісної критики. Медіадослідники глибоко стурбовані поверховістю телебачення, його намаганням усе, навіть серйозні дискурси, перетворювати на шоу. Як вислід, учені звинувачують телебачення в потуранні невибагливим смакам, зловживанні неестетичними сюжетами [Косюк, 2009: 3] і ставлять питання про те, чому воно (телебачення) таке? Серед причин поверховості експерти називають комерційну природу цього ЗМІ та відсутність у його структурі текстів (у вузькому традиційному розумінні слова). Більшість експертів переконані: аудіовізуальна культура зруйнувала вербальну модель комунікації: текст і зображення помінялися місцями (мовляв, основна комунікативна роль тепер належить зображенню, а текст додається як ілюстрація). Відповідно, перебудова комунікативної моделі спричиняє трансформацію свідомості суб'єктів діяльності (журналістів, реципієнтів тощо), яка тепер має бути пов'язана з якісно іншою (позатекстовою) логікою комунікації. На думку М. Мак-Люена, котрий уважав телебачення деградаційним ЗМІ, який повертає людину до «печерної» візуальної культури, функціонування новітніх ЗМК уже не є похідним від подій. У свідомості людини мас-медіа діють як першопричина, що наділяє

дійсність своїми властивостями [Мак-Люен, 2001]. Іншими словами, відбувається конструювання реальності засобами масової комунікації. Так медіа формують власний міфологічний простір, який «диктує» особливі форми творення й сприймання інформації. Осердям міфологічного, як відомо, є образне та ігрове. Тому діяльність електронних ЗМІ, передусім, телебачення, найбільше й найшвидше активується в аспекті розважальності [Косюк, 2009] та видимої поверховості. Навіть із повідомлень, що раніше вважались інформаційним сміттям, формуються «новини-товари», «сировиною» для яких є події. Звичайні явища при цьому підносяться як щось дуже важливе, варте захоплення. Намагаючись самотужки відшукати серйозні проєкти високого стилю – антипод розважальності, – ми змушені були констатувати: серед телепродукції їх просто не існує. Виявляється, телепроєкти творяться винятково за ігровими майданними технологіями (на які підспудно «закодований» сучасний реципієнт), оскільки аудіовізуальні ЗМІ «грають» у складну ретрансляційну гру, результат котрої – задоволення предковічних ритуально-карнавальних потреб, які, як відомо, не спростовуються жодними здобутками цивілізації. Отже, принцип розважання став обов'язковим для всього масиву аудіовізуальної продукції – нащадка майданно-карнавальної комунікації. Тому гра в контексті перехідної культури є найфундаментальнішою стратегією медіавиробництва й, відповідно, найефективнішою формою розвитку масової комунікації та журналістики [Косюк, 2009]. Прийнята в постмодерну епоху як модель пізнання й форма творення культурних «продуктів», гра стає також формою існування реципієнта (його природним, підпорядкованим потребам і незалежній волі, середовищем). Окремі вчені, думку котрих ми поділяємо, припускають, що на новому витку цивілізації медіагра пропонує повернення до одвічно властивого людству міфологічно-емоційного ставлення до дійсності, до стремління розглядати явища природи й культури не з позиції їх вартості на ринку попиту та пропозиції (як стереотипно вважається), а з погляду їх духовної значимості й причетності до найглибинніших, найсокровенніших сфер буття. Отже, телегра – із реципієнтом, текстом і навіть творцем – наближає нас до іронічного модусу, який припускає існування реальності, котра не піддається звичним принципам пізнання та оцінки. Як вислід – новітня естетико-комунікативна система, власне, й осягається лише у своєму ігровому релятивізмі. Тому лише високий рівень індивідуального таланту

реципієнта-інтерпретатора та глибина проникнення в архетипно-міфологічну кодифікацію телетекстів може забезпечити комунікативну владу над ними [Косюк, 2009].

Ще на зорі «телеепохи» С. Ейзенштейн [Эйзенштейн, 1985] передбачав і нову в цьому виді комунікації й мистецтва якість актора. На його погляд, ідеальний телеведучий – «жива», незапрограмована, невідшліфована (у сенсі – не штучна) людина, яка на очах у глядачів творить програму (своєрідний репортаж), упроваджуючи в дискурс невимушену «побутовість». Уважається, що саме відвертість спілкування спонукає глядачів бути розкутими та комунікаційно відкритими. Насправді ж зазначена відвертість позірна, вона дається нелегко і є результатом титанічної праці та колосальних зусиль. Можна сказати, що телеведучі майстерно творять ілюзію недискретного репортажу. Тому якісний телемовець змушений поєднувати в собі риси актора, журналіста, режисера, себто привабливість та ерудованість, легкість і природність у спілкуванні, миттєвість реакції, винахідливість, здатність до імпровізацій, публіцистичність. Телепрограму, до речі, готують не лише журналісти, а й відео- й телеоператори, режисери, звукорежисери, художники, освітлювачі тощо. Як бачимо, телебачення – колективна творча комунікація та найбільш «цехове» з усіх медіавиробництв.

Телебачення транслює миттєву інформацію, про яку лише наступного дня можуть «заговорити» газети й кінохроніка, а через місяці та роки – можливо, література, театр і живопис. Однак прямі репортажі – не єдина продукція цього ЗМІ. Не менш важливими є також огляди, кореспонденції, бесіди, коментарі, численні шоу тощо. З. Дмитровський у «Телевізійній журналістиці» подає цікаві міркування з цього приводу Р. Клера: «Телебачення може показати на екрані, з одного боку, – сцени, зафіксовані безпосередньо (у той момент, коли ми їх бачимо), а з іншого – картини, видовища, раніше відзняті на плівку. “Пряме” телебачення вже залишило позаду звичайне кіно, якщо йдеться про показ подій, у сфері “чистої” документалістики телебачення взяло гору. Але коли мається на увазі створення видовища, себто – драматургійний твір (написаний автором і зіграний акторами), застосування “прямого” телебачення наштовхується на численні обмеження. Тут актуальність події не відіграє ролі. Коли телебачення транслює “Гамлета”, мені байдуже, чи виконують сцену з гробарями за двадцять кілометрів від мене в цей момент (пряме телебачення), чи створювали її десь двадцять днів тому (телевізійний фільм)» [Дмитров-

ський, 2006: 19–20]. Як бачимо, Р. Клер чітко розмежовує комунікативну та естетичну специфіки телебачення, справедливо зауважуючи, що властивості телебачення-інформатора байдужі для телебачення-митця. Отже, художня актуальність твору, на відміну від актуальності інформаційної, не пов'язана з чинником оперативності. У цьому, до речі, вона максимально солідарна з художньою літературою: обидві є образними, а отже – колосально закодованими естетико-комунікативними системами. Цікаво, що «сказати» художні системи можуть набагато більше, аніж, наприклад, журналістські тексти, однак «прочитати» мовлене ними адекватно дуже важко, інколи практично неможливо. Хоча, як відомо, усе залежить від реципієнта. Цікаво: коли ми говоримо про телебачення, то маємо на увазі щось надзвичайно масове, публічне, таке, що збирає багатомільйонну аудиторію, насправді ж телеаудиторія розрізнена й передачі сприймаються індивідуально: кожен відбирає те, що його цікавить, відповідно до віку, професії, схильностей, уподобань, рівня інтелекту, пізнавальних цілей. Як вислід, у будь-якої інформації є безліч можливостей бути правильно або неправильно зрозумілою.

Загалом потрібно зауважити, що телебачення, подібно до інших електронних ЗМІ, як фактор масової комунікації має свої переваги та недоліки. На думку І. Михайлина, позитивним є те, що воно поєднує можливості радіо й преси, звукову та відеоінформацію, діючи на головні людські відчуття – зору й слуху (на які, до речі, припадає 95 % інформації, отриманої із зовнішнього світу), у такий спосіб телебачення домагається максимальної мобілізації інформативних можливостей людини; телекомунікаційний дискурс (єдиний серед усіх) досягає ефекту безпосередньої присутності глядача (хоча й ілюзорної), особливо за допомогою новітніх 3D-технологій; окрім значення виголошуваного в ефірі тексту та його інтонаційного забарвлення, телебачення, на відміну від преси й радіо, використовує специфічні, винятково йому притаманні засоби донесення змісту висловлювань на кшталт міміки, жестів, поглядів, поз, розташувань тележурналістів у кадрі тощо; послуговується воно й специфічним аудіовізуальним синтезом у вигляді майстерного монтажу, музики, чергування близьких і далеких планів, темпоритмічної організації матеріалів, змістового текстового ряду, умілого коментування зорових образів; у телебачення наймасовіша аудиторія, особливо у вечірній час; телевізійний екран поєднує серйозні та розважальні програми у форматі різних каналів.

Отже, кожен глядач може відшукати щось своє [Михайлин, 2011: 97–98]. Можна сказати, що сьогодні ми сприймаємо світ крізь телевізійний екран, який демонструє нам водночас кіно, видовище, журналістику та адаптовує авангардні мистецтва.

Побутує думка, наче гідним суперником телебачення стає міжмережжя (інтернет) – система об'єднаних комп'ютерних систем глобального загальнолюдського суспільства, що зараз покриває практично всю поверхню земної кулі. На думку вчених, переваги цього ЗМІ – відкритість, нецензурованість, усеохопність тощо – одночасно є й недоліками… Напевно, так. Однак нам здається, що це навіть не окремий медіа, а поєднання всіх проаналізованих нами засобів масової комунікації, які, об'єднавшись, одночасно компенсували майже всі вади, однак паралельно набули рис нової амбівалентності. Але розвиток наукових досліджень мережі та власне системи «Інтернет» проходить початкові стадії не лише в Україні. Отже, це дуже аморфний дискурс, який ще стане надбанням академічної науки. Однак уже сьогодні, на нашу думку, можна сказати, що з хаосу народжується щось із цілком раціоналістичними обрисами...

5.2. Трансформація журналістики інформаційної доби

5.2.1. Архетипна раціосимволізація масової комунікації

Інтернет-простір переповнений вторинними знаковими системами, котрі виникли набагато раніше, аніж літери, слова й навіть зв'язне мовлення. Однак мало кому відомо, що варіанти використання цих знакових систем теж зреалізовувалися послідовно: спершу виникли сигнали (звичні реалії, які спонтанно діють на почуття та емоції, наприклад побутові звуки та освітлення), потім у людини з'явилася здатність сприймати ознаки (сигнали, які несуть інформацію, не оброблену свідомістю, як-от хмари та грім), а згодом homo sapiens навчилася не лише сприймати, а й творити варіанти знаків: ікони (зображення з легковловимою схожістю до зображуваного), індекси (фактори, що передають ситуативний зв'язок, який можна визначити логічно) і, нарешті – символи, які могли активізуватися аж тоді, коли значення настільки «приросло» до знаків, що стало самостійно циркулювати у вимірах поколінь та культур, а згодом уже й не усвідомлювалось, а сприймалося підсвідомо.

Символи розрізняються за хронологічним і сугестивним критеріями. Найглибший пласт презентують древні базові: сонце, вогонь,

вода, піраміда, золото тощо [Адамчик, 2008: 242]. Вони мають універсальний, не залежний від типу культури характер. На другому рівні – конвенційно-етнічна символіка: герб, прапор, гімн, специфічні кольори, культові герої й под. На третьому – соціально-групові: логотипи, торгові марки, стиль одягу, різноманітні реліквії. Насамкінець, четвертий рівень презентує індивідуальна символіка. У кожної людини вона своєрідна й неповторна, бо ідентифікує персональні вподобання, несвідомі втілення та потенційні творчі потуги. Усі зазначені символи присутні в засобах масової комунікації.

«Процес символічної кодифікації, – як ми вже згадували, – у ЗМІ відбувається стереотипно, або ж – оригінально. Стереотипна, підсилена архетипністю, кодифікація у сфері мас-медіа найбільш властива для реклами, оскільки символи, представлені в ній, мають бути загальнозрозумілі та впливати на підсвідомість (стереотипна символіка – то щось на кшталт жовто-блакитного кольору, тризуба, вишиванки, вона означає і позначає національний продукт). <…> Нестереотипно кодифікуються маскультівські твори, близькі до мистецтв високої проби: кінодокументалістика, художні фільми тощо та власне взірці оригінальної творчості, як-от: художня література, образотворче мистецтво, скульптура і под., адже в такому випадку вони – глибоко індивідуальні» [Косюк, 2012: 98], залежні від уяви творця. Масова комунікація використовує насамперед архетипні символи, які безвідмовно діють на всіх, незалежно від віку, статі, расової чи національної приналежностей, бо ці символи і є відповідником масовості (за комунікаційною пірамідою). І вони, як правило, впливають на формування символіки інших, менш стереотипних, рівнів: національного, групового, індивідуального.

Культуру загалом можна вважати набором кодів: кольорів, зображень, форм, які можливо «збирати» й «розбирати» по-різному. За знаками реально також визначити, якій традиції належить семіотика. Завдання журналістики, як відомо, – звузити закодовану багатозначність, оскільки ця сфера презентує змістове начало й має бути всім зрозумілою. Місія художньої творчості, як ми вже довідалися, – поглибити та ускладнити знаковість: пропонувати образні загадки, вичитувати приховані претексти, контексти, інтертексти тощо.

Процес символічної кодифікації в мас-медіа вже частково досліджений. Є навіть окрема книга Л. Павлюк «Знак, символ, міф у масовій комунікації» [Павлюк, 2006]. Однак жоден науковець не роз-

глядав символізації інфопростору з погляду раціоналізму, тому ми ставимо за мету дослідити в царині медій саме розумові символи, які підсвідомо налаштовують реципієнтів на критичне сприймання інформації.

Раціональні символи, присутність яких ми відслідковуємо за «Повною енциклопедією символів та знаків» [Адамчик, 2008], як і будь-які інші, поділяються на категорії: зображальні символи природи: дерево, плід горіха, вогонь (і подібне: іскра, світло, світильник, свіча, факел), лисиця, змія, сова; графічні: лабіринт, драбина, логос (зрячий трикутник), політ (зображення птаха), симетрія; іменні символи: голова, дзеркало, кришталь, перлина, ключ, книга, колодязь, крило; поведінкові: гра, дорога/подорож; символи-цінності: мова/слово; персоніфікації: Алконост (діва-птах із книгою), голем (людина-робот), берил як символ апостола Хоми, Меркурій, Аполлон/Геліос (божества вогню), Німота (піфагорійське мовчання – обсолютний нуль), Софія/Афіна (богині знань і мудрості); важливими символами є також сині кольори та їх відтінки й математичні числа та дії/формули.

На макрорівні уособленням дерева й водночас лабіринту можна вважати всесвітню мережу, а на мікро- – кожен персональний комп'ютер, адже й те, й інше постає як набір алгоритмічних можливостей зі сховищами інформації. Через велику долю сенергетизму та некерованості комунікаційна «павутина» викликає в користувачів то захоплення, то панічний страх і трепет, не випадково навіть назва «інтернет» тривалий час писалася, усупереч логіці правопису, із великої літери.

Дерево пізнання, лабіринт, павутина пов'язані з таємною мудрістю, котрої можна досягти, лише блукаючи та проникаючи в невідомість. Це також образ мікрокосму як схеми можливих утілень. Уособлюючи масову комунікацію, ці мегасимволи маркують цілу епоху постмодерну, яку вчені й футурологи нарекли інформаційною.

Так само постійно задіяним можна вважати вогонь та всі його похідні: світло, світильник, проміння тощо. Ця символіка присутня як у вигляді логотипного факела в презентації радіо «Свобода», так і в оснащенні сучасної техніки, котра, у буквальному розумінні, світиться. Образ світла/світильника як виразника раціонального підходу до потрактувань явищ масової комунікації відомий ще із язичницьких та ранньохристиянських часів. Саме він став ключовим образом-символом багатьох апокрифів, переважно гностичних (див. Євангеліє від Хоми [Апокрифы, 1989]). Особливе значення в царині медіа

належить Прометею – давньогрецькому титану, першовідкривачеві вогню й матеріальних благ. Із його ім'ям пов'язані назви художніх та анімаційних фільмів, наукових установ, магазинів продажу комп'ютерної техніки, ЗМІ. Активно діє львівська інформаційна агенція «Прометей». На сторінках незалежного інформаційного порталу можна ознайомитися зі свіжими новинами регіону та світу, поміркувати над блогами, переглянути мультимедіа. У Росії існує спеціальна премія «Прометей». У конкурсі на її отримання беруть участь сайти, мобільні додатки, інтернет-проєкти організацій та ЗМІ. Як зазначено на преміальному сайті, минулорічними фіналістами в десяти номінаціях стали 20 інтернет-проєктів. Серед найпопулярніших номінацій – наука й освіта та ЗМІ. На думку журі, «ця премія виявилася такою сучасною й актуальною тому, що вона говорить про сучасні технології мовою сайтів, мобільних додатків, тобто мовою цифр. Це абсолютно премія XXI віку [Лауреаты премии, 2017]. Жовто-помаранчева колористика вогню стала особливо популярною після революційних подій в Україні.

У масовій комунікації непоодинокі й анімалістичні символи раціоналізму. Передусім, сова, змія, лисиця. Сова презентує міжнародну інтелектуальну телегру «Що? Де? Коли?»; вочевидь, тут вона актуалізує проблему бачення прихованого. Контури птаха втілюють соціальну мережу для публічного обміну інформацією Twitter. Лисиця символізує популярну операційну систему – безкоштовний веббраузер Mozilla Firefox і, ймовірно, наділяє її своїми органічними рисами: хитрістю, усепроникністю, пронирливістю. Засоби масової комунікації, відштовхуючись від абревіатури – ЗМІ, навіть афористично нарекли зміями. І важко припустити, що це випадковий збіг, адже ще в гностичній традиції змія, яка кусає власний хвіст (урборос), асоціювалась із колом – символом нескінченності, досконалості та завершеності, себто втілювала уявлення про логічну інформаційну досконалість.

Не меншою популярністю в медійній семіосфері користуються графічні символи раціоналізму: уже згаданий лабіринт, сходи – уособлення градації й творення рейтингу, логос – гностичний «зрячий» трикутник (на який варто звернути особливу увагу, адже це теж архетипний символ, пов'язаний із гностицизмом та майже непроглядною архаїкою). Почнемо з того, що названий символ присутній у найнесподіваніших нішах масової комунікації, приміром на комп'ютерній панелі, яка дає змогу рухати текст і виконувати інші операції.

Така прихованість, вочевидь, теж не випадкова й чимось нагадує підспудну закодованість знаменитих полотен відомих художників, твори яких і досі «адекватно» зрозуміти неможливо. Проблемність ситуації підсилюється непрозорістю самого символа, котрий по-різному трактується в різнокультурних контекстах. Однак найусталеніша його інтерпретація – утілення досконалості та організованості. Логос сприймається як упорядкована інформаційна структура, яка протиставляється аморфному та позбавленому сенсу хаосу.

Серед символів-імен у медіапросторі пальму першості слід віддати книзі, ключеві й дзеркалу, хоча всі інші репрезентанти названої категорії теж присутні, щонайменше – у назвах ЗМК. Книга – фігурант масової комунікації ще з часу появи друкарства. Саме вона, власне, і зробила комунікацію масовою, наділивши її фактором прискореного циркулювання. Із тих пір безпосередньо чи опосередковано, як, наприклад, у добу електронних технологій, книга символізує знання та процес їх здобування. Сторінки в газетах і журналах, вікна в мережі постійно вдосконалюються, створюють додаткові можливості споживання інформації. Щоправда, із книгою як утіленням знань та мудрості пов'язані й конотації сучасного інфопростору зі знаком мінус. Це, на думку вчених, зумовлено тим, що знання можуть мати як позитивний, так і негативний вислід. І якщо ще в епоху «Гутенберга» поширення інформації можна було якось блокувати, то тепер найнегативніше миттєво стає загальнодоступним.

Амбівалентна символізація притаманна й дзеркалу, яке водночас вважається образом істини й пізнання та невизначеності й оманливості. За сакральними першоджерелами, Бог створив дзеркальний світ «за своїм образом та подобою»… Пізніше вже людина «сконструювала» віртуальний світ – теж за власною «подобою». Але обидва світи дають неточні відображення, примушують губитися в здогадах, подекуди навіть лякають… Однак «у своїй здатності відображати людину та довколишню реальність, дзеркало стійко співвідноситься із свідомістю та мисленням, які є інструментами самопізнання й відображення універсаму; поняття "рефлексія" (латинське "відображення") зближує думку та дзеркало. Уява, як твориво образів світу, також уособлюється в дзеркалі» [Адамчик, 2008: 161]. Як наслідок, медіатексти часто означають/«відбивають» щось «зовсім інше», прямо не назване – розгорнуту метафору реальності, яка потребує численних перекодувань.

Символізація ключа відбувається на кількох семантичних рівнях. І безпосередньо та майже тактильно він використовується набагато рідше, ніж образно. Звісно, цим словом називають ЗМК: газети, журнали, наукові моногафії, сайти. Але поширенішою слід вважати символізацію ключа на означення відкривання таємниць, прочитання таємних кодів тощо. Для того щоб активізувати антивірусну систему, здійснити авторизацію пошти й соціальних мереж, потрібно задіяти ключ-пароль або здійснити нову реєстрацію. Акцентування найважливішого теж пов'язане з ключовими словами (тегами). Комунікація загалом – то глобальна семіосфера, для розуміння та прочитання якої потрібні надійні «ключі». Важко дається навіть елементарне розрізнення символів й індексів, знаків, ознак, не кажучи вже про їх інтерпретацію на основі нестереотипних кодифікацій. Тому, як видно, символізація ключа таки найпомітніша в ЗМІ.

Змагатися з нею можуть хіба поведінкові раціосимволи – гра, дорога/подорож. Гра – провідна категорія постмодернізму, тому вона автоматично проєктується на всі сфери творчості та життєдіяльності й, відповідно – на медіа. Масова комунікація найбільш ігрова, адже її витоком, особливо в аудіовізуальному вигляді, загальновизнано майданну розважальну культуру: найдавніші ритуали та публічні дійства – від карнавальних святкувань до публічних страт. Раціоналістичні параметри гри – домінанта, з одного боку, інтуїції, творчості, з іншого – правил, схем, моделей, відмов від будь-яких догм тощо. Окремі ігри, приміром кості, шахи, шашки, є прямими еквівалентами процесів глобальних творень, а також сакральними образами світу та людського існування. Як і в реальності, у медіасфері ігри градуються та поділяються на види – розважальні, азартні, ритуальні тощо. Однак найбільшу категорію становлять інтелектуальні, бо саме вони свого часу ідентифікували людину як розумну істоту й стали першоосновою творення цивілізацій та культур. Серед найпоширеніших і найвідоміших телевізійних «забав» – «Що? Де? Коли?», «Брейн-ринг», «Найрозумніший» та под. У газетах раціорозваги представлені в рубриках кросвордів, сканвордів, кейвордів і на рівні провідної медіатехнології сучасності.

Своєрідним еквівалентом гри можна вважати символи дороги/подорожі, що також накладаються на складні схеми-лабіринти. Щодо символів-цінностей, то основні з них – мова й слово – поза будь-якою конкуренцією. Це не лише універсальні втілення мислення (яке відрізняє людину від інших живих істот), а й глобальні уособлення

творення, акцентування креативного начала, «оживлення» невідомого, а отже – називання неіснуючого. Не випадково лексеми «мова», «слово», «логос» трапляються в медіасфері повсюдно, важко навіть сказати, де тут їх немає. Слова разом із вторинними знаковими системами ніби розширюють інфопростір, роблячи його недосяжним для абсолютного пізнання еквівалентом космосу. Інколи символізація мови переходить у свою протилежність – німоту (абсолютний нуль/піфагорійське мовчання), котра, як це не дивно, також є давнім фактором раціоналізму. Безмовність – символ знання. Як зазначає повна енциклопедія символів і знаків, «перша стадія учнівства в піфагорійців передбачала п'ятилітнє мовчання, яке дозволяло вслухатися в "музику сфер", проникати в таємниці всесвіту. Мовчання постає як знак відречення від суєти говоріння. Тема мовчання символізує також витоковий ембріональний стан світу» [Адамчик, 2008: 317–318]. У сучасному медіапросторі німота виконує й органічні функції: аби показати, що людина втомилася від спілкування, у соціальних мережах вивішують «німу» аватарку. Для створення блогів, сайтів тощо пропонують «білий» простір для ресурсу. Щоб уникати непристойностей, у серйозних ЗМІ закривають ніші для коментарів. Приклади можна множити.

Раціосимволів-цінностей у медіях, мабуть, найбільше. Це назви та зображення численних древніх (переважно античних) богів, котрі уособлюють розум, знання, пошук, творчість (Меркурій, Аполлон, Геліос, Афіна, Софія тощо). Ці символи легко запам'ятовуються та відразу впадають у вічі завдяки візуальній фактурності. Однак найпоширенішим символом такого ґатунку слід вважати голема – людину-робота. У найдавнішій, кабалістичній, традиції – це «людина», створена випадковим набором літер єврейського алфавіту, котра не має ні душі, ні власної волі. «У Талмуді присутній опис: "Варіюючи різноманітні невимовні буквосполучення імені Бога, Рабе випадково створив людину"» [Адамчик, 2008: 82]. Голем покликаний слухняно коритися волі Всевишнього, інакше вийде з-під контролю й стане небезпечним. Образ голема найчастіше розглядається як пересторога для самодостатнього, пихатого та надто захопленого знаннями людства, котре «сконструювало» паралельний світ цифрових технологій – віртуальну реальність, і тепер може загинути від «рук» власного творива. У такому розумінні синонімом голема часто постає симулякр – копія без оригіналу, творення псевдоречей та ірреальностей.

Важливими семіотичними маркерами в мас-медіа є ще й усі відтінки синього кольору, особливо з переходом у зелений та червоний. Вони присутні в назвах і фонах ЗМІ, пошукових систем, соціальних мереж, фірм, які займаються комунікацією й цифровими технологіями (Acer, AVG, Mellanox, Micron, Samsung, Storagecraft, Supermicr, WD, Facebook тощо).

Важливим показником інтелектуалізації медіапростору є також використання математичних чисел та формул. Найчастіше вони виконують фоново-шпалерну функцію (як-от зображення вітрувіанської людини Леонардо да Вінчі, формул Ейнштейна й інших геніальних учених), але присутні й у кодах та паролях доступу.

Отже, раціональна символізація – це не лише архетип, а й стереотип сучасної масової комунікації, яка, вочевидь, продукується за ритуальною моделлю, бо саме повідомлення такої комунікації символічні й залежать від давніх асоціацій. Але раціо споконвіку вважалось органічним атрибутом рецептивної моделі, котра передбачала складні кодування й інтерпретації. Проте в епоху цифрових технологій ці дві моделі несподівано об'єдналися та інтелектуальний складник став обов'язковим і для масового споживання. Аби розібратися в дивному симбіозі, спробуємо прицільніше розглянути ключову й визначальну сферу масової комунікації – журналістику, котра виводить безпосередньо на реальність та актуальні й оперативні тенденції.

5.2.2. Нова функціональна модель як запорука реабілітації журналістики

За офіційним повідомленням «Репортерів без кордонів», у 2015 р. загинуло 110 журналістів: 67 – виконуючи професійні обов'язки, причини смерті решти й донині не встановлені. Найнебезпечнішими для медійників виявились Ірак, Сирія та Франція (через напад на «Шарлі Ебдо»). Далі (у порядку спадання) – Ємен, Південний Судан, Індія, Мексика, Філіппіни, Гондурас. У «топ-10» потрапила й Україна – четверо загиблих (це вдвоє менше, ніж попереднього року, і вдвоє більше, аніж позаминулого). Справжнім пеклом для національних журналістів став 2014 – рік майданних дійств, анексії, початку революції й війни. У листопаді Україна виявилася лідером за кількістю викрадених та заарештованих працівників ЗМІ. Усього за місяць на київському Майдані, у зоні АТО й Криму зникли 33 особи [Rsf annual round-up, 2015]. Зважаючи на те, що у світі за останнє десятиліття

загинуло більше восьми сотень працівників ЗМІ, генеральний секретар організації «Репортери без кордонів» Кристоф Делуар заявив про необхідність призначення спеціального представника генсека ООН із захисту працівників медіасфери.

Після оприлюднення таких жахливих цифр постає елементарне питання: чи можна вважати загибель органічним складником або вислідом журналістської професії? Відразу напрошується відповідь – ні. Інакше журналісти не позначали б себе спеціальним одягом з ідентифікаторами в гарячих точках планети та під час майданних дійств. Вони ж не маркують себе як смертників. Вони це роблять спеціально для того, щоб їх не чіпали й не перешкоджали професійній діяльності. Себто таким чином вони оголошують нейтралітет. Річ, вочевидь, у тім, що вони названого невтручання не дотримуються. Із цього приводу, до речі, уже тривають дискусії, учасником однієї з яких (обговорюється моніторинговий матеріал Ірини Андрейців про те, як висвітлюють бойові дії українські ЗМІ) [Андрейців, 2015] став відомий медіакритик Отар Довженко. «Не думаю, що готовий дискутувати з аргументами на зразок “падлюка” і скільки їй заплатили за проросійську позицію, – зазначає він, – але просто хочу зафіксувати свою думку. Я загалом більш-менш толерантний до співпричетної журналістики, тобто тієї, що висвітлює бойові дії на Донбасі в стилі “хлопчики-тримайтесь”. Вважаю її варіантом норми, бо розумію, чому журналісти та цілі редакції обирають саме її. Але сам волію дізнаватись новини від журналістів, які дотримуються нейтральної позиції, добирають нейтральну лексику. Це не означає, що для них українські війська – те саме, що сепаратистські або російські, і вони не розуміють різниці. Це означає, що їхня мета – інформувати, причому всіх, а не тільки тих, хто за Україну. Цю думку, до речі, добре сформулював свого часу Андрій Куликов, – пише О. Довженко, – хоча серце моє тьохкало й не погоджувалося з ним: ми хочемо, сказав він, щоб нашим новинам вірили всі, зокрема й ті, хто не підтримує Україну. Тому ми вживаємо такі формулювання, які не відтинають цю частину аудиторії» [Довженко Отар, 2015].

Аби визначитися з позиціями, на нашу думку, варто стисло відслідкувати становлення журналістики як особливої діяльності й акцентувати її органічні функції, серед яких, напевно, була й функція посередництва, і сугестивних впливів. Найперші з часу незалежності українські праці з теорії журналістики директора столичного

інституту А. З. Москаленка пропонують п’ять функцій (чомусь – саме преси): організаторську, виховну, пропагандистську, контрпропагандистську, соціологічну [Москаленко, 1998: 172–173]. Себто журналістика постає винятково як акт навіювання. Із плином часу з паном професором вступили в дискусію інші шановані теоретики, зокрема В. М. Владимиров, котрий запропонував викинути з переліку пропаганду та агітацію, які, на думку науковця, за своєю природою передбачають дезінформацію й підтасування фактів. Натомість учений радив поділити функції на основні та спеціальні. Основні – комунікативна (поширення інформації), пізнавальна (її виготовлення), конструктивна (завантаження інформації у суспільну свідомість). Спеціальні ще поділяються на об’єктні (артикуляції, кореляції, соціалізації) та суб’єктні (педагогічна, соціального контролю, корекції, просування) [Владимиров, 2007: 67–84] і т. ін. Неозброєним оком видно, що вже на рівні конструктивної функції, не говорячи про педагогічну, контролю й просування, з’являється підступна тінь пропаганди.

Інший знаний теоретик І. Л. Михайлин в «Основах журналістики» в розділі «Журналіст як суб’єкт масово-інформаційної діяльності» серед привабливих рис медіадіяльності виділяє можливість «примножувати у світі добро, боротися за справедливість, впливати на формування суспільної свідомості, громадської думки» [Михайлин, 2011: 5–27] тощо. Отже, знову «впливати» й «боротися». Можливо, це атавізм радянського інформаційного простору? Цікаво, що з цього приводу думають зарубіжні теоретики, які не потрапили під вплив комуністичної ідеології.

Один із найавторитетніших і найпопулярніших на сьогодні американських теоретиків мас-медій Деніс Мак-Квейл визначає такі функції ЗМІ: інформувати (повідомляти про події, оприлюднювати стосунки з владою), корелювати (пояснювати, коментувати, інтерпретувати, забезпечувати підтримку чинної влади і її норм, координувати суспільне життя, сприяти консенсусу, визначати пріоритетність та пекучість проблем), забезпечувати спадковість (розмежовувати панівну культуру й субкультури, формувати та підтримувати спільні цінності), розважати (відволікати, розслаблювати, розвіювати напругу в суспільстві), мобілізувати (об’єднувати довкола спільних цінностей) [Мак-Квейл, 2010: 13–67]. Як бачимо, пропаганда тут не тільки не зникає, а знову невимушено виходить на перший план. Виглядає так, наче сама

журналістська діяльність запрограмована на парадокс одночасного інформування та дезінформації. Спробуємо розібратися і з цим «амбівалентним» ремеслом.

Давно з'ясовано: журналістика й журналістська діяльність – це не одне й те саме. Журналістика виникла з появою газет, а виробництво та поширення новин існує споконвіку. Первісно збір інформації був основою індивідуального виживання. Ще в епоху кам'яного віку, до появи людини з прямою ходою, істоті, яка існувала, слід було якось себе захищати від тварин, собі подібних і потойбічних сил, себто бути інформованою про можливості та обмеження життєдіяльності. Потім з'явилися вістовники, квестори, глашатаї, кедді, нувелісти, оратори тощо, котрі на різних витках цивілізації займались інформуванням. То був тип комунікації, який пізніше теоретики назвали авторитарним, оскільки він обслуговував переважно суспільну верхівку та її ідеологію й був головним інструментом здійснення абсолютистської влади за допомогою цензури. Можна сказати, що авторитарна комунікація – чистої води пропаганда. Термін існування названої комунікації майже безмежний: від найдавніших часів – до XVII ст. (власне, до повалення самодержавства, початку розвитку капіталізму та (nota bene!) – появи друкованої преси). Саме дискредитація абсолютизму стала приводом для виникнення іншої моделі комунікації. Попередня вже не задовольняла потреби спільнот.

На зміну авторитарній комунікації прийшла її протилежність – ліберальна. Ця модель розвивалася в епоху Просвітництва (раннього капіталізму) і ґрунтувалася на ідеалах незалежності та вільнодумства. Учені вважають її наступною закономірною віхою розвитку масово-інформаційних суспільств. І це, на їхню думку, уже історія не пражурналістики, а саме журналістики: газети активно тиражуються – поширюються – виходять із-під можновладного контролю й стають товаром. Тож закономірно – потрапляють до рук того, хто належно їх фінансує. Цей фінансист певною мірою нагадує авторитарного монарха, бо починає блокувати опозиційні канали та всеохопно контролювати локальний інформаційний простір. Незважаючи на те, що факти від думок, за новою концепцією, наче й відмежовуються, однак стають дуже вибірковими, а думки модифікуються відповідно до потреб фінансового принципала. Відсутність цензури та відкриття доступу до урядової інформації теж не дають очікуваного результату, можна навіть сказати – обертаються своєю протилежністю: уседозволеність

легалізує не тільки інформацію з грифом «секретно», а й порнографію та дискурс насилля.

Щоб обмежити «гуляйполе комунікації», після Другої світової війни, яка в окремих країнах реанімувала авторитарну комунікацію, пізніше перейменовану радянсько-фашистською, проєктується нова модель – соціально відповідальна, провідна ідея якої – державне регулювання (загалом це ніщо інше, як повернення цензури). Ця модель майже скрізь функціонує й тепер, бо вважається більш-менш досконалою. Спробуємо визначити її переваги та недоліки. Отже, визначені творцями теорії позитиви: розмежування фактів і коментарів (але факти найчастіше вибіркові, а коментатори – заплановані); теоретично задекларована можливість висвітлення різних поглядів (хоча практично це майже нереально, якщо погляди стосуються, приміром АТО, повномасштабного вторгнення Росії в Україну 2022 р.); урахування думок та інтересів усіх верств населення (якщо дивитися соціальні мережі, а не традиційні ЗМІ); пріоритет загальнолюдських цінностей (тут можна лише поставити великий знак питання); юридична відсутність цензури (але існують заборонені теми, редакційні підходи й т. ін.); дискусійність (котра все більше нагадує сократівський діалог однодумців); перебування ЗМІ в руках держави й приватних осіб (приватні особи найчастіше виявляються політично заангажованими): наявність законодавства та професійної етики (які дуже часто не в ладах між собою); перевага самофінансування (незброєним оком видно, що це майже фікція, принаймні в нашій державі). Як бачимо, позитиви чомусь трансформуються в протилежність. Виходить, із погляду моделювання, журналістика таки повинна бути пропагандистською. Не випадково творці «Чотирьох теорій преси» Ф. Сіберт, Т. Петерсон, В. Шрамм перед викладом теорій виголосили преамбулу й ключовий постулат про те, що мас-медіа завжди приймають форму та забарвлення соціально-політичної структури, у якій функціонують [Сиберт, 2012]. І так само не випадково всі революції починаються із захоплення провідних засобів масової комунікації. Із власного досвіду можемо сказати: жодна інформація й на теренах сучасної України, і, вочевидь, десь-інде не подається об’єктивно. Свого часу ми відслідковували, як «озвучили» ЗМІ терористичний напад на «Шарлі Ебдо», та побачили, що не тільки інтерпретації, а й миттєві фактажі були вельми різношерсті [Косюк. Je ne suis, 2015]. Хоча, здавалося б, що може бути відстороненішим, ніж факт.

Після гучного теракту у Стамбулі (16 січня 2016 р.) деякі українські засоби масової комунікації, замість детального висвітлення події, почали активно поширювати інформацію про двох принагідно заарештованих росіян. Звісно, Росія зараз для нас наче тореадор в кориді, але це не означає, що саме вона причина всіх нещасть і страждань. Приклади можна помножити, запозичуючи їх у дуже авторитетних медіаекспертів, зокрема Георгія Почепцова, котрий нещодавно зазначив: «Медіа стають більш важливими під час війни, бо ми все одно маємо, навіть в епоху інтернету, дефіцит інформації. Війна збільшує важливість не лише медіа, а й влади та політиків, бо вони повертають до себе надувагу. Виникає новий тип аргументу – "ти не патріот", якщо запитуєш про щось негативне для влади. Виходить, що під час війни збільшують свою вагу всі традиційні гравці – влада, політики та медіа. Але вони можуть збільшувати свій статус лише за рахунок зменшення статусу когось іншого – населення. Однак тільки населення несе реальні втрати на війні» [Почепцов, 2016].

Якщо журналістика опустилася до такого рівня, і це нормально, то подібна діяльність, напевно, узагалі втрачає сенс. Якщо ж вона може бути іншою, то слід припустити, що творці «Чотирьох теорій преси» помилились у найголовнішому. Мабуть, журналістика не завжди приймає форму й забарвлення соціально-політичної структури. Потрібно навіть замислитися, чи не може вона взагалі відокремитися від усіх структур. Адже церква теж спершу була рупором та засобом державотворення. Але з часом стала самоцінною (чи принаймні прагне такою стати).

Річ у тім, що в умовах ідеологічного панування (не суттєво, із яким знаком – плюс чи мінус) розвиток журналістики як прогресивної й продуктивної діяльності, на нашу думку, узагалі неможливий, як нереальним було її виникнення відразу після винайдення друкарства в епоху засилля однієї віри/ідеології – християнства, хоч для цього наче вже й були надійні технічні підстави. Для того щоб виникла журналістика, мала з'явитися якась опозиційність. Умовою появи інформаційного ремесла стали протестантство, виродження інквізиції, відкриття інших континентів, формування перших університетів – продукторів вільнодумства й, що найголовніше, поява людей розумової праці (вочевидь, не для байдужого запопадливого сприймання інформації, а для її інтерпретацій). Для того щоб стати самоцінною і якісною, журналістика справді повинна якнайшвидше відокремитися від дер-

жави, а отже – від реклами, PR та пропаганди. Для того в ній самій існує потужний ресурс – два блоки жанрів: інформаційний та аналітичний (критика й художня публіцистика повинні відійти до згаданих атавізмів цензури).

Інформаційний блок завжди вважався найорганічнішою журналістикою, оскільки констатація фактів оголена та незаперечна. Однак сучасні журналісти навчилися спотворювати дійсність, відбираючи «потрібне» та відсіюючи «зайве». Особливо це стосується репортерів, котрі в «кращому» випадку забувають, що потрібно дати мікрофон спершу вартісному експерту, а потім – свідкам і потерпілим, у гіршому – самі починають у прямому ефірі здійснювати експертизи, на які не мають найменшого права. Ще й, зазвичай, показують при цьому весь букет своїх емоцій. Як вислід, глядачі сприймають не подію, а сентиментальну моновиставу.

Журналістам-інформаційникам слід запам'ятати таке: замітка – це винятково відповідь на питання: «що?», «де?», «коли?»; звіт – ретельний і скрупульозний опис події, без акцентів та коментарів; репортаж – подіум для тріади «свідки-очевидці-потерпілі», до того ж тріада, за можливості, має бути представлена обома боками конфлікту, і найкраще, коли від журналіста в репортажі лишається тільки мікрофон; звіт у фотографіях – це багато зображень, що повністю висвітлюють подію, фоторепортаж – 7–8 фотографій, які презентують місце того, що відбувається (із кількох ракурсів) і демонструють, знову ж таки, експертів, очевидців, потерпілих. Інтерв'ю (якщо воно інформаційне) містить 75 % закритих запитань, а відповіді на відкриті мають бути суто констатаційними. В інформаційному блоці жанрів немає ні думок, ні емоцій, ні образності, ні, тим більше, займенників і прикметників на кшталт «наші», «ворожі», «героїчні», «хоробрі» тощо. І жодні винятки тут недоречні.

Аналітичний блок жанрів мало чим відрізняється від інформаційного. Не вірте пострадянським теоріям – журналіста в цьому блоці теж немає. Він невидимка-лялькар, у руках якого – нитки від неймовірної кількості можливих інформаторів, серед яких він має вибрати «саме Того». У кореспонденції він констатує факт, подає дві опозиційні думки й не робить жодних власних висновків. У статті розглядає проблему, наче доводячи теорему: висловлює тезу, аргументує її за допомогою вже відомих і доведених фактів, бере кілька експертиз, урівноважуючи їх опозиційно; з отриманої дискусії – робить висновок

та висловлює поради «з подачі експертів». У статті журналіст виступає модератором. Створюючи огляд подій, ми теж нічого не аналізуємо, а врівноважуємо на рівні «плюс-мінус». Якщо потрібно, то запрошуємо двох якісних експертів-опонентів. У будь-якому випадку коментарі – це судження не журналістів, а їхніх інформаторів. Отже, в аналітичному блоці, на відміну від інформаційного, уже з'являються думки, але це думки не журналістів, а тих, кого вони визначають ефективними інформаторами й експертами. Усі інші параметри здорової журналістики: відсутність емоцій, упереджень, перебільшень тощо – і тут лишаються визначальними.

Журналістика, за новою моделлю, має виконувати тільки одну функцію – інформаційну. Усім іншим хай займаються рекламісти, піартехнологи, критики, художні публіцисти. Журналістів перестануть безоглядно знищувати, як тільки повірять у їхню нейтральну позицію.

5.2.3. Ключові проблеми сучасних медіа. Об'єктивність. Репрезентативність

Найбільш обговорюваною в мас-медійній царині на сьогодні можна вважати проблему об'єктивності. Саме вона найактивніше дискутується в практичному й теоретичному вимірах. Зокрема, на сайті популярного журналістикознавчого ресурсу MediaSapiens, де переможець конкурсу про актуальні проблеми в журналістиці Володимир Пиріг зазначив, що «перешкодами для об'єктивності з боку журналістів є некомпетентність у висвітлюваних темах, неповний аналіз теми, присутність (особливо надмірна) у публікаціях власних думок автора, особисті погляди та переконання журналіста, подання неперевіреної інформації і небажання її перевіряти» [Пиріг, 2011]. Редактори, на думку автора публікації, теж чинять перешкоди об'єктивності: тиснуть на журналістів, забороняють писати окремі теми, некоректно правлять тексти, пропускають матеріали без перевірки фактів та посилань на першоджерела. Насамкінець, «багато з тих, кого ще донедавна вважали об'єктивним журналістом, продався, прислуговуючи режиму, а ті, хто ще не продався, зі своєю професійністю мало кому потрібні, бо наш інформаційний простір побудований таким чином, що для об'єктивності там лишилось небагато місця» [Пиріг, 2011].

Ми свідомо цитуємо тут студента-журналіста, думка якого багатьом може здатися недостатньо об'єктивною. На нашу думку,

саме молоді фахівці спроможні здійснити якісну експертизу сучасного інфопростору України, бо вони володіють базовим для вищої освіти рівнем знань, уже достатньо адаптовані як практики й, що найважливіше, позбавлені консервативного пропагандистського рецидиву радянськості, який уже десятиліття поспіль зводить журналістику на манівці медіатора ідеологізму.

А тепер довідаємося, як і що з цього приводу кажуть академічні науковці. Аби не дублювати вже опрацьоване, звертаємося до публікації Людмили Пономаренко «Принцип об'єктивності в журналістиці: сфера ідеального чи реального?», у якій здійснено детальний огляд концептуальних поглядів журналістикознавців на зазначену проблему. В. Різун вважає: навіть коли журналіст просто фіксує й упорядковує факти – це суб'єктивний підхід, не кажучи вже про інтерпретації, тому позиція фіксатора – вочевидь, найважливіший фактор об'єктивізму. В. Іванов серед причин порушення об'єктивності називає цензуру, самоцензуру, продукування сенсаційності.

Найкраще, на думку експертки, критерії об'єктивності визначає Владимиров: науковість, достовірність, точність, правдивість, діалектичність, історизм, прогностичність. І саме з цим ученим Людмила Пономаренко вступає в дискусію, бо вважає, що науковість, діалектичність, історизм та прогностичність – надто загальні категорії для практичного використання. Постає логічне запитання – чи не ще недоречнішими для практичного використання слід вважати погляди Ж. Бодріяра? Або, приміром, концепції С. К'єркегора (які теж трапляються в переліках)? Як справедливо зазначає Л. Пономаренко, слушною також варто вважати думку В. Карпенка, котрий пропонує не плутати об'єктивності з об'єктивізмом – ученням про реальність [Пономаренко, 2011].

Дилема об'єктивності плавно переходить у медійну реалізацію свободи. Обидві реалії так само невловимі, як і надзвичайно суттєві для журналістики. Поняття свободи неоднозначне. Його намагались окреслити різні наукові школи. Як вислід, з'явилися майже полярні уявлення лібералізму й необхідності: відсутність будь-яких обмежень (себто абсолютний анархізм) та розуміння свободи як внутрішнього стану й власної волі людини (за таких обставин, як це не парадоксально, навіть ув'язнені люди та цензуровані ЗМІ можуть бути вільними).

Свобода бути почутим інколи менш важлива, аніж її протилежність, бо окрема інформація, навіть дуже важлива, може нашкодити. І

йдеться навіть не про великі відкриття з атомної фізики чи біохімії, а про буденні повідомлення кримінального та екологічного характеру, здатні спричинити паніку. Навіть одне з найдавніших лексикографічних джерел – словник Даля – фіксує свободу як те, що сприймається в порівнянні [Даль, 2017]. Наша свобода обмежена природою, суспільством й самосвідомістю. У царині масової комунікації вона ще додатково фрагментується «на три окремі свободи» – свободу ЗМІ, журналіста та реципієнта.

Свобода мас-медіа означає не лише й не передусім форму власності ЗМІ (згодом ми довідаємося, що це навіть не важливо), а право громадян вільно викладати свої погляди через ЗМК. Ідеться про відсутність будь-яких «темників», крім самоцензури. Якщо ж легальні засоби масової комунікації не належно ліберальні – суб'єкти комунікаційного процесу шукають і знаходять альтернативу в блогосфері та соціальних мережах. І хоча в окремих країнах, приміром КНР, це навіть небезпечно для життя, така «дрібниця» вже нікого не зупиняє, бо мережеві втілення майже не вловимі.

Загалом із плином часу умови реалізації свободи ЗМІ не змінилися. Це «невідсіяна» всебічна та збалансована інформація; коментування й аналіз матеріалу, які не залежать від громадських думок та ідеологій; продукування різноформатних ЗМІ, незаангажованість і свобода творчості талановитих фахівців; звільнення ЗМІ від обов'язкових обслуговувань (приміром, відсотків часу та ін.); високий діловий і фінансовий статус видавців тощо.

Найважливішим фактором незалежності та об'єктивності є свобода творчості (54-та стаття Конституції). Деякі академічні джерела трактують її як право журналіста вільно, відповідно лише до своїх поглядів й уподобань відтворювати та витлумачувати об'єктивну дійсність [Михайлин, 2011]. Насправді фраза «відповідно лише до своїх поглядів та уподобань» перекреслює сутність об'єктивності й навряд чи гарантує свободу.

Річ у тім, що журналістська діяльність кардинально відрізняється від багатьох інших. В інформаційному та аналітичному блоках жанрів журналіст, як ми вже з'ясували, аж ніяк не може висловлювати жодних власних поглядів чи уподобань – він лише виконує функцію посередника. У працівника мас-медіа немає навіть шансу зробити це на рівні задіяної експертизи, оскільки відсутність балансу думок руйнує жанр [Косюк Нова функціональна модель, 2016]. І професійний редактор не пустить це до ефіру.

Наведемо конкретний приклад. Зазвичай, напередодні виборів у медіапростір потрапляє величезна кількість рекламно-агітаційних матеріалів. Аудиторія ставиться до цього вкрай скептично й майже нічого не споживає. Або ж переглядає теледебати в аудіовізуальній формі – так видно конкретну людину: її емоції, інтелектуальний рівень, манеру спілкування тощо. Напевно, якраз цим легко пояснити передвиборний «обмін відеофайлами» між П. Порошенком і В. Зеленським. І саме тому фахові очільники ЗМІ дозволяють критикувати своїх власників, котрі займаються політичною діяльністю. А ті реагують спокійно, бо розуміють, що позиції відстоюються лише в дискусії: чим вищий рівень опонента, тим кращі умови для оприлюднення вартісних ідей та формування оригінальних концепцій. Власне, це, на нашу думку, і є основою реалізації об'єктивності й свободи в сучасному інформаційному просторі. Однак найвагомішим фактором об'єктивності слід вважати науковий підхід та експертизу.

5.2.4. Глобальний сцієнтизм. Наукова журналістика

Як зазначають автори навчального видання «Масова комунікація у мас-медіа», «мас-медійна спеціалізація, відома як наукова журналістика, почала розвиватися у Сполучених Штатах у 1950-х, а у Європі – у 1970-х роках, і була пронизана ідеєю, що функція ЗМІ – передавати наукову інформацію так точно, як це тільки можливо. Належній адекватності повідомлення наукової інформації сприяв той факт, що багато хто з тодішніх фахівців прийшли в журналістику, маючи базову освіту в природничих науках. Таким чином, наукова журналістика сформувалася у межах власне журналістики, і у вигляді повідомлень про науку проникла у різні медіасфери, де, завдяки загальному розумінню журналістики як незалежної та суспільно необхідної і затребуваної діяльності, стала домінувати» [Бойко, 2009].

Насправді, за нашими припущеннями, масову наукову комунікацію/журналістику, вочевидь, започаткував відомий учений-раціоналіст Готфрід Вільгельм Лейбниць, котрий в епоху Просвітництва видавав «Acta Eruditiorum». Так, ще в XVII ст. математики, філософи, юристи, книговидавці та ін. могли знайомити масову аудиторію зі сцієнтичними подіями, технічними новинками, рефератами наукових праць і рецензіями на явища науково-технічного прогресу. До роботи залучалися дійсно провідні вчені – творці класичних теорій раціоналізму, емпіризму, сенсуалізму, фідеїзму. Ми навіть схильні вважати, що

наука та масова комунікація, у вияві журналістики, – це явища однієї парадигми, але, вочевидь, різного рівня. До епохи Просвітництва вони розвивалися паралельно, а згодом почали «перетинатися» й взаємно «накладатися» [Котова, 1997].

У наш час наукова журналістика функціонує в різних форматах: у вигляді, наукових та науково-популярних видань, рубрик в універсальних ЗМІ, блогів, сховищ інформації, класифікаторах хостингів тощо. На думку дослідників, основна проблема наукової журналістики – відсутність спеціалізованих кадрів. У контексті пропонованої нами концепції [Косюк Нова функціональна модель, 2016], ця проблема надумана, оскільки журналісти абсолютно й повністю мають покладатися на думки експертів, а вже постскриптум ураховувати свідчення та враження інших учасників комунікаційного процесу. Але, безумовно, чим ерудованіший журналіст, тим продуктивнішою буде його діяльність.

Отож наше бачення журналістики докорінно відмінне від пострадянського уявлення: мас-медійна діяльність не поверхова, релаксаційна, видовищна тощо, а навпаки – надзвичайно раціоцентрична. Більше того, виникнення журналістики – органічна потреба розвитку саме класичного раціоналізму в інтерпретаціях Декарта, Спінози, Лейбниця, Мальбранша та ін. [Косюк Масовокомунікаційні складники, 2018].

Принципи науки й журналістики теж універсальні: використання доведених аксіоматичних фактів, достовірних джерел та експертиз; відсутність емоцій, а отже – спрощень і драматизацій; використання винятково сцієнтичних пояснень, теорій, стратегій. А також (уже певною мірою зашорені): свобода висловлювань (опираючись на факти, потрібно дистанціюватися від суб'єктивних суджень та очікуваних висновків); право громадськості на повну інформацію (особливо, якщо від цього залежить здоров'я реципієнтів); лише законні методи роботи з аргументами й фактами (уключно з тими, які обслуговують таємні грифи); необхідність негайних спростувань випадкових помилок; право на нерозкриття власних джерел інформації (якщо це не передбачено законодавством); належна апробація теорій, здатних дискримінувати за статтю, сексуальною орієнтацією, мовою, расою, релігією, національністю та – особливо – політичними поглядами; уникнення компіляцій і плагіату; обережне поводження з юридичними фактами, спотворення яких здатне фатально вплинути на долю підозрюваних; обережне ставлення до приватного життя непублічних осіб; чітке

розмежування фактів, коментарів, реклами; баланс експертиз (уключно з використанням усіх наявних опозиційних поглядів); належне ставлення до прав журналістів та експертів.

Інформацію для оприлюднення журналісти отримують із пресрелізів суб'єктів наукової діяльності, звітів науково-дослідних установ й університетів, матеріалів публікацій та аудіовізуалізацій наукових спільнот, підписки на електронні ресурси, енциклопедій, монографій, класичних вербальних носіїв аксіоматичних сцієнтичних теорій. Серед функцій наукових репортерів, оглядачів і редакторів – набір публікацій у спеціалізовані видання для вузьких, майже кастових, кіл; продукування наукових рубрик у неспеціалізованих ЗМІ; універсальний журналізм, котрий не тільки все частіше виходить на суто наукові теми, а й сам по собі, як ми вже зазначили, є алофоном наукової діяльності.

Мета написання нашої публікації – зосередитися на універсальній вербальній журналістиці, оскільки саме вона, за нашими припущеннями, – органічне відтворення наукової діяльності на доступному рівні (від науково-популярної літератури її відрізняє лише жанрова варіативність, глибина досліджень та обсяг продукування [Косюк Науково-популярні бестселери, 2019]) та довести на конкретних прикладах («Nature», «NewScientist», «Дзеркало тижня», «Кореспондент»), що сучасна журналістика не лише репродукує наукові досягнення, а й послуговується принципами, функціями, технологіями й стратегіями сцієнтизму та сенергетично потребує дублювання наукової діяльності.

Серед найрейтинговіших неспеціалізованих видань, які якісно вибудовують власну діяльність за кордоном, вебсайти BBC, New-Scientist, Nature, в Україні – газети «2000», «Дзеркало тижня», журнал «Кореспондент» тощо. Найстаріше видання про науку – «Nature» (журнал дослідження природи). Це британське науково-популярне медіа, що виходить англійською з 1869 р., у 2018 отримало числовий показник цитованості/імпакт-фактор 43. 070, якого, до речі, часто не мають навіть серйозні спеціалізовані наукові ЗМІ.

На початку видання 13.06.2020 розміщені три рубрики: «Вивчайте наш контент», «Публікуйтесь», «Підписуйтесь». Далі передовиця під назвою «Чому діти уникають найскладніших коронавірусних ускладнень», ключова ідея якої – чинник імунітету та відсутності ускладнень – здорові кровоносні судини. Далі – інші матеріали: «Зонд Плутон пропонує вражаючий вид на сусідню зірку Проксима Центавра»

(новини), «Як BlackinThelvory акцентує на расизмі в академічних колах» (новини), «Спостереження бозе-ейнштейнівських конденсатів у дослідницькій лабораторії на орбіті Землі (стаття), «Щоденний брифінг: найкрутіша лабораторія Всесвіту створила химерну квантову матерію у космосі» (брифінг про природу). «Розбавляє» серйозний контент і запрошує підписуватися на видання – реклама.

Рубрикація журналу вертикального характеру. Перший її блок «Новини та коментарі» пропонує актуальні новини: «Латиноамериканські вчені приєднуються до гонки вакцин проти коронавірусу: "Ніхто не прийде рятувати нас"» (у центрі – фотографія з п'ятьома трунами в одній могилі, підпис під нею «Зараз Бразилія посідає друге місце за кількістю підтверджених випадків Covid-2019». Публікація маркується як новина. Далі двома блоками подано інші матеріали: «Оновлення досліджень коронавірусу: модифіковані миші можуть допомогти у пошуку вакцин та ліків» (новина), «Суперечливий закон про національну безпеку Гонконгу стосується окремих учених» (новина), «Вирощені у лабораторії клітини імітують критичний момент розвитку ембріона» (новина), «Займіться кризовою тактикою, щоб налагодити поставки Covid-2019 туди, де вони необхідні» (коментар), «Зонд Плутон пропонує вражаючий вид на сусідню зірку Проксима Центавра» ((новини), як пам'ятаємо, цей матеріал уже опубліковано в ключовому блоці новин.

Наступна вертикаль «Останні огляди та аналітика» презентується передовицею зі сфери онкології «Нейтрофільна "сітка безпеки" примушує ракові клітини метастазувати та розмножуватися» (новини/погляди). Автори статті описують клітини нейтрофіли, які загалом забезпечують імунітет, але, як виявилося, у певних умовах здатні стимулювати метастазування. І хоча цей процес ще належно не досліджено, уже можна зробити певні висновки та застерегти від захворювань. На завершення статті подано список використаних джерел. У центрі публікації – вихід на електронні пошти Емми Норман й Іларії Маланші. Матеріал чітко структуровано й «вкладено» в наукову матрицю [Nolan, 2020].

Внизу та справа ключовий матеріал «обрамлюють» інші: «Увімкніть перемикач терморегулятивної системи організму», «Висота гори може контролюватися тектонічною силою, а не ерозією», «Квантова матерія обертається довкола Землі», «Метаболіти пухлини заважають відновленню ДНК», «Світло перетворилося в екзотичну лафлинську

матерію», «Регенеративна медицина може прокласти шлях до лікування облисіння», «Великі первісні ділянки майя знайдені за допомогою технології лидарного картування», «Як могли утворитися субодиниці ДНК і РНК, аби створити перший генетичний алфавіт», «Тисячі людських послідовностей забезпечують глибоке розуміння окремих геномів». Усі матеріали рубрики подано під маркером «новини/погляди».

Ще нижче розміщена, вочевидь, найважливіша рубрика «Останні дослідження», у якій фігурують винятково статті, розраховані на експертне сприймання. Уже з назв видно, що ця інформація не для загалу: «Каскад електронних переходів у закрученому дворівневому графені з магічним кутом», «Нейрони, які регулюють оцепеніння миші», «Спостереження бозе-ейнштейнівських конденсатів у дослідницькій лабораторії на орбіті Землі», «ДНК неклітинних пасток нейтрофілів допомагають метастазуванню раку через CCDC25», «Використання когерентності у збудженому стані для синтетичного управління надшвидкою динамікою». Усі зазначені публікації – класичні наукові статті зі звичним набором: анотація, ключові слова, актуальність, теоретична база, новизна, методи, значення, апробації, покликання на використані джерела. Видно, що матеріали створені для серйозної наукометричної бази. Доступ до основного тексту обмежено й монетизовано. Окремо (на бічній панелі) подаються анотація, код, покликання на джерела, інформація про автора, етичні декларації, розширені дані рисунків й таблиць, права, коментарі тощо.

Під суто науковими статтями рубрика «Колекції», у якій багато матеріалів про конференції, наукові звання й кар'єру, соціальні медіа, роботу лабораторій, видавництв, наукові бази даних і, що особливо цікаво, – наукову комунікацію [Nature Collections, 2020]. Ця публікація структурована як лонгрід. У передмові редактори зазначають: «Здебільшого дослідники намагаються презентувати результати діяльності іншим науковцям. Однак часом вони відчувають необхідність донести ідеї до значно ширшої аудиторії. Ось збірник статей, які популяризують науку серед громадськості та управлінців».

Рубрика містить навіть інтригуючі матеріали. Приміром, у публікації «Почуваєтесь вичерпаним? Закрийте ноутбук, зупиніть обрахунки – напишіть вірш» Сем Іллінгворт пояснює, як поезія допомагає в спілкуванні та оприлюдненні наукових пошуків на прикладі творчості Вейчела Ліндсея з покликаннями на «Короткі роздуми про точність»

ческого імунолога й поета Мирослава Голуба, проєкт Sciku, який презентує наукові відкриття у форматі хайку, «Всесвіт у віршах» (поетичний щорічник вшанування науки) і власний блог [Nature Coronavirus conversations, 2020].

Зацікавив нас матеріал Пакінама Амера («Розмови про коронавірус: наукове спілкування під час пандемії»), котрий досліджує моральні аспекти наукової комунікації під час пандемії, оскільки вибір між говорити-замовчувати близький до проблем сучасних сцієнтичної та мілітарної журналістик. Теза публікації: чи існує в середовищі вчених моральний обов'язок поширювати достовірну інформацію про коронавірус? [Amer, 2020]. Ситуацію коментують різні експерти. Рон Деніелс, консультант із питань інтенсивної терапії вважає, що дослідникам, котрі працюють поряд з обережними, не схильними до ризику й покликаними стримувати паніку представниками керівних і професійних кіл, варто ретельно заповнювати пробіли в знаннях. Ученого підтримує американська журналістка Роксана Хамсі, прийнагідно зазначаючи, що говорити правду – органічна потреба людини, незалежно від наявності чи відсутності вченого статусу. В опозиції до окресленої думки – фотожурналістка та наукова письменниця Тара Хаель. Вона глибоко переконана, що остаточної правди ніхто ніколи не знає, тому, мовлячи на загал, слід акцентувати позитиви й замовчувати сумнівні сенсації.

Загалом «Колекції» потрійно важливі й цінні, оскільки є водночас рубрикою, форумом для дискусій та базою наукових даних. Хоча окремо існує ще й рубрика «Тенденції алометрії», у якій подано результати ранжування авторів та публікацій. Станом на 17.06.2020 пальму першості та 4616 лайків отримав матеріал «Оцінка впливу немедикаментозних втручань на Covid-2019 у Європі». Публікація – комплексне напрацювання величезної кількості авторів із найпрестижніших університетів континенту. Вона містить розлогі цитування, соціологічні репрезентації, висліди науково-дослідних експериментів, додаткові апробації тощо. Загалом складається враження, що то не стаття, а концептуальна репрезентація науки майбутнього [Flaxman, 2020].

Далі розміщено рубрику «Nature. Кар'єра». У ній – оголошення про різноманітні заходи: конференції, семінари, конгреси, асамблеї, а також повідомлення про міжнародні вакансії, гранти та інші перспективи престижних працевлаштувань. І, насамкінець, подаються інфор-

мація про видання та його працівників, прес-релізи, способи зв'язку з редакційною колегією, анонси, партнерство, тематичні сортувальники, індекси, умови публікацій, посібники для потенційних авторів, критиків, редакційна політика, відкриті доступи, юридичні рекомендації, додаткові послуги від дослідників та редакторів, майстер-класи, реклама, анонси, регіональні власкорівські ЗМІ в Азії та дочірні проєкти, бібліографічні дані тощо.

Загалом «Nature» справляє дуже позитивне враження: за всіма параметрами це видання майже зразкове. Воно може успішно конкурувати як зі спеціалізованими науковими, так і з універсальними мас-медіа. Принагідно «Nature» підтверджує наше концептуальне припущення про спорідненість наукової та журналістської діяльностей.

Інше закордонне рейтингове ЗМІ – «NewScientist» – щоденний бюлетень, ближчий до універсальних видань. Це видно навіть за рубриками: «Новини». «Подкасти», «Відео», «Технології», «Простір», «Фізика», «Здоров'я», «Розум», «Довкілля», «Кросворди». Тут найважливіша проблема сучасності не основна й представлена винятково в однойменній рубриці, ключова публікація якої – «Це не остання пандемія. Звідки прийде наступна?» [NewScientist, 2020]. Виклад публікації не дуже професійний: це не стаття, а швидше нарис, наповнений не експертизами, а вибірковими активуваннями, що виводять на інші світові ЗМІ, блоги науковців і внутрішню базу даних. Як вислід, складається враження далеко не ґрунтовного цілісного дослідження.

На противагу «NewScientist», гідний наслідування досвід національного інтернет-видання «Дзеркало тижня». Передусім тому, що редакція оригінально формує рубрики (вочевидь щоразу нові) із найактуальніших проблем. На 06.03.2020 їх чотири – «Новий уряд Зеленського», «Вибори президента США», «Коронавірус з Китаю», «Війна в Сирії». (На початку наступного тижня, замість війни, у Сирії ввели тему суду в справі МН17), на 14.03.2020 стан і перелік рубрик такий: «Карантин в Україні», «Суд у справі МН17», «Вибори президента США», «Коронавірус у світі». 26.04.2020 рубрики дещо «перетасувались» і виглядали ось так: «Пожежі в Україні», «Карантин в Україні», «Вибори президента США», «Коронавірус у світі». Теми дня першої із зазначених рубрикацій відображені в матеріалах: «Україна відкрила спеціальний авіарейс для евакуації з Європи», «У понад сотні українських медиків підтвердили Covid-2019 за останню добу», «Епідемія Covid-2019: головні події за тиждень».

А 06.05 (після рясних дощів та завершення посухи) рубрик лишилося три: «Карантин в Україні», «Вибори Президента США», «Коронавірус у світі» (за два тижні цю рубрику перейменували в «Пандемія Covid-2019»). До того ж теми інфікування змінили вектор: ідеться вже не про статистику смертності, проблеми захисту та медикаменти, а як ефективно вийти з карантину, активізувати економіку й соціальний захист. Це можна побачити вже з назв публікацій: «Усупереч заявам Білого дому Пентагон намітив свій власний курс щодо коронавірусу», «У Дніпропетровській області відновлено пасажирське сполучення: названі умови для перевізників», «Підробка тестів на коронавірус: у Дніпрі звільнили керівника лабцентру», «В Євросоюзі спостерігається розкол щодо плану свого порятунку – Financial Times», «Коронавірус, глобалізація і націоналізм», «В Італії відкривають спортзали й басейни», «Випускники в США отримають дипломи на автомобільних парадах», «В Японії скасували надзвичайний стан», «GZero: Чи може Путін витримати Covid-2019» тощо.

На початку літа в період першої хвилі послаблення карантину рубрики контамінувалися: зникла вже традиційна «Коронавірус у світі», а до трендових «Карантин в Україні», «Вибори Президента США» додалися «Суд у справі MH17», «Врадіївка 2.0», «Протести через смерть Джорджа Флойда». Така тенденція відобразила видиме зміщення акцентів, хоч проблема захворюваності подекуди прогресувала. Зрештою у перші дні липня рубрика про карантин та пандемію зникла взагалі, лишилася «Протести через смерть Джорджа Флойда» та додалися ще дві: «ЗНО 2020», «Вибух в київській багатоповерхівці».

Найцікавіша для нас рубрика – «Коронавірус з Китаю» (пізніше трансформована в «Коронавірус у світі» та «Пандемія Covid-2019») – наповнена величезною кількістю публікацій. Пропонуємо перелік матеріалів лишень двох днів (шостого та сьомого березня): «МОЗ запустило чат-бот про коронавірус», «ВООЗ направляє в Україну місію по боротьбі з коронавірусом», «У Китаї обрушився карантинний центр для пацієнтів з коронавірусом», «Коронавірус в Європі: за добу у Франції захворіло більше 200 людей», «У Чернівецькій області ще в одного жителя є підозра інфікування Covid-2019», «Папа Римський проведе онлайн-службу через коронавірус», «Covid-2019 в економіці: азійські долари відправляють в карантин», «Facebook тимчасово закрив офіси в Англії через зараження коронавірусом», «В Ісландії запроваджено надзвичайний стан», «На борту Grand Princess

знаходиться 49 українців – МЗС», «Коронавірус: у Грузії зареєстрували 12 випадків зараження», «Grand Princess: у 21 особи підтвердили коронавірус», «Першого інфікованого Covid-2019 виявили у Колумбії», «Грузія евакуює з Італії своїх громадян», «В Італії через коронавірус померли 197 людей», «Мешканку Чернівців оштрафували за поширення чуток про корона вірус», «ВООЗ розвіяла надії про зникнення коронавірусу в літаку», «У ЄС прогнозують швидке збільшення кількості заражень коронавірусом у найближчі тижні», «Коронавірус на лайнері: у Єгипті виявили 12 нових інфікованих», «У Британії коронавірус виявили у понад 160 людей», «Із 7 березня на КПВВ в Донбасі вводяться обмеження через поширення коронавірусу в ОРДЛО – штаб», «Коронавірус: число заражених перевищило 100 тисяч», «Депутат ОПЗЖ зустрічався з зараженим вірусом колегою з Франції, вчора він був у Раді», «Коронавірус у світі: перший летальний випадок зафіксовано в Нідерландах», «Шість випадків зараження коронавірусом в Украні не підтвердилися», «Коронавірус підтвердили у ще одній європейській країні», «МОЗ: 9 українців перевіряють за підозрою на корона вірус», «У Чернівцях на боротьбу з Covid-2019 виділили 4 млн гривень», «Зараження коронавірусом в Ухані може повністю припинитися до кінця березня», «В Індонезії планують розміщувати заражених коронавірусом на безлюдному острові», «Через коронавірус Ізраїль оголосив карантин у Вифліємі», «Римський марафон скасували через епідемію коронавірусу», «Німецький авіаперевізник скасовує понад 7 тисяч рейсів у березні», «У Донецькій області жінку госпіталізували з підозрою на коронавірус», «Єгипет підтвердив 33 нових випадки коронавірусу на круїзному судні» [Дзеркало тижня Спецтема, 2020].

Медіаматеріали дуже різні за обсягом. Приміром, у публікації «МОЗ запустило чат-бот про коронавірус» ідеться про можливість вичерпно довідатися про Covid-2019 у Telegram-бот, зазначено також, що постійно працює Telegram-канал DT.UA «Коронавірус_інфо» «з оперативною та поточною інформацією про ситуацію з вірусом COVID-19 в Україні». Наголошено, що це єдиний Telegram-канал, верифікований Міністерством охорони здоров'я (із чого можна зробити висновок, що у співпраці з МОЗ «Дзеркало тижня» має певну вигоду).

Бот МОЗ пропонує ознайомитися з популярними питаннями: що таке коронавірус, які його симптоми, як уникнути зараження та

лікуватися, скільки випадків ідентифікації ураження підтверджено в Україні, як вірус передається й тестується тощо [Дзеркало тижня. «МОЗ запустило чат-бот, 2020»]. У публікації присутні виходи на інші матеріали сайту.

Поряд інша публікація («ВООЗ направляє в Україну місію по боротьбі з коронавірусом»), яка теж пропонує інформацію з експертних джерел. Зокрема, довідуємося, що Всесвітня організація охорони здоров'я направляє експертів в Україну, Азербайджан та Чорногорію для контролю ситуації із COVID-19. у цій самій публікації дається вихід на попередні матеріали сайту: «ВООЗ розвіяла надії на зникнення короновірусу влітку», «Наступного тижня в Україну приїде група ВООЗ – допомогти організовувати протиепідемічні заходи», «Коронавірус: число заражених перевищило 100 тисяч». Дві перші публікації активізовуються чомусь двічі. На завершення повідомляють, що «Дзеркало тижня» продукує тільки справді важливі новини, і запрошують долучатися до вже згадуваного власного Telegram-каналу DT.UA.

Під інформаційною публікацією бачимо ключові слова/теги: ВООЗ, Азербайджан, Чорногорія, карантин, коронавірус (імовірно, для спрощення пошуку та потрапляння на перші позиції пошукових систем), а також запрошення ознайомитися з еквівалентом друкованого видання тижневика за 28 лютого – 6 березня (паперова версія, як відомо, зникла на початку 2020 року).

Вихід на «паперовий» вияв не випадковий – там збережено старі рубрики: «Влада», «Гроші», «Людина». А отже, це щось нове, чого немає на сайті. Лінк «швидкий перегляд» дає змогу пересвідчитися: за темою вірусу в «паперовій» газеті – лише два матеріали (хоча наступного тижня «під тему» зорієнтували більшість публікацій, зокрема «Туберкульоз – епідемія страху, або Як заробляти на паніці», «Вижити самому і захистити бізнес. Уроки Італії», «Як прокачати мозок. Урок 3 Книжки і знання, здатні перебороти віруси» тощо) у секції «Людина. Здоров'я»: матеріал Алли Котляр «Тест системі: коронавірус вже в Україні» і Христини Суворіної «Коронавірус в Італії: влада не планує закривати кордони, побоюючись економічних збитків». Але це вже не новини, а повноцінна аналітика.

«Тест системі: коронавірус вже в Україні» – класична стаття, написана майстерно, з урахуванням усіх аспектів: тези, аргументів, експертизи, висновків і порад. Теза: більшість населення України впевнена в нездатності влади вчасно та ефективно протистояти віру-

сові з Китаю. Аргументи подано у вигляді результатів соціологічних опитувань «Нью Імідж Маркетинг Груп», із яких отримуємо відповідь на основні запитання: 51 % населення вважає, що влада не впорається з вірусом, 41 % побоюється захворіти, 45 % припускають, що вірус – штучно створена біологічна зброя. Далі в статті подано експертизи директора директорату громадського здоров'я МОЗ Андрія Скіпальського та головного державного санітарного лікаря Віктора Ляшка. Так ми дізнаємося: якщо захворіла одна людина – ізолюють на домашній карантин її та всіх, хто з нею спілкувався (за необхідності відправляють в інфекційну лікарню), та контролюють ситуацію в телефонному режимі, коли 10 – закриваються дитячі садки, школи, вищі навчальні заклади, навчання та трудова діяльність переходять у режим онлайн. «Занедужали понад 100 чоловік – розгортаються сили та засоби ДСНС, МВС. За необхідності підключаються військові» [Котляр, 2020].

Якщо публікації «паперового» вияву «Дзеркала тижня» абсолютно самодостатні й ідеально прописані, то новини сайту, найімовірніше, слід сприймати як частини лонгріду (так, на нашу думку, в епоху інформаційних технологій і має виглядати кожна окрема рубрика).

До речі, публікація Христини Суворіної «Коронавірус в Італії: влада не планує закривати кордони, побоюючись економічних збитків» 14.03.20 спершу зникла із сайту (бо кордони таки закрили), а потім з'явилася знову. Натомість внутрішня пошукова система пропонує інші тексти цієї авторки (головно нариси), котра, вочевидь, перебуває в Італії – епіцентрі європейського інфікування: «Мешканців трьох міст італійської Ломбардії закликали не залишати свої будинки через коронавірус», «Україна має врахувати досвід Італії для подолання економічних наслідків коронавірусу», «В Італії закриваються магазини та ресторани. Бізнес йде в онлайн через коронавірус», «Коронавірус в Італії: зірки моди і шоубізнесу намагаються підтримати свою країну». В усіх зазначених нарисах Христина Суворіна як свідок розповідає про нові перепетії життя охопленої пандемією Італії. Звісно, з огляду на специфіку інформації, авторка пропонує не аналітичний підхід, а констатацію фактів.

Викликає особливу цікавість публікація «Епідемія Covid-2019: головні події за тиждень» (26.05.20), оскільки цей огляд дає вичерпну інформацію про хворобу. Спершу, як лід, подається статистика. І хоча, як ми знаємо, врізка – не місце для числівників, однак у цьому випадку

440 тисяч – ключова й дуже промовиста цифра. Згодом публікація поділяється на підтеми. Перший блок інформації «COVID-19 у світі» повідомляє, що «найбільшими епіцентрами захворювання залишаються США (939 235 випадків зараження), Іспанія (223 759 випадків зараження) та Італія (195 351 випадок зараження), однак у десятку вже увійшла Росія, наразі в країні 74,5 тисячі заражених». У цьому блоці також є покликання на попередню публікацію, яка повідомляє, що «для боротьби з пандемією Генеральна Асамблея ООН ухвалила резолюцію про забезпечення глобального доступу до медичного обладнання, ліків та вакцин для боротьби проти коронавірусу. Резолюцію ініціювала Мексика, а одним із головних її співавторів стала Україна» [Дзеркало тижня. «Пандемія Covid-2019», 2020].

У центрі уваги підтеми «Міжнародна політика» конфлікт між адміністраціями президентів США та Росії, які покладають відповідальність за поширення вірусу на Китай й категорично не погоджуються припинити бойові дії в Україні, Сирії та на територіях інших держав (у відповідь на заклик президента Франції Емануеля Макрона, Ради безпеки ООН і держав G7). Зазначений дискурс активує за ключовими словами попередніх восьми матеріалів «Дзеркала тижня», які більш детально висвітлюють окреслені ракурси проблеми.

Найменша за обсягом (однак принагідно «начинена» двома попередніми публікаціями) підтема «Економіка» констатує, що вже сто три держави (зі ста семи) просять допомоги в Міжнародного валютного фонду. Загалом карантин може стати причиною голоду в бідних країнах – експортерах нафти, котрим таки доведеться вибрати «краще із двох зол».

Проблеми самоізоляції, відпочинку, туризму та забезпечення засобами надійного захисту піднімаються в підтемі «Соціум». Зазначається, що не всі погоджуються з карантинними режимами, зокрема в Росії й США навіть протестують, однак більшість країн закривають туристичні сезони до наступного року та переносять усі важливі дійства в режим онлайн. Як вислід, зростає кількість користувачів соціальних мереж та інших дискусійних платформ. Аби детальніше ознайомитися з деякими аспектами соціальних проблем, читачі можуть перейти за посиланням на вісім попередніх публікацій.

Особливо цінну інформацію (із виходом на п’ять препозиційних експертиз) про походження вірусу, його витривалість та імуностійкість пропонує підтема «Наука». Дуже доречно матеріал скомпонова-

но так, щоб не провокувати дискусій – у матеріалі присутні вичерпні наукові резюмування.

І, нарешті, підтема «Україна» (за допомогою активізації дев'яти попередніх матеріалів) підсумовує огляд та проєктує всі аспекти проблеми на внутрідержавну дійсність, тому читачі можуть усе порівняти, зважити та зробити необхідні висновки тощо.

Під оглядом спостерігаємо дескриптори: Україна, коронавірус, зараження, здоров'я, пандемія, економіка. Ці ключові слова ще тривалий час з'являтимуться в перших стрічках пошукових систем у відповідь на однойменні запити. Отже, матеріал не просто якісний і науковий, а й відповідає всім нормам сучасної масовокомунікаційної діяльності.

Як бачимо, «Дзеркало тижня» виправдовує свій статус одного з найрейтинговіших інтелектуальних видань України. До речі, крім наукового аналізу, воно пропонує перелік цінних рекреативних матеріалів.

Інше популярне та статусне ЗМІ Кореспондент.net у рубриці «Наука» пропонує 14.03.2020 дванадцять матеріалів, із них половина – про коронавірус (подаємо їх у порядку спадання): «Вчені заявили про велику зміну у геномі коронавірусу», «ВООЗ: пік епідемії коронавірусу позаду», «Вчені дізналися, як COVID-19 поширився Китаєм», «Знайдений ефективний спосіб лікування коронавірусу», «Вчені назвали можливе джерело вірусної пневмонії в Китаї», «Місія з пошуку слідів життя на Марсі відкладена через коронавірус».

На відміну від «Дзеркала тижня», «Кореспондент» працює неоперативно: названі матеріали виходили впродовж трьох місяців (хоч на сайті, звісно, є багато інших текстів про здоров'я). Із погляду жанрології, кожна окрема публікація більше нагадує нарис-передрук з інших джерел – дається в знаки відсутність власної бази даних. Однак, якщо об'єднати всі тексти, матимемо своєрідний і доволі хронологічно вичерпний огляд проблеми.

Окрім вербальних матеріалів, у рубриці є відео з позначкою «сюжет»: «Коронавірус в Україні: останні новини онлайн», «Що робити, якщо у вас симптоми зараження коронавірусом? У ФРН почали закриватися на карантин», «Пандемія коронавірусу: на що потрібно зважати під час подорожей? Франція закриває всі школи та виші через коронавірус».

Публікації, які найбільше читають, дуже відрізняються в україномовній і російськомовній версіях. Російськомовна повністю стосується

вірусу. «Вчені довели зв'язок між холодом і коронавірусом», «У Китаї знайшли нульового пацієнта», «Зафіксована нова фаза поширення COVID-19», «Коронавірус в Україні. Останні новини онлайн», «МОЗ повідомило про стан третього хворого COVID-19». Україномовна версія: «Коронавірус в Україні. Останні новини онлайн», далі – новини сексуального характеру, і на завершення – «Аваков: у Горлівці 12 випадків зараження COVID-19».

Паралельно з поширенням інформації відбувається її 50-відсоткове розвінчування в ЗМІ та соціальних мережах. Альона Романюк, знаний фейкознавець, редакторка ресурсу «По той бік новин», оперативно зреагувала на оманливу інформацію про приліт хворих українців з Італії [Нівроку. Випускниця нашої журналістики, 2020]; кілька видань, зокрема сайт студентів-журналістів Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, це перепублікували.

Інтернет-видання «Букви», а слідом за ним «Район. Луцьк» та інші поширюють заперечення порад від лікаря, який начебто працює в Китаї й телефонічно радить знайомим, як поводитись у ситуації інфікування коронавірусом [Район. Луцьк. Поради від лікаря, 2020]. Задля справедливості слід сказати: це псевдоповідомлення, як і багато інших, видається доволі достовірним, тим паче – аудіофайли важко ідентифікуються. Але журналістам таки вдалося переконливо спростувати інформацію. Для цього вони скористалися допомогою Іллі Бурлаченка, асистента кафедри внутрішньої медицини № 2 Національного медичного університету імені О. Богомольця, котрий розглянув проблему за окремими пунктами й, між іншим, щиро зізнався, що в багатьох випадках висловлює всього лише припущення, і якщо з'явиться достовірніша інформація, то ВООЗ «повідомить про це і внесе відповідні корективи до своїх рекомендацій» [Район.Луцьк. Поради від лікаря, 2020].

Із початку розгортання проблеми повсюдно публікуються переліки трохи забутої художньої літератури (зокрема, на наш запит «книги про епідемію» пошукова система Google запропонувала 81 примірник [MyBook – Электронная библиотека. Эпидемия, 2020]) та вчасно не помічених фільмів про пандемію. Пальму активізаційної першості отримала картина «Зараза». На сайті BBC маємо таке повідомлення: «Голлівудський фільм "Зараза" (Contagion) режисера Стівена Содерберга, що вийшов на екрани у 2011 році, так і не став блокбастером. Попри зірковий акторський склад (у стрічці знялися Метт

Деймон, Гвінет Пелтроу, Джуд Лоу, Кейт Вінслет), за касовими зборами фільм тоді посів лише 61 місце у світі. Проте дев'ять років потому, у 2020, "Зараза" увійшла до списку найчастіше завантажуваних стрічок американського iTunes Store, а в Google кількість пошукових запитів, що містять назву фільму, б'є усі рекорди. Якщо у грудні, коли ми вперше почули про появу нового коронавірусу в Китаї, в каталозі студії Warner Bros. фільм посідав лише 270 місце за популярністю, то тепер "Зараза" поступається лише "Гаррі Поттеру"» [BBC. NEWS. Україна. Коронавірус, 2020].

На тлі аудіовізуального буму відносно непоміченою виявилась екранізація актуальної проблеми у сфері журналістських розслідувань – 41/289 серія загалом і перша серія восьмого сезону скриптед-серіаліті «Агенти справедливості» під знаковою назвою «Епідемія» [19]. Екранізація, до речі, з'явилася на початку грудня 2019 року (саме напередодні спалаху пандемії, коли ще про неї особливо не говорили).

За сюжетом фільму, до агенції незалежних журналістських розслідувань звертаються вчені, закриті на карантин в науково-дослідному інституті, після витоку бактериофагу/антигену вірусу бубонної чуми. Дослідники розуміють, що жити їм лишилося три дні, і просять з'ясувати, хто вбивця. Розслідувачі – захоплений роботою журналіст і розчарований у системі офіційних розслідувань приватний детектив – розуміють, що врятувати життя вчених уже неможливо, але роблять усе для розкриття злочину та забезпечення непроникнення вірусу назовні. За іронією долі, витік усе ж стається. І на карантин іде вся Україна...

Під час перегляду фільму ми довідуємося багато цінного й цікавого про властивості вірусів, бактериофагів, способи їх нейтралізації та притумлення. Заодно вникаємо в психологію та стратегії поведінки вчених-злочинців. І хоча на завершення з'ясовується, що переполох був завчасним, у пам'яті глядачів лишаються настороженість, знання та побоювання.

Цікаво також відслідковувати процес самого розслідування та реконструкції версій злочину. У команді, як ми вже зазначили, працюють журналіст, приватний детектив, а також психолог, баліст, криміналіст, фізіогноміст, юрист, судмедексперт, тому опрацювання банку даних відбувається оперативно й усеохопно. І версій теж багато.

Спершу опрацьовується припущення, що хтось сторонній потрапив у лабораторію та спровокував катастрофу. Після перегляду

стрічки відеоспостерігача констатують, що в інституті на час скоєння злочину перебували винятково штатні працівники. Як вислід, постають версії, тісно пов'язані з місцевими науковцями та їх проблемами: від образ і зведення рахунків – до провокацій та тероризму. Однак нові факти й події звужують коло підозрюваних. І врешті з'ясовується, що все відбулося «не за сценарієм злочинця», котрий випадково й сам став жертвою, а в основі злочину – таки заздрість, манія величі та особиста сатисфакція. Під час перегляду ми дізнаємося багато нового зі сфер вірусології, психології, криміналістики й, окрім релаксу, отримуємо чималий обсяг наукових знань і взірці схем класичних журналістських розслідувань.

Паралельно з продукуванням знань, як ми вже зазначили, засоби масової комунікації активно дезінформують. Більшість інформації таки вводить в оману. Журналісти використовують вірус для підняття рейтингу власних засобів масової комунікації. «І їм зовсім не соромно на теренах Європи – батьківщини загальнолюдських цінностей та прав людини – влаштовувати паніку та знущатися над і без того переляканими людьми, адже європейці геть не підготовлені жити й працювати у контексті складних випробувань. Замість того, щоб разом із керівництвом держав вести роз'яснювальну роботу, зупиняти істерію та об'єктивно констатувати факти й локалізувати епідемію, вони створюють рейтинги та поводяться, м'яко кажучи, підло стосовно власної аудиторії» [Гранит науки СМИ, 2020].

Джерела цитованої інформації вважають, що все це – яскраве свідчення недосконалості сучасних ЗМІ. Мовляв, якби вони співпрацювали з політичною елітою, епідемії вірусу вже б давно не було. Але згодом автори самі себе заперечують, бо зазначають, що в Європі немає законів, які б регулювали дії в умовах епідемії. І окреслюють ідеальну ситуацію: «Адже як би могло бути? Захворіло б декілька мешканців Північної Італії, лягли б до лікарень, свідомо самоізолювались... Але "ЗМІ, наче пального, підкинули жахів – і двигун енергійно запрацював, розбризкуючи фейки: в Мадриді кількість захворювань зросла утричі – і ніхто не знає, що з тим робити"» [Гранит науки СМИ, 2020].

Почнімо з того, що автори публікації – науковці, які, вочевидь, абсолютно не орієнтуються у сфері журналістики. Інакше б збагнули: коли в Європі хаос і ніхто не знає, що робити і як лікуватись, то масмедіа не можуть упорядкувати ситуацію. Вони лише ретранслюють те,

що є. Автори, до речі, це відразу самі й підтверджують: «Європі навіть у голову не приходить думка, щоб розробити якийсь закон і вирішити проблему з коронавірусом. Зверніть увагу: Рада безпеки Європи не збирається, ніхто не домовляється, як діяти. Усі зустрічі відміняються... На, жаль, ніхто не взяв на себе відповідальність. І маємо те, що маємо...» [Гранит науки СМИ, 2020].

І вже зовсім не непрофесійно чинять науковці, коли починають рекламувати – «як порятунок» – свій підручник «Безпека ділових кіл у XXI столітті». Отже, це яскравий негативний приклад ненаукового підходу, який використовують експерти, аби показати своє зверхнє ставлення до масової комунікації.

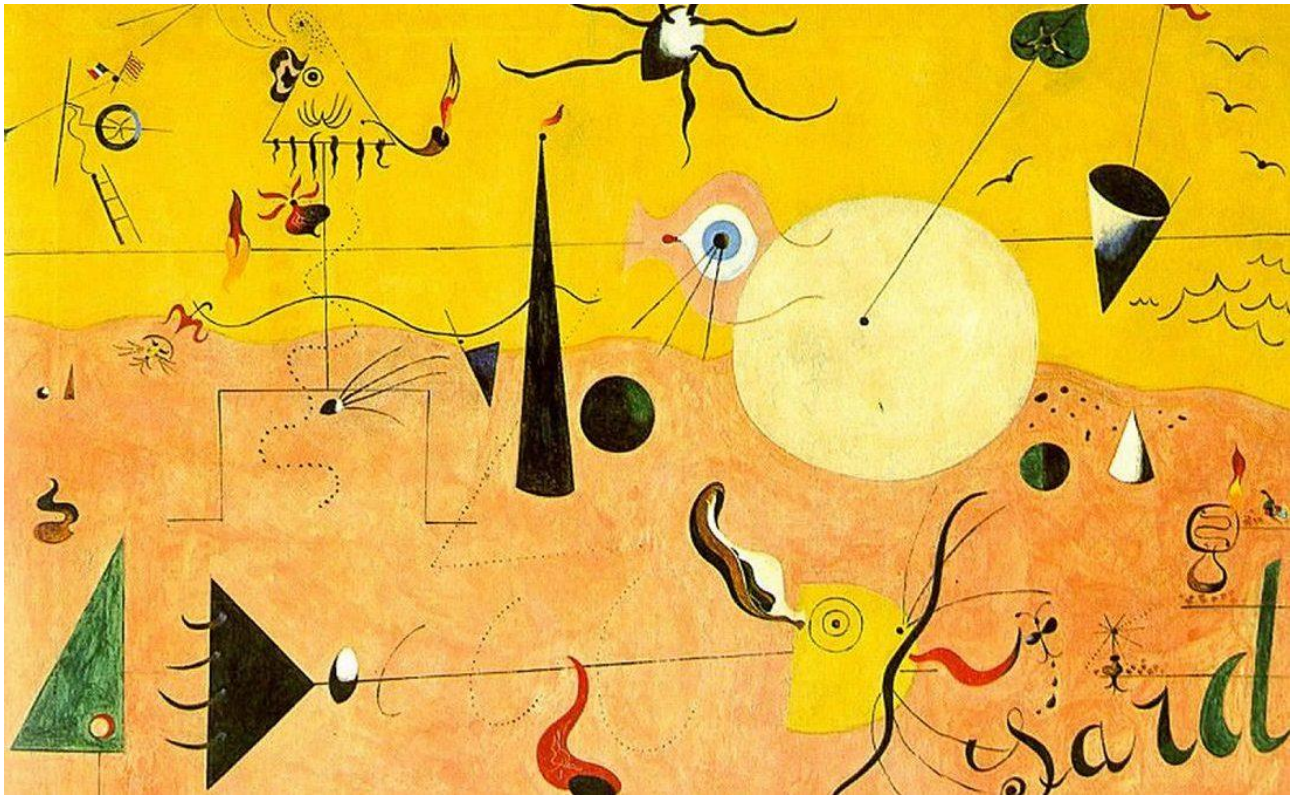
09.06 нарешті з'явилася перша репрезентативна розвідка ІМІ (Інституту масової інформації) про способи корелювання діяльності сучасних науковців та мас-медіа [Інститут масової інформації. Біла магія, 2020], у якій зазначено, що «читачам всеукраїнських популярних онлайн-медіа шукати матеріали про науку в стрічці новин не варто. Їх там мізерна кількість. Натомість можна натрапити на серію астрологічних прогнозів на всі випадки життя. Експерти ІМІ зафіксували, що в моніторинговий період середній показник новин про науку в українських онлайн-медіа становив лише 1,3 %. Найбільшу кількість матеріалів про дослідження, експерименти або ж науково-популярні новини було зафіксовано на сайті Суспільного – 4 % (із загальної кількості новин у стрічці в моніторинговий період), на "Обозрєвателі" – 3,8 % та на "Дзеркалі тижня" – 2,8 %. Водночас експерти не зафіксували жодного матеріалу про науку на сайтах "Знай" та "Інтерфакс-Україна". Одним із найважливіших висновків моніторингу є те, що українські експерти, науковці та дослідники коментують лише кожен п'ятий науковий матеріал (20,3 %). Водночас на сторінках українських онлайн-медіа переважають коментарі від іноземних науковців» (79,7 %).

Звісно, на перший план актуальних досліджень вийшла тема здоров'я (50 % сцієнтичного медіапродукту). Журналісти в основному перепощували коментарі іноземних експертів та профільних видань. Великий відсоток національного продукту – прихована реклама (переважно фармацевтичних фірм і їх посередників). Другою за популярністю виявилася тема космосу (17,7 %). До того ж Усесвіт зацікавив землян не сам по собі, а як імовірне місце проживання, джерело цінних ресурсів та місце для туризму. Цілком очікувано третю позицію

займає царина цифрових технологій (13,5 %) як «додаток до карантинної діяльності», це навчальні платформи, боти, медіаімітатори розваг.

Не менш прогнозовано актуалізувалася проблема антинауковості та фейкотворчості. Неправдивим виявивася кожен третій матеріал про науку (36,1 %). Фаворит імітаторства, поза будь-яким сумнівом, – астрологічні прогнози, які потрапляли на сайти доволі серйозних ЗМІ: УНІАН, «Знай», «Страна», «24 канал», «Обозрєватель» та, як це не дивно, отримували колосальну кількість переглядів (у порівнянні з політичною, економічною, культурологічною інформацією). Серйозні та дійсно наукові теми теж потерпали головно від некоректних покликань, компіляцій, плутанини з власними назвами установ, іменами й прізвищами вчених та, найбільше, псевдоекспертиз із соціальних мереж.

Отже, нині наукова й журналістська діяльності нероздільні та майже еквівалентні. Аби констатувати факти, засвідчувати експертизи, окреслювати діапазони міркувань й інтерпретацій, журналістика змушена запозичити весь набір сцієнтичних ресурсів у царинах збору, аналізу, утілення та поширення інформації. Не випадково редакції провідних мас-медіа активно співпрацюють із науковцями, задіюючи їх як штатних і спеціальних кореспондентів та експертів. Оскільки жодна діяльність уже не обходиться без офіційних сайтів, електронної пошти, сторінок у соціальних мережах, гіперпосилань на бази даних, то співпраця, вочевидь, поглиблюватиметься аж до ситуацій абсолютного «зрощення» ланок однієї, як ми переконливо довели, складної глобальної системи. Це видно вже на прикладі функціонування рейтингового видання «Nature», котре в багатьох аспектах перевершує діяльність суто наукових корпоративних медіа. На шляху до цього «Дзеркало тижня» та низка інших українських і світових ЗМІ, котрі активно висвітлюють та намагаються розв’язати найактуальніші проблеми людства на кшталт пандемії коронавірусної інфекції.



«Ті, хто здійснив теракти, – хлопці з глухих провінційних міст, яким нав'язано думку, що, ставши джихадистами, вони звільняться від усіх гріхів. Я неодноразово розмовляв з одним із них. Він нічого не тямить в релігії. Днями я бачив його на відео серед тих, кого звинувачують в нападі у Франції, – зазначає прихожанин мечеті. І додає: – Карикатури ображають нас. Але це не виправдовує того, що сталося. Ми повинні порозумітися й не іти на такі необдумані вчинки. Однак ми, однозначно, не з тими, хто дозволяє собі карикатури, виправдовуючи їх правом на свободу слова»

РОЗДІЛ 6
ДОСТОВІРНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ В КОНТЕКСТІ НОВІТНІХ КОНЦЕПЦІЙ РАЦІОНАЛІЗМУ

6.1. Обробіток інформації. Криміналістика та журналістика

6.1.1. Гіперлокалізація. Правові проблеми ЗМІ

Інший чинник раціоналізації інфопростору – взаємозв'язок журналістики та криміналістики. Юридичні аспекти функціонування мас-медіа – доволі досліджена проблема. Однак постійні конфлікти, які виникають між засобами комунікації, політиками, представниками шоу-бізнесу й аудиторією, засвідчують неабияку актуальність цієї теми та її практичну невичерпність.

Найбільшою прогалиною зазначених досліджень слід вважати відсутність належної уваги до регіональних ЗМІ. Ці медіа внаслідок певних обставин у названому ракурсі більш уразливі, аніж ЗМІ загальнонаціональні та міжнародні. Тому ми вирішили прицільніше розглянути правові медіапроблеми Волинського регіону. Осердям нашого аналізу стали розмови з практиками-юристами й журналістами двох найрейтинговіших волинських газет (різної форми власності) – «Волинь» і «Сім'я і дім».

Проблема стосунків ЗМІ та законодавства має двояке трактування, вона означає як висвітлення роботи судів, так і використання судової влади для притягнень до відповідальності мас-медій. Із поданням інформації трапляються курйозні ситуації. «Юристам іноді стає дуже смішно від того, що журналісти кажуть або пишуть, висвітлюючи якийсь матеріал на юридичну тематику, – зазначає Роман Головенко у статті "Типові журналістські помилки у юридичних матеріалах". – Особливо часто таке трапляється в новинних сюжетах або статтях. Даються взнаки вади нашої правової системи, але, з іншого боку, журналістів, які б спеціалізувалися на суто правничій тематиці, небагато. Як правило, це медійники зі спеціалізованих юридичних видань. В окремих випадках буває і не смішно, бо навіть юристу до кінця не зрозуміло зі слів журналіста, що все ж таки відбулося, а добра половина глядачів (слухачів, читачів) сприймає подію зовсім викривлено. Далі Р. Головенко звертає увагу на найпоширеніші журналістські

помилки і пояснює, в чому саме вони полягають» [Голуб, 2016: 101–126]. Розмірковуючи над цим, резюмуємо: щоб журналіст належно орієнтувався в юридичних проблемах, у нього має бути оптимально наповнена юридичними складниками освіта.

Щодо використання судової влади з метою переслідування ЗМІ, то слід зауважити, що стосунки третьої й четвертої влад украй амбівалентні. Загальновідомо: у процесах, які стосуються «честі та гідності» програють, зазвичай, ЗМІ, адже їм доводиться мати справу не з «простими смертними», а із «соціально захищеними категоріями населення», наприклад політиками. І якщо, за спостереженнями В. Карпенка, «у країнах Європи вироблені власні противаги свавіллю щодо засобів масової інформації», то в Україні кожен судовий процес – потенційна загроза зникнення ЗМІ (адже ні захиститися, ані заплатити шестизначну винагороду в разі фіаско вони не здатні). Як підтвердження, В. Карпенко наводить факт – заяву судді Шевченківського районного суду З. Антошиної про те, «що жодна газета в очолюваному нею суді не виграла позову про захист честі та гідності» [Карпенко, 2002: 130–131].

Для порівняння наведемо факти, що стосуються інших країн. У Великій Британії, щоб розпочати судовий процес проти засобу масової інформації, потрібно мати дозвіл члена Верховного суду; шведське законодавство взагалі забороняє представникам влади й бізнесу вимагати від ЗМІ в суді матеріальних відшкодувань; у США 90 % справ, у яких звинувачуються мас-медіа, розглядаються не одним суддею, а судом присяжних, що зменшує, фактично зводить до нуля, корупцію й суб’єктивність. Той самий В. Карпенко розповів історію: Франсуа Міттеран, колишній президент Франції, свого часу конфліктуючи з газетою, змушений був удатися до закону. Судовий процес він виграв. І зажадав компенсації аж… в 1 франк.

У нашій державі ухвалювалися закони на підтримку ЗМІ, однак вони належно не працюють. А якщо й діють, то на користь медіа владних структур (які й так найчастіше фінансуються державою). У той час, як в інших країнах той, кого звинувачено в ЗМІ, доводить свою невинність, у нас, зазвичай, мас-медіа змушені доводити свою правоту. Аби підтвердити тезу, звернімо увагу на ЗМІ конкретного регіону – Волині. Ось деякі факти з досвіду лідера інформаційного простору Волинської області (тижневий тираж – понад двісті тисяч примірників) – незалежної громадсько-політичної газети «Волинь»,

засновниками якої є трудовий колектив і Волинська обласна рада. Як повідомляє власний кореспондент «Волині» в Ковелі Ярослав Гаврилюк, протягом десяти років він сам (у газеті 24 штатних кореспонденти) змушений був відповідати на десять позовів. Цікаво, що жоден із цих позовів «Волинь» не програла. Серед усіх справ Я. Гаврилюк особливо запам'ятав три. У першій ішлося про охоронця одного з ковельських ринків – колишнього майора СБУ, який подав до суду на «Волинь» за начебто некоректний збір інформації, джерелом якого стали його документи. Спочатку, на думку п. Ярослава, було зрозуміло, що позивач не має шансів виграти справу, однак звання й професійна пиха не дозволяли йому визнати фіаско. Як вислід – суд між представниками третьої та четвертої влад тривав ледве не на два роки й, звісно, закінчився перемогою «Волині». Що важливо: після успішного завершення справи, журналісти «Волині» не вимагали від опонентів жодної грошової компенсації (для них, як зазначив Я. Гаврилюк, це «була справа честі»). Друга судова справа пов'язана з минулим рекетира. Ярослав Гаврилюк у своїй публікації вжив кримінальну кличку цього громадянина. Після позову бізнесмена довелося відшукати в архівах та підняти судову справу й офіційно підтвердити, що колишній засуджений і теперішній бізнесмен – одна й та сама особа. Процес завершився нічиєю (варіантом взаємного примирення). Третя справа мала стосунок до покійного міністра транспорту України Георгія Кірпи (точніше, його непростих взаємин із мером м. Ковеля). У цій справі переплелись інтриги та політичні амбіції. Ярослав Гаврилюк знову ж таки виграв процес.

Журналіст розповідає, що найважчою була перша судова справа в 1998 р. Тоді давалася взнаки відсутність досвіду. Окрім того, позивач вимагав компенсацію у 25 тис. грн (на той час це була карколомна сума). Загалом Ярослав Миколайович вважає себе в справах позовів і погроз уже «стріляним зайцем». Та й «володарі життя», вочевидь, здогадуються, із ким доведеться мати справу. За результатами своїх журналістських розслідувань Ярослав Гаврилюк написав і видав у видавництві «Твердиня» (сер. «Неймовірно, але факт!») книгу «А у нас на Волині… За лаштунками резонансних справ». Сенсаційні розслідування виграли у всеукраїнському рейтингу «Книга року-2007» (номінація «Минувшина») [Гаврилюк, 2007].

Суттєво, що майже в усіх успішних для «Волині» судових процесах брав безпосередню участь заслуженный юрист України, адвокат

Волинської колегії адвокатів Сергій Федорович Сафулько. Саме завдяки йому, його досвіду й авторитету, на думку Я. Гаврилюка, справи вдалося виграти. Результатом співпраці газети та талановитого юриста стало відкриття на шпальтах «Волині» нової рубрики «Правова школа адвоката Сафулька». У цю рубрику читачі можуть звертатися за порадами й безкоштовно отримувати кваліфіковану юридичну допомогу. Окрім цього, С. Сафулько видає літературу консультаційного характеру. У серії «Бібліотека адвоката» побачила світ його книга «Адвокатура в рішеннях українських судів». У збірнику вперше в Україні робиться спроба зібрати акти судових органів, що стосуються адвокатури, різних напрямів її діяльності.

Зовсім по-іншому складалися стосунки із законом у другого (за рейтингом споживання) волинського друкованого видання «Сім'я і дім», яке вже перестало існувати. Це приватна газета, фінансована фірмою «WOLVEST – group» (власником супермаркетів «Наш край»). Майже всі справи, за словами заступника головного редактора Наталії Шепель, газета програвала і, зазвичай, платила чималі компенсаційні суми. На думку пані Шепель, судді здебільшого відразу налаштовані на те, аби «витягти грошенят» у «бізнесових магнатів». І хоча процеси затягуються на кілька років, усе одно доводиться платити (хоча б половину стартової суми).

Особливо запам'яталися працівникам газети два процеси. Перший був спровокований маленьким повідомленням у кримінальній хроніці про те, як хлопці вирішили на природі відсвяткувати щось біля вогнища, а коли «трохи» випили, то один із них упав у вогонь і потрапив до лікарні. Повідомлення вийшло під назвою «Шашличок». У той самий день, коли число газети з'явилося на розкладках, потерпілий помер. А через місяць (що дуже здивувало працівників «Сім'ї і дому») батьки померлого подали позов (вимагали 20 тис. грн компенсації). Ішлося про нанесення моральної шкоди сім'ї покійного словом «шашличок». Суд тривав три роки. Редакція газети скеровувала запити завідувачеві кафедри мови та стилістики Інституту журналістики Київського університету імені Тараса Шевченка, академіку АН Вищої школи України Пономаріву Олександру Даниловичу щодо стилістичного маркування та лексичного наповнення слова «шашличок». Академік констатував: слово не є образливим. Однак суд на це не зреагував. Після виснажливих трьох років судотривання позивачі погодилися на третю частину стартової компенсації – 7 тис. грн.

В іншій справі йшлося про кредитні спілки. У статті «Як працює фінансовий лохотрон» (від 10 січня 2008 р.), натякалося (на думку позивачів), що кредитні спілки є аферистами. Редколегія ж газети стверджувала, що ніяких імен, назв установ, натяків та паралелей у публікації немає (їх там справді немає – *О. К.*). Суд тривав дев'ять місяців. У ході дебатів (позовні заяви були предметом розгляду Волинського господарського суду, Львівського апеляційного господарського суду, повторно – Волинського господарського суду) було винесено вісім ухвал та одну Постанову. Третього листопада 2008 р. Обласна волинська асоціація кредитних спілок здобула-таки перемогу, а «Сім'я і дім» опублікувала текст спростування під назвою: «Як насправді працює кредитна спілка». Ось фрагмент спростування: «Редакція газети "Сім'я і дім" просить вибачення за нанесену шкоду діловій репутації кредитних спілок за розміщений неперевірений матеріал у № 2 від 10 січня 2008 року під назвою "Як працює фінансовий лохотрон". У зазначеній статті помилково наводиться інформація, що подібною діяльністю займаються кредитні спілки, яким взагалі не притаманна викладена схема роботи. Інформація в зазначеній статті стосується схеми діяльності позичкових товариств на кшталт "Української групи *Капітал*", про сумнозвісні шахрайські дії якої ми надрукували матеріали в цьому ж номері газети. Кредитні спілки з даними позичковими товариствами нічого спільного не мають».

Отже, загалом можна констатувати, що на Волині стосунки закону й ЗМІ залежать, по-перше, від форми власності мас-медіа, по-друге – від позиції та авторитету адвоката, який веде справу. Вочевидь, це резюме стосується не тільки Волині. Хоча, якщо копати глибше, то журналістика і юриспруденція не такі вже й полярні. Особливо зараз – в епоху актуалізації журналістських розслідувань.

6.1.2. Ідентифікація. Детектив та журналізм

За своєю природою та основними функціями журналістська діяльність, особливо розслідувальна, дуже близька до реальних юридичних процесів. Про це пишуть науковці, зокрема Олександр Глушко: «Потрібен привід, поштовх, факт, який би зачепив самого журналіста, розпалив у ньому професійний азарт розслідувача, детектива в найкращому розумінні цього слова» [Глушко Журналістське розслідування, 2006: 69] та Марина Шостак: «Журналіст збирає факти як детектив, але робить це не настільки націлюючись на звинувачення конкретної

особи, скільки в надії розітнути певний “суспільний нарив”» [Глушко Вищий пілотаж, 2006].

Загалом така ідентифікація вже нікого не дивує, бо журналісти та юристи справді вивчають одні й ті самі проблеми та явища. Навіть навчилися якісно співпрацювати, відкриваючи спільні агенції, у яких юристи, зазвичай, активуються на етапі збору інформації, журналісти ж – навпаки, під час аналізу й висвітлення. І, вочевидь, ефективно, бо останнім часом їх порівнюють ще й із письменниками, котрі пишуть детективи. Власне, доречність такого ототожнення ми зараз і спробуємо перевірити.

Щоб отримати додаткові аргументальні параметри, варто відслідкувати аспекти детективу як оригінального культурного/літературного явища. На відміну від усіх інших жанрів, детектив не має глибокого коріння у витокових епохах людства: виник, за частиною припущень, майже на початку ХХ ст., у творчості Едгара По, котрий начебто вперше створив образи Великого розслідувача, найменш підозрюваного злочинця та славнозвісний дедуктивний метод. На думку інших, зачинателькою жанру вважають Анну Кетрін Грін – доньку відомого американського юриста, котра була сучасницею Едгара По, але, на відміну від письменника-«мрійника-фантазера», писала історії за мотивами реальних кримінальних справ. Імовірно, якраз вона ввела в обіг жанр детективу в чистому вигляді, а також літературні інтерпретації реальних визначників процедури розслідування й судочинства. Однак найбільшої популярності в реалізації й удосконаленні нової літератури досяг, безумовно, Артур Конан Дойл. Саме він познайомив світ із легендарним Шерлоком Холмсом, котрий і досі в різноінтерпретаціях літератури, художніх та документальних фільмів грає з читачами та глядачами у все азартніші пошуково-інтелектуальні ігри. Спробуємо відслідкувати, чи відповідають підходи до написання детективу параметрам журналістської діяльності.

Загальними рисами героїв визнаних зразків детективу є неперевершений розум, ерудиція, розвинена інтуїція, оригінальне почуття гумору, інколи – дивакуватість, яка балансує на межі геніальності та божевілля, а також рішучість і самовпевненість. На думку вчених, детективні персонажі не лише спроєктували майбутні процедури розслідувань, а й «передбачили» наукові теорії, які виникли значно пізніше: ідентифікацію за відбитками пальців, детектор правди, фоторобот, швидку фотографію, телеграф тощо. Усе це згодом стало

помічним, передусім для реальної криміналістики, послугами якої принагідно користуються й журналісти. Однак є винаходи детективного жанру, які розвиває та втілює саме журналістика. Оскільки до кримінальних справ і баз даних реєстру злочинів немає (і ніколи не було) загального доступу – журналісти створюють власні інтерпретації нашумілих подій. Для комплексних журналістських розслідувань, як і для літературних детективів, важливою є часова інверсія: спершу здійснюється злочин, далі подається механізм його розкриття, і насамкінець – загальна схема вчиненого. В основу жанру покладено загадку (рівняння з багатьма невідомими), розкриття передбачає складну інтелектуальну гру, у якій задіяні, як мінімум, такі учасники: унікальний детектив-розслідувач, його помічник (подекуди – не один), злочинець та кілька підозрюваних.

Розслідувач і помічник найчастіше презентують різні способи світосприймання й мислення. Для медійних розслідувань це надзвичайно важливо, адже об'єктивність та баланс думок – визначальні принципи журналістики. У літературі такими «андрогінами» є Шерлок Холмс і доктор Ватсон, Ніро Вульф й Арчі Гудвін, Екюль Пуаро та Артур Гастінгс й ін. У журналістиці, як ми вже зазначили, ефективно та успішно поєднуються в команду медійник і юрист. Вони, як і літературний дублет, відіграють збалансовані ролі: один шукає, інший фіксує та – постскриптум – поширює, оприлюднюючи результати цікавого слідства. У детективах, особливо англійських, розслідувач і злочинець абсолютно полярні: презентують добро та зло. У сучасних журналістських розслідуваннях такого не буває. Але, пишучи матеріали, журналісти використовують піарресурс і намагаються подати винуватця злочину якнайчорніше, бо від цього залежать суспільний резонанс та сила впливу медіаматеріалу.

Виокремлюють певні різновиди детективу. Наприклад, політичний, науковий, поліцейський, шпигунський, фантастичний, психологічний, гедоністичний. Безумовно, те саме маємо й у сучасному інфопросторі: численні розслідування засвідчують злочини політиків, олігархів, учених, правоохоронців, дипломатів і розвідників, лікарів, астрологів, «пророків», представників шоу-бізнесу. «Формати» розслідувань можна навіть спроєктувати на домінантні в системі журналістських розслідувань жанри: науковий – стаття (важливо сформулювати тезову концепцію, підібрати аргументи, зібрати думки експертів та, на основі отриманого, – зробити висновки), політичний – нарис (суттєво

– подати життєвий сюжет, який «творить» особистість), поліцейський – звіт (найважливіше, нічого не пропустивши, хронологічно відслідкувати злочин), шпигунський – рецензія (доречно засвідчити оцінку чогось крізь призму внутрішнього спостерігача), фантастичний – есей (коли розслідування «плутається у здогадах», варто засвідчити парадоксальність ситуації як єдиноможливу інтерпретацію), психологічний – інтерв'ю, репортаж (слід витягти препозиційну інформативну ситуацію, котра стала приводом учинення злочину), гедоністичний – фейлетон (коли «на часі» підкреслити комізм ситуації).

До речі, сам по собі літературний детектив віддавна вважається масовокомунікаційним явищем за ознаками стандартизації та розважальності, у контексті яких важливіший зміст, а не форма. Така характеристика постійно «вписувала» цей жанр у парадигму низової й примітивної культури, яка на фоні канону/класики мала видаватися загальнодоступною та «легкоспоживаною». Структурно детектив виглядає справді елементарно, він містить три етапи – загадка, розгадування, результат. Рухає розповідь логічний процес, через який головний герой, констатуючи факти, з'ясовує істину. При цьому опис характерів і почуттів має другорядне значення й подається, зазвичай, у вигляді репрезентаційних фактів, на кшталт скрипки в руках Шерлока Холмса.

Якщо взяти до уваги статтю С. С. Ван-Дайна «Двадцять правил для написання детективних романів» [20 правил, 2013], то побачимо, що основні позиції творення жанру майже стовідсотково збігаються з принципами якісної журналістської діяльності на теренах розслідувань. Передусім, як зазначає експерт, у плані інформованості в читачів мають бути рівні права з розслідувачами. У журналістиці це означає: нехай результати пошуків розгортаються послідовно (бажано в кількох ЗМІ). Із появою нових фактів аудиторія може робити власні висновки. У жодному разі не треба створювати ефект ілюзіону й витягувати щось «з рукава», бо це виглядатиме як підстава. Читача не можна обманювати (крім випадків, коли в оману введений і сам детектив).

У романах не повинно бути любовних ліній, бо це заважає зосередитися й «перемикає» сюжет. Хоча історії, пов'язані із сексуальністю та тілесністю, вітаються. Згадаймо хоча б славнозвісний роман Умберто Еко «Ім'я троянди»: аби привабити широку авдиторію – автор лаштує розповідь «під детектив», однак не забуває «вмонтувати»

в нього й сцену зваби й розпусти молодого монаха. У журналістських розслідуваннях також часто фігурують повії, зґвалтування тощо.

Як вислід «очищення від емоцій» – у детективах абсолютно не допустимі тропи, глибокі психологічні описи та інші «красивості», бо вони руйнують стрункість мислення, пропонуючи не думати, а фантазувати над претекстами, контекстами, затекстами, інтертекстами. Вербальна ощадність створює ефект вичерпного фактажу.

За спостереженнями С. С. Ван-Дайна, вина за злочин не повинна стосуватися хорошої людини. Мовляв, це позбавляє розслідування будь-якого сенсу й руйнує віру в справедливість. Те саме можна сказати й про медіазвинувачення. Мало того: як тільки з'являється щось схоже на чорний PR – реципієнти сприймають це як фейк.

Бажано, щоб злочин не виявився нещасним випадком чи самогубством, бо такий фактор дає змогу поставити запитання: «Навіщо взагалі було розслідувати, якщо все так "банально"»? Однак суїцидні мотиви дуже «доречні», коли йдеться про неправдиві звинувачення, переважно відомих людей.

Зловмисник ідентифікується за допомогою мислительних операцій, які утворюють ланцюг логічних висновків на основі надійного фактажу, тому розслідувач не повинен виявитися злочинцем. І хоч, шукаючи додаткові можливості жанру, письменники та режисери вже допускають і такий варіант, у медіасфері це абсолютно недопустимо. Не варто навіть пояснювати чому.

На думку фахівців, важливо, щоб у літературних творах фігурувало вбивство й не було паранормальних явищ: спіритичних сеансів, ворожби, читання думок тощо, бо це нівелює раціональних підхід. Щоправда, інколи, як виняток, може розслідуватися просто загадкова подія, і навіть та, яка не містить злочину (п'ять оповідань із вісімнадцяти в «Записках про Шерлока Холмса» саме такого характеру), але, як компенсант, загадка має бути унікально вишукана й навіть екзотична. У журналістиці ж незвичність не обов'язкова, важливіша соціальна значимість.

Загальновідомо, що в літературних творах має бути лише один головний дедуктор – «мозок процесу». І злочинцем повинна виявитися теж одна людина, дуже непересічна й відома. До того ж злочинець повинен бути вартісним і гідним настільки, щоб спершу не викликати жодних підозр. Він, звісно, може мати й помічників, але насамкінець виявляється «єдиним негідником», на котрого падає «уся» вина – тоді

його простіше знешкодити. Для журналістики ці аспекти теж важливі – уявімо собі, що було б, якби свого часу довелося викрити та заарештувати всю команду якось причетних до афер політиків, а не лише Павла Лазаренка?

Засоби вбивства й способи розслідування мають відповідати критеріям науковості та раціоналізму, але відгадка, як вважають дослідники, повинна бути настільки очевидною, щоб читач міг її розгадати самостійно й заздалегідь, якщо, звісно, він хороший дедуктор. Загадка, яка не розгадується, утрачає не лише привабу, а й елементарний сенс. Слід додати: якщо не в літературі, то в журналістиці точно.

Насамкінець вважається, що в літературних творах мають переважати особисті мотиви злочину, а не міжнародні змови, інакше вийде не детектив, а роман про секретні служби. У царині журналістики все набагато серйозніше: невиконання цієї вимоги загрожує необережним використанням матеріалів із грифом «секретно».

«Віртуальний» світ детективу, як і належить, набагато впорядкованіший за реальність, адже, прописуючи сюжет, автор бере до уваги лише суттєве. Над цим варто замислитися журналістам, які жаліються на неувагу аудиторії, котра насправді не капризує, як здається на перший погляд, а потребує чіткості та стрункості викладу медіарозслідувань.

Крім розслідувача, злочинця, потерпілого й компаньйона, у сучасних детективах мають бути присутні консультант («мозок» процесу, який безпосередньої участі не бере, а лишень радить (у багатьох фільмах таку роль відіграє психоаналітик)) та помічник (експерт-криміналіст, якого важливо не плутати з компаньйоном, бо тут ідеться не про партнерство, а про фахову судово-медичну експертизу). Усі ці «нові персонажі» надзвичайно важливі й для журналістської діяльності.

Український детектив уперше з’явився в літературному процесі імперської Росії в кінці XVIII ст., після скасування кріпосного права та проведення судової реформи. Саме тоді кримінальні процеси стали чимось на кшталт театральних вистав/реаліті-шоу (згадаймо роман Ф. Достоєвського «Брати Карамазови»). Газети й журнали активно публікували, а реципієнти – читали, кримінальні хроніки та нариси судових засідань. А найгучніші процеси ставали підставою для написання романів, які, щоправда, мало чим нагадували класичні американські й англійські детективи, оскільки розвивались у контексті інших культурних епох і творчих парадигм. Творилися не детективи, а

швидше – художньо-психологічні еквіваленти судових нарисів. Утім, ці твори стали колосально популярними й, на відміну від західних прототипів, увійшли в золоту скарбницю не масової, а класичної літератури.

В українській спадщині ХХ ст. цей жанр став ще ускладненішим, оскільки на реалістичні патерни накладалася національна історія та ідеологія, як вислід – те, що писалося, подекуди взагалі мало чим нагадувало детектив (згадаймо роман О. Слісаренка «Чорний Ангел») [Слісаренко, 2022].

Зараз ситуація стабілізувалася. Детективотворчість активно розвивається, плавно переходячи у формат журналістських розслідувань, якот у численних документальних проєктах та серіалах на кшталт «Агентів справедливості». І це важливо, оскільки, на відміну від однобоко помічної криміналістики, літературний детектив дає журналістам узірець об'ємної картини творення: від збору й обробітку інформації – до реальних текстуальних утілень. На особливу увагу заслуговує робота з інформацією.

6.2. Актуальні новаторства в застосуванні методів зовнішнього збору інформації для мас-медіа

Від початків існування журналістська діяльність тримається на трьох методах збору інформації – спостереженні, інтерв'юванні, вивченні документів та джерел. Донедавна цього було цілком достатньо. Однак сучасна доба інформаційних технологій вимагає серйозних модифікацій, корекцій і нововведень. Оскільки способи інформаційного збору візуалізуються, технізуються й сцієнтизуються, поряд з усталеними методами виникають нові – аудіовізуальні фіксації, інспекції, розслідування тощо. Нова методологія не лише допомагає отримати науково виважений точний результат, але й здатна оптимально проєктувати подальший формат утілення інформації. Спробуємо здійснити ретельний аналіз актуальних для мас-медіа методів збору інформації в компаративному контексті криміналістики й журналістики та відкритих можливостей новітнього раціоналізму й визначити, чи слід вважати основною підставою для збору інформації проблемну суперечність соціальної дійсності та чи використання методів відбувається за усталеною схемою наукової діяльності у форматі класичної статті: теза, аргументи, факти, експертиза, висновки й рекомендації.

Звісно, журналістика – не лише оприлюднення, а й ретельний збір інформації. Без достатньої кількості даних не твориться жоден, навіть найпростіший матеріал. Певною мірою якість збору – також показник рівня суспільної демократії й свободи слова. Донедавна аргументи та факти в країнах пострадянського простору констатувалися й пропонувалися «згори». У добу інформаційних технологій журналістика сенергувалася та стала самоцінною, однак невловимий рецидив табу на констатування зберігається й досі й підсилюється пропагандистськими технологіями інформаційних просторів держав, які перебувають у стані збройних конфліктів. До таких держав, на жаль, належить і Україна. Як наслідок, населення тут потребує правдивої картини світу, однак не отримує її якраз через відсутність позитивних трансформацій у системі інформаційного збору.

Окреслену проблему свого часу опрацьовували І. Лубкович, В. Здоровега, Т. Шумаліна, І. Дзялошинський, О. Кузнєцова, М. Кім, О. Тертичний, В. Горохов, І. Михайлин, О. Лаврик, Е. Фіхтеліус, М. Лукіна, Л. Васильєва, В. Гітляровський, А. Рубінов, М. Кольцов, А. Гудимов, Л. Нода, В. Олешко, Б. Грушин, Л. Кашинська, С. Корконосенко, Г. Лазутіна, О. Тертичний. Учені принагідно описали спостереження, інтерв'ювання, вивчення документів та їх найближчі трансформації – експеримент, анкетування й т. ін., але не розглядали найновіших можливостей за допомогою візуальних методів, інспекцій, криміналістично-журналістських розслідувань тощо й не пропонували вдосконалення універсальної методології відповідно до потреб сучасності. Ми ж пропонуємо усунути наявні лакуни та розглянути методи збору зовнішньої інформації як вислід і проєкт синхронних модифікацій раціоналізму в контексті доби інформаційних технологій, найпершим маркером яких слід вважати всеохопну сцієнтизацію й ідентифікацію із криміналістикою.

Інструментарій наук, серед яких – і юридичні та медійні, сформувався набагато раніше від його журналістських аналогів. Він давній, як історія людства й масова комунікація. Уже в Судебнику (1497–1550 рр.), що ґрунтувався на «Руській правді» (XI–XII ст.), ішлося про визнання документів достовірними в процесі експертизи. До епохи Просвітництва саме криміналістика й інші науки займалися тим, що зараз курує журналістика. На початку нової ери у відповідь на зростання й урізноманітнення злочинності виникали нові наукові методи розслідувань (мовою сучасності – методи збору інформації та констатації

фактів), до того їх використовувала лиш інквізиція. У царині науки збір теж існував, однак то була комунікація для обраних, котра й сама перманентно потерпала від «боротьби з єресями».

Серед найперших революційних методів криміналістики – «пристосування антропології для ідентифікації осіб, впровадження дактилоскопії, реєстрація фігурантів злочину, створення банків даних, розвиток почеркознавства та слідознавства, фотографування як спосіб фіксації доказів» [Шепітько, 2010: 30].

Із появою книг і публікацій на тему порушення законів з'явилися й професіонали, котрі зайнялися розслідуванням, розкриттям та попередженням злочинів, а заодно і їхні помічники, що фіксували й висвітлювали резонансні справи «не для архіву» [Косюк, 2018]. Криміналістика, детально описувала роботу не лише детективів, а й злочинців, комплексно вивчаючи закономірності утворення, виявлення, констатування, оцінки та використання інформації.

Щойно зародившись, журналістика багато в чому намагалася дублювати юриспруденцію, хоча окремі фактори, приміром поведінка зловмисників, могли описуватися винятково в царині художньої літератури, яка публікувалася в газетах лише принагідно [Косюк, 2018]. В інформаційній та аналітичній медіадіяльностях таке вважалося грубим порушенням стандартів.

Функції й завдання криміналістики та журналістики майже ідентичні: констатаційна (фіксування, опис, накопичення інформації); інтерпретаційна (розкриття внутрішньої суті явищ, з'ясування їх причин), евристична (відкриття раніше не відомого); прогностична (передбачення можливих наслідків); прикладна (попередження ймовірних загроз); комунікативна (поширення знань та отримання відомостей); навчальна (трансмісія інформації); виховна (формування соціальної поведінки); критична (виявлення помилок/неточностей у теоріях/практиках).

У криміналістиці, як і в журналістиці та масовій комунікації, існують універсальні й фахові завдання. Загальнонаукові методи тут поєднують чуттєве, раціональне, емпіричне. Чуттєво-раціоналістичними вважають спостереження, опис, порівняння, експеримент, моделювання; логічними – аналіз, синтез, індукцію, дедукцію, гіпотезу, аналогію, ідеалізацію, узагальнення; математичними – вимірювання, обчислення, геометричної побудови тощо [Пясковський, 2015: 43].

6.2.1. Фрагментація. Спостереження. Інспекції

Процес дослідження в обох сферах починається зі спостереження, вимірювання та опису. Спостереження – найдавніший і найбільш універсальний метод збору інформації. Він, вочевидь, ніколи не започатковувався як окрема категорія діяльності, бо завжди був притаманний людині. Кожен із нас, якщо він не позбавлений зору, щось споглядає. І цей процес абсолютно не залежить від бажань. Він, швидше, запорука адекватної орієнтації в просторі. Однак не всі люди однаково спостережливі. І не кожен бачить одне й те ж (відмінність може бути навіть у розрізненнях кольорів та ракурсах).

Спостереження використовують не лише в юридичній і медійній площинах. Воно необхідний складник творчої, наукової та будь-якої іншої діяльності. Однак частота його використання журналістами може конкурувати хіба що з подібними застосуваннями в роботі карного розшуку. До того ж криміналісти й журналісти керуються дуже подібними критеріями та поділяють спостереження на чотири категорії – відкрите, закрите, уключене, невключене. Зазначені різновиди поєднуються бінарно: відкрите невключене та приховане включене.

Відкрите (усі знають, що ведеться спостереження) невключене (ніхто не сприймає спостерігача як представника своєї спільноти) спостереження відбуваються навіть тоді, коли ми їх не плануємо, бо ніхто не ходить із заплющеними очима й змушений споглядати довколишній світ. Однак, не плануючи розглядати та придивлятися, ми опускаємо важливі деталі й належно не фіксуємо дані. Заплановане відкрите невключене спостереження особливо ефективне, коли об’єкт споглядання загальнодоступний та нескладний.

Приховане (відоме якомога меншій кількості людей) включене (проводиться начебто членом спільноти) спостереження (іншими словами – шпіонаж) кардинально інші й ближчі до експерименту. Їх застосовують до непрозорих, фальсифікованих та важкодоступних об’єктів. Отже, перед тим, як задіювати метод, варто ознайомитись із законодавством. Для журналістів воно, зазвичай, гнучкіше, тому спостереження такого типу об’єднують зусилля криміналістів і медійників. Ефективно, коли спостерігач-журналіст на певний час стає частиною досліджуваного об’єкта, а професійний детектив підстраховує його та аналізує факти.

У сучасних реаліях реалізація програми спостереження має розпочинатися з окреслення мети, яка автоматично звужує ракурс, дає змогу визначитись із завданнями, сформулювати гіпотезу, з'ясувати спосіб спостереження, фрагментувати об'єкт та, за потреби, підібрати необхідну техніку. Оскільки спершу застосовуються лише очі, а згодом – складніші прилади, у юриспруденції розрізняють просте й кваліфіковане (із застосуванням технічних засобів), пряме (очима слідчого) та опосередковане (через інших осіб) спостереження. Кваліфіковане спостереження дає доволі точну загальну картину злочину. Опосередковане, навпаки, дуже часто містить хиби та високу долю суб'єктивізму. Із зрозумілих причин, журналісти кваліфікованих спостережень не проводять, а замовляють їх фахівцям.

Об'єкти юридичних і журналістських спостережень теж відрізняються Для криміналістів це – елементи матеріального світу: сліди, документи, предмети; люди, ознаки зовнішності, прояви характеру; дії. Журналісти ознак зовнішності не опрацьовують, оскільки то дуже складні реалії, і не використовують послуг психоаналітиків та фізіономістів – така інформація неточна й не для загалу. Аналіз слідів – це теж не компетенція мас-медіа. Усе інше можуть спостерігати представники обох професій, хоча медійникам слід удосконалити застосування методу, ураховуючи сучасні технології й рівняючись на партнерів із юридичною освітою, у яких більше досвіду, ресурсів і законодавчих можливостей, однак менше свободи висловлювань й оприлюднень. Незважаючи на те, що спостереження – найпростіший метод збору інформації, він також і найбільш поширений, оскільки є органічною частиною порівняння, експерименту, вимірювання, вивчення джерел.

Окремо як метод збору інформації криміналісти застосовують опис. Це фіксація того, що спостерігається, у протоколі розслідування. Опис буває прямим (здійснений слідчим) та опосередкованим (створений із чужих слів, приміром фоторобот). Параметри цього всебічного, об'єктивного, послідовного методу визначені Кримінальним процесуальним кодексом України. Чимось він нагадує журналістський звіт. Крім протоколів слідчих, цей метод може бути присутній у висновках експертів, постановах, у кримінальному провадженні тощо. Оскільки як журналістський жанр опис утрачає популярність, напевно, слід його активніше використовувати в якості методу збору інформації.

Порівняння – метод теж сам по собі для журналістики не властивий і функціонує там швидше як додатковий. У криміналістиці ж – навпаки, дуже суттєвий, особливо для досудових розслідувань. Для нього важливо, щоб порівнювані об'єкти мали яскраво виражений зв'язок (наприклад цикл однакових злочинів – свідчення серійності). Також обирати для порівнянь потрібно винятково суттєві аспекти. У юриспруденції зіставляються розмір, форма, щільність, вага, колір, спосіб здійснення злочину й под. Зазвичай, порівнюються додаткові ознаки з уже наявними, приміром, вилучені речі із вкраденими. Дані окреслених порівнянь журналісти-розслідувачі замовляють експертам.

Однак у ЗМІ цей метод «отримав друге життя» як журналістська інспекція та «наповнювач» інтернет-матеріалів у вигляді внутрітекстових та прикінцевих посилань. Обидва різновиди методу виникли в епоху Постмодерну, коли фіксування й констатація фактів перестали бути привілегією вчених та криміналістів.

Журналістська інспекція полягає в тому, щоб зібрати конкретну інформацію про установу, заклад, організацію тощо й порівняти зібрані дані зі встановленими в суспільстві та світових співтовариствах нормами. Оцінюються ціни, рівень обслуговування, порядок, інтер'єр, зовнішній вигляд тощо.

В Україні інспекції тривалий час здійснювала програма «Ревізор»: журналісти Ольга Фреймут, Вадим Абрамов, Микола Тищенко, Володимир Остапчук. А суб'єктивність перевірок збалансовували власники закладів у шоу «Страсті з ревізором», яке транслювалося після основного випуску програми. Об'єктами перших інспекцій стали ресторани, магазини, готелі, супермаркети, санаторії, аквапарки, салони краси, пляжі, дитячі садки, історико-культурні комплекси. Згодом сфера ревізій поширилася на медицину, безпеку, освіту й еліту українських міст («Інспектор. Міста») та сіл (Сільський ревізор) і в епіцентрі інспектувань опинилися школи, дитсадки, амбулаторії, місцеві ради, пошта, будинки культури, магазини, ферми й підприємства, дороги, вуличне освітлення й ін. Перевірки відбувалися не лише в Україні, а й, вочевидь, для порівняння, у закладах Австрії, Франції, Італії та Великої Британії.

Перевірку здійснював журналіст, який не був експертом у зазначених сферах, але працював за усталеними критеріями. Результати інспекцій відображались у певній шкалі. Завдяки фото, відео та наявності оцінок створювався ефект фахової присутності. Аби підсилити

об'єктивність, медійники прибували на місце проведення інспекцій без попереджень, застосовували для збору основного масиву інформації спостереження, а вже як додаткові ресурси задіювали інтерв'ю, вивчення документів, експеримент.

Цей метод також використовується для «начинки» інтернет-текстів. Додаткові «вставні» ресурси беруться переважно із власної бази даних, оскільки вихід на чужі не гарантує повернення читачів до вихідних джерел. Крім того, існує правило варіювання аналогій: чергуються вербальні елементи, схеми, документи, відео тощо. Одноманітні вставки абсолютно не ефективні. Ось, наприклад, середньостатистична лапідарна кореспонденція «Дзеркала тижня» («У Києві черговий "ковідний" рекорд – понад 1700 нових хворих») [Хмилевська, 2020] містить аж п'ять додаткових ресурсів: попередні матеріали («В Україні понад 16 тис. нових випадків корона вірусу», «Найбільше в контакт-центр МОЗ щодо протидії коронавірусу скаржаться жителі Київської області», «Лідери G20 обіцяють справедливе поширення вакцин проти коронавірусу»), вихід на Телеграм-канал мера міста Віталія Кличка з окремою вставкою у вигляді картинки й світлину власного кореспондента «Сьогодні в Україні діє карантин "вихідного дня"».

Цілком інша природа прикінцевих посилань, які характеризують опубліковане з інших боків та ракурсів і принагідно фіксують теоретичну базу нового матеріалу. Тому, аби не використовувати конкурентних матеріалів інших ЗМІ, «Дзеркало тижня», приміром, замість таких посилань, пропонує низку тегів COVID-19, рекорд, Ляшко, Київ, МОЗ, дослідження, мер, Кличко.

6.2.2. Поляризація. Слідчі та медійні експерименти. Моделювання

Експеримент криміналісти трактують майже так само, як і журналісти: «відтворення явища або події для вивчення його зв'язків з іншими явищами» [Пясковський, 2015: 45]. Цей метод дає змогу детально розглянути природу процесів, їх походження, трансформації тощо. Так реалії виділяються та окреслюються, визначаються їх причинно-наслідкові зв'язки. У криміналістичній діяльності метод реалізується переважно у вигляді слідчого експерименту (ст. 240 КПК України).

У світовій журналістиці експеримент теж вважається одним із найбільш популярних методів збору інформації. І хоч в Україні він використовується мало – своє надійне місце в структурі журналіст-

ських розслідувань таки отримав. А неналежна задіяність ресурсу, вочевидь, пояснюється необхідністю серйозного технічного оснащення, яке б забезпечило створення еквівалента природного середовища.

«Слідчий експеримент – окрема слідча дія, яка полягає у здійсненні дослідів з метою перевірки того, чи могли відбуватися за певних умов ті або інші події та яким саме чином» [Шепітько, 2010: 246]. Криміналісти вважають, що цей експеримент дуже схожий до наукового, оскільки в обох випадках актуалізуються проведення дослідів. Але, на відміну від сцієнтичного, юридичний експеримент відтворює не явище повністю а тільки умови, за яких відбувалися події, тому може проводитися і не в місці скоєння злочину, і навіть подекуди без свідків та потенційних звинувачуваних.

В усіх царинах функціонування існує незліченна кількість видів експерименту, серед яких учені та працівники мас-медіа передусім виділяють природний і технічний. А юристи акцентують ще на можливості «проникнути крізь певний отвір та вийняти через нього ті чи інші предмети» [Шепітько, 2010: 284], учинити дії за певний часовий термін, установити певні навички особи, котра скоїла злочин, визначити, як відбувалася подія.

На всі типи експериментів накладається табу, якщо вони принижують людину чи загрожують її життю. Програма досконалого слідчого експерименту виглядає приблизно так: визначити мету та умови проведення (особливо послідовність дослідницьких кроків); запросити учасників (звинувачуваних, свідків, понятих, котрі мають хороші зір, слух й інші цінні якості тощо); підібрати еквіваленти речових доказів – засоби, знаряддя матеріали, оскільки самі докази в експерименті задіюватися не можуть; підготувати так звану «слідчу валізу» – пакет техніко-криміналістичних засобів для проведення відповідних дій; скласти план експерименту з указанням часу та місця проведення, кількості учасників, способу їх розташування: пояснити суть процесу.

Експеримент варто повторити кілька разів на місці вчиненого злочину й у максимально подібних умовах. Крім вербально-протокольних утілень, він передбачає присутність фотоапаратів і камер, які наочно констатують факти.

Для проведення журналістського експерименту, на думку вчених, мають активуватися трохи інші дії. Спершу визначається об’єкт дослідження, далі – предмет, або ж ракурс, тоді виголошується теза-

припущення, далі виконується програма спостереження, щоб окреслити стан об'єкта до експериментальних утручань. Згодом визначається мета й формулюються завдання-провокації (на рівнях свідки, експерти, потерпілі) для перевірки припущень. На наступному етапі готується необхідна техніка. Зрештою, проводиться сам експеримент. Але це ще не завершення. Постскриптум – здійснюються аналіз результатів і проведення ще, як мінімум, двох контрольних випробувань (існує поділ – пілотний, основний та підтверджувальний експерименти). Лише на завершення всього зазначеного творяться журналістські матеріали. Під час експериментування журналісти також вважають за потрібне змінювати умови й людей, бо не всі на все реагують однаково.

Інтерв'ю та всі його різновиди (бесіда, опитування, частково – репортаж) як способи збору інформації теж потребують удосконалення в плані наближення до стратегій криміналістики. Про це детально йтиметься в нашому наступному розділі та в одній із публікацій, зміст якої можна переглянути за посиланням [Косюк Допит та інтерв'ю, 2019: 847–852].

Набагато більше задіяним у кримінальних розслідуваннях, у порівнянні із журналістськими, можна вважати й моделювання: «метод дослідження об'єктів на їх моделях» [Пясковський, 2015: 45]. Концептуально-теоретичні образи передусім використовуються в тих випадках, коли реальне відтворення може загрожувати чиємусь здоров'ю та життю, а таких ситуацій у юристів, звісно, набагато більше, ніж у журналістів, тому моделювання вони поділяють на матеріальне (сенсорна конструкція) та ідеальне (формули, описи тощо), котрі, у свою чергу можуть бути уявними (розробка версій для розслідування), чітко окресленими (створення муляжу), математичними (цифрове вираховування умов розвитку процесів). Окремим різновидом моделювання вчені-криміналісти вважають реконструкцію – відновлення витокового стану чогось за залишками й описами.

У журналістиці моделюються здебільшого результати досліджень, коли «вкладаються» у формат певного жанру. Невідповідність інформації її втіленню – найпоширеніше порушення журналістських стандартів, за яке, на жаль, не передбачено жодних покарань. І втім, саме жанрова невідповідність зводить усе зроблене в медіасфері буквально нанівець. Найчастіше, замість статті, пишуть проблемний нарис, у якому для повноти картини не вистачає об'єктивності, експертизи та фактажу.

6.2.3. Логістика. Загальнонаукові методи

Серед групи логічних методів юриспруденція, журналістикознавство, масова комунікація та інші науки виокремлюють такі: уже знакову (із часів Артура Конан Дойла) дедукцію, аналіз, синтез, індукцію, аналогію, гіпотезу ідеалізацію, узагальнення.

Дедукція – коли щось загальне виводить на конкретне, приміром загальні наукові постулати – на практичні реалізації. Дедукція розглядає експериментальні дані та «сплітає» їх у теорію. Цей метод використовується переважно за відсутності потрібної кількості доказів, тоді під час побудови версій варто виходити не з аналізу доказів, а із загальних припущень. Оскільки прямі факти відсутні, дослідник формує кілька версій і послідовно їх апробує.

У медіа дедукція використовується в структурі статті (коли збалансовуються погляди експертів), у коментарях (під час озвучення різних думок), у репортажі (задіюючи думки фахівців, свідків, потерпілих), у проблемному інтерв'ю (під час розмови носіями унікальної інформації), у звітах, які констатують процедуру полеміки, в оглядах (для аналізу наявних концепцій), у рецензії (як фактор спростувань), навіть у проблемній публіцистиці (коли відсутня необхідна кількість вихідних даних).

Супутна дедукції індукція задіюється, навпаки, за умови, коли потрібно уніфікувати дані експерименту чи спостереження. Тобто цей метод, зазвичай, стосується практики й рухає факти – від конкретного до загального. Хоча існує й наукова індукція, яка, окрім формального узагальнення, дає додаткове змістовне обґрунтування істинності.

Специфічно в кримінальній та медіасферах проявляються аналіз і синтез. Аналіз дає змогу фрагментувати процес розслідування, зробити його ступеневим. А синтез допомагає звести процеси та докази в єдине ціле.

Важливим для пошукових дій є також абстрагування. Саме воно дає можливість зосередитися на найважливішому й не звертати уваги на випадкове. Хоча в журналістиці все набагато складніше: позірно несуттєве тут здатне кардинально змінювати ракурси та варіювати важливість проблеми, як-от у ситуації опису терористичного акту в Луцьку влітку 2020 року, під час якого журналісти необережно напродукували відеоматеріалів у форматі інструктажу для терористів й опублікували все в соціальних мережах [Страшний день, 2020].

Подібно до абстрагування діє ідеалізація. Задіюючи її, не лише відкидають усе зайве, а й наділяють процеси ймовірними фактами та ознаками, створюючи певною мірою фантастичну реальність, яка дає змогу робити припущення. У журналістиці така явна фальсифікація заборонена законом.

Заповнити лакуну невідомості допомагає аналогія – техніка творення припущень на основі порівняння подібних реалій. Оскільки йдеться про штучне перенесення, то аналогія дає не точні, а ймовірні знання. За допомогою цього методу розглядаються версії, розшукові дії, типові ситуації. Через схематизм перенесень аналогія подекуди переходить у моделювання. На аспектах спільного тримається й метод узагальнення, який акцентує схожі риси та ознаки, зводить усе повторюване в єдине ціле – своєрідний синонімічний ряд.

Крім загальнофілософських, сучасні криміналістика й журналістика активно послуговуються методами інших наук, найбільше – математичних: обчислення, вимірювання, специфічне моделювання, геометричні побудови. Таке використання було завжди. Хоч особливо актуальне саме зараз, бо зумовлене викликами науково-технічного прогресу. Для того щоб провести найпростіше розслідування, потрібно полічити наявне, виміряти його, змоделювати витокову ситуацію тощо.

Не менш популярними є фізичні, хімічні та біологічні методи й підходи, бо склад речовин (особливо отрут, у контексті справ Скрипалів, Навального тощо) теж буває для розслідувань визначальним, як і маса, швидкість та гравітація, а також дослідження волосся, частинок шкіри й кольору очей. Усе це журналісти замовляють фахівцям, бо самі для таких досліджень, на жаль, не мають відповідного експертного статусу.

Однак пальму першості в плані методологічного використання, вочевидь, потрібно віддати психології, антропології та соціології, без яких надзвичайно важко окреслити збір актуальної інформації – кожне друге розслідування передбачає огляд тіл, урахування психоаналітичних особливостей, облікові дані й ін. Звісно, для журналістів, на відміну від криміналістів, передусім важлива статистика. Іншу інформацію теж надають запрошені експерти.

Останнім часом для отримання швидких даних і прийняття рішень активніше використовують візуальні методи фото-, відеофіксації (які, імовірно, відокремилися від основних). Однак паралельно розгорта-

ється дискусія про те, чи вони дійсно варті уваги. Річ у тім, що справді наукові констатації найчастіше подаються у вигляді формул та складних схем і їх можуть читати переважно вчені, а от медійні аудіо- й відеодані надзвичайно доступні для широкого кола реципієнтів. Учені сходяться на думці, що візуальні методи не самодостатні та можуть бути лише підставою для репрезентативних досліджень. Однак, незважаючи на дискусійність можливостей, візуалізація вдосконалюється: поряд із покращенням зображень розв'язується проблема їх надійної ідентифікації. Над цим працюють пошукові машини. І вже сьогодні перевірити зображення на оригінальність може навіть середньостатистичний юзер.

6.2.4. Універсальність. Вивчення документів та джерел

Найбільше спільного в журналістів та експертів у роботі з документами, оскільки йдеться про надійну ідентифікацію даних. До категорії документів, як твердить Міжнародний інститут інтелектуального співробітництва, належить «усе те, що може бути використане як свідоцтво, будь-яке здатне для вивчення та пересилання джерело інформації, а також те, що має юридичну силу» [Палеха, 2009], або ж, згідно із Законом України «Про інформацію», «передбачена законом матеріальна форма одержання, зберігання, використання й поширення інформації шляхом фіксації її на папері, магнітній, кіно-, відео-, фотоплівці, чи іншому носієві» [Палеха, 2009].

Дані в документах чітко впорядковані, структуровані й узагальнені. Середньостатистичне джерело містить не лише інформацію, а й ставлення до неї. Стабільний стан об'єктів дає можливість проведення повторних процедур, однак їх наповнення вторинне й безпосередньо до реальності не причетне, також воно залежить від формату, сфери використання, позицій автора, котрий часто фіксує не лише актуальне, а й минуле. Документ, зрештою, не завжди можна подавати в медіаматеріалах дослівно; вербально видозмінюючись, він може втрачати сенс. Окремо в контексті медіа слід розмовляти про ідентифікацію фейків. Цю процедуру, на відміну від усіх попередніх, криміналісти запозичують у медійників, а не навпаки.

Неправдиві документи, якщо їх оригінали десь зафіксовані в мережевій базі даних й відкриті для користування, визначити неважко, для цього достатньо натиснути підозріле джерело та правою кнопкою миші в браузері Google Ghrome вибрати пункт «знайти це зображення

в Google». Пошукова система засвідчить першоджерело. В інших браузерах, потрібно спершу встановити спеціальний пагін, наприклад, Who stole my pictures (хто вкрав мої картинки). Він шукатиме не тільки в Google, але й у яндексі, рамблері та інших пошукових машинах.

Ключові слова підозрілих відео- та фотоматеріалів слід увести в стрічку аудіовізуального сховища You Tube. Система повинна засвідчити першоджерела, й фальсифікати, усе це варто звірити за датами появи. Таким чином виходимо на оригінали. Можна також відео перетворити на картинку й переправити її в Google на пошук за попереднім узірцем. Якщо вже хтось помітив фейк, то мав би це зафіксувати й щось написати про викриття.

Коли ж документ має лише паперовий вияв, слід на звороті відшукати порядковий номер та перевірити в базі даних організації, хто, коли і як його видав, а далі лишається покладатися лише на думку експертів-криміналістів, бо тільки вони здатні компетентно визначити оригінальність почерку (якщо писано від руки), печаті, підпису й канцелярського паперу.

Зовнішній аналіз документів передбачає вивчення історичного контексту та виходу на супутні джерела, які характеризують особливості оформлення документа, місце його появи, ідентифікують особу автора й ініціаторів, мету створення, достовірність та надійність. Внутрішній аналіз стосується самого документа – відмінностей між фактичним і літературним змістом, рівнем компетенції автора, ставленням його до фактів.

Документи мають безліч різновидів: офіційні, неофіційні, статистичні, вербальні, іконографічні, письмові, фонетичні, колективні, оригінали, копії тощо, серед яких трапляються й такі, що потребують обробітку за допомогою специфічної техніки та втручання вузькоспеціалізованих експертів.

Окремо виділяють метод експертних оцінок, який застосовується тоді, коли потрібна думка фахівців, котрі можуть надати вичерпну унікальну інформацію про об’єкт і предмет досліджень. У таких випадках слід обов’язково перевірити освіту надавача послуг, рід його занять, стаж роботи з певного профілю. Список експертів варто постійно звужувати та, за можливості, оновлювати. Із цією метою і криміналісти, і журналісти використовують методи самооцінки та колективного оцінювання, але найкраще все це поєднувати.

Чи можна виправдати специфічні «методи» збору інформації на кшталт підкупу, використання спецтехніки, прихованих записів,

фабрикування інформації тощо? Важко відповісти... Однак можна точно сказати, що в юристів тут набагато більше можливостей, а журналістам краще утримуватися від «спокус», бо йдеться про їхній статусний імідж та відповідальність перед аудиторією.

Отже, процедури збору зовнішньої інформації, зазвичай, утілюються в кілька етапів: підготовка польових документів: питальників, протоколів, інструкцій; пілотажні спроби; основні дослідження; комп'ютерний математичний обробіток; аналіз результатів; написання медіаматеріалів.

Оскільки підставою для збору інформації є проблема (суперечність соціальної дійсності) – використання методів відбувається за алгоритмом творення класичної статті: теза (припущення), аргументи, факти, дискусія експертів, висновки й рекомендації. Максимально наукова гіпотеза має ґрунтуватися на вже частково доведених твердженнях і перевірених фактах та бути відкрита для перевірки. Якщо ж припущень кілька – вони, на відміну від фактів й експертних думок, не повинні взаємозаперечуватися. За необхідності варто провести додаткове журналістське розслідування.

Загалом робота над фактами рідко потребує якогось одного методу чи підходу, найчастіше йдеться про почергову зміну методологій у контексті аналогічних кримінальним етапних журналістських розслідувань, котрі балансують на межі окремого жанру й гіперлокального мультимедійного конгломерату.

Як зазначає відомий розслідувач Олександр Глушко, «цінна інформація може міститися у короткій газетній замітці, в листі, зокрема й анонімному, в офіційному повідомленні. Нерідко тема народжується після аналізу статистичних даних, бесіди зі знайомими чи й сторонніми людьми у процесі роботи над журналістським матеріалом. Чимало розслідувань починається з доносу, у якому підкидаються викривальні документи» [Глушко, 2006: 72]. За образними уявленнями Джона Уллмена, журналістові, котрий веде розслідування, «слід побачити всі дерева в лісі, потім ліс, як скупчення дерев, згодом – кожне окреме дерево, щоби знову повернутися до концепції лісу» [Уллмен, 1998: 44–45].

Відкриті, а інколи й спільні, бази даних дають змогу сучасним медійникам і криміналістам плідно об'єднувати зусилля у форматі фактчекінгу, який відбувається за схемою наукової діяльності: об'єкт дослідження, доказова база, вихід на компетентні джерела, коментарі експертів, логічний висновок. Парадигма фактчекінгу модифікується

відповідно до змін матриці новітнього раціоналізму. Технології вдосконалюються... Але основним ресурсом незмінно лишається розумова діяльність людини.

6.2.5. Компаративістика. Допит та інтерв'ю

Одному з трьох китів збору інформації – журналістському інтерв'юванню – у криміналістиці відповідає допит, спрямований, як зазначають учені, «на одержання інформації про відомі допитуваному факти, що мають значення для встановлення істини» [Шепітько, 2010: 187]. Незважаючи на те, що журналістів постійно застерігають: «Не зводьте інтерв'ю на рівень допиту», – між цими способами збору інформації багато спільного. Передусім, в етапах підготовки до проведення процедури. Тож спробуємо, порівнюючи, дослідити опитування як спосіб збору інформації у сферах журналістики та криміналістики. Це надзвичайно актуально, оскільки опитування є частиною медійного розслідування – найпопулярнішого та найспоживанішого на сьогодні журналістського жанру.

Юристи, як і журналісти, поділяють процес підготовки на три рівні – пізнавальний, прогностичний, синтезуючий. Пізнавальний передбачає вивчення вже наявних матеріалів кримінальної справи, збір інформації про допитуваного. Прогностичний проєктує врахування психологічних характеристик співрозмовника та визначення найдоцільніших стратегій установлення й підтримання контакту. І нарешті, на синтезуючому етапі слідчий складає план допиту, питальник та визначає час, місце й інші параметри проведення процедури.

Журналісти діють подібно. Там теж існує три рівні підготовки (за І. Михайлиним [Михайлин Основи журналістики, 2011]) – загальний, спеціальний, психологічний. На першому обирається журналіст, котрий спеціалізується з обраної тематики. На другому цей журналіст ретельно вивчає проблему, послуговуючись усіма доступними базами даних. На третьому інтерв'юер налаштовує себе на розмову з людиною певного психотипу й соціального статусу та моделює розмову за допомогою питальника.

Як для юристів, так і для журналістів колосально важливим є етап вивчення вже наявних документів та джерел, оскільки саме він дає змогу визначити присутність «білих плям», ще не опрацьованих ресурсів і ракурсів та сприяє пошуку оригінальних підходів. Однак для криміналістики недоопрацювання дається взнаки набагато болісніше,

ніж для журналістики, бо йдеться вже не про поганий чи хороший медійний матеріал, а про долю конкретної людини. Як вислід, у юриспруденції вивчення бази починається з опрацювання вже зібраних матеріалів кримінальної справи – протоколів слідчих, які засвідчують інформацію з попередніх допитів, обшуків, описів із місця подій, розмов зі свідками тощо.

Журналісти також працюють з автобіографіями, «Вікіпедією», гуглбазами, перечитують уже опубліковані медійні матеріали про інтерв'юйованого, вивчають його місце роботи, середовище спілкування, хобі та інші захоплення, але вони не роблять це всеохопно, не бояться щось зрозуміти «не так», бо саме недорозуміння й недомовленості пізніше формують переломні моменти інтерв'ю, вигідно змінюючи його ракурси. І для журналістів не так важливо, щоб факти були абсолютно непомильними, інколи нівелюються навіть «покази свідків» – думки оточення. Найцінніше джерело – інтерв'юйований і його приватне бачення.

Багато вартісних юридичних запозичень можна рекомендувати журналістам на етапі дослідження потенційного джерела інформації. Соціально-психологічна характеристика допитуваного передбачає замірювання характеру, темпераменту, рівня інтелекту та мислення, схильності до референтної групи, способу життя й виховання, вивчення речових доказів та результатів діяльності особи. Журналісти ж, зазвичай, обмежуються переглядом «Вікіпедії» й популярних медіаресурсів.

Перед початком допиту юристи заповнюють таблицю із секціями: обставини, які підлягають з'ясуванню, наявні в справі матеріали, запитання допитуваному, тактичні прийоми. Таким чином під час допиту вони можуть використовувати не лише постановку запитань, а й речові та письмові фактори, протоколи з місця події та показання інших осіб. Можуть також успішно прогнозувати поведінку співрозмовника.

Стратегії допитування юристи виробляють залежно від інформаційних ситуацій, котрі передбачають повідомлення правдивої інформації, добросовісні помилки допитуваних, суперечності в показаннях, відмову від надання будь-якої інформації, свідоме повідомлення неправдивого. У журналістиці все відбувається хаотичніше. Оскільки єдиний питальник має передбачити всі варіанти ситуацій, то змінюють тему й суть інтерв'ю не окремі обрані стратегії розмови, а поставлені посеред розмови переломні запитання.

Юриспруденція також ретельно визначає критерії відповідності показань дійсності: компетентність допитуваного, його органічна здатність бути експертом; поінформованість; рівень мовлення; унікальність та емоційна насиченість індивідуальних показань, що свідчить про їх правдивість. На думку криміналістів, допитуваний, котрий говорить неправду, прагне свідомо уникати невідповідностей та неузгодженостей. У сфері медіа статус експерта ретельно відслідковується лиш у статті й репортажеві, інші жанри, уключаючи інтерв'ю, мовні нюанси та неузгодженості, часто видають за оригінальні. Звісно, це суттєво впливає на об'єктивність матеріалу.

Криміналісти ж обов'язково враховують ще й особливості введення в оману в різних ситуаціях, коли підозрюваний намагається заперечити інкриміновану вину й висуває іншу версію подій. Тоді, на думку юристів, він або лишень частково вважає себе винним, або пропонує псевдоалібі, чи обмовляє себе/інших. У такому разі використовуються різні тактичні прийоми: детальніші й контрольні запитання, оприлюднення фрагментів показань інших осіб, ідентифікація свідків, оголошення висновків експертиз, та результатів слідчих дій тощо. У журналістиці все це врахувати важко... Принаймні, у контексті звичайного інтерв'ю. Тому окреслені фактори стають атрибутами журналістських розслідувань.

Однак із розвитком науки й техніки медіа, як і юридична сфера, отримали безліч додаткових можливостей проведення допитів та інтерв'ю. Це спілкування через Скайп (безкоштовне програмне забезпечення, що забезпечує шифрований аудіовізуальний зв'язок між комп'ютерами через усесвітню мережу), використання можливостей есемес-повідомлень, соціальних мереж та електронної пошти. Усе це дає змогу розмовляти одночасно з кількома інтерв'юйованими, котрі перебувають десь-інде, навіть на різних континентах.

Абсолютно новим методом масового інтерв'ювання можна вважати відеотрансляції/віртуальні пресконференції. Таким чином можна звести величезні групи людей. Це надзвичайно вигідно журналістам, оскільки в результаті, крім власне конференції, продукується величезна кількість пресрелізів, а отже, інформація поширюється та обговорюється відразу на кількох рівнях. Але задля справедливості слід зазначити, що з прогресом помічних технологій з'явилося й безліч проблем, пов'язаних із колосальними можливостями фальсифікацій інформації та перешкод у її здобуванні.

У ситуації віртуальних інтерв'ю ті, із ким спілкуються юристи й журналісти, не завжди схильні (а також спроможні та уповноважені!) говорити правду. Тому, на думку Ричарда Крейга [Крейг, 2007: 86–108], перед тим, як інтерв'ювати, потрібно поставити кілька запитань самому собі. По-перше, чому я маю довіряти цій інформації? По-друге, хто інтерв'юється? Чи можна цю людину якось надійно ідентифікувати? По-третє, Чи обіймає ця особа посаду, щоб володіти потрібною інформацією? По-четверте, чи, бува, не переслідує джерело інформації корисливих цілей? Чи не створює воно собі рекламу або комусь чорний піар? На всі ці запитання потрібно відповісти точно й позитивно, інакше подальша робота втрачає будь-який сенс. Окрім того, не зайве скласифікувати потенційних співрозмовників за відповідними рангами, аби основну інформацію брати в очільників/звинувачених та їхніх помічників/прес-секретарів, а додаткові уточнення – у решти персоналу/свідків. Тут наче спрацьовує принцип репортажу: експерти, спостерігачі, потерпілі. Як бачимо, інтернет-спілкування дає змогу нарощувати інформацію, беручи її від перевірених реципієнтів та нанизуючи одні джерела на інші.

Звісно, разом із колосальними новими можливостями інтернет-комунікації створюється й безліч додаткових проблем. Такі вже умови науково-технічного прогресу. І з цим доводиться миритися як криміналістам, так і журналістам. Найбільшою серед зазначених проблем слід, напевно, вважати неконтрольованість фейкопродукування.

6.3. Віртуальна реальність. Фальсифікації

6.3.1. Медійний фейк. Азартна гра природи та культури

Серед найвідоміших фальсифікацій, у які й досі вірять, – підробки історичних пам'яток, імітації наукових відкриттів, ерзаци коштовностей. Окремо розглядаються сфальшовані картини живопису: в Україні половина «оригіналів» – підстави, а в Італії, у галереї «ПіттіАрте» навіть продаються «узаконені підробки відомих шедеврів». Покупцям видають сертифікат із написом: «Це унікальна робота, яка поважає манеру і техніку оригіналу». Однак у плані «стилізацій» ніщо не перевершує сучасні засоби масової комунікації. І хоч мало не вся інформація тут спотворена, існує безліч можливостей «облагородити» фейк. Не випадково медіатворчість жартома називають фейклором.

Загалом складається враження, що в житті та на екранах усе парадоксально змішалося й після чергової цивілізаційної кризи світ

укотре перебуває у стадії становлення. У вимірах такого несформованого космосу дійсно є щось есхатологічне: на поверхню виринає дифузний, експресивний, алегоричний, синкретичний спосіб бачення світу, у якому важко розмежувати предмети, знаки, символи, моделі... Найпростіше, мабуть, «розщепити» значення?

Фейк (у перекладі з англійської) – підроблений, фальшивий. І навіть якщо це слово відносно нове, то явища, які воно позначає, як ми вже пересвідчилися, – зовсім ні. Тому звернемося до лексикографічних джерел. Словники синонімів подають просто неймовірну кількість варіацій. Більше ста. Найуживаніші: підстава, фальсифікація, підробка, плагіат, імітація, ерзац, обман, заміна, кустарництво, мавпування, стилізація, пародія, блеф, трюк, фокус, дезінформація, епігонство, лукавство, аберація, халтура, ахінея, наслідування, розіграш, афера, клон, ксерокс, дублікат, репродукція, кітч, ремейк, детонація, мем тощо – аж до розмовних утілень: лапша, липа, халява, проституція… Кожне з цих слів, вочевидь, має свою етимологію. І яка витокова – уже з'ясувати важко. Схоже на те, що історія фальсифікацій давніша навіть від історії людства.

Протилежність підробки – оригінал теж має чимало синонімів (однак значно менше, ніж фальсифікація): своєрідний, самобутній, першотвір, першоджерело, початок, зразок, модель, прототип, прообраз, протопласт, ідеал, приклад, тип, стандарт, бренд, єдиний, правда, справжній, неповторний, факт; а ще підручник, експонат і т. ін.

Назагал оригіналом можна вважати все, що твориться однією особою вперше. І в основу цієї творчості покладено не наслідування зразків, а власну ідею (мовою сучасності – технологію). Чим більш неповторна технологія, тим самобутніший твір. До появи першої творчої ідеї існувала лише природа, і все, що належало їй, було оригінальним. І от людиноподібна тварина побачила, що гілка з дерева, якщо її потерти об камінь, стає зручним знаряддям для добування їжі – якось так з'явилися перші імітації… Копії стали фактором покращення недосконалої природи. Отже, будь-що, створене людиною, можна вважати фальсифікатом, бо воно явище культури, а культура – то оброблена природа. Тому культуротворчі репродукції – плагіат первинного порядку, а всі інші – вторинного.

Зрозуміло, що первинні імітації, на кшталт винаходів знарядь праці та харчових продуктів, відбувалися спонтанно. Як вислід, вони дуже безпосередні й не образливі. Щодо вторинних, то враження від

них швидше негативні. Принаймні, із погляду сучасності, бо ж неприємно, коли твою творчість видають за власну? Але з досвіду досліджень зовні непривабливих, проте незнищенних реалій, ми знаємо, що, зазвичай, вони виявляються амбівалентними. Такими, приміром, можна вважати мовленнєві спотворення – лайки, еротичний ерзац – порнографію, епігонство в царині мистецтв, медіанасилля тощо. Щоб з'ясувати природу фальсифікатів, мабуть, потрібно визначити, навіщо вони з'явилися.

З огляду на наведену на початку публікації когорту синонімів, можемо впевнено стверджувати, що всі ці пародії, ахінеї, розіграші, афери – релікти сакральних дійств. Витоки сучасної «цифрової» культури – у доісторичних видовищах: мисливській грі, похоронних та ініціаційних обрядах, ритуалах первісних цивілізацій, шаманстві, містеріях, тріумфах, бенкетах, оргіях, літургіях і месах. До того, як людство заговорило вербально, воно спілкувалося за допомогою вторинних знакових систем, котрі не увиразнювали, а навпаки – приховували зміст, передусім за допомогою вуаляжу та переодягання. Прихована знакова культура завжди була органічною частиною повсякденного життя. На думку М. Бахтіна, вона пов'язана із «запереченням тотожності та однозначності, тупого збігу із самим собою» [Бахтин, 1990: 48].

На кодифіковану травестійну комунікацію споконвіку існував величезний попит. Тому в дотехнічні часи постійно проводилися численні театральні вистави, карнавали (в Україні – вертепи). Тепер їх еквівалентами стала медіапродукція: КВК, комедійні та реальні шоу й т. ін. А віднедавна жертвами спотворень виявились і серйозні проєкти, переважно електронних ЗМІ: передвиборні дебати та політичні засідання тут найчастіше перетворюються на бійки й перформанси. Однак процес етапної карнавалізації відбувався повільно: спершу театральний лицедій, щоб показати, як змінюється внутрішній стан героя, мусив переодягати десятки масок, пізніше функцію маски почало виконувати його обличчя. А сьогодні зовнішність уже не показує, а приховує стани: дуже популярними стали іміджотворчість та піар. Так межа між дійсністю й вуаляжем зникла.

Усталено в основу імітацій покладено принцип інверсивного протиставлення протилежностей: хороше–погане, комічне–трагічне, далеке–близьке тощо. У давні міфологічні часи шляхом контамінацій та приховування правди намагалися ввести в оману богів і стихійні

сили природи й захистити людину або явище на шляху реінкарнацій – переходів з одного світу та стану в інший. Вважалося, що наше земне буття в ставленні до потойбічного вибудовується за логікою дзеркального відображення: чим гірше тут, тим краще там. На думку Ю. Лотмана, творення простору шляхом дзеркального відображення є дуже складним. У ситуації такого творення контамінується вісь «ліве–праве» (передусім на рівні півкуль головного мозку) і до площини видимого додається перпендикуляр, що утворює «подвійне дно», у якому поза відображеним розміщується інший (якісно відмінний) погляд. Але якщо наші пращури шляхом маскування дійсності – називання доброго поганим, низького високим тощо – намагалися ввести в оману надприродні сили, дух предків, то сучасні дезінформатори претендують на викривлення суспільної/масової свідомості, котра, щоправда, своєю невловимістю та заглибленістю в архетипи мало чим відрізняється від світу богів і духів.

Для правильного розуміння майданно-викривальних образів та жестів, потрібно пам'ятати, що всі вони частина поєднаного спільною образною логікою ритуально-карнавального «тіла». Назване «тіло» – трагікомічна драма одночасної смерті старих і народження нових: світу, явища, людини. Кожен «орган» подібного «тіла» підкорений його життєдіяльності й відображає єдину концепцію суперечливої поліфункціональності «організму», котрий перебуває в стадії становлення. Будучи причетними до неподільного, із погляду майданної імітаційної культури, названі образи та явища, навіть якщо фігурують окремо, а не в культурно-видовищному комплексі, стають глибоко амбівалентними, позбавленими цинізму й грубості. Хоча ті ж самі реалії, якщо вони сприймаються в системі іншого світогляду, справді цинічні, тому що вже втратили свою причетність до життя-смерті-народження та, відповідно, свою глибину; щоправда, у них все одно зберігається далекий відголос світоглядного сенсу, адже тільки цим можна пояснити їх уперту живучість і поширеність поза межами витокової культури (головно в сучасному інформаційному просторі).

Знаково-ритуальна комунікація завжди була ефективною, оскільки людина як духовна істота незмінно потребує культу, утіленням якого колись були стародавні ритми свят та громадських зібрань, властивості соборів, що символізували цілісність світу, тому й різноманітні провокації (еквівалент колишніх видовищ) і нині продовжують жити та не сходять з екранів і моніторів. Але ритуали техногенного суспіль-

ства мають неповноцінний внутрішній сенс для кожної окремої людини. Учасник ритуалу обов'язково має бути фізично задіяним, а не стороннім спостерігачем. Екранні ж видовища породжують віртуальну дійсність. Як вислід, зникає заслін між ілюзією та реальністю, а це призводить до втрати чуттєвості й можливості якось розрізняти реальне та підроблене.

Однак усе це є аномальним лише з погляду логіки й здорового глузду. На думку Є. Мелетинського, Є. Кассірера, семантична аномалія – спосіб формування багатого та складного прихованого змісту. Бурхливий розвиток техніки створює зручні умови для поширення ускладненої інформації. А поєднання її внутрішньої іманентної організації з тими асоціаціями, що сприймаються як змістові аналоги гри, перетворюють саму комунікацію в багатопластовий семіотичний знак. Аби з'ясувати ігрові фальсифікаційні можливості комунікації, варто, мабуть, окремо розглянути, як у цьому задіяний кожен із її складників – відправник інформації, сприймач, повідомлення.

На рівні повідомлення (тобто джерела інформації) плагіатори роблять велику послугу оригіналу, бо реципієнти починають ретельно шукати й вивчати першоджерела, попутно даруючи їм друге життя. Найпростіше відслідкувати це на матеріалі чуток, що є дуже специфічним різновидом блефу. Чутки (історичні попередники сучасних медіафейків) – варіант так званої вторинної комунікації: коли проблема починає активно обговорюватися після першої появи в інформаційному просторі. Вторинна комунікація далеко не другорядна. Вона знакова, адже в ситуацію повторного обговорення потрапляє лише дуже важлива для соціуму інформація, яка працює на розв'язання актуальних проблем і формує громадську думку. Як це не дивно, але чутки, за спостереженнями науковців, містять 82 % правди [Почепцов, Теория коммуникации, 2006: 395]. Можливо, тому найактивнішими їх поширювачами з часу появи журналістики є не висміювані в анекдотах бабусі, котрі сидять на лавах коло під'їздів, а саме ЗМІ.

Чутки доречно вважати формою комунікації, за допомогою якої люди, перебуваючи в неоднозначній ситуації, об'єднуються, аби створити розумну її інтерпретацію. Тому найподатливіша для чуток сфера – політика, у якій постійно витають домисли про імпічмент, розпуск парламенту, прийняття якихось законів, особисте життя політиків. Усе це обростає великою кількістю припущень. Неполітичні ж чутки мають яскраво виражений візуальний характер: це все те, що можна

зримо уявити. Особливо часто вони стосуються вбивств, зґвалтувань та інших жахіть. Інколи навіть нічого уявляти не треба: у жовтих засобах масової комунікації псевдоінформація супроводжується дуже «якісним» фотошопом.

Характеристики чутки, за визначенням Г. Почепцова: одноразовість (двічі одній людині усе це розповідати немає сенсу); нетримання (така інформація не може не поширюватися, вона нестримна, наче вулканічна лава); самотрансляційність (комунікація наче саморозгортається); неосудність (чутку не можна заборонити); відсутність автора; неписьмовість утілення (інформація, зазвичай, циркулює з уст в уста, щоправда, в час інформаційніх технологій чутки осідають у блогах, соціальних мережах тощо); стосунок до відомих людей. Насамкінець, чутки є відповіддю на те, про що мовчать, – своєрідною проєкцією реальності. Цей різновид «омани» ще невловиміший, ніж публікований у ЗМІ, бо він яскравий вияв колективного несвідомого – суспільна вимога озвучити бажане, страшне, очікуване. Чутки навіть образно поділяють на бажання, опудала й агресії. Інформація такого ґатунку вимовляється наче пошепки та ситуаційно. Учені вважають, що це одна з найефективніших комунікацій натовпу. А сам натовп, у позбавлених індивідуальності інтерпретаціях Г. Ле Бона, З. Фройда й ін. класиків, вочевидь, можна вважати фальсифікатом людини?

Різновид модерних чуток – реклама. Усе, про що йдеться там, – фікція, тому саме їй слід віддати пальму ерзацотворчості. Крім реклами, фейковими в сучасних засобах масової комунікації можуть бути сторінки в соціальних мережах, новини, фотографії, фільми, ігри та багато іншого. Творці фейку за допомогою неіснуючих користувачів із їхніми віртуальними відгуками намагаються виманити гроші, спонукають купити щось невартісне, запускають вірус, примушують переглядати порнографію. Жертвами фейкерів найчастіше стають користувачі, які не хочуть купувати дорогу ліцензійну аудіовізуальну продукцію, бо існує ймовірність придбати все це безкоштовно. Тому фейки певною мірою провчають недобросовісних медіакористувачів та справді виховують у них повагу до першоджерел.

Найбільшою проблемою «кустарництво» стає в царині журналістики, Найчастіше тут фабрикуються новини. Відбувається все таким чином: вирізуються криваві/палаючі кадри із відео/фотографії про Сирію/Афганістан і цей матеріал вмонтовується в інший, наприклад про сучасний Донецьк. Як вислід, утворюється новий матеріал

відверто пропагандистського характеру. Цей новотвір видається достатньо якісним [НТВ, 2014]. Пересічні глядачі йому охоче вірять.

Що це: проєкція, віддзеркалення, ксерокопія дійсності? Зважаючи на амбівалентність відображуваної реальності, усе продуковане ЗМІ виглядатиме приблизно однаково – еклектично, адже жоден з алофонних виявів карнавального безглуздя сучасного світу не має шансів бути нефіктивним, бо, щоб існувало точне відображення, його предмет повинен мати чітко окреслену форму, чого аж ніяк не скажеш про дійсність, що існує, – смирненське дзеркало, колаж вражень, у якому немає нічого однозначного, правильного, навіть більш-менш оригінального.

Із неоригіналів ЗМІ творять потрійні копії: спершу використовують культурний дублікат природи (надбання чиєїсь творчості), а потім «вмонтовують» його в медіапростір. Придивімося пильніше до сучасної продукції електронних ЗМІ. По суті, це – все та ж веласкесова відвертість спиною до реальності: незмінні Рубенсові світлокосі красуні, хоч уже й не такі пишнотілі, майже реальний рекламний Франс Снейдерс із його дарами землі й води, та сама Рембрандтова феєрія світу в численних дзеркальних відображеннях нестабільного сущого. Віртуальна реальність… До тих пір, доки наше знання дійсності не підніметься над усталеними догматичними уявленнями про неї, нафантазоване видаватиметься набагато реальнішим, аніж сама дійсність, – якось так казав Бернард Шоу. На наших екранах імітації, детонації, парадокси, кітч – будь-що із набору фальсифікатів: охоронці закону творять беззаконня, злочинці – добро, безчесні здійснюють благородні вчинки, розумні, навпаки, роблять дурниці, а вустами дурнів глаголить істина. Ми наче повертаємося в темні віки, у світ Рабле, Сервантеса, Распе й усвідомлюємо, що в Шекспіровій сентенції про театральність життя таки є раціональне зерно, тому із задоволенням «розважаємось», благопристойно обурюємося «з приводу» та «без», приміряємо безліч масок, робимо «благородні жести», змінюємо час від часу застарілий життєвий репертуар. Наша «театралізована діяльність» становить чималу суму життєвих обрядів – своєрідний рятівний кітч.

У контексті сучасних технологій відрізнити фейк від правди неможливо, особливо, якщо над матеріалом, заробляючи величезні гроші, працювали справді «геніальні» хакери з освітою журналістів, бо саме в цій сфері й досі триває гостра дискусія про межі переходу фактів у їх спотворення. Спробуємо розібратися.

Творці фейку за допомогою фейкових користувачів із їхніми віртуальними відгуками намагаються виманити гроші, спонукають купити щось невартісне, запускають вірус, примушують переглядати порнографію. Жертвами фейкерів найчастіше стають користувачі, які не хочуть купувати ліцензійні фільми, програми тощо. На відміну від усіх вище нами розглянутих фальсифікатів, ці, найновіші, можна «впіймати», бо є достатньо надійні способи захисту від цього інформаційного негативу. Однак для різного типу продукції вони не однакові.

Найпростіше не допустити, щоб для поширення спаму (великої кількості псевдоінформації) використовували нашу особисту сторінку в соцмережах. Для цього варто, відкриваючи профіль, уважно переглянути його адресу й помітити зайву літеру. Наприклад, частина нашої адреси «В контакте» vkontakte.ru, а фейкер непомітно пропонує нам відкрити цю сторінку через vkontiakte.ru. Ми відкриваємо – фейкер краде пароль. Далі заходить на крадену сторінку й починає від нашого імені чинити віртуальні злочини. Аби зупинити безлад, потрібно швидко змінити пароль. Можна також попросити друзів натиснути під фейковою інформацією рубрику «спам». Тоді сторінку повинна закрити адміністрація соціальної мережі.

Якщо користувач випадково, замість неліцензійного фільму, відкриває порно, найпростіше його закрити й купити легальний варіант улюбленої стрічки. Однак може бути й набагато підступніший фейк, у якому порноактором стає сам ошуканий користувач. За допомогою сучасних технологій зовсім не важко в аудіовізуальних/фотоматеріалах «вчепити» нашу голову на чуже тіло. Однак варто сприйняти це з гумором і не хвилюватися, бо всі медіакористувачі знають, як виявити принаймні фотопідставу. Для цього достатньо натиснути підозрілу фотографію й у браузері Google Ghrome правою кнопкою миші вибрати пункт «знайти це зображення в Google». Якщо ж ми користуємось іншими браузерами, потрібно встановити спеціальний пагін, наприклад Who stole my pictures (хто вкрав мої картинки). Такий пагін шукає не лише в Google, але й у яндексі, рамблері та інших пошукових системах.

Що ж робити, аби викрити фальсифікат? Ключові слова підозрілих відео- та фотоматеріалів варто ввести в стрічку аудіовізуального сховища You Tube. Система здатна засвідчити і першоджерела, і фальсифікати, за якими користувач повинен звірити дати появи матеріалів. Таким чином він визначить першоджерела. Можна також

відео перетворити на картинку, переправити її в Google і дати запит на пошук. Якщо вже хтось помітив цей фейк, то мав би зафіксувати і щось написати про викриття відеозлочину.

Задля справедливості варто сказати, що в контексті сучасних технологій відрізнити фейк від правди так само важко, як і в давнину. І досі триває гостра дискусія про межі переходу фактів у їх спотворення. Факт (як ми вже попередньо з'ясували) – те, що дійсно/об'єктивно існує або відбулося. У царині масової комунікації сферою наскрізного циркулювання фактів вважається журналістика. У чистому вигляді факт констатується в її інформаційному сегменті. Щодо аналітики та публіцистики, то тут фактаж є лише своєрідною, хоча й обов'язковою, «начинкою», котра обговорюється, образно осмислюється тощо. Реципієнти більшості цивілізованих демократичних спільнот прагнуть бачити журналістику виняткова інформаційною, бо вважають, що чужі, хай і достатньо експертоспроможні, думки й емоції лише спотворюють дані. А якщо, крім фактів, нічого немає, то споживач інформації може все це самостійно інтерпретувати.

Однак, на думку авторитетних журналістикознавців, наприклад В. Здоровеги, «повідомлений факт багатомовний». Його можна використовувати, відносячи до відповідної системи логічних суджень, вписати в аргументацію різних тез. Виходить, щойно фактична інформація озвучується – відразу фальсифікується. Навіть якщо вимовляється «телеграфним стилем», без жодних думок, емоцій, оцінок?

Таку властивість фактів засвідчив ще С. К'єркеґор, котрий виокремив комунікацію як цілком самостійну філософську проблему. Комунікація, із погляду філософа, як ми вже зазначали, не є справою кращого розуміння; вона радше стратегія неправильного розуміння – спосіб відкривання й приховування, а не обміну інформацією. У такому аспекті завдання комунікації – зробити непрозорими найпростіші речі. Оскільки людина завжди перебуває в процесі саморозкриття, комунікація не може бути передачею чистих думок, вона лише символічна практика натяків та ухилянь. С. К'єркеґор, власне, і вважав, що загальні повідомлення, адресовані тим, кого вони «безпосередньо» стосуються, можуть приховувати в собі секретні повідомлення для втаємничених, тому потрібне нам ми навіть не шукаємо, а наче виловлюємо з інформаційного простору.

Але те, що ми «виловлюєм», попередньо пропускається крізь горнило медіумів – ЗМК. Тобто посередників. Навіть у найпростіших

фольклорних інтерпретаціях медіум не має раз і назавжди встановленого статусу. Він може бути дарувальником, шкідником, красунею, потворою, рибою і птахом, може виявитися добрим або злим, хитрим чи безпосереднім (тільки не нейтральним). Хоча медії не зовсім арбітри. Засоби масової комунікації не мають власної волі. Це швидше паличка чарівниці, свисток у руках судді, батіг у долоні приборкувача, фігура на дошці гравця. ЗМІ самостійно грати не можуть, вони зазвичай є підставою (підставкою) для гри. Грають на їхніх шпальтах, моніторах, у їх ефірному просторі...

А ось і ще одна цікава думка: «Завдання ЗМК, – як стверджує директор провідного національного інституту журналістики В. Різун, – створити суспільну думку на основі ідеї-ілюзії, що всі, весь народ, користуються правом вільного вибору та індивідуальної свободи... Нехай це і буде ілюзорна ідея, головне, щоб у неї повірили... Тільки тоді ЗМК виконають свою функцію, а кожна людина зможе на повні груди заявити про свою свободу» [Різун Маси, 2003: 17].

І проблема навіть не в розширенні, а радше – у звуженні інтерпретацій, бо факт, як зазначив В. Здоровега, багатший від судження. Уписуючись у систему суджень, у процес доказу, у той чи інший узагальнюваний журналістський виступ, факт утрачає властиву йому від природи багатогранність, висвітлюється якимось одним боком [Здоровега, 2000: 88–90]. Виходить, факт потрібно заморозити, щоб він узагалі не викликав жодних реакцій? Адже кількість відголосів – то сума спотворень.

За критерієм більшої чи меншої довіри факти поділяються на категорії: одиничні, їх системи/групи, статистика/безліч даних. Ясно, що найточніша статистика, бо вона дає сукупність фактів, що повторюються, – тоді фактичний кількісний показник різко знижує можливість дезінформації. Однак чимось дуже подібний до статистики художній факт (виокремлений тим же Здоровегою). Експерти вважають, що «художній факт, якщо користуватись цим терміном, – результат вивчення митцем великої кількості одиничних фактів, втілених в узагальненому образі» [Здоровега, 2000: 89]. Таким чином, творче уявлення вважається ніби достовірнішим. Як вислід, життя, проходячи крізь горнило медій, починає олітературнюватися, наповнюючись образністю; його проблемно-змістове начало поволі розчиняється у формально-фігуральному. І знову ж таки – повністю зникає межа між реальним та фантастичним. І перед нами – чергова містифікація. Мало

того, у часи засилля ідеології факти шукають навіть не в реалістичній художній літературі, а й в ускладненій модерній, бо вважається, що в плані алегоричних спроможностей говорити правду ці факти набагато глибші, аніж стереотипні, котрі потрапляють під прес ідеологій. Хоча завуальовані факти – це наче невідомі елементарні частинки семіосфери, вони потребують великої реставраційної праці. Зрештою, оскільки значення міститься не в словах, а у свідомостях реципієнтів, ніхто й ніщо взагалі не може гарантувати успішне, без утрат, проходження інформації «від – і до». Побутує думка, що способи інтерпретацій – своєрідні захисні окуляри, крізь які ми бачимо світ (навіть – світи, закриті в самотності приватних схем кодування).

Уявлення про комунікацію загалом украй амбівалентні… У витоковому вияві, як нам відомо, під цим процесом розумівся не діалог, розрахований на сприймання й інтерпретацію, а традиційне єднання на основі віри та спільних цінностей. «Наділяти» означало «причащатися», ставати невід'ємною частиною соціального організму. Такий процес не потребував ні усвідомлення, ні відповіді. Звідси – уявлення про комунікацію як про дротовий чи транспортний зв'язок. Живучи в епоху відмирання усної й народження писемної традиції, Сократ, як пам'ятаємо, не сприймав письма, бо вважав його симулюванням спілкування, яке «позбавляє думку тілесності», імітує комунікацію з мертвими й призводить до «неправильного адресування». Християнські «апостоли», як ми теж уже засвідчили, навпаки, обстоювали радикально публічний, відкритий спосіб спілкування (еквівалент масової комунікації в сучасному розумінні): слухають усі, але сприймання не гарантує розуміння, бо без посередництва мови чи матерії, «зливаючись у блаженстві чистого розуму», спілкуються тільки янголи. Тому лише вони розносять вісті, які ніколи не спотворюються. Комунікація без слів – ідеал абсолютного порозуміння. Ідея саме такої передачі повідомлень стимулювала багато винаходів у царині цифрових технологій, які, на жаль, найчастіше перетворювалися на блукання лабіринтами втраченої, спотвореної чи зашифрованої інформації.

Зрештою, розуміння комунікації стало комплексно-універсальним, як базовий процес зараз воно охоплює первинні та вторинні знакові системи: тексти, дискурси, твори, наративи й перформативи, глобальний генетичний код ДНК, говоріння, мовчання, мислення, фантазії, знаки, коди, ключі тощо. У прямому й переносному сенсі людство

повсякчас займається розшифруваннями, тлумаченнями, інтерпретаціями. Ми семіотики, інформаційний простір – генератор реальності та простір нескінченної гри в комунікацію.

Залежно від функцій комунікації й обраної в ній позиції, комунікант, як ми вже засвідчили в перших розділах монографії, може змінюватися, наче одягаючи різні маски. За критерієм процесуальних функцій, таких масок щонайменше шість: автор, котрий творить оригінал; принципал – той, чиї ідеї використовують; аніматор, який озвучує чуже; контактер, що будь-яким чином заповнює ситуацію мовчання; символізатор, який іронізує, завуальовує та ускладнює; і скриптор – активізатор й адаптатор забутого. Як бачимо, із цілого «реквізиту» масок лише дві здатні презентувати оригінальне продукування інформації – принципал та аніматор. А пальму фальсифікаційної першості, звісно, слід віддати аніматорові й символізатору, котрі або використовують та пропонують аудиторії чужі ідеї й тексти (додатково забарвлюючи їх власним ставленням), або багаторівнево запаковують та розсіюють завуальовану інформацію, особливо в царинах ідеології, піару й реклами.

Існує навіть, як ми знаємо, думка, що будь-яка інформація активується з минулого та саморозгортається: виходить із-під контролю творця, стає об’єктом інтерпретаційної гри кожного наступного реципієнта і – як вислід – утрачає будь-який зв’язок із першоджерелами. Однак утрата витоків не завжди означає фальсифікації. За моделлю Лотмана, нарощення розумінь може сприяти кристалізації й уточненню, якщо йдеться про циркулювання інформації в добірному та спеціалізованому середовищах. Особливо вишукана фальсифікаційна гра символізатора. На думку вже згадуваного М. Бахтіна, сучасному реципієнтові притаманний дуже своєрідний спосіб сприймання інформації, що вибудовується за логікою зворотності, тому весь світ символічного дублювання повинен осягатися релятивно, з амбівалентною посмішкою на обличчі.

У розпал повномасштабної війни Російської Федерації проти України 2022 року проблема дезінформації знову потрапила на перший план і вкотре почалось обговорення природи фейку, бо засоби масової інформації, уже «не криючись», подають у заголовках словосполучення «фейкові новини». Приміром, один із матеріалів «Телевізійної служби новин» має назву «РосЗМІ знімають на окупованому Донбасі фейкові новини про “обстріли з боку ОС” – розвідка». А назва

повідомлення регіонального інформаційного агентства «Конкурент» звучить так: «У Facebook розповіли, як боротимуться з фейковими новинами». У зазначених вище випадках слово «фейк» набуває дещо вужчого значення. «Фейкові новини» – сфабрикована інформація, яка за формою імітує повідомлення реальних засобів масової комунікації, але не за організаційним процесом чи наміром. Фейкові новини не втілюють редакційних норм і процесів для забезпечення точності й достовірності інформації», – таке визначення терміна «фейкові новини» подають Девід М. Дж. Лейзер і Метью А. Баум у праці «Наука фейкових новин» [Lazer, 2018].

Професор департаменту філософії, літератури, історії науки та техніки Берлінського технічного університету Аксель Гельферт у книзі «Фейкові новини: дефініція» зазначає, що термін «фейкові новини» потрібно вживати у випадках винятково умисного подання неправдивої інформації як новинної з метою маніпулювання когнітивними процесами аудиторії [Informal Logic, 2018]. Отже, новітнє поняття «фейк» слід сприймати в декількох значеннях: широкому, тобто «фейк» – об'єкт, персона, подія чи засіб, який є неправдивим, підробленим або шахрайським; і – у вузькому: інформація, здебільшого новинного характеру, яка повністю або частково вигадана і яку застосовують із метою маніпуляції думками та настроями аудиторії.

У XXI ст. мас-медіа продукують гігабайти нової інформації у вигляді текстів, відео й фото, які згодом реципієнти виставляють на своїх особистих сторінках та в месенджерах. Паралельно тривають години безперервного телевізійного мовлення. Як вислід, зараз аудиторія отримує в п'ять разів більше інформації, ніж, наприклад, у 1986 р. [Collins Online, 2022]. Через величезні потоки даних люди перестають їх перевіряти й критично сприймати, бо, попри всі можливості, які ми маємо для ідентифікації правдивості, верифікувати все просто неможливо. Звісно, це оперативно використовується з негативною метою для маніпулювання масовою свідомістю.

Термін «фейк» почав набувати критичної популярності з розвитком усесвітньої павутини та появою в ній соціальних мереж, у яких аудиторія безкарно й безконтрольно ділиться інформацією та поширює її необдумано. Наслідки такого обміну можуть бути незначними: наприклад, ви надіслали знайомому неправдиву новину й на цьому циркулювання закінчилося, або ж сягнути глобального виміру, коли вся країна повірить у щось нереальне та неможливе. Так, російський

засіб масової інформації «РИА Новости» активно поширює «відомості» про біолабораторії Сполучених Штатів Америки, які ніби присутні в Україні й на яких начебто розробляють біологічну зброю проти росіян [Минобороны России сообщило, 2022]. Абсурд? Але в нього вірить 80 % населення РФ.

Перша згадка про фейкові новини датується ще XVII ст., тоді неперевірену, сфальшовану й цілком недостовірну інформацію назвали «газетною качкою». Існує декілька версій походження цього вислову. У контексті першої, мається на увазі анекдот бельгійського журналіста Корнеліссена, який цілком серйозно, як повноцінний медіаматеріал, розмістив смішну історію про ненаситність качок. У ній розповідалося, що маловідомий учений розрізав на декілька шматків качку й скормив її «на сніданок» дев'ятнадцятьом особинам цього ж виду. Незважаючи на те, що історія – суцільна вигадка, інші газети передрукували та поширили її на масову аудиторію. Хоча згодом переосмислили й спростували. Відтоді слово «качка» стало уособленням вигаданої інформації.

За іншою версією, вислів виник у тому ж таки XVII ст., але в Німеччині. Тоді, як кажуть, «качкою» стали називати матеріали, що містили вигадані дані. Окреслені «новини» маркувалися спеціальною позначкою «NT», що розшифровується, як «non testaur», тобто не перевірено. На слух це словосполучення сприймалося як «енте», що співзвучне з німецьким словом, яке буквально означає «качка».

В історії засобів масової інформації описано чимало випадків, котрі вказують на те, що в період зародження та появи журналістики більшість новин складались із неперевіреної й недостовірної інформації, оскільки основним завданням пражурналістів було не донесення інформації до аудиторії, а намагання заробити грошей із продажу газет, тому вони публікували вигадані історії, видаючи їх за правду, щоби підвищити продаж видань. До речі, ЗМК із якісною інформацією й із хорошого паперу завжди коштували дорожче. Як вислід, пересічний мешканець епохи Просвітництва й не міг придбати газету. Отож із метою зменшення витрат на виробництво, винахідливі медійники публікували недостовірні «факти» на дешевих аркушах.

Подекуди журналісти використовували фейки й із цензурних міркувань. Приміром, французька газета «La Gazett», яка видавалася з 1631 р., мусила публікувати неправдиву інформацію про короля, бо він сам і був «головним редактором» видання. Так з'явився матеріал, у

якому йшлося про те, що Людовік XIII (Справедливий) одним дотиком може зціляти людей та виліковувати недуги [Albert, 1996].

У світовій історії фейкову інформацію використовували не тільки для того, щоб затьмарити розум масового читача, а й щоб приховати злодіяння. Зокрема, цим способом сімдесят років користувалася радянська влада, завуальовуючи репресії та геноциди: під час голодомору в Україні 1932–1933 рр. керівництво СРСР забороняло державним органам і закладам фіксувати смерті людей. 17 вересня 1932 р. навіть вийшла постанова Центрального Комітету Комуністичної партії Радянського Союзу про депортацію з території СРСР канадського журналіста газети «Дейлі Експрес» за публікацію інформації про «голодні бунти та повстання» на теренах соціалістичної держави [Голодомор в Україні є одним з найсерйозніших злочинів, 2022].

Фейкову інформацію могли поширювати навіть випадково, але вона все одно завдавала шкоди. Так, як ми уже знаємо, сталося в Сполучених Штатах Америки наприкінці 1930-х років: радіостанція CBS у своєму етері 1938 р. вирішила запустити радіоспектакль Герберта Веллса під назвою «Війна світів». Радіослухачі сприйняли його за правдивий новинний репортаж і більше мільйона жителів на південному сході Сполучених Штатів повірили, що на Землю напали марсіани. Перелякане населення вимагало від силових відомств країни покінчити із загрозою марсіан або ж видати добровольцям зброю, щоб вони могли захищати Америку [Веллс Герберт, 2022].

У XXI ст. поширення фейкових новин вийшло на новий рівень. Тепер неправдиву інформацію застосовують як засіб ведення інформаційних воєн. Так, із початком російсько-українського протистояння 2014 р. один із засобів масової інформації РФ створив (і це відразу викликало неабияке здивування) сюжет, опублікований 12 липня 2014 р., про трирічного хлопчика, якого начебто розіп’яли на очах у власної матері. Усе це виглядало направду «комічно», однак посіяти ненависть до українського народу серед російської аудиторії таки вдалося [Два раби, 2022]. І цей фейк та його сприймання наче вперше поставили невиліковний діагноз нації, яка втягувала Україну в страшну кровопролитну війну. Початок 2022 р. знаменував нову еру у створенні й поширенні фейків, зокрема у вигляді новин, бо з 24 лютого російська пропагандистська машина вийшла на геть абсурдний (із погляду здорового глузду) рівень дезінформації й маніпуляції, змагатися з яким неможливо через абсолютну закритість інформаційного

простору ворожої держави та відверто брехливі стратегії ідеологів «русского мира».

У наш непростий час аудиторія особливо потребує засобів, які би розвінчували неправду й слідкували за тим, щоб аудиторія отримувала лише якісну інформацію. Тому за останні декілька років слово «фактчекінг» набуло неабиякої популярності (не лише в медіасередовищі). І саме тому якісні ЗМІ наймають у редакції спеціальних людей (фактчекерів-верифікаторів). Уже навіть з'явилися спеціалізовані на цьому спільноти. Надзвичайна популярність і необхідність спростувань викликана випадками недотримання міжнародних стандартів, поширенням дезінформації та пропаганди у формі розсіювання ідеологічних меседжів. Особливо на тлі віроломної війни Росії проти України. Тож відслідкуємо історію появи та розглянемо стратегії діяльності перших фактчекінгових ЗМІ (у планетарному й національному обсягах). Ґрунтовних досліджень на цю тему поки немає – публікуються переважно посібники для практичних тренінгів і роботи зі студентами у вищих навчальних закладах [Гороховський, 2017].

Верифікація наче завжди була присутня в журналістиці, переважно розслідувальній (а в контексті розвитку раціоналізму в науковому середовищі – і подавно). Однак, якщо раніше медійники користувалися фактчекінгом (перевіркою фактів), щоб не подати оманливу інформацію, зараз профіль діяльності розширився. Виділяють декілька видів фактчекінгу: перший (стандартний), коли дані, викладені в матеріалі, проходять перевірку на достовірність; другий (ідеологічний) – аналіз неправдивих заяв політиків у медіа та соціальних мережах, контроль дезінформації й пропаганди [Фактчекінг – данина, 2022].

Фактчекер покликаний забезпечити повну перевірку матеріалу, який потрапив у медіапростір, аби спростувати чи підтвердити його. При цьому він послуговується певними методами ідентифікації даних [Звідки ви це знаєте, 2022]. Передусім перевіркою тексту, що передбачає декілька (уже відомих нам) етапів. Спершу слід переконатися, що текст – першоджерело, а не репост. Далі варто визначити автора цього медіапродукту. Потім – з'ясувати, наскільки правдивий ресурс, що опублікував дані. І останній крок – перевірка дати події та заяви, про яких ідеться в меседжі. Наприклад, міністр оборони Пакистану Хаваджа Асіф свого часу написав у твіттері, що Ізраїль, погрожуючи Ісламабаду ядерною зброєю, забуває, що Пакистан – теж ядерна держава. При цьому Асіф покликався на твіттер, де начебто міністр

оборони Ізраїлю заявив: Пакистан під будь-яким приводом відправить війська до Сирії й знищить її ядерним ударом. Звісно, ця інформація – відвертий фейк. Відразу з'ясувалося, що представники Міністерства оборони Ізраїлю та інших відомств нічого такого не писали й не говорили. Більше того, у повідомленні переплутали декілька статусів, навіть Моша Яалон, який подавався як міністр оборони, на той час уже був у відставці.

Не менш важливою є також перевірка зображень, бо фотографії, які використовують у медіаматеріалах, також можуть бути неправдивими й сфабрикованими за допомогою спеціальних програм, чи банально не мати органічного зв'язку із вербальним супроводом. Щоб перевірити світлини, варто, як ми вже згадували вище, визначити їх авторство й першоджерельну платформу, а також підтвердити дату й місце появи. Доречно також проаналізувати світлини на «природність» (зайві елементи, незвичне розташування предметів, відсутність тіней у сонячний день, чи відображень на дзеркальних поверхнях). Також суттєво не забувати про отримання дозволу від автора на використання інтелектуальної власності. Аналогічно перевіряються й відеоматеріали.

Особливого підходу потребує перевірка публічних заяв і тверджень. Загалом такий матеріал може бути наповнений правдивою інформацією: фото й відео відповідатимуть дійсності, текст не нестиме фейкових повідомлень, однак подані в публікації заяви людей можуть бути наповнені недостовірними даними. Так, не перевіривши ретельно інформацію, авторитетний британський медичний журнал Lancet опублікував якось заяву противника щеплення від кору та краснухи Ендрю Вейнфілда. ЗМІ констатував, що вакцина від цих хвороб може спричинити аутизм. Пізніше журналісти-розслідувачі перевірили матеріал видання й саму заяву Ендрю Вейнфілда й з'ясували, що противник вакцини свідомо сфабрикував результати дослідження, щоб на цьому «нажитися» [Дело Уэйкфилда. 2022]. Річ у тім, що раніше він запатентував експрес-тест на виявлення в організмі слідів вірусу кору, який мав би стати джерелом його прибутку у 28 млн євро. Слід зауважити, що стаття британського медика таки справила ефект і призвела до спалаху кору у Великій Британії (у листопаді 2008 р. на кір захворіло стільки ж людей, як і протягом усього 1996-го).

Спеціалізовані фактчекінгові засоби масової інформації з'явилися й розпочали діяльність порівняно недавно. Найперше – в Америці, але згодом досвід таких проєктів перейняли європейська та українська

медісфери. Прийнято вважати, що першим сервісом із перевірки правдивості інформації, заснованим у 2007 р., став PolitiFact. Він перевіряв, наскільки політики дотримуються власних публічних заяв і виконують їх. У роботі PolitiFact брали участь журналісти та редактори флоридського видання «Tampa Bay Times». Медіаколектив аналізував заяви адмінресурсу Сполучених Штатів: посадових осіб, кандидатів на посади, лідерів політичних партій і політичних активістів усіх рівнів – від уповноважених округу до сенаторів США (уключно з членами міської ради й працівниками адміністрації президента). Також PolitiFact перевіряв заяви експертів, оглядачів, блогерів, політичних аналітиків, ведучих і гостей ток-шоу та інших фігурантів політичної медіадіяльності. Кожній фразі, яка потрапляла під аналіз «PolitiFact», присвоювався спеціальний рейтинг «Truth-O-Meter». Того самого року в Америці виник ще один фактчекінговий проєкт The Washington Post «Fact Checker». Його створили для оцінки фактичної точності заяв політиків у контексті президентської кампанії 2008 р., після якої діяльність ЗМІ призупинилася, але вже в січні 2011 р. активувалася під керівництвом кореспондента The Washington Post Гленна Кесслера.

FactCheck.org та FactCheckEd.org стали першими непартійними й некомерційними вебсайтами, які замірювали рівень обману та плутанини в політиці США й слугували освітнім ресурсом для викладачів та студентів широкого спектра спеціальностей. FactCheck.org обирав матеріали для аналізу з недільних ток-шоу на каналах ABC, NBC, CBS, Fox News та CNN, аналізував телевізійні оголошення президентських кампаній, відеоролики рекламних ЗМІ Особливо все те, що стосувалося законодавчих актів, публічних заяв президента, уключаючи пресконференції, скрипти CQ з коментарями федеральних політиків, керівників партій, представників медійних органів (вебсайтів, пресрелізів, соціальних мереж тощо) [Shevchenko, 2018].

Із 2008 р. розпочала діяльність фактчекінгова організація «Слово і діло» в Україні. Вона, як і американські аналоги, перевіряла заяви політиків та замірювала рівень виконання їхніх обіцянок. А 2 березня 2014 р. (вочевидь, із початком війни Росії проти України) на теренах медіапростору закріпилися ще дві українських платформи: StopFake – волонтерський проєкт для боротьби з фейками пропаганди та VoxCheck, який аналізує економічні статті щодо їх експертоспроможності. 2016-го року, за аналогією до американських порталів, з'явилося медіа FactCheck, що також аналізує вербальний дискурс українських політиків.

Найзручніший засіб для поширення фейкової інформації – соціальні мережі. Тому з набуттям широкої популярності й частковою втратою контролю над контентом вони теж стали боротись із неправдивими повідомленнями. Так, із 2017 р., фейсбук маркує пости з неперевіреною інформацією позначкою «Disputed», що з англійської перекладається як «заперечується» (але тільки за умови, що на таку публікацію надходить багато скарг і вона вже потрапила під підозру й перевіряється). Отже, після численних скарг Facebook наклав обмеження на російські засоби масової інформації «Звезда», «РИА Новости» тощо, які за допомогою соціальних мереж поширювали нісенітниці про «військову операцію» в Україні після 24 лютого 2022 р. [Facebook банить, 2022].

Оскільки фактчекінгові засоби масової інформації – явище доволі нове, їх кількість поки незначна, хоча й за кордоном більша, ніж в Україні, бо в нас фактчекінг не зароджувався, а ширився за аналогами. Утім, серед вітчизняних медіа вже можна виокремити п’ять проєктів, що спеціалізуються на перевірці даних: «VoxUkraine (Антологія Брехні) від VoxCheck», «StopFake», «По той бік новин», «НотаЄнота» «БезБрехні» та «Детектор медіа». Підвидом такого ЗМІ слід вважати телевізійну програму «АнтиЗомбі», яка продукується каналом ICTV і розвінчує фейкові вкиди, переважно про російсько-українську війну (2014–2022 рр.). Спробуємо відслідкувати провідні технології й стратегії діяльності національних фактчекінгових конгломератів, акцентуючи спільне та відмінне.

Отже, у 2014 р. група економістів і юристів, які працюють в Україні та за кордоном, заснували аналітичну платформу VoxUkraine. Метою цієї спільноти, за словами її засновників, стала діяльність, спрямована на розвиток економічних дискусій і надання якісної аналітики про найважливіші соціальні процеси, які тривають в Україні. У січні 2016 р. VoxUkraine заснували дочірній проєкт, що спеціалізується на перевірці політичної інформації. Кредо «VoxCheck» – чим менше брехні у висловлюваннях політиків, тим більше критичного мислення у виборців. Над проєктом працюють п’ять аналітиків, двадцять волонтерів та сім членів редакції, які є фаховими експертами в царинах політики й економіки та мають досвід роботи в аналітичних центрах [Коріновська, 2022].

У матеріалах «VoxCheck» найбільше уваги приділяється Петрові Порошенку, Юлії Тимошенко, Володимиру Гройсману та Арсенію

Яценюку. А віднедавна – і чинному Президенту України. Для перевірки вони використовують метод рецензування: моніторять усі виступи, заяви та дописи, вибирають висловлювання, які можна заперечити, і, користуючись відкритими базами даних, констатують результати. Пізніше члени редакції вичитують звіти й зауважують проблемні моменти. Згодом аналітики враховують правки та пишуть остаточну версію. У грудні 2017 р. VoxUkraine випустили підбірку «політичних брехунів»: проаналізували вислови двадцяти найпопулярніших українських політиків і склали рейтинг тих, хто «майстерно» продукує неправдиві повідомлення. Із 2019 р. проєкт трансформувався в базу даних заяв «Антологія брехні», яка на сьогодні нараховує понад три тисячі висловів українських високопосадовців (та їх оперативний фактчекінг).

2 березня 2014 р. в українському медіапросторі постав фактчекінговий засіб StopFake. Це волонтерський інтернет-проєкт, який створили, щоб викривати неправдиві повідомлення про геополітичну ситуацію в планетарному обсязі. І хоча він позиціонував себе як український, на початках був доступний лише російською та англійською мовами. Українська версія з'явилася тільки у 2018 р. Наразі сайт можна читати тринадцятьма мовами: російською, англійською, українською, іспанською, румунською, болгарською, французькою, італійською, голландською, чеською, сербською, німецькою й польською [Про нас. StopFake, 2022].

Автор ідеї створення StopFake – Ольга Юркова, засновники – викладачі, випускники й студенти Могилянської школи журналістики. Згодом до StopFake доєдналися й маркетологи, програмісти, перекладачі та ін. За мету творці платформи поставили перевірку й спростування інформації, яка стосується подій в Україні, Сирії, Туреччині, країнах ЄС і колишнього СРСР. На початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну проєкт частково переспеціалізувався на ресурс розвінчування кремлівської пропаганди.

Із моменту появи StopFake творився на волонтерських засадах, згодом йому підключили фінансування через краундфандинг (англ. – «громадське фінансування») – спосіб отримання коштів чи інших ресурсів із залученням небайдужих до ідеї людей. Так, споживачі стали самі забезпечувати редакцію фінансовими надходженнями. Згодом до підтримки ресурсу доєдналися міжнародний фонд «Відродження», Національний фонд підтримки демократії, Міністерство іноземних

справ Чеської Республіки, посольство Великої Британії в Україні, а також фонд «Сігрід Раузінг».

З березня 2020 р. StopFake став партнером соціальної мережі Facebook у сфері інформаційного захисту. А з липня цього ж року журналісти ресурсу оголосили себе партнерами Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення в царині інформаційної безпеки та домовилися про співробітництво в галузі інформаційного обміну на стадіях збору, моніторингу, обробки й аналізу інформації, яка містить ознаки дезінформації, а також визначили напрями, у яких реалізовуватимуть цю співпрацю.

Ще одним фактчекінговий сервіс – «Детектор медіа». Свою роботу він почав 8 лютого 2016 р. Основна мета проєкту – інформування аудиторії про найважливіші події вітчизняного та світового медіапросторів, аналіз і критика роботи засобів масової комунікації з метою подальшого підвищення якості продуктів. Також «Детектор медіа» сприяє розвитку медіаграмотності серед широких верств населення (як українських, так і світових). «Детектор... » концентрує увагу на впроваджені медіареформ, прагне до створення й покращення незалежного мовлення, викриває корупцію в царині засобів масової інформації та протидіє перетворенню медіа на засоби ситуативної пропаганди. Новини, які виробляє антифейковий ресурс, мають безпосередній стосунок не лише до статусних ЗМІ, а й до журналістів, соціальних мереж, політичних в'язнів, а також – фільмів і книжок. Найбільшою популярністю платформа користується в українських споживачів. Частка іноземної аудиторії поки становить лише 10 %.

«По той бік новин» – фактчекінговий ЗМІ, який теж заснували на волонтерських засадах із метою запобігання поширенню неправдивих даних в українському медіапросторі. Редакція спростовує підозрілу інформацію, розповідає, як працюють пропагандистські вкиди та пояснює складні маніпулятивні операції. Цей ресурс – матеріальний вислід інформаційної співпраці Інституту розвитку регіональної преси і Європейського центру свободи преси та ЗМІ, що протидіють дезінформації й спрямовані на розвиток критичного мислення.

Плідного 2016 р. в медіасфері України з'явився ще один фактчекінговий засіб масової інформації «БезБрехні». Засновники ресурсу – активісти громадської організації «Українська команда реформаторів». «БезБрехні» першим в Україні створив рейтинг «Правди та брехні» політиків, заснував ексклюзивну телевізійну рубрику для телеканалу

«Еспрессо.TV». Названий сервіс також створює й проводить тренінги з фактчекінгу. У 2017 р. журналісти розробили та випустили перший в Україні методичний посібник «Фактчек як тренд журналістських розслідувань» [Гороховський, 2018], провели спільний тренінг для колег із Казахстану й допомогли їм відкрити свій аналог. Проєкт «БезБрехні» також (за сприяння Association for International Affairs) запровадив перший на теренах України конкурс фактчек-розслідувань серед студентів і журналістів-початківців. За мету організація поставила забезпечення демократичних прав населення, підтримку свободи волевиявлення, вільного вираження поглядів, розвиток незалежних якісних ЗМІ в Україні. Споживачі продукції «БезБрехні» – студенти та викладачі навчальних закладів журналістських спеціальностей, працівники ЗМІ, громадські організації і їхні активісти (місії яких збігаються з метою фактчекінгового засобу).

Команда «БезБрехні» – фахівці своєї справи: досвідчені журналісти, редактори, наукові експерти, професіонали зі сфери SMM, маркетингу й комунікацій із солідним досвідом роботи. Провідною спеціалізацією цього ресурсу, на відміну від інших аналогійних проєктів, є акцент на просуванні тренду фактчекінгу в регіонах України, залучення до співпраці локальних видань та журналістів. Платформа контактує лишень із незалежними громадськими організаціями, не розміщує політичної реклами чи матеріалів, які мають пропагандистське наповнення. Організація не отримує фінансування від комерційних організацій, політичних чи державних структур, а винятково лише від незалежних донорів міжнародного рівня.

До фактчекінгових національних проєктів можна віднести й телевізійну програму «Анти Зомбі», яка виходить на телеканалі ICTV з 27 березня 2015 р. й спеціалізується на розвінчуванні кремлівських фейків. Мета програми – протидія інформаційній війні, яку розпочала Російська Федерація проти України, а також – Європи та Америки, на аудіовізуальному рівні. У випусках журналісти детально аналізують і спростовують фейки засобів російської пропаганди. Кожна програма – 50 хвилин ефірного часу.

Варто зауважити, що антифейкові засоби масової комунікації – явище для України таки порівняно нове, однак воно стрімко розвивається й розширює горизонти світового медіапростору. І якщо на міжнародному рівні такі засоби концентрують увагу здебільшого на політиці, то в Україні, крім політики, охоплюють інші суспільно важливі сфери.

Детальніше зупинимося на ресурсі «StopFake». Із початку свого створення (березень 2014 р.) ресурс працює над упровадженням західних стандартів журналістики в Україні й підвищенням рівня медіаграмотності різних аудиторій – від журналістів до пересічних громадян усіх вікових категорій, які прагнуть критично та відповідально споживати медіаконтент. Основний вектор роботи – фейкові новини. Оскільки це перший (і ще не досліджений) антифейковий засіб в Україні, з'ясуємо, чим і як саме він займається.

Відкривши сайт «StopFake», відразу бачимо спроби розвінчування рашистських фейків про війну Росії з Україною. На головній сторінці – свіжі «новини» та спростування журналістів: «"Зловісні контейнери для біоматеріалів" виявлено у підземеллях Маріуполя», «Українки, які зображували зґвалтовані трупи на протесті в Берліні, танцюють "у п'яному чаді"», «Захід "бреше" про причетність Росії до насильницької депортації українців», «Україна напала на Придністров'я» тощо. Усі матеріали промарковані – «ФЕЙК», щоб реципієнт, який потрапить на сайт, не міг сприйняти їх у якості правди. Також на платформі присутня інформація про чутки стосовно коронавірусної хвороби, які засіб масової інформації вже успішно спростував, наприклад повідомлення про те, що «десятки тисяч громадян ЄС померли через побічні ефекти вакцини».

Команда «StopFake» перевіряє й дані, які поширюють користувачі Facebook, та допомагає соціальній мережі забезпечувати й підтримувати баланс правдивої інформації. Крім того, ресурс проводить власні розслідування стосовно поширення фейкової інформації в медіасфері України та світу, наприклад у матеріалі «Криза як медіаможливість: в умовах пандемії люди почали більше довіряти новинам» вони з'ясовували, як кризові ситуації впливають на сферу журналістики та медіа в цілому. Крім розвінчування фейків, проєкт просуває серед своєї аудиторії уроки й інформацію про те, як бути медіаграмотним та розвивати критичне мислення. Для цього на сайті існує окрема рубрика «Медіаграмотність», де публікуються вартісні матеріали й поради.

Для того щоб з'ясувати, які методи перевірки даних використовує ресурс, ми зробили аналіз двох матеріалів видання. Перший – «"Зловісні контейнери для біоматеріалів" виявлено у підземеллях Маріуполя» [Зловісні контейнери, 2022]. Цю фейкову новину опублікував російський засіб масової інформації «Комсомольская правда». У

ньому йдеться про те, що в Маріуполі загарбники знайшли контейнер для зберігання небезпечних біоматеріалів. Журналісти «StopFake» виконали первинну перевірку тексту, з'ясували автора та джерело повідомлення й указали, що ресурс, на якому опублікований матеріал, – кремлівський, тому довіряти йому не можна. Також автор провів ідентифікацію зображень, які прикріпили до фейкового матеріалу працівники «Комсомольської правди». Виявилося, що це ніякий не контейнер для біологічної зброї, а ємність для гострих предметів, що може використовуватися під час утилізації медичних відходів (приміром у татусалонах). На одному із сайтів, де можна замовити такий контейнер, зазначається, що це «ємність для гострих предметів». В описі до контейнера наголошується, що червоний колір «забезпечує хорошу видимість, а також естетично приховує внутрішнє забруднення».

Другий матеріал, на якому зупинимося, має назву «Україна напала на Придністров'я» [Україна напала, 2022]. У ньому йдеться про те, що українські військові начебто обстріляли декілька будівель Придністровського регіону з метою втягнення Придністров'я у війну з Російською Федерацією. Цей матеріал опублікували на своїх сайтах одразу декілька проросійських та російських ЗМІ: «Царьград», «Вєсті.ру», «Звєзда». Кореспонденти «StopFake». Перевірили тексти матеріалів за допомогою відкритих джерел інформації й дійшли висновку, що він не відповідає дійсності, бо щонайменше ресурсам, на яких він опинився, довіряти не можна. Крім того, автори фейкової статті використали фотографії тубусів від гранатометів, із яких, імовірно, стріляли. На опублікованих фотографіях були зображені РПГ 27 та 22. Як з'ясували працівники антифейкового видання, ці гранатомети Україна не використовує. За даними офіційних і перевірених джерел, їх на озброєнні мали декілька країн – Росія, Придністров'я, Йорданія і Габон. У матеріалі «StopFake» фігурує ще відео маловідомого блогера, у якому він заявляє, що Україна напала на Придністров'я. Усі публічні заяви та твердження, що були подані у фейковому матеріалі, журналісти теж перевірили у відкритих джерелах та проконсультувалися з експертами, котрі також констатували неправдивість інформації. Отже, «StopFake» якісно проводять аналіз інформації.

Що важливо – усі публікації на сайті написані з дотриманням норм української мови. У більшості новин відсутні незрозумілі термі-

ни, але там, де їх немає чим замінити, журналісти перекладають і пояснюють доступно й зрозуміло. Новини супроводжуються зображеннями реального та ілюстративного характеру. Серед переваг варто зазначити те, що інформацію на сайті можна прочитати тринадцятьма мовами, уключаючи українську.

На головній сторінці ресурсу в інтернеті легко знайти покликання на додаткові майданчики поширення інформації: Instagram (їхній акаунт нараховує понад 2600 підписників і 850 публікацій), Telegram (майже 3000 підписників та понад 600 постів), Facebook (на цій платформі в них найбільша кількість фоловерів – 70 тисяч, і понад 1000 публікацій) та Twitter (45 тисяч читачів та понад 800 твітів). Усі свої соціальні мережі фактчекери ведуть надзвичайно активно. Публікації там з'являються одразу після оприлюднення нової інформації на сайті. Аудиторія також надає фідбек у вигляді великої кількості коментарів, репостів та позначок «подобається». Бачимо, що «StopFake» якісно та прозоро перевіряє новини, наводить ґрунтовні аргументи стосовно фейковості й зрозуміло та доступно подає свої матеріали аудиторії (безпосередньо на сайті й у соціальних мережах).

Однак, незважаючи на потужну працю фактчекінгових ЗМІ, медіапростір усе ще насичений різного типу оманами, бо в основу глобального гіпертексту покладено фальсифікаційний код. Детонація – символ двояких за суттю людських цивілізації й культури. Екстатично повертаючись крізь медіапростір до свого первісного «Едему», де «фальшиво» поєднуються життя та смерть й неподільно панує весь об'єм сфери чуттєвості (без поділу на пристойне й непристойне), де «насолоджуватися» можна «красивим» і «потворним», «добрим» та «злим», ми «граємось» у вічну гру із сакральними цінностями; гру, яка заплутує, заколихує нас і звільняє від усіляких обмежень та нав'язаних культурою табу. Притча про людство, інструментарій якої – набір фальсифікатів, й донині моделює набір реальностей, вносячи окремий закон, накладаючи оригінальний простір на кожну з них. Відшукати сенс подібної гри, вочевидь, неможливо, адже ідеальна гра взагалі не має сенсу. Отож можна лиш іронічно заспокоїти себе тим, що людина двадцять першого віку отримує чудову нагоду бути учасником найдавнішого ритуалу: фотошопити власні зображення; споживати «високоякісні» аудіовізуальні фейки; розширювати межі факту, аж до його протилежності, і не забувати фіксувати параметри цих «новоспечених трофеїв» у лексикографічних джерелах. Наведемо актуальний

приклад: проаналізуємо, як продукувалися факти та фейки після терористичного акту в редакції французького гумористичного видання «Шарлі ебдо» («Charlie Hebdo»).

6.3.2. Тероризм у мас-медіа. Проблема аналітичного балансу (трагедія «Charlie Hebdo»)

«Je suis Charlie» (Я Шарлі) – девіз, що об'єднує всіх прихильників свободи слова. Цей слоган уперше з'явився на чорному фоні відразу після відновлення роботи сайту французького сатиричного видання «Шарлі Ебдо» («Charlie Hebdo»). Як відомо, 7 січня 2015 року на редакцію цього тижневика здійснили жорстокий напад. Постраждало 23 людини, 12 – загинуло. Відповідальність за терористичний акт взяли на себе представники організацій «Аль-Каїда» та «Ісламська держава Іраку й Сирії (за іншими версіями – Іраку та Леванту (ІДІС/ІДІЛ))».

Після нападу Європою прокотилася хвиля протестів. На вулиці міст вийшла рекордна кількість незадоволених, а до Парижа на марш миру прибули відомі політики й очільники держав. Як вислід, перше після трагедії число сатиричного журналу (із зображенням все того ж таки табуйованого Пророка Магомета, але тепер уже не смішного, а згорьованого, нещасного та заплаканого, підписаного «Je suis Charlie») розійшлося рекордними тиражами, а в найскрутніше становище зі зрозумілих причин потрапили всі мусульмани.

Після перших імпульсивних реакцій світова громадськість намагалася по-новому осмислити й зрозуміти те, що сталося. Ми також спробуємо це зробити, узявши на озброєння неупереджений аналіз нападників (їхніх засобів масової комунікації, цінностей і стратегій), посередників (опозиційних та солідарних світових ЗМІ), потерпілих (європейської й мусульманської сміхових культур, утілення яких – карикатури та сатиричні видання). Спершу проведемо журналістське розслідування на рівні «медіа й тероризм», а потім здійснимо інтерпретації культурних традицій народної сміхової культури християн та мусульман. Абсолютно логічно почати справу з «розшуку» того, хто винен. У нашому випадку це не складно, бо терористична організація самоідентифікувалась і тим самим узяла на себе «відповідальність».

«Аль-Каїда» після всім відомих подій 11 вересня 2011 р. в засобах масової комунікації незмінно маркується як поширювач терору № 1. На її рахунку близько двадцяти терактів: викрадення літаків; замінування автомобілів; вибухи поблизу американських посольств, у

британському метро, на територіях дислокації опозиційних військ; посягання на життя президента Єгипту 1981–2011 рр. Хосні Мубарака та вбивство двічі прем'єр-міністра Пакистану Беназір Бхутто.

До 2011 р. спецслужби багатьох держав активно полювали на очільника цієї організації Усаму бен Ладена, вочевидь, сподіваючись, що його смерть якось позитивно вплине на розвій тероризму. Однак помилялися: «Аль-Каїда» стала справді пасивнішою, а от постать екс-вождя трансформувалася до непізнаваності: в Афганістані, Сирії, Тунісі, Єгипті, інших арабських країнах Усаму бен Ладена вже вшановують як легендарного героя. Його штатний біограф, пакистанський журналіст Хамид Мир, та експерт з ісламського тероризму британський журналіст Джейсон Берк (автор книги «"Аль-Каїда": справжня історія радикального ісламу») активно співпрацюють з істориками, політологами, філософами й поширюють сенсаційну інформацію про покійного вождя. Як вислід, терорист № 1 подекуди поступово перетворюється у великого мудреця та геніального оратора.

Чимось на кшталт дочірного «проєкту» «Аль-Каїди» вважають ІДІЛ/С. До організації належать переважно суніти (які після смерті Пророка визнали своїм очільником батька однієї з дружин Мухамеда). Вони, за ідеологією спільноти, покликані знищувати не тільки відвертих іновірців, а й інших вірян ісламу, зокрема шиїтів, котрі своїм керівником вважають двоюрідного брата Пророка, а також віруючих дружніх ісламу релігій Авраама (що, із погляду Корану, видається відверто диким).

У лютому 2014 р. лідер «Аль-Каїди» Айман аз-Завахірі заявив, що ІДІЛ/С – це не частина «Аль-Каїди» та що ці організації в стані війни між собою. Тоді в Сирії в результаті протистоянь загинуло близько двох тисяч терористів. Але згодом організації знову об'єдналися. Вочевидь, спільного в них таки більше, аніж здається на перший погляд. Так чи інакше, а з 2013 по 2015 рр. ІДІЛ/С здійснила 15 терактів (для порівняння: «Аль-Каїда» – усього один (власне напад на «Шарлі Ебдо»)).

Жертвами багатьох організованих ІДІЛ/С актів стали журналісти. 19 травня 2014 р. в Сирії члени цієї організації відтяли в режимі онлайн голову американському незалежному журналістові Джеймсу Фоулі, який свого часу працював у газетах США, Іраку, Афганістану та інших держав (за інформацією ІДІЛ/С, то була знакова помста США за їхні авіаудари ВВС на території Іраку). 2 вересня так само й за

те ж убито арабомовного американо-ізраїльського журналіста Стівена Сотлоффа. 24 вересня за бомбардування Іраку авіацією (уже французькою) стратили французького журналіста Ерве Гурделя. Відео вбивства відправили електронною поштою газеті «Фігаро» («Le Figaro»). Напередодні нового року, 31 січня 2014 р., сталося останнє на сьогодні вбивство журналіста, жертва якого – японець Кендзі Гото Дзего – очільник компанії «Independent Press», що спеціалізується на створенні документальних фільмів у гарячих точках планети. Журналіста чомусь не обміняли (можливо не встигли) на пропоновану ІДІЛ/С терористку-смертницю Саджиде ар-Ришаві. Отже, неоголошену війну з журналістами веде саме Ісламська держава...

Звісно, це війна двояка – безпосередня та інформаційна. Інформація про терористичні акти та їхніх організаторів поширюється всіма можливими каналами комунікації, найвідоміший із яких «Аль-фуркан» (назва дублює двадцять п'яту суру Корану – розповідь про те, що Аллах дарував людині здатність розрізняти добро і зло).

Медіаагенція «Аль-Фуркан», на думку експертів, – центр виробництва дуже широкого профілю: виготовляє фільми, відео- та аудіодиски, брошури, інтернет-матеріали тощо. Продукція агенції перенасичена сценами нападів, терактів, страт (зокрема й тих, про які ми вже згадували). Відшукати офіційний сайт за адресою неможливо. На знайденій сторінці постає текст: «Запрет доступа. Уважаемый абонент! Доступ к запрашиваемому Вами Интернет-ресурсу ограничен по требованию правоохранительных органов в соответствии с законодательством и/или на основании решения суда».

Однак за назвою «Аль-Фуркан» легко відшукати інші ЗМІ, зокрема незалежний інформаційний портал мусульман Далекого Сходу, який пропонує інформацію про школу при мечеті Хабаровська, проблему заборони мусульманських хусток у російських школах, звільнення з роботи за читання намазу місцевих прихильників ісламу тощо). Ми хотіли здійснити на цьому сайті пошук на «Шарлі Ебдо», але, на жаль, функції пошуку тут абсолютно відсутні. Архів же містить винятково відкриті листи до чиновників.

Ще за назвою «Аль-Фуркан» система «Google» відкриває повідомлення про заборону в Боснії та Герцеговині медіаресурсу мусульманської організації (мовляв, він був тісно пов'язаний з Аль-Каїдою) і виступ полоненого шейха Abū Мухаммад Аль-Adnani Аш-Шами (на сторінці теж зазначено: «К сожалению, Амира Аль-Каиды»). Текст

виступу нагадує коранівський. Складається із 75 «аятів». Однак ми не будемо його цитувати (через дуже поганий російський переклад), охочі до прочитання можуть перейти за посиланням http://marker.to/IREbxA (якщо воно лишатиметься активним) [Al -Фуркан, 2015].

Отже, «Аль-Фуркан» відшукати не вдалося. Однак російські дослідники, яким, вочевидь, із пошуками поталанило набагато більше, пишуть, що на зазначеному сайті присутні «шокирующие кадры жестокости насилия, которые являются основой террористического медиадискурса ИГИЛ. И именно они выступают одним из ключевых факторов "привлекательности" данной группировки, притягивающий к ней сторонников со всех частей мира. […] Так "облегчается работа по массовой вербовке все новых и новых боевиков, для которых этот запрос становится навязчивой идеей и модой, на которую падка молодежь в любых странах. Быть убийцей становится именно модно"» [Судниев, 2014].

Однак «Аль-Фуркан» – це, безумовно, не єдине медіаджерело терористів. Професійно виробництвом проповідей та співаного «епосу», так званих нашидів, займається медіафонд «Айнад» («Ajnad Media Foundation»). Величезна кількість нашидів циркулює в соціальних мережах, де вони теж миттєво блокуються. В одному з найпопулярніших нашидів є куплет, який, на думку експертів, давно став неофіційним гімном ІДІЛ/С: «Ісламська держава виникла на крові праведників,/ Ісламська держава з'явилась завдяки джихаду благочестивих,/ Вони відкрили свої душі праведності зі стійкістю і твердою вірою,/ Так може утвердитися релігія, в якій закон (шаріат) – повелитель світів» [Судниев, 2014].

Пропагандистські фотографії, аудіо- й відеоролики арабською з англійськими субтитрами активно виробляє та поширює агенція «Ітисаам» ((I'tisaam Media Foundation)).

Існує й медіацентр («Аль-Хайят» (AlHayat Media Center)), який продукує інформацію терористів англійською, німецькою, французькою й російською мовами, використовуючи технології голлівудських фільмів та комп'ютерних ігор. Цей канал комунікації, на думку знову ж таки російських науковців, активно вербує й інструктує європейців.

Доступні в інтернеті також електронні різномовні версії друкованих видань терористів. «Дабік» («Dabiq») – високоякісний глянцевий журнал, у якому публікуються глибокі релігійно-ідеологічні статті, виступи та вислови живих і загиблих авторитетів Ісламської держави… та звіти про бойові дії загонів ІДІЛ/С.

Інформаційні бюлетені «Islamic State Report» й «Islamic State News» теж непогано наповнені текстово та зображально. Вони розповідають про економічну, управлінську й, звісно ж, політичну та міліарну діяльність джахадистів/відданих воїнів віри.

Однак найбільш успішно й професійно працюють терористи у всесвітній мережі. Там у них на індивідуальних акаунтах та в групах інтернет-магазини речей та одягу з логотипами, онлайн-трансляції боїв, чати (готові до розмови в будь-який час дня й ночі), волонтерські акції на потреби вояків у зонах бойових дій в Іраку та Сирії (збір коштів відбувається за допомогою платіжної системи Qiwi) тощо.

Різнопрофільні групи ІДІЛ/С й «Алькаїди» розкидані скрізь у неймовірних кількостях. Їх, звісно, блокують, однак це не допомагає, адже бойовики навчилися поширювати свою інформацію, наче всюдисущі порноматеріали: ми відкриваємо свої сторінки – а вони вже там і «видворити» звідтіля їх майже неможливо, бо виходять із ладу всі системи ПК.

До речі, у мережах Facebook і Twitter є багато розважальних груп, які демонструють «людське обличчя» тероризму, зображаючи вояків із тваринами (переважно котами) та в ситуаціях побутового життя. Отже, як бачимо, терористи мають сучасну потужну й добре продуману систему інформування. І хоча відшукати інформацію про напад на «Ебдо» не так просто – вона, утім, цілком прогнозована. Куди простіше та цікавіше довідатися, що ж пишуть про напад у ЗМІ високорозвинених держав. Передусім у країні, яка постраждала.

У Франції є три найбільш популярних газети – «Фігаро» («Le Figaro»), «Монд» («Le Monde»), «Ліберасьйон» (Libération). Зосередимося саме на їхніх публікаціях. «Фігаро» (до якої, як ми вже знаємо, терористи ІДІЛ/С відправляли відео своїх убивств) дуже компактно інформує не аналізуючи. Спершу повідомляє, що загинуло 12 осіб, згодом – 11, потім – 10, насамкінець – знову 12. Аналітика на сторінках видання з'являється пізніше й подається в інтерпретаціях президента Швейцарії, генерального секретаря організації «Репортери без кордонів», прим'єр-міністра Великобританії: «Ці вбивства у Парижі, – зазначає прим'єр, – огидні. Ми разом з французьким народом боремось супроти тероризму» [6]. Жодної думки опозиціонерів на сторінках «Фігаро» не видно… Хоча багато архівованих матеріалів – закриті. Тому чіткого уявлення про наповнення газети ми, на жаль, не отримали.

«Ліберасьйон» (у редакції якої після погрому, на запрошення колег, працювали журналісти «Ебдо») пропонує цікаві репортажі. Але не з місця теракту, а з територій культових дислокацій мусульманських спільнот – мечетей. У «Репортажі біля найбільшої мечеті» йдеться про те, що поблизу тулузької мусульманської святині в п'ятницю (день найбільшої традиційної молитви мусульман) чатує шістнадцять одягнених у броньований одяг представників жандармерії. У мечеті зібралися віряни різного віку й рас, щоб послухати проповідь імама арабською мовою. Усі знають: у проповіді йтиметься саме про напад на сатиричний журнал, тому присутні помітно нервують і косо позирають на представників силових структур. Найсміливіші публічно обурюються. Проповідь ведеться тихо. Хто стоїть навколішки далі – нічого не чує… Після належних ритуальних дійств, коли віряни починають розходитися, репортери шукають співрозмовників і просять повідомити, що вони думають та відчувають. Один з інтерв'юйованих (науковець, 21 рік) каже: «Ті, хто здійснив теракти, – хлопці з глухих провінційних міст, яким нав'язано думку, що, ставши джихадистами, вони звільняться від усіх гріхів. Я неодноразово розмовляв з одним із них. Він нічого не тямить в релігії. Днями я бачив його на відео серед тих, кого звинувачують в нападі у Франції». І додає: «Карикатури ображають нас. Але це не виправдовує того, що сталося. Ми повинні порозумітися і не йти на такі необдумані вчинки. Однак, – зауважує він, – ми, однозначно, не з тими, хто дозволяє собі карикатури на Пророка, виправдовуючи їх правом на свободу слова» [Dans une mosquée de Toulouse, 2015].

Тридцятилітній водій зазначає, що він наляканий подіями й боїться вийти на вулицю (вочевидь через свою арабську зовнішність). Однак сподівається, що засоби масової комунікації посприяють констатації величезної прірви між мирними мусульманами та терористами.

Чоловік старшого віку зізнається, що радий присутності охоронців порядку поблизу мечеті, бо дуже боїться нападу на цей храм, адже на інші вже посягали, і неодноразово. Однак оприлюднювати свої погляди й ставлення відмовляється. Каже: строго заборонив це робити і своїм дітям [Dans une mosquée de Toulouse, 2015].

На сторінках «Лібирасйон» є ще багато подібних матеріалів. Усі репортажі абсолютно об'єктивні: присутні експерти, свідки, потерпілі. Думки опитуваних урівноважені. Коментарі подаються неупереджено. Журналісти-репортери постають як посередники й сторонні спостері-

гачі. Отже, можна сказати, що на теренах Франції «Ліберасйон» – одне з найнадійніших джерел інформації. Вочевидь, за це треба подякувати Полю Сартрові, який свого часу очолював цю газету й чітко налаштував її так, щоб не виходила за межі ліберальної моделі комунікації. Зрозуміло, що репортаж тут – це якраз найефективніший журналістський жанр.

«Монд» теж спершу дає дуже короткі констатаційні повідомлення та коригує інформацію про кількість загиблих. Згодом з'являється оригінальна аналітика. Найцікавіша, на нашу думку, стаття називається «L'attentat le plus meurtrier depuis 1961» («50 років атак ЗМІ у Франції»). Цікава вона передусім тому, що створена ще в листопаді 2013 р. й дописується після кожної нової трагедії. Хронологія терактів на стогодні має такий вигляд: «l'OAS» (1961, 1962), «Le quotidien de Paris» (1979), «Antenne 2» (1985), «Radio France» (1985), «Libération» (1991, 2013), «Le Monde» (1979, 2004), «BFM-TV» (2013), «Charlie Hebdo» (2011, 2015)... Серед причин терору – постколоніальні проблеми Алжиру, Лівії, Сирії, Тунісу, звинувачення конкретних осіб, зокрема французького праворадикального політика Жан-Марі Ле Пен у знущанні над алжирськими повстанцями, у війні в Перській затоці, святотатстві; звинувачення ЗМІ в маніпулюванні масами. Фіксуються також способи здійснення терактів – коктейлі Молотова та бомбардування шляхом замінування машин і поштових надсилань.

Бачимо також, що «Шарлі Ебдо» вже не вперше стає жертвою кривавого терору. Як зазначено в «Монд», «вночі 2 листопада 2011 року приміщення сатиричної газети були частково знищені пожежею, причина якої – пляшки із запальною сумішшю. Тоді видання також звинуватили у святотатстві – публікації карикатур під назвою "Шаріат Ебдо". Ці публікації були начебто протестом супроти збільшення кількості ісламістів у Лівії у Тунісі» [50 ans d'attaques comtre les medias, 2015]. Коли щось повторюється – воно вже не видається ні випадковістю, ні однозначним негативом. Для отримання додаткової інформації, вочевидь, варто звернутися до опозиційних медіаджерел.

На жаль (або на щастя), як ми вже змогли пересвідчитися, ресурси терористів цензуруються й дуже швидко зникають. Тому ми не можемо, по-перше, публікувати їх тут, по-друге – вважати доказовим фактажем. Лишається відшукати щось більш-менш нейтральне, бажано арабське. Найвартіснішою в цьому плані вважається арабо- та – додатково –

англомовна супутникова, кабельна й інтернет-мережа «Аль-Джазіра» (це вона свого часу транслювала виступи Усами бен Ладена, а також запам'яталася критичними репортажами з Іраку). Цього разу матеріали на сайті «Аль-Джазіри» також виявилися доволі цікавими, оскільки експертизу події здійснювали не штатні журналісти, а фахівці з європейських й арабських країн, які, імовірно, стоять по різні «боки барикад».

Марк Левін, професор історії Близького Сходу Каліфорнійського та Лундського університетів зазначив, що в події винна не релігія. І свобода слова – тут теж фактор опосередкований. Справжній чинник протесту – колоніалізм, від якого лишилося тавро «геноциду ідентичності, історії, мови, традицій мусульман» [Levine, 2015]. У 1830 р. після вторгнення в Алжир саме Франція розпочала 130-літню одіссею експлуатації, експропріації, работоргівлі, затяжної громадянської війни, расизму, вислід якої – понад мільйон алжирських життів. Ця одіссея, на думку вченого, продовжується й в епоху незалежності, оскільки до влади в колишніх колоніях Франції прийшли ставленники тієї самої авторитарної й корумпованої системи.

Позаяк на час теракту у Франції із 6 500 000 мусульман 5 000 000 – алжирці, не дивно, що двоє з них виявилися терористами. Однак досвід Алжиру зовсім не унікальний. Це трагічна історія всіх мусульманських країн від Марокко до Індонезії, за винятком Туреччини й частини Аравійського півострова.

Колоніалізм і постколоніальна диктатура – глибокі рани, вилікувати які відомими методами неможливо. А сучасна неоліберальна система – це, на думку Марка Левіна, новий переодягнений колоніалізм: політика МВФ і Всесвітнього банку дуже нагадує тактику тих фінансових структур, які вже довели до банкрутства Єгипет та Туніс.

«Радикальний іслам – то дзеркальне відображення такого самого радикального капіталізму» [Levine, 2015]. Неолібералізм і джихадизм – єдине ціле. До всього слід додати ще й тотальний расизм, який зараз панує стосовно арабських/мусульманських та африканських спільнот (котрі, до речі, кількісно давно переросли місцеве населення) у Франції.

Дивно, що «провідні світові газети і європейські лідери шоковані» тим, що сталося. Кому-кому, а їм важко вибачити таку наївність. «Це ж шокує не більше, – пише Левін, – аніж психоз у вигляді вбивств, зґвалтувань та пограбувань на сході Нігерії й Парижу; ніж те, що

Франція – утілення свободи, рівності та братерства – продає за мільярди доларів зброю; що США з безпілотних літальних апаратів убиває тисячі мирних жителів (і десятки тисяч – із використанням звичайної зброї); що Ізраїль, із негласної згоди США та Європи, знищує 1500 палестинців; або що майже кожен мусульманський уряд осуджує напад на "Шарлі Ебдо"» [Levine, 2015].

Палестинський журналіст-оглядач, професор журналістики Принстонського університету Дауд Куттаб, у статті «Повернення Шарлі Ебдо», теж підходить до проблеми дуже нетривіально. Він зазначає, що слово «джахид»/боротьба (у прямому й переносному значеннях) – не монополія ісламістів, воно трапляється не тільки в Корані, а й у Біблії, зокрема в посланні до Тимофія: «Я змагався добрим змагом, свій біг закінчив, віру зберіг» [2 Тим. 4:7]. Тому, на думку Куттаба, світові лідери обрали дуже доречну тактику; коли заявили, що з тероризмом слід боротися як на міліарному, так і на ідеологічному рівнях, і в жодному разі не об'єднувати іслам із радикалізмом. Передусім варто провести політичні, освітні та культурні реформи в нестабільних арабських країнах і державах, густозаселених мусульманами. Реформуванням, на думку вченого, мають займатися високоосвічені інтелектуали: учені, філософи, письменники. «Битва буде, вочевидь, довгою і важкою. Але для того, щоб її виграти, усі люди доброї волі повинні працювати разом» [The return of Charlie Hebdo, 2015].

Абдула аль-Аріан, доцент історії Джорджтаунського університету та Школи дипломатичної служби в Катарі, у статті «"Шарлі Ебдо" і західний лібералізм» говорить про те, що для розв'язання проблеми тероризму мають бути докорінно переглянуті сучасні західні мусульманокритичні дискурси. Мовляв, європейський лібералізм породив не тільки свободу, демократію й верховенство закону, а й рабство і колоніалізм. Ця двоякість, започаткована ще Вольтером (котрий називав пророка Мухамеда очільником варварської секти), глибоко вмонтувалась у свідомість європейців. На думку Абдули аль-Аріана, поряд із нападом на «Ебдо» варто також поставити масові вбивства Андреса Брейвіка, знущання над мусульманськими ув'язненими в США та багато всього іншого, оскільки всі ці явища – безумовно, реалії одного порядку [Abdullah Al-Arian Charlie Hebdo, 2015].

Однак апогеєм обговорення цієї проблеми на сторінках сайту «Аль-Джазіра», напевно, слід вважати публікацію під назвою «Реакція карикатуристів на атаку "Шарлі Ебдо"» (Cartoonists react to Charlie

Hebdo attack), у якій арабські майстри карикатури представили свої роботи на тему нападу [Cartoonists react to Charlie Hebdo attack, 2015]. Це, що називається, помста за принципом Таліона (око за око, зуб за зуб): на карикатурах зображені загиблі журналісти «Ебдо» та представники каральних органів у найпотворніших позах.

Однак Франція й арабомовні держави – «особи» зацікавлені. А якої думки про подію Європа та Америка? Журналісти найбільшої американської газети «Нью-Йорк таймс» особливу увагу звертають на мультикультурність Франції. У статті «Революційні ідеали Франції стикаються із сучасністю» вони, як і колеги з «Ліберасйон», збирають факти за допомогою інтерв'ю. Їхніми співрозмовниками стають люди різних рас та віросповідань. Як вислід, постає не дуже приваблива реальність. Але «Нью-Йорк таймс» її ніяк не коментує, залишаючи це право читачам [France's Ideals, 2015].

Німецька газета «Sudwest presse» після нападу на «Шарлі Ебдо» провела соціологічне дослідження із визначення явищ міжнародного життя, які викликають у населення найбільший страх. До їх переліку увійшли тероризм ІДІЛ/С, війна в Україні, епідемія лихоманки Ебола, ізраїльсько-палестинський конфлікт. Найбільшу кількість балів (60 %) набрав саме тероризм [60 Prozent befürchten baldigen Terroranschlag, 2015].

Найбільша британська газета «Таймс» спочатку ретельно описує, що відбувалося в приміщеннях та у дворі редакції перед нападом на «Шарлі Ебдо», згодом з'ясовує, хто був ініціатором публікації опальних карикатур. Як виявилося, в усьому винен головний редактор. За межі цього конфлікту газета особливо не виходить.

Японська щоденна газета «Майнити симбун» звинувачує Францію в легалізації подвійних стандартів. На думку авторитетного видання, свобода слова – це право вільно висловлювати свої думки, яке стосується не лише журналістів, а й прихильників ісламу, котрі свого часу вже подавали позови до суду з приводу образи своєї віри. Але суд постійно виправдовував французьких журналістів. Отже, виходить, що тероризм у Франції – злочин, а богохульство – ні. Це, на думку видання, несправедливо [French arrests raise question, 2015].

Отож ми вкотре «впираємося» в іслам. Можливо, дійсно, в усьому винна ця віра? Серед релігій Писання іслам – наймолодше віросповідання. Його поява та розквіт начебто пов'язані з неспроможністю іудаїзму й християнства всеохопно забезпечити потреби арабів (пере-

важно язичників) південно-західних азіатських пустель. Учені вважають, що для розвою нової релігії потрібен був дуже специфічний деміург-рушій. Ним став майбутній пророк Магомет/Мухамед/Мухаммад – геніальний мислитель, містик і великий політик. На відміну від християнського пророка (який, до речі, фігурує і в мусульманських священних книгах), Мухамед захищав кожну релігійну істину не притчево, а, в буквальному розумінні слова, вогнем і мечем. Дуже темпераментним – імпульсивним, інстинктивним, войовничим, хижим, диким, вільним, наче птахи – бедуїнам це дуже імпонувало, тому слава Пророка й основи нової віри, починаючи із VII ст., поширювалися надзвичайно швидко та успішно. Їх утіленням став Коран – священне вчення Бога/Аллаха, подароване вірному Мухамеду.

Як і всі інші релігійні святині, Коран із часом став книгою загадок і підтекстів. Хоч прийнято вважати, що він набагато прозоріший, аніж Старий та Новий Заповіти. Однак усі відомі світові зіткнення мусульман з іновірцями пов'язані саме з неадекватним прочитанням універсальних фраз Корану. Пальма першості такого «неправильного» прочитання й розуміння належить ключовій фразі ісламу: «الله أكبر» (Аллаху Акбар). Лояльні до мусульман інтерпретатори перекладають цю фразу як «Аллах Великий», опозиційні – «Аллах Найбільший». Залежно від перекладу констатується й ключова істина: мусульмани вважають свого Аллаха синонімом або не синонімом універсального Бога. Логіка інтерпретаторів така: якщо Аллах – то і є по-іншому названий «спільний» Бог – усе добре; якщо ж це найбільший з усіх богів (уключаючи Бога Авраама) – «язичників» слід провчити, бо вони й далі поклоняються доісторичному божеству Каабі. Кінця-краю дискусії не видно… Вочевидь, його й не може бути.

Користуючись ситуацією хаосу, саме цю фразу («Аллаху Акбар») мусульманські терористи й вирішили зробити своїми гаслом, слоганом і девізом. Саме з цією фразою вони увірвалися до редакції «Шарлі Ебдо».

Що ж: істини Корану, як, до речі, й інших священних книг, є справді дуже суперечливими. Аби не лукавити, наведемо приклади. Ось текст/сура про людину на війні (подаємо російською, бо українських перекладів, на жаль, немає – *О. К.*): «4. Когда вы встречаетесь с неверующими на поле боя, то рубите головы. Когда же вы ослабите их, то крепите оковы. А потом или милуйте, или же берите выкуп до тех пор, пока война не сложит свое бремя. Вот так! Если бы Аллах

пожелал, то отомстил бы им сам, но Он пожелал испытать одних из вас посредством других. Он никогда не сделает тщетными деяния тех, кто был убит на пути Аллаха. 5. Он поведет их прямым путем, исправит их положение. 6. и введет их в Рай, с которым Он их ознакомил (или который Он умастил для них благовониями). 7. О те, которые уверовали! Если вы поможете Аллаху, то и Он поможет вам и утвердит ваши стопы. 35. Не проявляйте слабости и не призывайте к миру, поскольку вы — выше остальных. Аллах – с вами и не умалит ваших деяний» [Сура 47 «Мухаммад»].

Прочитавши цю суру, можемо (на місці терористів) дозволити собі дуже багато. Але в Корані присутні й цілком протилежні твердження: «12. Откуда ты мог знать, что такое крутая тропа? 13. Это – освобождение раба. 14. или кормление в голодный день. 15. сироту из числа родственников. 16. или приникшего к земле бедняка. 17. А после этого надо быть одним из тех, которые уверовали и заповедали друг другу терпение и заповедали друг другу милосердие. 18. Таковы люди правой стороны. 19. Те же, которые не уверовали в Наши знамения, являются людьми левой стороны, 20. над которыми сомкнется Огонь» (Сура 90 «Город»). «Посему не повинуйся тем, кто считает истину ложью! 9. Они хотели бы, чтобы ты был уступчив, и тогда они тоже стали бы уступчивы. 10. Не повинуйся всякому расточителю клятв, презренному, 11. хулителю, разносящему сплетни, 12. скупящемуся на добро, преступнику, грешнику, 13. жестокому, к тому же самозванцу» (Сура 68 «Письменная трость»)).

Отже, вочевидь, різниця в тому, які саме сури людина вважає сенсом свого існування. Хоча, як зазначає той же Коран: «Воистину, человек создан нетерпеливым, 20. беспокойным, когда его касается беда, 21. и скупым, когда его касается добро» (Сура 70 «Ступени»)).

Отож людина – істота амбівалентна. Але чомусь (за текстами священних книг усіх релігій) вибір саме за нею. У результаті позицією одних стає терор, вибором інших – пересміювання релігії. До того ж, хто є хто в ісламі з'ясувати іноді дуже важко, бо там присутній так званий ритуальний обман, навіть дві категорії обману – такия й китман.

Аби не схибити в потрактуваннях та інтерпретаціях цих понять, ми попросили розтлумачити їх Саїда Ісмагілова – муфія ДУМУ «УМА» в Духовному управлінні мусульман України (як зазначено на його офіційній сторінці у Feesbok). Ось що він написав: «Такия – це

навмистне приховування своєї належності до ісламу. Воно було впроваджене пророком Мухаммадом під час великих гонінь на мусульман в часи виникнення ісламу. Задля того, щоб не бути вбитими та катованими, перші мусульмани заперечували свою приналежність до ісламу. Але пізніше поняття такиї дещо трансформувалось. У сунитському ісламі такия так і залишилася як дозвіл на приховування своєї віри в разі великої небезпеки, а в шиїтському це трансформувалося в ідею про застосування брехні й хитрощів задля досягнення корисної мети. Наприклад, якщо шиїт хоче обіймати високу посаду, але його не візмуть на неї, тому що він шиїт, то він може приховувати це й удавати із себе мусульманина-суніта. Китман – це щось схоже на такию, але трохи простіше, то приховування частини правди задля досягнення певної мети. Обидва методи використовуються шиїтами. Суніти використовують такию лише в найскладніших випадках».

Як ми зазначили на початку публікації, терористи були сунітами. Звідси висновок: стримувати себе чи приховувати обурення вони не вважали за пристойне та можливе, бо за їхньою спиною була не тільки віра, а й традиція. Отже, останній чинник – традиція.

Постає логічне запитання: чи існує/існувала в мусульман низова культура пересміювання святинь (у європейців така культура побутує з часів Середньовіччя). Із цим запитанням ми знову ж таки звернулися до очільника українських мусульман Саїда Ісмагілова. Й отримали таку відповідь: «В ісламі ніколи не існувало масового явища жартів зі Священного Корану, або з пророка Мухаммада і т. ін. Справа в тому, що це розцінюється ісламом як великий гріх, або як відступництво від віри. Мусульманське суспільство, як раніше, так і зараз, досить релігійне, тому не дозволяло і не дозволяє собі жартів на релігійну тематику. Людина, що богохульствовала, могла бути відразу покарана.

В цілому сатира існувала, але частіше за все на політичну тематику. Засновником вважається Абу Усман Амр ибн Бахр аль-Джахиз (775–868) – арабський письменник, засновник арабської літературної критики. Найбільш відомі його сатиричні твори: “Книга про скупих” (збірник анекдотів), а також “Послання про квадратність і круглість”.

Незважаючи на загальну картину, випадки жартів на релігійну тематику іноді траплялися. Частіше за все це було в Персії. Були навіть написані книги, які висміювали релігійні уявлення мусульман, але вони не мали великої популярності, і масово засуджувались віруючими. Тому, можна сказати, що мусульманське суспільство не має

традиції жартів над релігією та релігійними уявленнями і доволі болісно реагує на жарти та карикатури на пророка Мухаммада. В мусульманському світі таке неприпустимо!»

Отже, напевно, причина медіаконфлікту – саме в різному ставленні мусульман та християн до висміювання й сміху. Спробуємо і в цьому розібратися.

«Шарлі Ебдо» активно висміює політиків, шоуменів, іслам, християнство і весь світ із 1970 р. Не можна сказати, що видання користується шаленим успіхом, але своя авдиторія в нього є й була завжди – французи – нація з тонким почуттям гумору. Не можна також стверджувати, що у видання не було проблем. Не випадково ж його кілька разів закривали; крім того, палили й руйнували. Однак такого жаху, як терористичний акт 7 січня 2015 р., не очікував ніхто.

За нашими припущеннями, журналісти могли сподіватися, що на захисті «Ебдо», як і їхньої культури, стоїть невловимий і неосудний вартовий – сміх. «Я впевнений, – зазначає один із карикатуристів, – що люди завжди набагато розумніші, ніж прийнято вважати. Ми віримо в розум людей. Ми віримо в розумний гумор. Віримо в те, що люди розуміють прихований гумор. Люди, які вчинили цей теракт, просто-напросто позбавлені почуття гумору» [Каневська, 2015]. Швидше за все, християни та мусульмани сприймають смішне кардинально протилежно.

У царині світової культури є багато теорій і концепцій сміху. Умовно їх можна розмежувати на дві опозиційні групи – бахтінську та бергсонівську. На думку М. Бахтіна, як ми вже зазначали, у давнину більше покладалися на смішне, аніж на серйозне, оскільки вірили, що за ним ніколи не приховується насилля, лицемірство та обман [Бахтин, 1990: 109]. Зазначеній сміховій традиції притаманне й плюндрування фундаментальних цінностей: носії сміху (блазні й дурні) завжди пародійно дублювали високоповажних осіб, героїчні події, фрагменти серйозного церемоніалу, тому що концепція сміхового світовідчуття вимагала (мабуть і досі вимагає) відмежування від офіційного статусу, сприймання ненормативності світу в його карнавально-ігровому ракурсі. Свого часу (особливо в догматичному Середньовіччі), аби відпочити від благоговійної серйозності, святі отці-католики створювали для народу пародійні та напівпародійні біблії й трактати (і досі збереглися літургії п’яниць і гравців, пародії на молитви «Отче наш», «Аве Марія» тощо, навіть трикстеризовані епітафії). До нас дійшла

також величезна кількість усної та художньої літератури, у якій офіційні православні церковнослов'янська мова, ідеологія й обрядовість показані в сміховому вимірі. Усе це «освячували» християнські церкви й дуже терпимо ставилися державні інституції.

Сміх мусульман – протилежний (бергсонівський). За концепцією А. Бергсона, «смішне – будь-який прояв фізичного у людині, на котрий ми звертаємо увагу, коли йдеться про моральне» [Бергсон, 1994: 51]. «Сміх передусім – виправлення. Створений, аби принижувати, він повинен справляти на особу, яка є його об'єктом, дуже неприємне враження […]. Сміх не досягав би своєї мети, якби був відмічений симпатією чи добротою, – зазначає автор концепції, – той, хто сміється, […] починає розглядати іншу особу як маріонетку, нитки від якої він тримає у своїй руці» [Бергсон, 1994: 157–159]. Отже, на думку наслідувача класичних теорій, сміх не містить у собі нічого доброзичливого. Він швидше відповідає злом на зло. Неозброєним оком видно, що «бергсонівський» сміх має характер сатиричного. Це радше сарказм, їдка, нищівна іронія.

У наукову дискусію з класиком сміху неодноразово вступав Йохан Гейзінга – теоретик гри. «Сміх належить до розряду реалій, позначуваних мовою грецької філософської антропології як "те, що я роблю", а не "те, що зі мною робиться"», – зазначив він [3, 471]. Щойно людина починає бравувати ексцесами сміху – подібний «гумор», «як і бравада ненажерством, пияцтвом, сексуальними надмірностями, переходить у стан пуерилізму – "нестачі почуття гумору (невиправдано бурхливої реакції, […] підозри і нетерпимості, […] безмірного перебільшення хвали та хули)"» [Хейзинга, 2001: 325].

У фундаментальному – витоковому для тлумачення смішного – теоретичному тексті, у «Поетиці» Арістотеля, немає розгорнутого аналізу сміху. Давнього філософа вважають не творцем, а систематизатором архетипно задекларованої теорії. До того ж, із погляду здорового глузду, «упорядником зі знаком мінус», адже це саме з його легкої руки сміх, що в античній комедії (як і в народній культурі), був універсальним, неподільним, утративши глибинні якості амбівалентності, почав прив'язуватися до чогось низького, потворного, сповненого вад. У подібному інтерпретуванні потрапив він спершу до «Мистецтва поезії» Горація, а згодом – до «Поетики» Ніколя Буало. Пізніше аналогійно про руйнівний характер гумору писав Гегель («Естетика»). Неприваблиле кліше-тавро, зрештою, «вкарбувалося» в академічну культуру й стало класикою.

До речі, майже всі фундаментальні теорії прийшли до західного світу якраз через Схід, оскільки у ворожому до Античності Середньовіччі нічого від попередників не лишилося. На думку Гюстава Ле Бона, повернення Галена, Гіппократа, Платона, Арістотеля, Евкліда, Архімеда, Птолемея відбувалося через Разеса, Альбукасиса, Авіценну, Авероеса та інших східних мислителів. «Середньовіччя довідалося про грецьку Античність лишень після того, як книга про неї була перекладена на мову послідовників Мухаммада» [Ле Бон, 2009]. Оскільки в усіх наукових та філософських доктринах, які араби проповідували впродовж п'яти століть, вплив Корану був ще більшим, аніж вплив Біблії в європейській культурі, не виключено, що, перекладаючи стародавніх греків, араби внесли у їхні праці «маленькі» корективи.

Утім, можна зробити висновок: в аспекті існування двох теорій сміху журнал «Шарлі Ебдо» – референтний інформативний носій народної сміхової традиції в її раблезіансько-бахтінській інтерпретації, а реакція терористів і мусульман – явище класичного сміхового сприймання світу. Насамкінець, усе, що відбувається після терористичного акту, теж не виходить за межі двох сміхових традицій: «номер тих, хто вижив», був надрукований безпрецедентним трьохмільйонним накладом, тоді як звичайний тираж «Charlie Hebdo» не перевищує і 50 тисяч примірників. Багато замовлень у видавництво надійшло з різних країн світу, випуск переклали 16 мовами. До середини дня 14 січня свіже число «Шарлі» було повністю розпродане» [Каневська, 2015]. Однак це не означає, що всі купували й переглядали журнал із захопленням. У густозаселених «арабських» районах Парижу мусульмани збирали останній гріш і скуповували видання, щоб розірвати й викинути в смітник (хоча це не допомогло, бо наступного дня віддрукували новий наклад – для тих, кому не дісталося).

Після карнавалу традиційно починається Великий піст, під час якого все похабне недоречне. Але якраз насамкінець сміхове дійство завше набирало особливого розмаху. Так сталося й тепер: Європа на чолі з папою блазнів вийшла на великий марш (маємо на увазі акцію протесту провідних європейських політиків).

Питання географічних «орієнтацій» зараз стосується й України. Воно активно обговорюється в інформаційному просторі. Однак, аби розібратися з цим, слід вийти далеко за межі новітніх ЗМІ й зазирнути в глибокі джерела.

6.3.3. Репрезентаційна вестернізація національного інфопростору та євразійський/азіатський ренесанс

Протягом тривалого часу велися дискусії з приводу потреби або непотрібності інтеграції України в міжнародні спільноти на кшталт ЄС та НАТО чи пошуку якихось альтернативних партнерів (головно «східних»). Увесь цей час на українському ґрунті в поняття «Європа» та «Азія» щоразу вкладались інші конкретно-історичні, географічні, ціннісні й «мітологічні» сенси: Захід–Схід, християнство–іслам, римо-католицьке – візантійсько-православне, Європа–Росія тощо, – тому ми вирішили емоційно відсторонитися й максимально об'єктивно з'ясувати, що ж насправді означають ці поняття та «вкладені» в них реалії і який стосунок мають вони до наших національних традицій та симпатій-антипатій на міжнародному рівні.

Почнемо з культури. До якого культурологічного типу (східного чи західного) належить Україна? На думку вчених, у нашій культурі відстежуються впливи філософських, релігійних й естетичних структур, які виразно тяжіють і до східного, і до західного канонів. За спостереженнями Монтеск'є, Гердера, Гегеля, Данилевського, Ніцше, Шпенглера, Вебера Саїда та ін., «опозиційні» світові культури мають низку суттєвих рис і відмінностей. Вишукана, однак розманіжена й малорухома, культура Азії/Сходу передбачає поклоніння абсолюту-ідеалу, гармонійно поєднує колективне та індивідуальне, прив'язує до традицій, передбачає швидку адаптацію до чужого (без утрати власного) і скасовує будь-яку опозиційність. Їй притаманні величний спокій, упевненість, могутній дух утвердження, пафос спокійної переконаності та архітектурно-монументальна візія храму буття – відчуття нескінченної причетності до вічного процесу.

Європейська/західна культура – абсолютна її протилежність. Вона динамічна, по-фаустівському невгамовна й діяльна, дещо парадоксальна (бо акцентує відносність будь-яких істин та сповідує нігілізм). Цій культурі, як повсюдно наголошується, властиві індивідуалізм, невдоволення досягнутим, зневіра, розчарування, нескінченні пошуки, постійне прагнення змін.

Східне одвічно маркується як чуттєве, еротичне, інтуїтивне, несвідоме, ірраціональне, суб'єктивне. Західне – це, навпаки, логічне, чітко усвідомлене, аналітичне, об'єктивне. Як вислід, Схід огорнений ореолом таємничості й містики, а Захід вважається цілком зрозумілою адекватною реальністю.

На думку вчених, на теренах України обидві тенденції тісно переплелися ще в доісторичні часи. Як вислід, у фольклорі можна віднайти безліч творів, пройнятих духом умиротворення, споглядання, покори; але не менше й таких, що пробуджують дію й закликають до свободи. Однак не розум, а «первісне чуття» вважав «вирішальним чинником мислення й філософствування» українців М. Костомаров [Костомаров, 2002]. Подібно міркували Л. Гумільов та М. Вернадський, називаючи це первісне (жіноче) начало «пасіонарною якістю» [Гумільов, 2022] українців, яка містить «біогеохімічну енергію живої тканини біосфери», котра начебто одвічно притаманна етносові (бо дається йому своєрідним «фотосинтезовим» шляхом). Доречність пропонованої гіпотези підтверджується незаперечним лідерством у царині національних філософських концепцій (приміром у вченні Г. Сковороди) так званої «філософії серця» [Колпаков, 2018].

У концептуальних дослідженнях наших сучасників (зокрема Оксани Забужко) Україна також «постає втіленням жіночого, діонісійського, п'янкого оргіястичного первня» [Забужко, 1999: 154]. Загалом можна сказати, що на глибинно-архаїчному (генному) рівні функціонування східного та західного в культурі України прослідковується як синтез, однак східна тенденція таки зримо переважає. Спробуємо застосувати інший, більш уловимий і точний, підхід – географічний.

За територіальним поділом майже вся Україна належить до Європи (східної). Щоправда, традиційні географічні поняття Європа/Захід (грец. – *Europe*) та Азія (Асу)/Схід (грец. – *Asia*) протягом історичного розвитку суттєво змінювалися, у змістовому й просторовому сенсах. Назви виникли в античну епоху, коли безперервні сутички коло берегів Середземного, Егейського та Мармурового морів змушували фінікійців і греків постійно рухати «природні» кордони своїх держав. Спершу (в епоху античності) Азія поширювалася на південь (Аравійський півострів) та на північ (Кавказ і скіфські степи). У середньовіччі – навпаки: Європа почала більше «відвойовувати» східні межі (спочатку Дністер, згодом – Дніпро). Нині Європу від Азії відокремлюють Чорне море, Босфор та Дарданелли.

Були такі етапи в історії України, коли вона потрапляла під яскраво виражені східні впливи. Приміром, після занепаду Трипільської культури (2800–2300 до н. е.). Тоді з'явилася так звана Ямна цивілізація, у носіях котрої вчені вбачають індоєвропейців, які мешкали на території від Криму до Київського Полісся. Відомо також, що

після XVII ст. до н. е., коли Катакомбну культуру змінила Зрубна (1700–1300 до н. е.), на території сучасної України господарювали іраномовні племена скотарів. Згодом (у 375 р.) просування гунів на захід (углиб Європейського континенту) узагалі викликало масштабну міграцію європейських народів, відому як Велике переселення. Дуже відчутним для багатьох європейських націй став вплив Азії в 1237 р., коли монголи почали європейську кампанію, що завершилась аж у передмістях Відня (вочевидь, звідси – монгольські риси в обличчях слов'ян). Насамкінець, на початку XX ст. до росту східного населення в «розвинутих» країнах Заходу призвели хвилі економічної та політичної міграцій. Вихідці зі Східного континенту (плодовиті азіати) навіть сприймаються нині в Європі як «жовта небезпека». Однак таку ситуацію теж допустимо вважати «вічним поверненням», оскільки предки європейських народів потрапили до Європи якраз і саме через Азію. Отже, усі європейці є певною мірою потомками азіатів.

Не забуваймо й про те, що Азія – колиска трьох великих релігій – буддизму, індуїзму та ісламу. А Європа – територія християнства (біля витоків якого – іудаїзм (укотре – Схід)). Що цікаво: серед усіх релігійних ликів Україна спершу обрала не просто християнське православ'я, а його східний (візантійський) обряд (з-під палімпсестів пишнот та позолот якого ледве вловимо визирає Азія), а потім стала переорієнтовуватися на Рим і католицмзм.

Можна ще звернутися до міфології (як до абсолютно непідробного підсвідомого джерела інформації). Європа – донька Фенікса (символу вогню й вічного відновлення)), Асія – Океана (володаря водної стихії). Життя обох міфологічних жінок оповите ореолом таємності та амбівалентними легендами. Достеменно відомо лишень, що Європу спокусив і викрав Зевс (верховний Бог язичників). Асія ж стала дружиною Прометея (захисника людей від сваволі богів). Тут, вочевидь, уже почалася конкуренція на найвищому рівні. Згодом Європа народила Міноса – володаря Криту – острова, що розміщений майже на однаковій відстані від Європи та Азії (це на ньому Мінотавр збудував свій лабіринт, із якого Аріадна – донька Міноса – вивела коханого Тезея (і стала уособленням тоненької ниточки великих сподівань). Асія ж народила Мнемосину (антипод Лети) – богиню пам'яті, матір дев'яти муз, яку (на знак помсти непокірному Прометею) знову ж таки спокусив Зевс. Так замкнулося міфологічне коло одвічного кровозмішування, у яке потрапила й майбутня Україна, оскільки її південні території

були безпосереднім подіумом для античних мітологічних дійств (згідно з однією з теорій, що оформилася під впливом світових історіографій, слово «Україна» власне тому й означає окраїну або прикордоння) [Кун, 2014].

Однак є в нас і своя мітологія – слов'янська. Вона територіально Україну, на жаль, ніяк не ідентифікує. Однак містить надзвичайно цікаві легенди про походження та характерні особливості деяких народностей. «Якось, – розповідає одна з таких легенд, – захотів чорт створити подібного до себе. Накидав він в казан, у смолу, усілякого зілля й давай варити. Варив, варив, покуштував – вийшов хохол. "Недоварив!" – каже сам до себе чорт і ну знов варити. Варив, варив, покуштував – вийшов "лях". "Ще недоварив!" – каже чорт і знов став варити. Варив, варив, знову покуштував – вийшов "німець". "Ще трошечки недоварив". І заходився знов варити. Спробував – вдався татарин. "Ось-ось ще трошечки – і буде саме такий, як я". Ну-мо варити далі. Нарешті спробував востаннє – вийшов "жид". "Переварив! – вигукнув чорт. – Цей вийшов уже хитрійший и розумніший за самого мене! Перебрав цього разу!" А хіба ж то не правда, – завершує легенда, – що жид хитрійший і розумнійший за чорта? Він і безп'ятого пошиє в дурні» [Українські легенди про походження, 2022].

Найбільший негатив (на межі абсолютного несприймання) у наших легендах, переказах та мітах стосується росіян. «Українці, – зазначає Г. Булашев, – за звичаєм, називають великоросів "москалями", "лапотниками" і ставляться до них недовірливо, навіть із якимось острахом, вважаючи їх жадібними, брутальними, нещирими, хитрими, ледачими й мстивими. Народ уникає мати будь-яку справу з "москалем", не кажучи вже про те, щоб наймати його на службу. "Москаль", – каже він, – неодмінно обдурить, або ж доведеться з ним сваритись через його лінощі і лукавство, і тоді він накоїть тобі такого, що весь вік жалкуватимеш» [Булашев, 1992: 148–151].

Вочевидь, ключова проблема саме тут. Найбільша країна світу – Росія (держава, яка займає левову частку континентальних Європи та Азії, сповідує усі релігії світу та в чотири рази перевищує територію держав ЕС) – оце і є та «Азія», від якої все життя дистанціюється Україна, ревно, по-брутівськи окреслюючи свою територіальну цілісність й оберігаючи незалежність. Постає питання – чому? І тут доречно поговорити про цінності.

Відверто кажучи, задекларовані на папері цінності РФ та пропонованих нею спільнот не дуже відрізняються від цінностей ЄС. Ідеться

в них і про ідентичність (щоправда іншої якості), і про повагу до людини та її прав, і про принцип верховенства закону, і про демократію та толерантність, і про повагу до людської гідності. Однак, аби відмежуватися від Росії, українські «європеїсти» усіх часів готові (були і є) свідомо обмежити свої національні права й делегувати повноваження наднаціональним органам світового, європейського, американського та ін. рівнів. Себто йдеться тут, по суті, не про одвічне протистояння «Схід–Захід», а про намагання України за будь-яку ціну відгородитися від найближчого сусіда. Допустимо мислити навіть ширше: вочевидь, спостерігаємо непримиренну опозицію Росії до більшості держав (імовірно, не лише Європейського континенту). А Україна традиційно стає подіумом для сутичок, реально мілітарних. Саме тут розпочинались усі світові війни.

Перестати наслідувати Москву й переорієнтуватися на Європу (малося на увазі щось значно об'ємніше, аніж континент) закликав свого часу ще Микола Хвильовий та його однодумці. Однак вони вважали, що на зміну провідній ролі Європи у світовому культурному процесі має прийти такий собі «євразійський/азіатський Ренесанс», у якому провідну роль «гратиме» саме Україна (цитата з «України чи Малоросії»: «Отже, ми, азіатські конкістадори, є, хоч як це й дивно, перш за все "західники"… Діалектика навчила нас нести світло з Азії, орієнтуючись на грандіозні досягнення Європи минулого. Іншого путі, на нашу думку, нема…»). Тоді ідею українського месіанізму як сплетіння «Заходу» й «Сходу» спинила хвиля громадянських протистоянь та репресій. Але історія повторюється просто зараз (08.03.2022). Однак перед тим, як розпочати аналіз репрезентації подій війни Росії проти України (2022 р.), спробуємо з'ясувати, як загалом співіснують пропаганда (промоція ідей) та журналістика (констатація фактів) у сучасному світі в ситуаціях мілітарних конфліктів.

6.3.4. Ідеології. Журналістика та пропаганда (інформаційні сутички періоду Другої війни в Нагірному Карабасі 2021 р., медіації українського Голодомору 1932–1933 рр.)

Пропаганда існувала завжди – тільки змінювала форми. Із часу появи медіа вона спершу заполонила шпальти популярних видань, а згодом, коли засоби масової комунікації вдосконалилася й чітко, на основі міжнародних стандартів, окреслили власні межі, стала в опозицію до журналістики й легально, без перепон, поширювалася винят-

ково в партійних та релігійних ЗМІ. У журналістиці вона вважається вкрай негативним проявом фейкотворчості й кричущим свідченням інформаційного дисбалансу. Однак чи справді це амбівалентне явище «законослухняно» зникло з провідних універсальних мас-медіа і як це, зрештою, вплинуло на функціонування суспільної свідомості й національну безпеку держав, котрі перебувають у зонах мілітарних протистоянь? Саме на ці й подібні запитання спробуємо відповісти (на прикладі аналізу ключових ЗМІ Азербайджану, Вірменії, Росії та України).

Об'єктом наукових рецепцій свідомо обираємо медіацію конфлікту в Нагірному Карабасі, а не, цілком очікувано, війну в Україні, аби максимально дистанціюватися від особистих поглядів та переживань й об'єктивно перевірити, чи (і – як) діє актуальна пропаганда в полі висвітлення глобальних мілітарних конфліктів, котрі безпосередньо чи опосередковано стосуються певних держав. Не менш важливо було б дослідити, чи сприяє втілення інформаційних стандартів розв'язанню внутрідержавних та міжнародних протистоянь.

Із тих пір, як уперше в офіційних документах середини XVI ст. вжито термін «пропаганда» (папське місіонерське товариство «Конгрегація пропаганди віри» 1622 р. [Скуленко, 2009]), релігійна й світська влади часто використовують верифікації, маніпуляції, фальсифікації, памфлетизм тощо для утвердження канонів, продукування поглядів та боротьби з «єресями». Протягом тривалого часу це мистецтво вдосконалювалося й сьогодні піднялося до рівня високої майстерності, що послуговується методами наукового моделювання та аналізу.

Однак в Україні окреслена діяльність і досі лишається набором догм – дається взнаки тенденційне минуле. Тим часом у Європі й Америці вона не тільки сегментується як власне пропаганда, зв'язки з громадськістю та реклама, а й класифікується за «відтінками»: біла (офіційна й відкрита для верифікацій): сіра (з підтасуваннями, псевдоекспертизами, сугестивністю) та чорна (цілком оманлива й претензійна). Академічний «Великий тлумачний словник сучасної української мови» подає таке визначення: «пропаганда – поширення й постійне, глибоке та детальне роз'яснення яких-небудь ідей, поглядів, знань [Бусел, 2005]» (лексему «пояснення» тут, вочевидь, варто було б замінити на «нав'язування»). Насправді пропаганда – то одвічне мистецтво маніпулювань через психологію, свідомість та інстинкти індивідів і мас.

Подібно до ідеології, пропаганда не вважається фактологічною реалією, оскільки, незалежно від того, як вона виникла – штучно чи спонтанно, – все одно не передбачає й не потребує жодної перевірки (фактчекінг – навпаки, позбавляє її будь-якого сенсу) та не пояснює світ зі сцієнтичного погляду. Вона необ'єктивна, заангажована, спрощена й псевдореалістична та не передбачає здібностей раціоналістичного мислення. Однак це стосується переважно стратегій її сприймання й, власне, можливостей реципієнтів. Що ж до творців пропаганди, то вони проєктують цілком очікуваний поліфункціональний продукт, створений за трансмісійною моделлю комунікації.

Інструментарій та методи пропаганди особливо актуальні не тільки в релігійних, політичних, економічних та інших культурних сферах, а й у царині масової комунікації. Саме тут вони традиційно (хоч і найчастіше всупереч чинному законодавству та сучасним медійним стандартам (Закон України «Про інформацію». Стаття 28 2021)) формують найвишуканіші можливості впливу на суспільну свідомість. Інформаційні війни бувають надзвичайно «кровопролитними» [Почепцов, 2006: 556–559].

До того ж, на відміну від сенсуальної пропаганди, її органічний складник – інформаційна війна – цілком раціоналістичний. Комунікаційні стратегії, власне, і виникли як трансформації мілітарної сфери й завжди були покликані чинити паралельний вплив на прискорене розв'язання збройних конфліктів: хрестових походів, революцій, воєн тощо. За час, коли проповіді, історичний фольклор, життєписи та ін. модифікувалися в газетні публікації, змінилися й технології подачі інформації: пропаганда якнайактивніше задіює перформанс, психологію та всіляко намагається звести до мінімуму відверті нав'язування й уникає ідентифікаційних маркерів. Однак основне правило Йозефа Геббельса: «Обман, який повторюється 1000 раз, стає правдою» [Богатко, 2006] – актуальне й донині: коли тисяча медій напишуть, наче хтось комусь обдирає шкіру живцем чи вбиває немовлят – у це, хоча б на деякий час, як ми вже, на жаль, пересвідчилися, повірить левова частка населення.

Пропаганда тісно пов'язана не тільки з ідеологією суспільств, котрі активно комунікують за відповідними моделями: тоталітарними, ліберальними, соціально-відповідальними, комуністично-фашистськими тощо, а й із загальносвітовими міжконтинентальними процесами. Як зазначають експерти, «Вестфальський мир, епоха світових імперій,

Конвенція про права та обов'язки держав (підписана в Монтевідео), деколонізація, Гельсінська угода й глобалізація» істотно вплинули на міжнародні відносини та пропагандистські стратегії. Однак «територіальна цілісність і суверенітет нерідко оскаржуються». «Внутрішніми конкурентами державам виступають групи, які вважають себе виключеними з політичної комунікації і претендують на власну державність й міжнародне визнання». На думку М. Мінакова, «розпад СРСР призвів до виникнення п'ятнадцяти визнаних держав і чотирьох невизнаних політій (Нагорний Карабах, Південна Осетія, Абхазія й Придністров'я)». «У таких утворень свій специфічний тип «легітимності» й своя політична економія, системно пов'язані зі спонсорськими державами (Росія та Вірменія)». Самі ж «de facto політії стали джерелом сецесіоністичних практик й ідеологій, що поширюються далеко за межі свого регіону» [Мінаков, 2019: 5].

Задля підсилення об'єктивності зараз ми свідомо виносимо проблему сучасних пропагандистських стратегій мас-медіа за межі національних мілітарних проблем та загалом – інфопростору України на теренах Закавказзя, оскільки це теж дуже свіжа й оперативна історія (хоч і не така болюча для нас, як війна з Росією), яка, на нашу думку, має безпосередній стосунок не лише до Вірменії та Азербайджану, а й до Росії, Туреччини, нашої держави, загалом Америки і Європи, Заходу й Сходу. Тобто ми припускаємо, що збройний конфлікт у Нагірному Карабасі здатен одночасно показати найсучасніші методи пропаганди в глобальному інформаційному просторі та засвідчити присутність несподіваних контекстуальних маніпулювань не тільки в протистоянні Вірменія–Азербайджан, а й в опозиціях Азербайджан–Росія, Вірменія–США, Україна–Росія тощо.

Ми солідарні з констатацією медіаексперта Романа Горбика, що об'єднання історичних знань та численних медіаплатформ для їх передачі» відкриває епоху медіації історії», яка «зробила архів пам'яті більш мережевим та гібридизованим». Однак спробуємо ретельно перевірити, чи це дійсно призводить «до вульгаризованих, спрощених мультимодальних наративів» [Horbyk, 2019: 129].

Погоджуємося також зі Світланою Чуніхіною, що, досліджуючи медіа, окрему увагу слід приділяти процесам та подіям, які «відбуваються в реальному часі й мають високу значущість для суспільного розвитку й благополуччя, але з певних причин виявляються витісненими на периферію колективної свідомості». У такому випадку політика

справді «спрямована на профілактику патологізації процесів іншування, може розглядатися як метафора або певний аналог колективної психотерапії» [Чуніхіна, 2020: 317].

Здійснюючи дослідження за допомогою контент-аналізу, порівняння фіксованої пропаганди та моделювання ймовірних її інтерпретацій тощо, спробуємо, послідовно розглянувши найрейтинговіші незалежні ЗМІ Азербайджану, Вірменії, України, Росії, ідентифікувати рівень свободи слова й дотримання журналістських стандартів на фоні продукування та поширення інформації про війну в Нагірному Карабасі.

В Азербайджані ситуація із незалежними мас-медіа критична – про це свідчить 168 місце (із 180-ти) в міжнародному рейтингу свободи слова [Гуманітарний портал, 2021]. Однак для нас саме цей інфопростір – удалий об'єкт дослідження, бо, зазвичай, чим менше журналістики, тим більше пропаганди.

Майже всі ЗМІ Азербайджану фінансуються державно. Отже, ні яскраво вираженої опозиції, ні незалежних голосів тут немає (і не може бути). Інакодумці ще здатні якось оприлюднюватись у соціальних мережах, але в традиційні медіа їхня думка не потрапляє: там навіть технічно закрито будь-які можливості дискусійного спілкування й вимкнено коментарі.

У національному інфопросторі функціонують переважно агенції («Vesti», «Day», «Интерфакс-Азербайджан», «ЭХО», «Az»e, «Minval», «Зеркало», «Sputnik», «Sputnik Azerbaijan», «Trend», «Turan», «1news», «Oxu», «Report» тощо). Саме вони надають послуги іншим засобам комунікації й контролюють та дозують ідеологічні впливи.

Провідне джерело – державна агенція «Azer Tag» (Azer Tag, 2021) – продукує національною, російською, англійською, німецькою, французькою, іспанською, арабською та китайською мовами й пропонує широкий обсяг інформації. Її філії присутні у 21 країні світу. Поряд з усталеними рубриками про здоров'я, політику, економіку, регіони, світ, культуру, освіту, спорт агенція пропонує оригінальні, приміром «Пам'ять крові» [Память крови, 2021], яка містить матеріали без авторства, але з можливістю прихованої дискусії за посиланням унизу. Рубрика оновлюється рідко, остання публікація «Монтенегринское издание опубликовало статью о годовщине геноцида азербайджанцев» з'явилася 1 квітня 2021 р. У ній ідеться про 103 річницю «масових убивств» азербайджанців, котрі загинули під час військової операції,

здійсненої вірменською терористичною партією «Дашнакцутюн». Зокрема, наголошується, що «геноцид азербайджанского народа, совершенный вооруженными дашнаками и их сторонниками, унес жизни десятков тысяч мирных жителей, виной которых была их этническая и религиозная принадлежность. Убийства и погромы совершались в отношении не только азербайджанцев, но и других народов. Пламенем были охвачены дома мусульман в Баку, Шамахе, Губе, Хачмазе, Лянкяране, Гаджигабуле, Сальяне, Кюрдамире. Всё это затем продолжилось в Карабахе, Зангезуре, Нахчыване, Гейче и других регионах» [Монтенегринское издание, 2021].

Загалом авторський проєкт «Пам'ять крові» містить дані не тільки про сучасну «самопроголошену» Нагірно-Карабаську республіку, а й про більш віддалений Ходжалинський геноцид 1992 р. [Державний центр перекладу Азербайджану, 2021] та інші неоднозначні явища. Однак абівалентно-сенсаційна інформація ефектно перекривається цитатами президента, зверненнями до народу, офіційними стенограмами й використовується винятково в інтересах очільника держави та правлячої еліти. Вищезгаданий матеріал «Монтенегринское издание опубликовало статью о годовщине геноцида азербайджанцев» теж завершується словами: «Указом Президента Азербайджана Гейдара Алиева от 26 марта 1998 года "О геноциде азербайджанцев" эти преступления получили политико-правовую оценку и были названы геноцидом. С тех пор 31 марта ежегодно отмечается как День геноцида азербайджанцев» [Монтенегринское издание, 2021].

Рубрика «Пам'ять крові» не самоцінна. Вона містить ретельно зібрані матеріали з усіх ЗМІ Азербайджану, які «належно» висвітлюють конфлікти із сусідніми державами, переважно Вірменією. Тобто це пропаганда в найбільш традиційному вигляді.

Найменш залежною в Азербайджані видається тримовна (національна, англійська, російська) агенція «Turan» [Turan, 2021], яка, окрім новин, продукує аналітику та дає змогу дискутувати в коментарях; щоправда, принагідно зазначаючи, що думки читачів та редакції не завжди ідентичні. У травні минулого року після публікацій про порушення прав опозиції, сайт спершу кібератакували, а згодом взагалі закрили. Однак уже в листопаді міжнародна організація «Репортери без кордонів» опротестувала рішення й примусила негайно розблокувати ресурс.

Однак продукція «Turan», на нашу думку, теж недостатньо збалансована. Нещодавно, приміром, з'явилася надзвичайно тенденційна публікація «Джо Байден исказил историческую правду о событиях 1915 года – МИД Азербайджана», у якій із посиланням на МЗС Азербайджану йдеться про те, що «события 1915 года должны изучать историки, а не политики. Однако, Армения, которая хочет скрыть происходящее и попытаться представить себя угнетенной, не приняла предложение Турции расследовать события того периода совместной исторической комиссией. Недопустимо фальсифицировать историю, пытаться ее "переписать" и использовать для политического давления. Джо Байден по случаю Дня памяти армян исказил историческую правду» [Джо Байден исказил, 2021].

Як незалежне також позиціонує себе агентство «Trend» [Trend, 2021]. Пропонуючи комунікацію п'ятьома мовами (азербайджанською, перською, турецькою, англійською, російською), воно реально всеохопне. Однак політична та ідеологічна залежність проглядається відразу й дуже чітко, навіть на рівні доволі хаосної рубрикації, яка, на перший погляд, створює ілюзію багатоголосся, насправді ж наповнена офіціозною інформацією, що повторюється та перекривається матеріалами, які висвітлюють діяльність Ільхама Алієва. Це підтверджують і назви на кшталт «Президент Ильхам Алиев: Турция и Азербайджан расширили свои возможности в регионе, наша роль, влияние возросли и будут расти» [Президент Ильхам Алиев, 2021] (функціонує також окрема, переповнена епітетами й порівняннями з Аллахом, рубрика «"Prezidentə yazırlar" ("Листування з Президентом")» [Президенту пишут, 2020]).

За добу «Trend» виробляє понад сотню новин (що цікаво: уночі – міжнародних, удень – національних). Окремі (не важко здогадатися, які) виділяються жирними чорним і червоним шрифтами. Функції коментування, звісно, вимкнені. Ситуацію не рятують навіть офіційні сторінки в соцмережах Facebook, Twitter, Youtube, Telegram, LinkedIn, розсилка RSS (бо там теж немає дискусій) та доступ до цифрових дистрибюторів Android та iOS, активних лише на території Азербайджану. На жаль, не всі матеріали доступні. Окремі – об'єкт купівлі-продажу, а ціна річної підписки (за курсом на січень 2021 – 46 956 гривень) свідчить сама за себе.

Із початку поновлення карабаського конфлікту 27 вересня 2020 р. в Азербайджані перестала працювати міжнародна комп'ютерна мере-

жа «Інтернет». Відповідно зникли найменші можливості вільного обговорення проблем на сторінках соціальних мереж та в блогосфері. Як вислід, неможливо було отримати достовірну інформацію про участь в азербайджано-вірменському конфлікті Туреччини, Сирії, Росії тощо.

Зараз видно, що «Trend» подає інформацію винятково про кількість постраждалих та загиблих вірменів. Складається враження, що азербайджанці не потерпають і невловимі для куль, бо «праведно воюють із ненависним ворогом людського роду». Засвідчена псевдопатріотична стратегія поширюється на всі матеріали, навіть зарубіжні новини. Так, 8 листопада 2020 р. з'явилася публікація під назвою «Брудні провокації вірмен в Естонії – невідомий поклав голови свиней до ісламського центру» [Кочнева, 2020], у якій журналісти зазначають, що це не просто нерозважливий вчинок радикала, а добре спланована провокація з розпалювання міжрелігійної та міжнаціональної ворожнечі, яка ображає всіх «праведних мусульман».

30 жовтня 2020 р. Асиф Мехман опублікував статтю «Війна показала справжнє обличчя Пашиняна» [Мехман, 2020], у якій прем'єр-міністр Вірменії постає в образі послідовника Гітлера, котрий начебто пише «нову історію фашизму». Матеріал супроводжує карикатура (вочевидь для підсилення ефекту) із взаємонакладеними обличчями предводителя фашизму й очільника вірменського уряду. Зайве нагадувати, що саме такі публікації відразу дискредитують «незалежне» мас-медіа.

Зовсім інші маркери супроводжують протурецькі матеріали (президент Реджеп Тайїп Ердоган, до речі, – єдиний світовий лідер, котрий із самого початку загострення карабаського конфлікту неприховано підтримує Азербайджан). Приміром, 8 вересня «Trend» цитує Магеррама Алієва, помічника президента Азербайджану з військових питань, зазначаючи, що той гордиться таким надійним другом, як Туреччина і (якось дуже вже «принагідно») згадує й про грецько-турецьке протистояння в Східному Середземномор'ї, наголошуючи, що «турецьке державне управління – гарант безпеки турків, які проживають у Північному Кіпрі». «У цьому випадку, – зазначає Алієв, – безумовно, кожен із нас солідарний із нашими братами й весь тюркський світ гордиться Президентом Азербайджану, котрий дипломатично відповідає тим, хто намагається розмовляти мовою погроз» [Алиєв, 2020]. Так в одному матеріалі «Trend», цитуючи Алієва й

спритно маніпулюючи громадською свідомістю, засвідчує вірнопідданість обом президентам та демонструє свій пропагандистський «патріотизм».

Ставлення до очільників інших держав на сторінках сайту відчувається відразу. Наприклад, до негативно маркованих, крім вірменського, належать президент Франції Еммануель Макрон та його стосунки з турецьким гарантом. 02.03. 2021 у публікації без авторства «Тренд» зазначає: «Осенью и в начале зимы Франция не раз требовала от Турции прояснить ее роль в карабахском конфликте, а Макрон заявил, что у Парижа есть информация об отправке Анкарой в Нагорный Карабах боевиков из Сирии. Он также грозил введением санкций против Турции, если она не откажется от односторонних действий в отношении Греции и Кипра» [Президенты Турции и Франции, 2021]. Невизначена позиція щодо Володимира Путіна. Вочевидь, даються взнаки економічна залежність, спільне радянське минуле та тривалий протекторат Росії в ідеологічній сфері.

Аби створити ефект «світової єдності та змови», не гребує сайт і псевдоекспертизою, особливо покликаннями на недостовірні джерела. Інколи фейкотворчість межує з комізмом. Так, 27 вересня він опублікував новину (із посиланням на самого себе й соціальні мережі) про те, що міністр оборони Вірменії Давид Тоноян емігрував із власної держави. Що цікаво – новину ретранслювали Minval.az, Salamnews.az, 1news.az, Zerkalo.az, Usavat.az та ін. Після ідентифікації фейку ніяких спростувань не було [Давид Тоноян, 2020].

В українсько-російському конфлікті (до початку повномасштабної війни 2022 р.) «Trend» неприховано підтримує Росію. Ще на початку майданних протестів 2013 р. агентство із посиланням на «РИА. Новости» ретельно цитувало Віктора Януковича та його пресконференції з Ростова-на-Дону. Причетність Росії до Майдану й війни на Сході України всіляко заперечується: «Масові протести, так званий “євромайдан”, пройшли в усій Україні, – зазначає “Тренд”, – і в січні втілилися у зіткнення озброєних радикалів з органами правопорядку. Вислід вуличних сутичок, під час яких опозиція використовувала вогнепальну зброю і коктейлі Молотова – десятки людських жертв» [Давид Тоноян, 2020].

Початок війни на Сході України в інтерпретації сайту постає як «мітинги адептів федералізації», організовані «ополченцями Донбасу», що відбуваються без будь-яких зовнішніх утручань [Лидеры стран ЕС,

2020]. «Росія, – як зазначено на сторінках “Тренду”. – постійно наголошує, що не причетна до внутрішньоукраїнського конфлікту», тому розмовляти з нею “мовою санкцій” нераціонально» [Лидеры стран ЕС, 2020].

З усіх сучасних конфліктів найбільш неупереджено «Trend» (і, вочевидь, Азербайджан) ставиться до арабо-ізраїльського. Як вислід, усі події подаються нейтрально й здебільшого у форматі замітки. Спільнота «Ісламська держава Іраку та Леванту» на сторінках «Trend» фігурує як «терористи з екстремістського угруповання ІДІЛ». Вибух у порту Бейрута 4 червня 2020 р. називають «нещасним випадком», «НС», «катастрофою» тощо. Активно публікують спростування ліванського уряду про категоричну непричетність Ізраїлю до тероризму. Загалом стисло подають кількість постраждалих, фіксують надані гуманітарні допомоги та висловлюють співчуття від світових лідерів. Однак таки не втримуються й окремо акцентують значні пошкодження вірменського посольства або причетність ліванців вірменського походження до карабаського конфлікту (це й подібне видається недоречним, бо не менше постраждали й офіційні дипломатичні представництва РФ та інших держав (загинула навіть дружина нідерландського посла), однак про це «Тренд» не згадує)) [Результаты поиска, 2000–2001].

Як бачимо, журналістики в Азербайджані практично немає – суцільна пропаганда, банальна й неприхована. Звісно, це не плакати й листівки, як у минулому столітті, однак сила впливу подібна. Єдиним «рупором» незалежності могли би стати соціальні мережі, однак в екстремальних ситуаціях їх просто вимикають.

Сучасні загальновірменські стратегічні проблеми – це протистояння в Нагірному Карабасі та невизнання світовим співтовариством Геноциду в Османській Туреччині початку минулого століття. Вірменія, як і всі пострадянські країни, тривалий час дотримувалася єдиної ідеологічної доктрини, тому навіть свобода слова, багатопартійність та поява рекламного бізнесу ситуацію кардинально відразу не змінили. Окрім того, більшість ЗМІ Вірменії – за кордоном (турецькомовне видання «Agos Туреччини», американський «Вірменський дзеркальний глядач», вірменсько-перський «Аракс», який виходить у Тегерані, російськомовні «Ноїв ковчег», «Газета вірмен Росії» тощо). У діаспорі вірмен проживає втричі більше, ніж на території держави. Із 2012 р. різко знизилися ціни на послуги провайдерів, тому Вірмени, як і майже всі народи світу, активно переходять у віртуал.

Інформаційний простір материкової Вірменії репрезентують такі ЗМІ, як «Herq», «Mamul», «1News», «Armenpress», «Перший вірменський інформаційний», дочірній проєкт інформаційного агентства «Sputnik» «SputnikArmenian», «PanArmenian» тощо. На початку загострення нагірно-карабаського конфлікту саме ці сайти найбільше потерпали від кібератак азербайджанських хакерів [Оголошення про налаштування, 2020].

Загалом вірменські інтернет-видання поділяються на російськомовні («Новое время»), багатомовні («Herq», «Mamul», «1news», «Armenpress», «Aravot», «Yerkir», «Arka», «MediaMax», «Перший вірменський інформаційний», «Tert», «ArmInfo», «Pan Armenian», «Sputnik Armenian») та вірменомовні («AZG», «Noyan-Tapan», «Armnews»).

Із часу прийняття Незалежності майже всі мас-медіа контролюються державою, політичними партіями, підприємцями, хоч це не відображено в жодному національному реєстрі. Потужний медіахолдинг «Pan Armenian» (уключаючи телеканали «Вірменія» й «Шант») спершу був пов'язаний із родиною колишнього президента країни Сержа Саргсяна. На початку 2019 р. мас-медіа оголосив про припинення діяльності через зміну акціонерів. Як вислід, канал «Шант» став власністю олігарха Михайла Багдасарова, а «Вірменія» – проросійського очільника партії «Квітуча Вірменія» Гагіка Царукяната [Бедевян, 2020]. «Yerkir Media TV» пов'язують із революційною федерацією вірменської діаспори Дашнакцутюн. «H2» фінансує виконувач обов'язків прем'єр-міністра Армен Геворгян, «Єреван» – колишній генеральний прокурор Агван Овсепян [Law on Not, 2020]. «AP TV» – власність компанії сім'ї олігарха Гранта Варданяна «The Grand Candy». І тільки громадське ТБ («Громадське телебачення Вірменії», канал «Вірменія» медіагрупи «Pan Armenian» та релігійний канал Вірменської апостольської церкви) створюють об'єктивну конкуренцію на медіаринку.

Вплив держави на ЗМІ став особливо відчутним після того, як 27 жовтня 1999 р. телеканал «A1+» «неналежно» продемонстрував теракт, під час якого в залі засідання розстріляли парламент Вірменії та вбили прем'єр-міністра Вазґена Сарґсяна [Драчук, 2021]. Потім тривали утиски. 2 квітня 2002 р. канал закрили. Із тих пір «A1+» постійно брав участь у конкурсах на право мовлення, однак безрезультатно. 2018 р. редакція перейшла на інтернет-платформу, створивши YouTube-канал, який сьогодні має понад 170 тисяч підписників [A1+, 2021].

Дуже напруженими для ЗМІ Вірменії були вибори 2017 р. У зведеннях світових правозахисних організацій постійно фігурували погрози, розправи, позови до суду тощо. За даними «Репортерів без кордонів», жертвами фізичного насилля тоді стали 17 вірменських журналістів [Law on Not, 2020].

У результаті впроваджено низку законодавчих ініціатив, які вкрай обмежили доступ до інформації. Зокрема, згідно із поправками, прийнятими парламентом 23 березня 2017 р., журналістам не дозволено відвідувати засідання уряду, а міністрам заборонено давати інтерв'ю без офіційного дозволу прем'єра [Baghdasaryan, 2019]. Зміни також зобов'язують журналістів отримувати згоду всіх без винятку осіб на оприлюднення будь-яких даних [Бедевян, 2020].

Дивно, що на фоні не дуже втішної ситуації, у якій навіть громадське телебачення Вірменії – прихильник ідей та ініціатив уряду, продовжують функціонувати розслідувальна журналістика та її найрейтинговіше втілення – засноване ще у 2001р. видання «Hetq» («Слід»).

Інтернет-газету, яка, до речі, висвітлює події вірменською, російською й англійською мовами, контролюють міжнародні організації: мережа журналістських розслідувань Global Investigative Journalism Network, асоціація журналістів Association of European Journalists, проєкт із розслідування корупції та організованої злочинності OCCRP). Дві третіх бюджету «Hetq» фінансує ОБСЄ. Головний редактор (Едік Багдасарян) паралельно виконує обов'язки голови ГО «Журналісти-розслідувачі Вірменії». Видання відкрите для спілкування з аудиторією: дає можливість коментувати під матеріалами (із проханням залишити свої дані: ім'я, електронну пошту й, власне, текст) та в соціальних мережах Facebook, Twitter, YouTube, Google+, функціонує RSS-розсилка, пропонуються координати всіх працівників і керівництва.

Проблеми, які розглядає «Hetq», також доступні для обговорень, а це – офшори, приватизація земель, незаконне будівництво, збагачення родичів впливових людей тощо. Розслідуються й обговорюються також більш практичні аспекти господарської діяльності: придатність води, морозива, сметани, сиру, хліба, курячого м'яса, ковбаси та ін., – а також експлуатація й виробництво дорогоцінних металів, експорт тварин, вирубка лісу тощо.

Логотипне зображення «Hetq» демонструє приціл. Вочевидь, із натяком: усе, що потрапить «під приціл» журналіста, викриватиметься.

Окрім матеріалів розслідувань, видання пропонує актуальні новини, відеосюжети, інтерв'ю. Особливо активно газета критикує оточення попереднього президента Сержа Саргсяна й активно розслідує незаконні діяння його прибічників.

Про нову владу, приміром прем'єра Нікола Пашиняна, інформацію подають дозовано: висвітлюють протести адвокатів, котрі вимагають притягти Пашиняна до кримінальної відповідальності [Мамулян, 2016], однак подають і піар, який попередньо друкується на сайті уряду [Поздравительное послание, 2020].

Нагірного Карабаху на сайті стосується велика підбірка матеріалів. Станом на 04.05. 2021 їх 76 [Нагорный Карабах, 2021]. Можливо, у пікові моменти публікації становлять окрему рубрику. До речі, понад тисячу матеріалів пропонує сайт за пошуком «Арцах» [Арцах, 2021], що є національним еквівалентом лексеми «Нагірний Карабах». Не випадково, видання – одне з десяти вірменських ЗМІ, які зазнали кібератак 27 вересня.

Новини про військові події подаються тут більш-менш об'єктивно. Заголовки без маніпуляцій (на відміну від азербайджанського «Trend»). Немає посилань на соціальні мережі чи ненадійні джерела. Пишучи про населені пункти після чергових обстрілів, журналісти подають винятково сухі факти: «В результаті артобстрілу в столиці Арцаха Степанакерті пошкоджені приватні та інші будівлі й автомобілі», «від обстрілу постраждали громадяни», «поранена дитина» [Казарян, 2020]. Однак видання теж переважно висвітлює азербайджанські військові втрати («вследствие возобновившихся в результате азербайджанской провокации боевых действий ранения получили шесть армянских военнослужащих. Со стороны противника есть погибшие и раненые»), хоч, зазвичай, інформація зводиться до цитування офіційних джерел («Министерство обороны Республики Армения решительно осуждает провокацию, осуществленную азербайджанскими вооруженными силами. Сложившаяся ситуация не имеет ничего общего с ключевым требованием заявления о прекращении боевых действий, подписанного президентами Армении, России и Азербайджана, и ставит под угрозу хрупкий мир, достигнутый благодаря непосредственным усилиями президента России», – зазначено в повідомленні Міноборони [Противнику удалось, 2020]).

Нагірний Карабах не єдина гаряча точка Вірменії. Схожа «суперечка» за регіон існує й із Грузією (Джавахк – територія Грузії, яка на

97 % заселена вірменами). Цього конфлікту на сайті теж стосується дуже велика підбірка [Джавахк, 2021]. Після поновлення нагірно-карабаського протистояння підбірка ожила й наповнилася матеріалами про перешкоджання грузинського уряду громадянам Джавахка, які брали участь у Другій Карабаській війні [Участвовавшему в арцахской войне, 2021].

Територіальні конфлікти тривають і на кордонах із Туреччиною. На сайті часто з'являються розслідування про незаконну діяльність турецького уряду, приміром транспортування терористів та зброї до Карабаху через турецькі аеропорти [Саруханян, 2021].

У «Hetq» пропаганда подекуди присутня там, де її «годилося б» і не помітити. Зокрема, у публікаціях стосовно українського Євромайдану. Редакція однозначно й безкомпромісно засудила російське втручання, називаючи це «прагненням відновити імперію в межах радянського "східного блоку"» й опублікувала відкритий лист «Хай живе Україна!» [Хай живе, 2013], під яким підписалися впливові представники міжнародних спільнот. Таким чином редакційна колегія висловила підтримку протестувальникам, хоч, вочевидь, паралельно порушила журналістські стандарти.

Але є на сайті й вияв певної безкомпромісності. Приміром, у фоторепортажі Маріне Мадатян «Між Майданом та європейською розкішшю» [Мадатян, 2013] журналістка одночасно показує скрутну ситуацію із провіантом для Майдану та – як контраст – розкішну конференцію для журналістів у п'ятизірковому готелі.

Ізраїльсько-ліванський конфлікт «Hetq» висвітлює об'єктивно – з оперативними покликаннями на офіційні джерела опозиційних держав. Наприклад, вибух у Бейруті 4 серпня 2020 р. газета теж репрезентує всебічно: повідомляє різні версії, оперуючи офіційними джерелами [Мартиросян, 2020].

Вочевидь, ЗМІ Вірменії чекає ще довгий шлях у боротьбі за незалежність і прозорість, однак уже варто відзначити позитивні трансформації: від 2018 р. Вірменія піднялася на 19 щаблів у рейтингу свободи слова та отримала 61 позицію у 2020 р.

Індекс свободи слова в Україні у 2020 р. – 96 (на одну позицію вищий, ніж попереднього року). Репрезентаторами національної медіадіяльності на міжнародному рівні можна вважати «Дзеркало тижня», «Українську правду» та її дочірні проєкти, а також конгломерати на кшталт радіо «Свобода» тощо.

18.02.2021 одне з найрейтинговіших видань України «Дзеркало тижня» за внутрішнім пошуком пропонує 186 публікацій на тему «Нагірний Карабах» [Нагірний Карабах, 2021]. Матеріал за 02.02.2021 «Вірменія подала скаргу до ЄСПЛ проти Азербайджану» – невеликий новинарний текст, що містить лід «Баку звинувачують в порушенні низки конвенцій» [Вірменія подала, 2021], та дає покликання на офіційні джерела [Вірменія, Росія і Азербайджан, 2020] й великі, вочевидь експертні, публікації Володимира Кравченка «Ціна миру» і Євгенії Габер «Кавказькі бранці».

Головний фігурант роздумів оглядача відділу міжнародної політики «Дзеркала тижня» В. Кравченко в нарисі «Ціна миру» – не Азербайджан чи Вірменія, а Росія та її роль у врегулюванні конфлікту. Ключова думка публікації – «Москві таки вдалося протиснути свій план і врятувати союзника по ОДКБ, посилити вплив на Єреван і Баку, а також зміцнити позиції на Південному Кавказі». Оглядач намагається з'ясувати, які ж аргументи навели росіяни, щоб переконати азербайджанців і турків: «Перспективи зростання міжнародного тиску на Баку в разі продовження воєнної операції в Карабасі? Компромат на сім'ю Алієвих? Обіцянки поставок нових озброєнь? Чи погрози припинити імпорт азербайджанських овочів та фруктів?» Не знайшовши відповіді на поставлені запитання, В. Кравченко констатує: «Росії таки вдалося отримати важіль впливу на Азербайджан і практично повністю узалежнити Вірменію від себе, дискредитувавши при цьому Пашиняна й покаравши вірменів за революцію 2018 р. Але платою за це стало погіршення її іміджу у вірменському суспільстві. Однак для Кремля це неістотно. Адже там думають, що Вірменія від Росії нікуди не дінеться». Паралельно активується інша тема – про перемогу на виборах нового американського президента Джо Байдена, котрий, на думку В. Кравченка, «готовий боротися за підтримку демократичних ідеалів, а не допомагати Росії дестабілізувати ситуацію в світі». Далі експертиза стає ще ближчою до проблем України: «Кремль Путіна, – як зазначає оглядач, – вже протягом тривалого часу стверджує про те, що російські опозиційні активісти, такі як Навальний, є інструментами, за допомогою яких ворожий Захід реалізує свою "антиросійську програму". Російські ЗМІ часто говорять, що Сполучені Штати спричинили "кольорові революції" по всьому колишньому СРСР» [Кравченко, 2020]. Так в епіцентр дискусії «невимушено» потрапляє Україна.

Стаття заступниці директора Дипломатичної академії України ім. Г. Удовенка Є. Габер «Кавказькі бранці» теж починається лідом («Чи є переможці у війні за Нагірний Карабах і яка роль Туреччини на Південному Кавказі»).

Публікація наче про роль Туреччини. Але вона теж переважно про Росію. Авторка зазначає: у «заяві про припинення вогню в Нагірному Карабасі про роль і подальшу присутність Туреччини в регіоні немає жодного слова, на відміну від розгортання "миротворчого контингенту Російської Федерації вздовж лінії зіткнення та вздовж Лачинського коридору" [...]. Присутність російських військових "обабіч барикад" навряд чи можна вважати перемогою азербайджанської (і турецької) дипломатії». На думку Є. Габер, з урахуванням повного розгрому вірменської армії на полі бою, для досягнення такого компромісу Кремлю довелося задіяти аргументи з різних «переговірних кошиків», «яких у регіоні не бракує». Досі «відкритим залишається питання, наскільки витіснення з регіону союзників по НАТО і дедалі ширша військово-дипломатична присутність Москви відповідають далекосяжним інтересам Анкари» [Габер, 2020].

Як бачимо, усі дискусії «Дзеркала тижня» зводяться до амбівалентної політики Російської Федерації. І не тільки в контексті Другої Карабаської війни. Про це детальніше можна довідатись у нашому авторському розділі («Трансформації військової журналістики у контексті сучасності») українсько-польської колективної монографії «The role of technology in the socio-economic development of the post-quarantine world».

Чотири роки тому в російськомовній (проте чомусь з українською назвою: «Чи є в Росії "незалежні" ЗМІ і навіщо вони Путіну?») публікації Олександра Желеніна на ресурсі LB.ua йдеться про те, як в одному із західних дипломатичних представництв Москви зібралися журналісти, аби обговорити проблему російських незалежних ЗМІ. Насамперед там озвучили список обмеженої кількості мас-медіа, які все ще можна вважати самостійними (станом на 2017 р.): «Новая газета», Радіо «Эхо Москвы», «Новые известия». Однак відразу з'ясувалося, що останній ресурс уже самоліквідувався, бо не вижив у складних умовах.

Далі зазначено, що, за бажання, список можна розширити, додавши інформаційну агенцію «Росбалт», газети «Коммерсантъ» і «Ведомости», оскільки ці медії достатньо об'єктивні, хоча й обмежені

в можливостях функціонування. Їм «дозволено» подавати правдиву інформацію, але дозовано: не критикуючи безпосередньо Путіна, а «Кремль», «власть», «российское руководство»; або в дусі «то, что взяли Крым – это хорошо. Но [...] надо было идти дальше!».

Міжнародні експерти порівняли Росію Путіна з фашистськими державами, оскільки «и там, и там мы имеем дело с режимами, проводящими репрессивную политику внутри страны и экспансионистскую во вне», «во главе и того и другого режима – несменяемые авторитарные лидеры», «в том, и в другом случае используются демократические декорации».

Однак, як зазначають експерти, ураховуючи досвід попередників та нову «моду», президент Росії вже не хоче реально виглядати деспотом. «Именно для поддержания этого реноме, вышибающего почву из под ног его более идейных противников, Путину и нужны остатки “независимых” СМИ», які, до речі, принагідно ще й «создают положительный имидж режима за рубежом» і в Росії: «информационные “сливы”, которые делает через них российская власть, всегда выглядят гораздо более убедительными и менее фейковыми» [Желенин, 2017]. У кінці лютого 2022, на початку війни з Україною, закрито та виведено з інформаційного простору всі російські ЗМІ, крім телеканалу «Дождь», який періодично, прориваючись крізь блокаду, продукує щось у міжнародному відеохостингу «Ютуб» та «Нової газети».

У 2020 р. (за повідомленням «Української правди» з посиланням на «Новую газету» та «DW») для незалежного мовлення в Росії об’єдналися 25 ЗМІ: («Новая газета», телеканал «Дождь», портал «Такі справи», радіостанція «Ехо Москви», інтернет-видання «Медуза», Znak.com, «Бумага», «Тайга.інфо», ТВ2, «ЮГА.ру», 7х7, Черновик, «Северопост.ру» та ін.), утворивши «Синдикат-100» [В Росії 25 ЗМІ об’єдналися, 2020].

Нам важко об’єктивно оцінювати ситуацію, тому, орієнтуючись на обидва вищезгадані переліки, проаналізуємо актуальне наповнення «Новой газеты» до лютого 2022 р., оскільки саме вона певний час була видимим ініціатором та очільником позитивних трансформацій інформаційного простору Росії (головний редактор Дмитро Муратов отримав Нобелівську премію миру у 2021 р.). Побачимо, як це ЗМІ висвітлює події Нагірного Карабаху.

За запитом «Нагорный Карабах» «Нова газета» 27.02.2021 пропонує 400 матеріалів (06.05.2021 – уже чомусь лише 20). Цікавий

передостанній – фейлетон Ірини Петровської «На подвиг Отчизна зовёт» (Большие сборные концерты на ТВ как акт патриотического воспитания) [Петровская, 2021], який у своєрідній формі репрезентує російську пропаганду та ідеологічний підтекст проблем Нагірного Карабаху як явище «естафетне». Спершу авторка публікації цитує антиутопію Володимира Войновича «Москва 2042» і проводить паралелі стратегій радянської держави й «незалежної» Російської Федерації, потім зазначає: «Большой сборный концерт – это не просто песни и пляски, а серьезный акт патриотического воспитания, демонстрация и утверждение в сознании российского гражданина главных государственных скреп». Далі подаються ремарка та початок основного тексту: «На большом экране колосятся тучные хлеба, взмывают ввысь космические корабли, бороздят морские просторы новейшие авианосцы». «Боевые расчеты приветствует лично президент Российской Федерации. К традиционным символам мощи добавились купола соборов, звон колоколов, светлый лик Иисуса Христа… На сцене военные оркестры, российский стяг и… совсем неожиданные для действа подобного жанра ведущие».

Перш ніж перейти до Нагірного Карабаху, згадують у піснях Олександра Невського, «который олицетворяет все лучшее, что есть в народе России», Петра I, котрий, як і слід було очікувати, «прорубил окно в Европу», Гагаріна, що «открыл человечеству дорогу в космос». Згодом на зв'язок із концертною залою виходить «миротворчий» контингент із Нагірного Карабаху й ділиться «отчетом о проделанной работе», а Тамара Гвердцителі та Лев Лещенко посвячують йому пісню «Мы долгое эхо друг друга». Насамкінець, «зв'язок часів» ілюструється портретами ветеранів і піснею «Мой милый, лишь бы не было войны».

Між виступами молоді ведучі «задушевно» розповідають про те, який миролюбивий, дружелюбний і сповнений вселенської любові російський народ (хоч інші цього не розуміють, бо «умом Россию не понять…») і після кульмінаційної фрази «…в Россию можно только верить» військовий хор співає «Степь широкую», а Кубанський козачий хор виконує пісню «Трава моя, трава» (название которой, як зазначає авторка фейлетону, «в контексте прочих скреп кажется несколько двусмысленным»).

Завершується «грандіозне дійство» ліричними «хітами» у виконанні цілком «скрепових» Росторгуєва, Розенбаума та Валерії, без

котрих «невозможно представить культурную жизнь сегодняшней России». І яким, до слова, заборонено в'їзд на територію кількох «дружніх» держав, зокрема й України. Насамкінець, авторка публікації в буквальному розумінні вигукує: «Бог мой, неужели и вправду в этой стране никогда ничего не изменится» [Петровская, 2021]?

Наскільки можна зрозуміти із повідомлення «Нової газети» за 06.03.2021 [Министр просвещения, 2021], на всій території Росії технічно обмежили доступ до «шкідливої» інформації школярам. Можна навіть не сумніватися: будь-яка правда про Схід України – потенційно «шкідлива», отже, її підростаюче покоління не отримає, хоча й відомості про нагірнокарабаський конфлікт та супутні політичні проблеми (чомусь переважно вірменські) з'являються на сторінках «Новой газеты» постійно. Зокрема, у рубриці «Сюжети» йдеться про неякісну російську зброю як причину останньої поразки Вірменії в Нагірному Карабасі та, як вислід, можливе звільнення прим'єр-міністра Нікола Пашиняна. Однак на завершення публікації, із посиланням на МИД Росії, робиться висновок, що «ни один из ракетных комплексов данного типа в ходе конфликта в Нагорном Карабахе не применялся, а весь боезапас ракет находится на складах Вооруженных сил Армении» [Пашынян против военных, 2021].

Кожен матеріал газети завершується проханням про допомогу у фінансуванні: «В стране, где власти постоянно хотят что-то запретить, в том числе – запретить говорить правду, должны быть издания, которые продолжают заниматься настоящей журналистикой. Ваша поддержка поможет нам, "Новой газете", и дальше быть таким изданием. Сделайте свой вклад в независимость журналистики в России прямо сейчас» [Делаем честную журналистику, 2021].

Отже, об'єктивна журналістика та незалежна думка в Росії існують, хоча й вичитувати правду найчастіше доводиться з контекстів. Відповідно, індекс свободи слова – 149 із 180 (у 2021 р.). Із початком війни в Україні показник логічно зміниться.

Як бачимо, пропаганда нікуди не зникла – лише модифікувалася до нагальних потреб сучасності. У царині медіа її простота й досі прагне бути максимальною (як, наприклад, на шпальтах азербайджанських видань), однак уже не абсурдною для інтелектуалів, оскільки разом із розвитком нових технологій стрімко зростає відсоток тих, хто критично мислить. Як вислід, якісна вірменська й українська журналістики не працюють на державотворчу політику, а російська змушена перейти в режим інакомовлення.

Інфопростір держав, які безпосередньо чи опосередковано задіяні в Другій Карабаській війні, кардинально відрізняється. І це щорічно засвідчує індекс свободи слова (Вірменія – 61, Україна – 96, Росія – 149, Азербайджан – 168). Пропаганда перебуває в тісній залежності від експертних маркувань, однак кореляція, як бачимо – обернено пропорційна: чим позитивніший індекс свободи (а значить і чіткіше розмежування пропаганди й збалансованої журналістики), тим гірше із функціонуванням державотворчих ідеологій та й, ніде правди діти, із незалежністю самих держав як суб'єктів міжнародної політики й права.

Подібні проблеми зі способами репрезентації реальності в царинах журналістики та кінодокументалістики. Незважаючи на видиму подібність й актуальні модифікації в інформаційному просторі епохи новітніх технологій, на нашу думку (і з позицій раціоналізму), це функціонально різні сфери (і маркер їх розмежувань – якраз пропаганда). Кінодокументалістика активно послуговується всіма найновішими журналістськими методами збору інформації та використовує окремі аспекти її втілення Однак за своєю природою вона лишається еквівалентом публіцистики, тому й використовує набір ресурсів, що балансують між журналістикою та художньою творчістю: з одного боку – актуальність, оперативність, фактизм, баланс думок тощо, з іншого – образність, індивідуалізм, вигадка й ін. Якщо порівняти перші (неігрові) стрічки та сучасні документальні фільми й журналістські відео (наприклад за темою Голодомору в Україні), то бачимо, що за силою впливу на аудиторію пальму першості отримує традиційна кінодокументалістика (вочевидь, завдяки емоційності, суб'єктивності, образності, потужним маніпуляційним впливам). До журналістики вдало адаптують свій продукт творці фільмів, які мають журналістську освіту, але таких – меншість, тому, окрім позитивних факторів (підсилення об'єктивності й фактичності), наближення документалістики до журналістики створюють проблеми в площині сприймання, оцінки та інтерпретацій. Отже, тема зіставлення кінодокументалістики й журналістики лишається відкритою та перспективною для обговорень і наукових відкриттів.

Маркером появи кінодокументалістики слід вважати дату виникнення кіно: свій перший фільм брати Люм'єр продемонстрували 28 грудня 1895 р. Із тих пір «життя в усіх його проявах» (за Д. Вертовим) – актуальний об'єкт ретрансляції, з акцентом на споживаній

видовищній екзотиці: стихійних лихах, військових конфліктах, житті публічних осіб, технічних новинках тощо. Найсучасніше документальне кіно – продукт телебачення – теж передусім прагне збільшувати глядацьку аудиторію та підвищувати рейтинги телеканалу.

Діяльність українських кіноорганізацій у складі СРСР розпочинається зі зйомки революційних хронік: «Діячі соціалістичної революції на Україні», «Вручення Київському гарнізону прапора – дару Московської Ради робітничих і червоноармійських депутатів», «Життя червоних курсантів», «Павуки і мухи», «Паразит», «Чотири місяці у Денікіна», «Червона зірка», «Червоні по білих» та ін. Негативи першотворів, на жаль, не збереглися [Лебедев, 1965].

Засновник радянської аудіовізуалізації Дзиґа Вертов вважав основним завданням кінематографу «бачити й чути життя»: фіксувати знакові явища – робити висновок – показувати в об'єктиві кінокамери розвиток «радянського організму». У творчості цього культового документаліста прослідковується повсюдний ідеологіям. Вочевидь, тому один із головних героїв його стрічок (вождь світового пролетаріату – Ленін) називав кінематограф найважливішим із мистецтв. Подібної думки був також засновник і геній українського кінематографу Олександр Довженко. Пропагандистські технології індустріалізації й побудови нового життя (як, до речі, й підспудні перепетії національних трагедій) чітко проглядаються в усіх його фільмах (наче художніх, але водночас хронікальних), особливо в німих: історико-революційній епопеї «Арсенал» (1928) та поетичній стрічці «Земля» (1930), а також у вже озвученій кіноповісті «Незабутнє»/«Україна у вогні» (1943).

Слід зауважити, що Дзиґа Вертов та Олександр Довженко сприймали документальне кіно як мистецтво. І хоч високо цінували правду – заперечували банальну фіксацію подій. На думку перших кінематографістів, ретранслювання передбачає образне трактування дійсності: емоційну схвильованість, символізм та ідейну (у їх випадку – ідеологічну) спрямованість. Окреслене начало показово відбилося в авторському проєкті Дзиґи Вертова – «Кіноправда» [Вертов, 1922].

Розвиток інтелекту й технологій наче мав би якось вплинути на способи подачі інформації в кінематографі (особливо документальному), однак сьогодні, як і на початку XX ст., на телеекранах рідко трапляються «безпристрасні камери». Зазвичай, творці стрічок когось або щось підтримують. Найчастіше для цього використовують теж

відомий ще з витокових часів метод контрасту. Його винахідниця – Есфір Шуб (авторка хронік «Падіння династії Романових» (1927), «Росія Миколи II» та «Лев Толстой» (1928)), протиставляла танцям російських аристократів «до сьомого поту» каторжну роботу звичайних селян і цим приховано доводила логічність виникнення революційних настроїв [Шуб. Подборка по запросу]. За подібним принципом сучасний український режисер Олесь Санін показує голод 1932–1933 рр. на фоні неформальних номенклатурних вечірок з екзотичними стравами у фільмі «Поводир» (2013).

У роки Другої світової війни на фронтах над фіксацією подій працювало близько 200 операторів. Результат – кіноепопея «Велика Вітчизняна» (20 серій), під час створення якої використовувалися не лише напрацювання радянських та американських кінематографістів, а й жорстка фашистська кінохроніка з особистих архівів Третього рейху [Слободян, 1972: 23]. Високомайстерна робота над агітаційними матеріалами таки сприяла розквіту мистецького начала кінодокументалістики, яке в стрічках про відбудову народного господарства, на жаль (оскільки, на нашу думку, це вишукана навіяна фальсифікація), тільки поглибилось.

Але з часом телебачення все одно змушене було реалізувати репортажну функцію, бо це саме його органічна сутність (газети не оперативні). Як вислід, поглибився соціальний аналіз подій. Величезним досягненням повоєнної документалістики вважається стрічка М. Ромма «Звичайний фашизм» [Ромм, 1965] – спроба «конструювання» людини тоталітарної доби, у якій чи не вперше проведено пряму паралель між радянською та фашистською системами.

Власне українське документальне кіно починає свій шлях від студії «Київнаукфільм», де за радянських часів випускалося близько 400 медіаодиниць на рік. Продукція мала яскраво виражений агітаційний характер. І в роки незалежності, схоже, лише поміняла «плюс» на «мінус». Саме тут працювали над об’ємною науково-пізнавальною програмою патріотичного спрямування «Невідома Україна», котра заново відкривала національну історію. У цій студії також побачила світ стрічка вбитого Георгія Гонгадзе «Тіні війни» (1993), у якій автор показує солдатів Народної самооборони України, котрі воювали в Грузії впродовж 1992–1993 рр. У преамбулі фільму Гонгадзе зазначав: «У цьому фільмі я не претендую на абсолютну об’єктивність і зняв його на знак вдячності тим людям, які пролили кров за свободу й незалежність моєї Держави» [Гонгадзе, 1993].

Останні події в Україні та світі дали чи не найбільше тем і яскравих кадрів для розвитку кінодокументалістики. Історична дилема «авторське-об'єктивне» у документальних фільмах кожного режисера вирішується по-своєму. Однак, на жаль, найчастіше – не на користь журналістики. Сподівання, що не тільки збройні конфлікти та тенденційні політичні протистояння приводитимуть у рух механізми цього жанру, подекуди звучить риторично.

Однак спробуємо визначити, за якими ж параметрами доречно ідентифікувати та розрізняти кінодокументалістику й журналістику. Матеріалом нашого дослідження стануть найрейтинговіші документальні та, частково, художні фільми й великі за обсягом сучасні відеопроєкти аморфного жанру, у яких зафіксовано тему голодомору в Україні 1932–1933 рр. Методологія розвідки ґрунтуватиметься на теоретичних основах одночасного взаємозв'язку та самодостатності явищ реальності і їх медіавтілень та логічних інтерпретацій.

Колекція Web of Science Core пропонує широкий діапазон актуальної полеміки про документальні та художні аспекти медіапродукції. Ми спробуємо вступити в дискусію з приводу різних проблем: особливостей функціонування сучасних художніх та документальних і наукових фільмів; аспектів аудіовізуальної фікційності та способів маніпуляції масовою свідомістю; розглянемо стратегії сучасної кінодокументальної пропаганди/дискурсу винятковості; обговоримо словесні й невербальні стратегії репрезентації реальності в професійних і любительських документальних матеріалах; змушені також принагідно звернути увагу на аудіовізуальні ресурси розпалювання міжнародних та національних конфліктів тощо.

Проблем зіставлення документалістики й художньої та наукової діяльності стосується ціле число (14 статей) індексованого в наукометричній базі Web of Science міжнародного видання «Дослідження у сфері документального кіно» [Slugan, 2021]. Збірник містить матеріали конференції «Документальні фільми й розмежування художньої та документальної літератур», що відбувалась у Лондонському університеті Королеви Марії 15–16 листопада 2019 р. Запрошені редактори й експерти цього випуску Маріо Слаган (викладач кінознавства Лондонського університету королеви Марії, працює на стику теорії кіно, історії та філософії) й Енріко Тероне (ад'юнкт-професор естетики в царині філософії кіно Університету Генуї, викладав також в Інституті Жана Никода в Парижі та був науковим співробітником Хуана де ла

Сьєрво в дослідницькій групі LOGOS Університету Барселони) пропонують цікаві роздуми в статті «Відмінності художньої та документальної літератур: дискурс документальних досліджень й аналітичної естетики». Зокрема, вони відстоюють думку, що між художніми та документальними фільмами немає чіткої межі. Істинність чогось не залежить від того, вигадка це, чи ні, «саме взаємодія, а не використання тропів та маніпуляцій підштовхує до поєднань художнього й документального» в площині вірити–уявляти. І «не лише сучасна аналітична естетика, а й перші дослідники документального кіно скептично ставилися до проведення чітких меж». Зокрема, автори звертаються до радянської традиції розрізнення ігровий–неігровий фільми (останній передбачав хроніку та різноманітні експерименти: документи, журнальні публікації, замовний матеріал, освітні й наукові компоненти тощо). Межа, вочевидь, швидше була в наявності чи відсутності історичних спотворень. І, звісно, художній фільм завжди ґрунтувався на сюжеті, а документальний – на темі.

Окрему категорію, на думку вчених, становлять художня й наукова фантастики та детектив, які додатково засвідчують, що різниця між дискурсивністю й художністю умовна. Фантазія та внутрішній світ автора (котрий теж відштовхується від реальності) – провідна тема праць з аналітичної естетики Грегорі Каррі (1990), який розвивав свою теорію літератури на основі теорії комунікації Пола Грайса (1960). За припущенням учених, автор твору з власними намірами – повноправний учасник комунікативного акту. Однак художня література опирається на речення, тому аудиторія використовує її як опору для уяви; кіно – на зображення й звуки, тому ця естетико-комунікаційна система не передбачає можливостей прикидатися чи фантазувати. Хоча загалом художність та фіктивність відносні, як і наявність чи відсутність троп і ракурсів. Усе залежить від міри відповідності теми й сюжету реальним подіям.

Роль кінодокументалістики в розв’язанні актуальних проблем сучасності досліджують Кеті Борум Чатто та Уілл Дженкінс у статті «Від кіножиття до реальних соціальних змін: роль сучасного документального фільму про соціальні проблеми в державній політиці США». Учені розглядають фільми про соціальні проблеми цифрової ери («Sin by Silence», «Playground», «Semper Fi») і приходять до думки, що «документальний фільм позиціонується як “ситуативне знання” у контексті політичної реальності – розповідь, що представляє долі й

життєвий досвід. Вплив кінодокументалістики, пояснюється двома визначальними характеристиками: творчою виразністю та відображенням істини» [Borum, 2019].

Часто до проблем нефікційності мас-медіа й сучасного журналізму звертаються автори журналу «Media Education» («Mediaobrazovanie»), зокрема Олександр Федоров та Анастасія Левицька в публікації «Маніпуляції ЗМІ у фільмах» (2021) показують, як кінематограф демонструє найспоживаніші техніки журналізму, у контексті яких ЗМІ «постають агентами маніпуляцій та шахрайства», а робота працівників мас-медіа – як «технологія суцільної омани та управління масовою свідомістю в інтересах певних впливових груп» [Levitskaya, 2021].

Працюють учені й над темами, які висвітлюють супутні проблеми кінодокументалістики. Хамдаллах Аквані, Абдолвахед Заріфі, Хоссейн Фахреї (2020) у журналі «Дослідження ЗМІ» («Medijske studije») здійснюють «Критичний аналіз політичного дискурсу винятковості в американському снайперському фільмі» [Akvani, 2020]. Автори, як і їх попередник, учений-сходознавець Едвард Саїд, переконані, що кінематограф – саме та платформа, на якій найактивніше розгортається й «вмонтовується» в масову свідомість політична ідеологія. І вони це системно ілюструють на прикладі біографічного (за мотивами книги військових снайперів Кріса Кайла, Скотта Мак-Івена й Джеймса Дефеліса) фільму Клінта Іствуда «Американський снайпер», у якому – то приховано, то цілком прозоро засвідчена «ісламофобія» Голлівуду в ставленні до релігій і Близького Сходу. Автори зазначають: «З розпадом Радянського Союзу і закінченням холодної війни західні ЗМК, особливо Голлівуд, замінили ідею загрози комунізму небезпекою ісламу як новою силою, що заповнила вакуум» [Akvani, 2020]. А після терористичного акту 11 вересня 2001 р. фобія посилилася й зазвучала ще голосніше в художніх та документальних стрічках на рівні протиставлення «Я» – «Інший». В «American Sniper» це «Я» виражається завдяки вживанню слів «борг», «вівчарка», «патріотичний», «міф», «жертвувати й служити», на відміну від «Іншого», котрий постає як «вовк», «дикий», «зла людина», «сміття», «поганий хлопець» тощо. Так старим «добрим» способом без особливих зусиль маркуються симпатії-антипатії глядачів.

«Вербальні особливості кінематографічних оглядів у сучасному американському медіа дискурсі» досліджують також Марина Желтухіна, Геннадій Слишкін та ін. На думку вчених, «рецензенти посилаються

на однакові слова, подібний лексичний набір термінів» [Zheltukhina, 2020], а люди, читаючи й переглядаючи праці професіоналів, збагачують власний лексикон, спрямований на об'єкт і з легкістю адаптують його до власного бачення та розуміння. В оглядах фахівців, на думку М. Желтухіної й Г. Слишкіна, оцінка експертів балансує між аналітикою (рецензією), інформаційним блоком (науковою новиною) та культурно-освітньою групою жанрів (художньою публіцистикою) і допомагає адресатам усебічно орієнтуватись у предметі рецензованого. Оскільки рецензія в сучасному світі здебільшого фігурує як огляд, це дає змогу показати актуальність проблем, засвідчених у тематичних підбірках фільмів.

Про невербальні елементи фіксації фальшивості можна довідатись у найновішому дослідженні англійських, іспанських та португальських учених Уго Квейроз Абоніціо, Жанаїна Ігнасіо де Мораїс та ін. [Abonizio, 2020]. Як вважає зазначена група вчених, більшість досліджень з автоматичного виявлення фальшивості зорієнтовані на англійську. Тих, які оцінюють продукт інших мов, можна перелічити на пальцях. Однак жодна програма не ідентифікує незалежно від мови, хоча про фальшивість можуть свідчити й різноманітні знаки, покликання на експертизу, обсяги та почерговість цитат тощо. Оскільки поширення фейків – світова проблема, слід зосередитися на вторинних знакових системах, репрезентатором яких якраз є кінематограф.

Мохамед А. Сатті також розглядає проблему вербальної візуалізації в контексті різниці між контентом, що продукується медіаконгломератом «Аль-Джазіра» арабською й англійською мовами [Satti, 2020]. Виявляється, найважливіша інформація, на кшталт війни в Перській затоці, тероризму тощо паралельно публікуються англійською та арабською (у рівних пропорціях). Активно також поширюється й сприймається продукт, який має прозорий стосунок до «Аль-Джазіри»: відкриття та закриття офісів, юридичні конфлікти й т. ін. Словом, усе, безпосередньо пов'язане зі свободою слова на мусульманському Сході. Однак зазначена інформація може по-різному висвітлюватися, залежно від мови ретранслювання. Але є теми, розраховані на геть вузьку аудиторію. Найчастіше це події в Африці. Такі матеріали публікуються однією з мов. Отже, лінгвістичний аспект відіграє неабияку роль у поширенні й сприйманні інформації.

Подібна тема зачеплена в публікації Крістіни Аркетті «Картування транснаціональної журналістики в епоху потоків» або «Як я відмовив-

ся від “іноземної кореспонденції” та “іммігрантської преси” й почати любити Histoire Croisée» [Archetti, 2019]. Дослідниця вважає, що, поряд з основним дискурсом ЗМІ, «нижчі форми журналістики», такі як, приміром, місцеві новини англійською мовою та ін., дуже потрібні, оскільки, із погляду медіаекології, вони забезпечують баланс думок і є засобом поширення достовірної інформації на світовому рівні [Archetti, 2019].

У публікації «Медіаальянси для припинення дезінформації: чи реально?» Белла Паломо та Джон Седано з’ясовують, як світові ЗМІ можуть співпрацювати у сфері, де «відсутня культура співпраці». На їхню думку, «аудиторія, незалежно від топосу подій, очікує прозорості й об’єктивної звітності». Однак не англомовні країни, на жаль, менш ретельно перевіряють факти. І це проблемно [Palomo, 2021].

Межі між професійною та любительською й освітньою журналістиками (просвітою, блогерством) визначає Мааріт Яаккола у статті «Журналісти-медіапедагоги: журналістська освіта як інклюзивна межова робота» [Maarit, 2020]. За його припущенням, саме просвітянська медіадіяльність часто пов’язує інформацію з політичними підходами, тенденційністю та фальсифікаціями. І хоч сучасна медіапедагогіка послуговується найновішими технологіями й здатна забезпечувати інклюзивну освіту, вона не повинна виходити на рівень професійної та, тим паче, «підсиджувати» її.

Про роль журналістики в розпалюванні ворожнечі пишуть Алісія Прагер і Майкл Хамелеерс («Поширення інформації чи захист миру? Сприймання ролі журналістів перед лицем конфлікту») [Prager, 2018]. На їхню думку, мас-медіа відіграють першочергову роль у формуванні суспільної свідомості та процесах мирних урегулювань у Колумбії. Для визначення позицій проведено численні інтерв’ю з працівниками мас-медіа. Більшість вважає, що так звана «журналістика миру» насправді, пропаганда, яка перебуває в опозиції до об’єктивної журналістики. А. Прагер і М. Хамелеерс виділяють ролі комунікантів: поширювача (який швидко констатує факти), перекладача (котрий розслідує заяви офіційних осіб), противника (опозиціонера до влади), суспільного мобілізатора (організатора різного рівня дискусій). Провідну роль у колумбійських мас-медіа визначити важко, проте навіть «неозброєним оком» видно, що практична журналістика спільними зусиллями «подає конфлікти як ключову цінність» [Prager, 2018].

Отож, спробуємо розібратися, чи еквівалентні і як мають ефективно співіснувати кінодокументалістика та журналістика. Першим медійником, який назвав документальне кіно різновидом масової комунікації, вважається соціолог, а згодом режисер Джон Грірсон. Щоправда, він повністю розділяв погляди Дзиґи Вертова стосовно пропагандистських функцій, однак першим повернув кінокамери від екзотики до реального життя: робочих буднів, фізіологічних потреб, інвалідності, непривабливих дій натовпу, смерті тощо. Це можна відслідкувати за «Постскриптумом до історії кіно» [Cousins, 2014].

Із появою телерепортажу як жанру оперативного інформування в 60-х роках минулого століття в документальних фільмах функція інформування автоматично стала другорядною. На перший план знову вийшло формування громадської думки. На сучасному етапі в основу будь-якої документальної стрічки покладено суспільно значимі факти та події. Саме це дає підставу класифікувати її як різновид журналістики. Також у визначенні цього кіно є вказівка на обов'язковість документальної достовірності, яка робить відзнятий матеріал цінним історичним документом. Журналістські матеріали теж оперують тільки достовірними фактами. Але, коли ми говоримо про документальне кіно як журналістику, слід брати до уваги насамперед не зміст, а форму, бо присутність авторського суб'єктивного чинника тут цілком зрозуміла. Але річ у тім, що не всі жанри журналістики допускають наявність такого фактора. Це прерогатива винятково блоку художньої публіцистики. Отже, не варто плутати документальні стрічки з інтерв'ю, репортажами, звітами, замітками, оглядами, підбірками коментарів, рецензіями, ток-шоу, прес-конференціями – усі ці жанри теж візуалізуються й бувають доволі об'ємними, однак образність і фантазія в них абсолютно недоречні.

У документальних фільмах, як і в традиційній художній публіцистиці (замітці, есе, нарисі, фейлетоні, памфлеті), функція інформування – вторинна. На перший план виходять глибоке дослідження теми, експертний аналіз, часто – свідчення, емоції та коментарі третіх осіб і самого автора фільму й обов'язково присутні висновки. Усе це подається в естетичному обрамленні, інакше аудиторію зацікавити неможливо. Незважаючи на суб'єктивність, художня публіцистика, колосально цінна, якщо, окрім факторів естетичного характеру, містить увесь набір можливостей інформаційного та аналітичного блоків. Коли журналісти подають свої матеріали у формі насиченого констатаціями

документального фільму – результат вражає: робота логічно вибудовується й легко сприймається аудиторією, а наявність дієвих аргументів, незаперечних документально засвідчених фактів та правильно застосованих соціально-комунікаційних технологій, безсумнівно, переконує в правдивості того, що відбувається на екрані.

Слід також розмежовувати кіно, яке послуговується інструментами мас-медійної діяльності, і документалістику як явище журналістики. В усіх без винятку документальних фільмах застосовуються елементи журналістської праці: збір, фіксація інформації та її оптимальне поширення. Однак якщо продуктом другої групи є якісний журналістський матеріал, то перша в результаті пропонує художні авторські документальні замальовки. Критеріями розмежування двох різновидів слід вважати оперативність, відповідність жанру, актуальність та суспільну значимість, охоплення аудиторії, достовірність пропонованих аргументів і фактів, інформативність та дотримання принципів журналістської етики. Якщо в кінодокументалістиці все вищезазначене присутнє, то її можна вважати втіленням журналістики. Основний недолік документальної стрічки – не закріплена відповідальність авторів перед аудиторією. Якщо виробники не журналісти, вимагати правдивості та об'єктивності – марна справа, тому варто бути доволі обережним і перевіряти інформацію за найменшої можливості.

Презентаційні аспекти документального фільму розширилися з появою конвергентних ЗМІ. Зараз існує потужна відеоплатформа YouTube із можливістю публікувати відео, яке буде захищене авторськими правами, однак транслюватиметься безкоштовно. Поширювати відео з цього ресурсу можуть і представники інших онлайн-медіа – як користувачі соціальних мереж, так і власники сайтів. Коли документальний фільм публікують на сторінках інтернет-ЗМІ, його супроводжує текст-опис, а інколи й скриншоти. Таким чином аудиторія ще більше дізнається про стрічку перед тим, як її переглянути. З одного боку, це суттєво знижує кількість глядачів, відсіюючи всіх випадкових, з іншого – зростають «якість» реципієнтів і міра впливу на аудиторію, яка переглядатиме продукцію цілеспрямовано й оцінить ерудовано.

Найбільш дискусійне нині питання – урегулювання авторського права та суміжних прав. Власники хвилюються стосовно втрати контролю над використанням оригінальної продукції в цифровому середовищі й побоюються зниження своїх доходів. Користувачі, навпаки, апелюють до свободи слова та вільного використання кон-

тенту. Найбільш гостре питання – право на вільне відтворення об'єктів авторського права й/або суміжних прав в особистих цілях, оскільки з розвитком цифрових технологій цілком можливо створити копії матеріалів без погіршення якості в дуже стислі терміни.

Ще одна серйозна проблема, що є водночас маркером розрізнення документалістики та журналістики, – «система маніпулятивних дій, спрямованих на зміну поведінки соціуму» [Словник української мови, 1980]. Беручи до уваги дискусійність й амбівалентність терміна «маніпуляція», зазначимо, що ми підтримуємо позицію негативного маркування, оскільки первинне значення слова стосувалося складних рухів, які здійснювали фокусники, створюючи ілюзію реальності. Академічний тлумачний словник української мови, серед інших, подає (маркуючи його як переносне) таке значення: «те саме, що махінація, шахрайство» [Словник української мови, 1980]. Негативна конотація терміна в нашому випадку зумовлена саме витоковим значенням слова, тобто діями, які формують у свідомості людей нереальну, ілюзорну картину світу і, як вислід, мають деструктивний характер. У науковій спільноті такий вплив ще називають інмутацією. Отож маніпуляція – деструктивний психологічний вплив на свідомість та підсвідомість комуніката, котрий цього не помічає. У журналістських матеріалах маніпулятивність має зводитися до мінімуму. У кінодокументалістиці – цілком допустима як елемент образності стилю та прояв індивідуальності.

Маніпуляція має структуру, подібну до звичайного комунікативного акту й зазвичай складається з чотирьох елементів – об'єкта, суб'єкта, каналу транспортування інформації та мети. Вислід впливу – підтвердження, утвердження, спростування або зміна образу, наявного у свідомості реципієнта. Негативна зміна поведінки, за визначенням О. Холода, переструктуровує систему цінностей особистості до незадоволення з боку суспільства та, як результат, заподіює шкоду самій особистості [Холод, 2013: 95]. У праці «Комунікаційні технології» серед деструктивних маніпуляційних технологій учений виділяє технології розбалансування, руйнування та знищення. І подає їх детальну класифікацію, яка стосується всіх сфер виробництва культури.

Дослідниця міжособистісних стосунків Інна Сайтарли теж вважає маніпулятивний стиль спілкування соціально несприйнятним типом комунікативної поведінки, який негативно позначається на психічному здоров'ї людей [Сайтарли, 2007], а практик та ексочільниця інтернет-

видання «Телекритика» Наталія Лігачова серед технологій маніпуляції виділяє ті, якими послуговується саме телебачення: 1. Використання стереотипів. Подання соціального об'єкта в спрощеному схематизованому вигляді. Стереотипне уявлення з часом фіксується у свідомості й практично не піддається перевірці досвідом. 2. Заміна імен, або «наклеювання ярликів». Це, зазвичай, негативно забарвлене оцінне судження. 3. Повторення інформації. Коли повідомлення повторюється з достатньою частотою для закріплення в масовій свідомості. 4. Ствердження. Телебачення часто, замість дискусії аргументів, подає бездоказові «аксіоми», презентуючи тільки одну думку, вигідну для когось. 5. Постановка риторичних запитань. Телебачення може поставити аудиторії просте, на перший погляд, запитання, але наділити його відповідним контекстом, який зорієнтує глядача в потрібному для маніпулятора напрямі. 6. Напівправда. Полягає в об'єктивному й детальному висвітленні незначних деталей і натомість замовчуванні важливих фактів або в загальній фальшивій інтерпретації подій. Така подача допомагає зберегти довіру аудиторії до телебачення. 7. «Спіраль замовчування», або маніпулювання опитуванням громадської думки. Підбір коментарів повинен переконати громадян у підтримці більшістю суспільства тієї чи іншої думки або політичної позиції. Цей метод ґрунтується на закономірностях масової психології, змушує людей з іншими поглядами приховувати їх, щоб не опинитись у соціально-психологічній ізоляції. 8. Анонімний авторитет. Посилання на нього надають інформації солідності та правдоподібності. 9. «Буденна розповідь». Інформація про гострі політичні події, соціальні конфлікти або трагічні події подається в діловому й спокійному тоні, що сприяє індиферентності сприйняття її населенням. 10. Ефект присутності. Досягається за допомогою спеціальних технічних прийомів, імітуючи реальність. 11. Ефект первинності. Намагання телебачення передати інформацію першим. Оперативність подачі інформації може використовуватися як маніпулятивний прийом, який не дає можливості аудиторії осмислити отриману інформацію, оскільки вона одразу витісняється новою, зовсім не пов'язаною з попередньою. 12. Констатація факту. Бажане подається як факт, який уже відбувся. 13. Відволікання уваги. Допомагає переносити увагу суспільства від важливих подій на менш значущі й знижувати психологічний опір. 14. Використання очевидців події. Спеціальний підбір людей і монтаж із необхідним смисловим рядом. 15. Принцип контрасту. Використовується, коли

треба надати негативну інформацію про політичних опонентів, але тактика прямих звинувачень здається дуже відвертою. 16. Психологічний шок. Новини про надзвичайні події, які викликають психологічний шок у суспільстві, руйнують усі рівні психологічного захисту й дозволяють упроваджувати у свідомість інспіровані схеми. 17. Створення асоціацій. Об'єкт інформаційних повідомлень в очах громадськості прив'язується до негативних стереотипів масової свідомості. 18. Інформаційна блокада. Блокування «невигідної» інформації, затримання її або викладення в сприятливому для подання контексті [Лігачова, 2003].

Найвідповіднішу нашому розумінню класифікацію пропонує О. Федоров, він вважає, що маніпуляції, як ми вже попередньо пересвідчилися, аналізуючи сучасні медіааудиторії, здійснюють за допомогою гри в простонароддя, селекції, фальшивих свідчень та посилань на хибні авторитети; «приклеювання ярликів».

Ми беремо за основу пропоновані класифікації, однак виділяємо ще деякі прийоми, необхідні для розрізнення маніпуляцій у документальних проєктах. «Загравання із глядачем» – коли історію з однієї сюжетної лінії обривають на цікавому/суперечливому моменті – і раптово переходять до іншої. Це працює, як у телевізійних серіалах: глядач із нетерпінням чекає, чим же закінчиться обірвана сюжетна лінія й не надто замислюється над новою інформацією. Ця технологія особливо небезпечна тим, що глядач неусвідомлено починає симпатизувати об'єкту, якого так довго очікував побачити. Ще одна неналежно оцінена техніка – «викликання співчуття». Персонажі, яких шкода, автоматично отримують позитивне маркування. А співпереживання і, як наслідок, – почуття вини створюють атмосферу довіри. Пропонуємо також звернути увагу на «нагнітання» – прийомі, в основному притаманному ігровим стрічкам, який зараз часто застосовується й у документальних: із кожним кадром збільшується напруга, аж до моменту, коли глядач уже, не думаючи, просто співпереживає.

А тепер розглянемо реальні приклади використання маніпулятивних соціально-комунікативних технологій і маркерів публіцистики й журналістики в сучасних узірцях документальних фільмів. Об'єктом аналізу стануть стрічки про Голодомор в Україні 1932–1933 рр., оскільки це найголосніша національна тема межі тисячоліть. Проблема по-різному «зазвучала» в художній літературі, кінематографі та, власне, документалістиці.

У царині художньої творчості тему оприлюднив Микола Куліш. Однак у його п'єсі «97» [Куліш, 1924] ішлося про голод 1921–1922 рр. на Херсонщині. І це можна сприймати як попередження з фіксацією всіх можливих деградацій людяності, спровокованих голодом. Драматичний твір не містив документів, проте засвідчив неперевершений рівень ощадної образності. Автор поплатився сповна: 3 листопада 1933 р. був розстріляний в урочищі Сандармох (Карелія, СРСР).

Голод 1933-го вперше на світовому рівні озвучив український письменник-емігрант Василь Барка-Очерет. Алюзійну до книги Об'явлення 6:8 повість «Жовтий князь» він написав на основі спогадів родини та респондентів із ДІ-ПІ (повоєнних таборів переміщених осіб на території Західної Німеччини й Австрії). Книга мала кілька екранізацій. Найзнаковіша – художній фільм Олеся Янчука «Голод-33» [Янчук, 1991]. Оскільки в стрічці вповні використано видовищний аспект, вибірковість цитування та «приклеювання ярликів», вона явно не претендує на журналізм, однак це дуже цікавий спосіб показати трагедію очима дитини – таке бачення навіть у документалістиці має право на образність.

Фільм «Живі» режисера Сергія Буковського вже, безумовно, документальний. Він розповідає про Голодомор і реакцію на нього світової спільноти. Стрічка має кілька сюжетних ліній. Перша – історії людей, які пережили великий голод 1932–1933 рр. і тепер діляться спогадами. Наступна лінія – історії українців на Заході, «під Польщею», котрі приймали в себе втікачів від голодної смерті. І третя – історія британського журналіста Гарета Джонса, який став свідком подій (до речі, цей журналіст згадується в багатьох художніх та документальних стрічках на подібну тему). Фільм розпочинається низкою титрів для іноземного глядача – ідеться про статистику: 17 людей помирали в Україні кожної хвилини. 1000 – кожної години та 25 000 щодня. («Факти», очевидно, ґрунтуються на словах екпрезидента Віктора Ющенка про 25 мільйонів жертв). Цікаво, що ще у 2010 р. СБУ оприлюднила остаточну кількість жертв Голоду на Україні – 10 063 000 осіб. Понад три мільйони становлять власне смерті від голоду, і дещо більше шести мільйонів – обрахунок ненароджених. Ні в стрічці режисера, ні в її описі немає посилання на документи, якими користувалися автори. Отже, це «вибіркове цитування». Далі в кадр потрапляє й сам екпрезидент, який говорить про смерті від голоду в його рідному селі.

Тут технологія проєкції авторитету колишнього глави держави змушує глядача не перевіряти попередню інформацію, бо «якщо навіть Президент так думає», то в словах кінодокументалістів не може бути омани. Спогади очевидців теж викликають у глядачів неабияке співчуття (маніпулятивна технологія). Однак навряд чи це було головною метою авторів. Попри викликані емоції, герої діляться надзвичайно важливими для розуміння історії фактами минулого. Імовірно, емоції тут – «побічний ефект». Важливо, що, окрім спогадів потерпілих і коментарів журналіста, у фільмі також з'являються задокументовані спогади та думки іноземних експертів. Це акцентує розслідувальний характер фільму.

Особливістю стрічки є незвичайне використання прийому «наведення рум'ян»: ті, хто вижив після Голодомору, спочатку говорять уривки фраз на кшталт: «Мати доїть уже… То в 5 подоїла, а тепер у 11 (каже син жінки, котра пережила голод), – То ти розказуй про голод, а не про корову (відповідає йому з-за кадру мати)». Такі кадри зазвичай не входять до кінцевого продукту, а відсіюються в процесі монтажу. Однак автор залишає його, і так ніби підтверджує реальність усього, що відбувається. Як вислід, фільм, хоча й оперує неперевіреними (або не озвучено перевіреними) даними, усе ж пропонує об'ємну інформацію про трагедію українського народу [Буковський, 2008].

На противагу «Живим» кардинально інше враження справляє відеопроєкт радіо «Свобода» «Скільки насправді загинуло від голодомору? І чи був він штучним?» [Вбиті голодомором, 2018]. Уже на початку повідомляється, що «жертви голоду стали політичним інструментом» і дані про смертність та локалізацію проблеми, зазвичай аморфні. Далі озвучується статистична експертиза агронома-економіста Степана Соснового, який одним із перших офіційно фіксував жертв голодомору. І на підтвердження демонструється копія реального документа з радянського архіву. Принагідно розповідають також про голод в інших регіонах СРСР, трагічну долю самого репресованого Соснового та дискусію з приводу озвучених ним даних. Під час транслювання показуються фотодокументи, звучить закадровий голос коментатора. Але оскільки в кадрі немає жодної «живої» людини – це дуже специфічний, хоч і цілком журналістський, якщо можна так сказати, проєкт, про статус якого можна сперечатися. Окреслена візуалізація, принаймні, тяжіє до об'єктивності та мінімалізує емоції й приватні судження свідків і потерпілих.

Експертне враження справляє також російськомовний фільм Руслана Тарасова та головного режисера київського бюро радіо «Свобода» Наталії Неделько «Голодомор. Світ знав, але мовчав». Він головно про те, «які історії повезли у світ українські емігранти». У стрічці присутні всі маркери якісного журналізму: юридично виважені фактичні фотодокументальні й живі свідчення, аргументовані експертизи, баланс думок тощо. Закадровий голос звучить неемоційно й відсторонено – і додатково засвідчує посередництво й невтручання. Це особливо відчутно на фоні пропагандистської «агітки» сучасних істориків, політологів та журналістів, репродукованої «Ukraïner» і зорієнтованої, вочевидь, на школярів [Носок, 2020], у якій усе вибудовується на звинуваченнях, приклеюваннях ярликів, епатажних свідченнях. І, однак, це таки документальний фільм, котрий містить реальні свідчення та експертизи у вигляді живих коментарів, паперових документів, хроніки, специфічного закадрового мовлення тощо. Використавши весь набір маніпуляцій, картина буквально стала в опозицію до журналістських матеріалів і, ніде правди діти, блискуче виконала пропагандистську функцію. Образність у ній теж на дуже високому рівні, як і в продукті цього ж виробника «Врятувати цілий хутір під час голодомору», у якому беруть інтерв'ю лише в однієї екзальтованої жінки, котра спершу читає поезію Шевченка, а вже згодом дуже емоційно ділиться спогадами. Матеріал не виходить навіть на рівень банального інтерв'ю, оскільки містить анахронізми, мову ворожнечі й, звісно ж, потребує ретельного фактчекінгу [Врятувати цілий хутір, 2020].

Абсолютно полярні до попередніх враження справляють інтерв'ю «Вижила в Голодомор та врятувала сусідського хлопчика» [25] (до речі, теж виробництва попередньо аналізованого каналу «Ukraïner») та свідчення «Діти великого голоду» в документальному фільмі Суспільного (UA: Перший). В обох медіапродуктах герої діляться дитячими спогадами, вступають у дискусії й таким чином наче складають пазли загальної картини. Перевагою зазначених матеріалів слід вважати об'єктивність (хоча подекуди герої й не стримують сліз, однак це виглядає щиро та невимушено). Наприкінці документальної стрічки один із потерпілих навіть повідомляє, що публічно прощає односельчан, які разом із комуністами чинили насилля, бо не хоче «забирати у могилу» важкі звинувачення. Окрім спогадів, стрічка «Діти великого Голоду» містить елементи реконструкції та експерименту: жінки описують «рецепти», демонструють приготування «страв»,

які рятували їх у важкі часи; чоловік показує вміст холодильника й схрони, де закопували харчі тощо. Влучно вмонтовано в сюжет тематичну хроніку [Діти великого голоду, 2020].

Останнім у 2019 р. сколихнув світ фільм Агнешки Холланд «Ціна правди» [Холланд, 2019] (спільне виробництво України, Британії та Польщі). На кінематографічних сайтах указано, що за жанром це біографія, драма, історія, трилер. Отже, щонайменше за двома параметрами (біографія й історія) картину можна ідентифікувати як документальну, хоча заявлена фактичність головно стосується особи британського журналіста Гарета Джонса та світової політичної ситуації періоду становлення європейського фашизму й культу особи Сталіна на теренах Радянського Союзу. Роль журналіста прекрасно зіграв один із найпопулярніших акторів сучасності – Джеймс Нортон. І все, що стосується англійських реалій, теж, вочевидь, реконструйовано бездоганно. Однак з українським не все так добре, як би хотілося: образи людей та місцевостей штучні, сцени награні й пафосно-символічні, маркери документалізму абсолютно відсутні. Натомість дуже якісно звучить музика (універсальна й етнографічно стилізована), а хронікальний закадровий голос влучно розставляє всі крапки над «і»; вражають також британські пейзажі: море, чайки, каміння; ефектно вплітається в сюжет мотив божевілля й дитячої неусвідомленої жорстокості... Словом, усе ретранслюється в найкращому голлівудському стилі. І хоча журналізм у фільмі, в прямому й переносному сенсах, балансує на межі алегоричності й символізму, принагідно використано всі можливі різновиди маніпуляцій.

У цьому контексті, на нашу думку, набагато вдалішим у плані достовірності й висвітлення теми слід вважати художній фільм Олександра Прошкіна (радянсько-німецького виробництва) «Микола Вавилов» [Прошкин, 1990], що вийшов на екрани ще 1990 р. Звісно, тема голоду в Україні там фігурує принагідно – як ілюстрація краху генетики та кар’єри видатного ботаніка, селекціонера, географа, генетика й хіміка Миколи Вавилова, академіка СРСР та УРСР, очільника Всесоюзної академії сільськогосподарських наук, Всесоюзного інституту рослинництва й Інституту генетики НАН СРСР; ученого планетарного рівня, члена величезної кількості міжнародних спеціалізованих і наукових організацій. Однак, незважаючи на фрагментарність, голодомор у фільмі зафіксовано і документально, і високохудожньо: академік Вавилов (якого неперевершено зіграв Костас Сморигінас)

приїжджає в Україну до свого опонента – заангажованого системою псевдонауковця Трохима Лисенка (котрого не менш талановито відтворив Богдан Ступка) і на власні очі бачить те, що відбувається. На відміну від журналіста Джонса, учений Вавилов не стає учасником сльозливих символічно-знакових сцен – він просто дивиться, і стиль німого кіно відбиває в обличчі головного героя весь жах реальності. Ця сцена німого споглядання, яка вибудовується на чомусь набагато більшому, аніж гра, не примушує плакати хіба що психічнохворих. І це якраз утілення стратегії якісної журналістики – ощадна візуальна констатація фактів із маркером «*no comments*».

Як і «Ціна правди», мінісеріал «Микола Вавилов» ідентифікує й «зводить до спільного знаменника» фашистський та соціалістичний режими й засвідчує знецінення та знищення людини в горнилі масовізації, голодомору й політичних репресій. Однак «Ціна правди» репрезентує пошук істини за посередництвом свідчень (журналістської діяльності), а мінісеріал показує, що в суспільстві абсурду навіть найнезаперечніші факти втрачають будь-яку вагу та сенс; тому знакового радянського вченого знищують, а незалежний британський журналіст таки розповідає світові правду, хоча це йому теж мало не вартує життя. Обидва герої – реальні люди, і це додає фільмам фактизму. Тому за силою впливу на суспільну свідомість стрічки впевнено конкурують із чистою документалістикою, а також історією, журналістикою та, власне, наукою. Це особливо помітно в контрасті з документальними фільмами українських і грузинських виробників («Голодомор 1932–1933 років, Постгеноцидний синдром», «Окупація Голодомор»).

У грузинському медіапродукті «Окупація Голодомор» [Ахобадзе, 2018], створеному 1918 р., відразу повідомляють, що стрічку не варто переглядати реципієнтам до 16 років та особам із «нестійкою психікою». В українському (виробництва каналу UA:ПЕРШИЙ) у преамбулі візуалізують війну на Донбасі 2014–2015 рр. (хоча трагедія голодомору сталась у 1932–1933 рр.). Таким чином грузини готують «до найгіршого», а українці проводять наскрізну аналогію між Голодомором та сучасною війною на сході України. Отже, в обох випадках із перших кадрів «умикається» маніпуляція видовищністю й «цитатами з правди».

У «Голодоморі 1932–1933 років...» почергово, у контексті відібраної хроніки, у кадрі з’являються три людини: публіцист Олександр

Крамаренко, директор Українського інституту національної пам'яті Володимир В'ятрович, доктор історичний наук Віктор Король. Олександр Крамаренко наполегливо вмонтовує у свідомість глядачів такі меседжі: «спочатку відмирають віра в Бога, патріотизм, національна свідомість, а потім – інстинкти, навіть такий потужний, як материнський: матері стали їсти власних дітей», «Після пережиття голоду інстинкти поновлюються, але моральні чесноти – ні», «воювали проти російської (хоча насправді – радянської) агресії 1918–1920 років», «Френсіс Фукуяма стверджує, що національне відродження має розпочатися з усвідомлення "хвороби нації" – голодомору». Тим часом Володимир В'ятрович уводить у контекст національні трагедії, не зовсім дотичні до основної: політичні репресії («щоб знищити національну свідомість – потрібно знищити еліту»), розстріл кобзарів, заселення територій Донбасу представниками інших національностей, котрі, на його думку, стали «носіями радянської ідентичності». Зрештою, Віктор Король завершує «сеанс навіювання», пропонуючи явно неперевірену, подекуди навіть анекдотичну, інформацію про Постишева, Будьоного тощо (і розповідає все це відповідним тоном). На відміну від «Звичайного фашизму» М. Ромма, де закадровий (і теж подекуди іронічний) голос накладається на хроніку, тут він «існує» наче сам по собі. І якраз ця невидима субстанція насамкінець пояснює, чому мешканці Донбасу «віддали свої голоси за Віктора Януковича»... Фільм настільки неприховано маніпулятивний, що, замість наукового висновку, хочеться наголосити: із погляду журналістики, цей «документальний» проєкт просто – no comments [Голодомор 1932–1933 років, Постгеноцидний синдром, 2015].

У грузинському варіанті «Окупація Голодомор» як перебивка постійно використовується свастика, умонтована в п'ятикутну зірку та звучать фрази: «політична євгеніка», «створення абсолютно іншої людини», «страшніше, ніж холокост» тощо. Серед експертів – відомий політик Левко Лук'яненко, широко знані доктори історичних наук Юрій Шаповал і Станіслав Кульчицький, свідки голодомору. Демонструється справді вартісна хроніка. Здавалося б, усе виважено та фактично. Тільки от не зрозуміло, чому експерти й очевидці напоказ розмовляють ламаною російською, якщо є органічними носіями української мови, і навіщо на завершення фільму вмикається виступ чинного президента РФ із фразами, які до теми розмови мають дуже опосередкований стосунок. Щодо постійних звернень до особи Сталіна, то вони цілком зрозумілі. Однак ведучий чомусь забуває сказати,

що Сталін (Йосип Джугашвілі) за національністю не росіянин чи єврей, а грузин. Загалом маніпулятивність цього фільму, хоч і не така показна, але теж цілком очевидна.

Отже (попри намагання перейти на інший рівень якості інформування та наблизитися до журналістики), у кінодокументалістиці й до сьогодні існують невідповідність журналістським стандартам, маніпуляції та вплив на свідомість, надмірна образність тощо. Вочевидь, кінодокументалістика й журналістика – дуже подібні, однак не ідентичні за своєю природою. І це, як ми змогли пересвідчитися, – позаісторичний факт. До такої констатації слід ретельно готувати й аудиторію, котра повинна врегульовувати стратегії власного сприймання інформації, залежно від того, що переглядається: документальний фільм, чи якийсь із жанрів журналістики. Наші напрацювання й висновки можна також вважати полем для майбутніх наукових дискусій, досліджень та одним із пріоритетних напрямів удосконалення кінодокументальної та журналістської продукцій.

Отже, проблема розмежування журналістики й пропаганди залишається відкритою. Оскільки експерти у сфері масової комунікації не справляються, до її якнайоптимальнішого розв'язання, на наш погляд, доречно було б залучити філософів, істориків, політологів і правознавців.

Варто також з'ясувати, чи існує зараз мілітарна журналістика як окрема царина діяльності. Якщо так, то пропаганда – саме її технологія.

6.3.5. Трансформації мілітарної журналістики в контексті сучасності (збройний конфлікт на Сході України 2014–2020 рр., протести в Білорусі 2020–2021, вибух у Бейруті 2020)

У теоріях масової комунікації існує тенденція розмежування універсальної та військової журналістик. За припущеннями дослідників, мілітарна масовокомунікаційна діяльність потребує особливих знань і вмінь, які не притаманні цивільним працівникам мас-медіа. Однак теорія не підтверджується практикою: так звана військова журналістика поступово втрачає будь-який зв'язок з універсальною та повністю модифікується в пропаганду, а цивільна – навпаки, набуваючи рис мілітарної, наслідує й найгірші її вади. Ми припускаємо, що проблема не в потребі розмежування діяльностей, а в підміні понять: термін

«військова журналістика» ввели, аби уникати відповідальності за посягання на журналістські стандарти та свободу слова. Найпростіше це відслідкувати в контексті останніх подій: війни на Сході України, вибуху в Бейруті, революції в Білорусі, отруєнні російського опозиціонера Навального, тощо.

Зі слів французької журналістки Ґаель Жірб, яка працює на Сході України, у Франції діє хартія 1971 р., за якою «журналісти можуть писати все, навіть те, що незручне для уряду. «Головне, якщо журналісти публікують щось, вони повинні мати докази, у протилежному випадку – це дезінформація» [Військова журналістика, 2018]. Так само важливо враховувати права людини та її гідність: не фіксувати фізичних вад, ран критичних станів тощо. Найважливіше – пам'ятати про нейтральність, говорити правду й мислити критично.

Для перекваліфікації французьких журналістів існують спеціальні курси. Там навчають поводитись зі зброєю, розрізняти звуки вибухів, надавати першу медичну допомогу й накладати джгути, працювати в умовах дикої природи, уміло користуватися сучасними гаджетами, аби бути на зв'язку, захищати й передавати дані, не викривати інформації із секретними грифами. Обов'язковий набір перекваліфікованого (уже військового) журналіста – аптечка, шолом, бронежелет. Важливо також добре знати традиції й культуру супротивника й мати контакти всіх важливих служб та міністерств. Далі все відбувається, як в універсальній журналістській діяльності [Військова журналістика, 2018].

В Україні питання «як відродити військову журналістику?» постало ще в грудні 2014, коли кількість медійників, загиблих на українсько-російській війні, побила всі антирекорди. Дискусія, у якій взяли участь теоретики й практики, розгорнулася на сторінках популярного видання «День». На думку начальника кафедри зарубіжної воєнної інформації військового інституту КНУ ім. Шевченка Якова Жаркова, у ЗСУ «просто немає такої кількості посад, на які можуть претендувати військові журналісти», бо в цій сфері успішно працюють і випускники-універсали, яким принагідно викладають мілітарні дисципліни.

Майор запасу, військовий журналіст Ян Іванишин переконаний, що працювати в зоні бойових дій можуть винятково воїни. Найкраще, на його думку, військових медійників готували в Радянському Союзі. Тоді більше тридцяти країн відправляли своїх курсантів у ЛВВПУ (Львівське вище військово-політичне училище). Студенти опановували

всі види зброї й техніки та пізніше ставали військовими командирами, які повністю «несли тягар служби поряд із солдатами» й «знали систему зсередини».

Іншої думки Олександр Прилипко (журналіст, теж випускник ЛВВПУ), котрий вважає, що раніше на факультетах військової журналістики готували винятково пропагандистів, а зараз таке неприпустимо, бо військовий журналіст – то не медійник для армії, а фахівець, який якісно розповідає суспільству про армію. Тому зараз «йдеться не про освітні програми для журналістів, а про необхідність законодавчого визначення принципів висвітлення бойових дій». «Військовим журналістом може стати будь-який журналіст, якщо він досконало вивчить свій предмет». «Закінчувати військовий вуз для цього зовсім не обов'язково» [Гривінський, 2014].

Сергій Череватий, начальник інформаційного агентства Державної прикордонної служби України (станом на 2014 р.), полковник, кандидат політичних наук, випускник ЛВВПУ, зазначає, що під час війни можуть працювати військові та цивільні журналісти й навіть нефахівці, важливо, щоби всі вони або мали фахову освіту, або якісну перекваліфікацію [Череватий, 2014].

Від початку дискусії минуло сім років, а проблема й досі лишається відкритою. Тож спробуємо передусім з'ясувати, яке значення фахівці вкладають у термін «військова журналістика». Лексикографічні джерела подають мілітарну масову комунікацію як форму й напрям журналістики, що через спеціальних кореспондентів висвітлює події «з перших рук» із зони бойових дій. Окрім того, за словниковими інтерпретаціями, це ще й доволі популярна діяльність, оскільки в час бойових дій ростуть рейтинги та продажі газет і новинарних ЗМІ.

Військова журналістика з'явилася десь наприкінці XVIII ст. під час Кримської війни 1853–1856 рр. Перші висвітлення здійснював профільний кореспондент У. Г. Рассел. Щоправда, із погляду сучасності, то були не репортажі й навіть не нариси, а щось середнє між літописами та оповіданнями. Тому відразу виникла проблема об'єктивності та, незважаючи на позитивні модифікації жанрології – від оповідань, замальовок, нарисів – до оглядів, коментарів, кореспонденцій, статей, репортажів, пресконференцій, насамкінець – ток-шоу, стала ключовою.

Аж до війни у В'єтнамі (1955–1973 рр.) масовокомунікаційна діяльність репрезентувалася й сприймалася широкими колами винят-

ково у форматі пропаганди. Під час Першої світової війни офіційно зареєстровано 13 військових аташе, які працювали на військово-політичний блок Росії, Англії та Франції. Це були не журналісти, а дипломати із навичками кореспондентів, репортерів, оглядачів, фотографів, художників, кінематографістів. Паралельно функціонували прессслужби, які їх обслуговували. Зрозуміло, що витоково медійна сфера працювала не на об'єктивність, а на ідеологічно «правильне» висвітлення. Відповідно довідатися, що насправді відбувається на світовій арені, було практично неможливо.

Під час воєн в Афганістані, у Перській затоці вектори кардинально змінилися: журналістика самоорганізувалася, висвітлення подій стало об'єктивнішим – і відразу піднялася хвиля обурень, бо журналісти показували вже не благородство та відвагу солдатів, а весь об'єктивний жах зони бойових дій: звірства, руїни, мародерство, смерть, бруд, маніакальні стани «визволителів». Звісно, це неабияк підкосило моральний дух військових і цивільне ставлення до їхніх «благородних місій».

Уже після в'єтнамських подій, поразку у яких «списали» саме на засоби масової комунікації, мілітарних кореспондентів почали готувати разом із солдатами для ведення двох «паралельних» війн – реальної та віртуальної (інформаційної). Так з'явилася «вмонтована журналістика». Однак зі спільно набутими знаннями журналісти отримали численні табу (на повідомлення про розташування військ, плановані місії, зброю, інформацію з грифами тощо), за порушення яких можна було потрапити під трибунал. До того ж «вмонтована журналістика» діє винятково на «чужій» території, щойно «театр війни» потрапляє на власну землю – так чи інакше задіюються всі мас-медіа.

Як ми вже зазначили, у царині новітньої масової комунікації військова журналістика – найсуперечливіше явище. Переглянувши кілька гугл-посилань, бачимо, що навіть учені називають її по-різному – жанром, видом, спеціалізацією тощо. На нашу думку, така журналістика нічим не відрізняється від загальної й потребує універсальної підготовки. Хоча, звісно, цю версію теж варто ретельно перевірити.

Із ретроспективного погляду, мілітаризована масова комунікація виникла набагато раніше, ніж сама журналістика, у сучасному розумінні слова. Оскільки вже в найдавніші часи державотворці, полководці брали із собою в походи літописців зовсім не для констатації реальних фактів, а для «правильного» їх потрактування, літописи викликають багато запитань і не можуть бути репрезентативними

джерелами інформації. Найдавніші історичні тексти та пісні більше нагадують панегірики, тому їхні автори постійно потрапляли в халепи через зміни владних структур.

Авторитетні закордонні автори академічних підручників із репортерства та виробництва новин не виокремлюють військову журналістику. Мітчел Стівенс [Стівенс, 2008] у розділі «Висвітлення» пропонує такий перелік тем: «Трагедії» (офіційні особи, свідки, лікарі), «Злочин» (поліція, суди), «Політика» (збори, промови, пресконференції, кампанії, опитування, розслідування, акції протесту, економіка, санкції).

Військова журналістика, якщо це не пропаганда, насправді навряд чи чимось відрізняється від роботи в зонах стихійних лих чи вогнищах тероризму. Тому навіть інтернет-словники віднедавна розширили діапазон її визначень до всіх різновидів екстремальної діяльності. Однак, отримавши більш-менш вільний доступ до зон бойових дій, ЗМІ переймають як переваги, так і одвічні хиби військової журналістики. У цьому ми можемо пересвідчитися, переглянувши висвітлення світовими мас-медіа нещодавніх резонансних подій на кшталт вибуху в Бейруті, війни на Сході України, виборів у Білорусі, отруєнь російської опозиції.

Медіареакції на вибух у ліванському порту, який стався 04.08.2020, були миттєвими, однак різношерстими й далекими від об'єктивності. Німецьке російськомовне видання Made for minds [Взрыв в порту Бейрута, 2020] у нарисі «Взрыв в порту Бейрута. Что уже известно» 06.08.2020 подає загальну статистику Червоного Хреста та зазначає, що безліч країн пропонують Лівану гуманітарну й фахову рятувальні допомоги, зокрема й Ізраїль (тут активується покликання на попередню публікацію «В Израиле готовы лечить раненых при взрыве в Бейруте» і детально розглядається пропозиція Ізраїлю та відмова Лівану [В Израиле готовы лечить раненых, 2020]. Відразу зрозуміло, що все, пов'язане з вибухом, відходить на задній план, важливішими стають міжнародні та міжкультурні відносини.

Інформаційна агенція REUTERS (Москва) 06.08.2020 у публікації «Случайный груз Бейрута: как незапланированное посещение порта привело к катастрофе» [Случайный груз Бейрута, 2020] повідомила, що «хімічні речовини, які загорілися в результаті найбільш смертоносного вибуху в мирний час у Бейруті, прибули до ліванської столиці сім років тому на орендованому Росією вантажному судні, котре, за словами його капітана, ніколи не мало там зупинятися»... Далі пові-

домляється, що судно транспортувало 2750 тонн хімічної речовини, яка легко займається, із Грузії в Мозамбік. Однак надійшов наказ завантажити в Бейруті важку дорожню техніку та відвезти її в порт Акаби в Іорданії. Після юридичних проблем із портовими зборами капітан судна відмовився брати додатковий вантаж, котрий, на його думку, міг зруйнувати корабель. Судно заарештували, а небезпечний нітрат амонію вивантажили на склад у доці. Капітан корабля Борис Прокошев ідентифікує власника судна як Ігоря Гречушкіна (котрого чомусь і досі ніхто не бачив і жоден суд не відслідкував).

Цю інформацію підтверджує українська служба ВВС, щоправда, уточнивши, що судно було під молдавським прапором. Однак, незважаючи на те, що ключова публікація «Вибухонебезпечну селітру в Бейрут привезло судно росіянина» [Вибухонебезпечну селітру в Бейрут, 2020], підтверджує констатації російських служб міжнародних агенцій. Як бачимо, уже сама назва пропонує інші акценти. Крім того, текст переривається додатковими лінками, які можна активувати: «У миколаївському порту лежали тисячі тонн селітри. Їх прибрали», «Чому вибухає селітра і чим загрожує таке Україні», «Як українці врятували від різанини тисячі людей в Боснії (не зрозуміло – до чого там саме ця вставка)».

Однак прикінцевий відеоролик «Як вибухнув Бейрут: згарище і руїна», який містить матеріали різних джерел, бо внизу є попередження: «Увага! Інші сайти можуть містити рекламу», кардинально змінює ситуацію, бо підбірка відео й коментарів там дуже провокативна. Частини відео – на фоні хронології подій – супроводжуються короткими коментарями: «так вибухнув Бейрут; вибух почули на острові Кіпр, що за 240 км; кількість загиблих уже перевищила сотню, понад 4 тис. отримали поранення; вибухи зруйнували декілька кварталів міста; що сталося (тут відео з машини випадкових громадян з вигуками: “Назад! Назад! Швидко!”); почалося розслідування причин вибуху, йому передувала пожежа; відомо, що в порту зберігали 2750 тонн селітри; протягом 6 років і без дотримання правил безпеки; селітру використовують як добриво; та як вибухівку; під уламками досі перебувають багато людей; лікарні переповнені пораненими; до вибуху шпиталі ледве давали раду хворим на COVID-19; вибух пролунав напередодні вироку; за вбивство експрем’єра Рафіка Харірі; усі 4 підозрюваних є членами групи “Хезболла”; яку підтримує Іран; її вважають терористичною організацією; Ізраїль, країни Перської затоки, Ліга арабських

держав; Хезболла заперечує причетність до смерті Харірі; вибух знищив усе зерно, що зберігалося в порту; Ліван імпортує більшу частину їжі; останнім часом країна переживає економічну кризу; прем'єр Лівану оголосив день національної жалоби». Так підспудно українська служба активує всі проблеми (подекуди й доволі закриті для загалу) сучасного Лівану, однак жодну з них детально не аналізує.

В інформаційному просторі багатьох держав, зокрема й України, постала проблема протистояння Лівану та Ізраїлю. Так, «Hromadske» поширило аналітичну публікацію («"Людяність важливіша": мерію Тель-Авіва підсвітили у кольори прапора Лівану, із яким Ізраїль офіційно у стані війни») з цитатою в назві, фотоілюстраціями та прикінцевим відео [Людяність важливіша, 2020]. На початку тексту розміщена велика фотографія із входом у мерію, над яким бачимо візуальну інсталяцію ліванського прапора. У публікації детально розповідається про те, що вперше в історії єврейського народу держава підтримує ворога, із яким навіть не має дипломатичних стосунків. Зважаючи на амбівалентність проблеми, у тексті подаються реакції на це відомих людей Ізраїлю.

Далі ролик, у якому свідки та постраждалі говорять українською. Розповідають про себе й виміри руйнацій. Закадрово повідомляється, що судно, яке належало громадянину Росії Ігореві Гречушкіну, «під прапором Молдови вийшло з грузинського Батумі в Мозамбік». Після зупинки в Бейруті ліванська влада заборонила йому виходити в море. «Чому нітрат амонію увесь цей час зберігався в порту і як вибухнув – з'ясує слідство».

Монахиня-українка розповідає, що після перших вибухів у сусідніх будинках кричали: «Ізраїль!» Закадровий голос підтверджує – це була основна версія вибуху/теракту, підкріплена першими непідтвердженими реакціями президента США Дональда Трампа. Далі сирієць, знову ж таки українською мовою, припускає, що до події причетна певна політична проізраїльська партія, яка мала доступ до ангару з нітратом амонію.

Повідомляється також, що в Лівані серйозна економічна криза та повна залежність від імпорту. Український експерт констатує: уряд Лівану й без того був на грані відставки та для нього це своєрідний «тест на виживання». Бейруту запропонували допомогу Франція, Німеччина, Росія, навіть ворожий Ізраїль. А це, на думку авторів відео, проєктує в майбутньому певні політичні впливи.

У жодному з популярних грузинських ЗМІ 08.08.2020 неможливо відшукати інформацію про вибух у Лівані [11], хоч в інформаційних зрізах та коментарях Грузія постійно фігурує.

Американські видання, приміром «New-York Times», навпаки – публікують багато, в основному про міжнародний конфлікт та реакції президента Трампа, однак закривають публікації для безпосередніх переглядів – майже вся інформація платна.

Найбільше зацікавлення до подій у колишній колонії проявили зі зрозумілих причин французькі ЗМІ й власне адміністрація президента Макрона. Кожне серйозне видання й до сьогодні (19.08.2020) поповнює матеріали окремих рубрик, які репрезентують детальний розвиток ліванської катастрофи та її наслідків.

«Liberation» пропонує підбірку із 19 матеріалів: «Керівництво Лівану пішло у відставку», «Чи виробляються каністри зі сльзогінним газом, який використовують супроти демонстрантів у Бейруті, у Франції?», «Бейрут вийшов на вулиці», «Світові лідери коло ліжка Лівану», «Генрі Лоуренс: "Ризик втручання у Лівані має структурний характер"», «Ліван, коріння гніву», «"Відставка або шибениця": обурення демонстрантів у Бейруті», «Міжнародна допомога Лівану: у пошуках «хорошого управління», «Ліван: після критики, реакція політичних лідерів», «До цього відео вибуху у Бейруті додана фальшива ракета», «Бейрут: чинник вибуху – кинутий вантаж», «Обурені ліванці вимагають відповідальності», «Ісхак Діван: "На карту поставлено виживання ліванського народу"», «Це кінець. Я хочу виїхати з Лівану, тут нічого не залишилось», «Бейрут рознесло двома вибухами», «"Мертві та поранені" під час потужних вибухів у Бейруті», «Ліван: втрата розмежування класів», «Вигнання як єдиний вихід через безнадію».

«Le Monde» до 20.08.2020 теж опублікувала чимало матеріалів в окремій рубриці: «Як багатий лівієць через Францію може забрати свої мільйони доларів», «"Світ читачів": у Бейруті перебудовують один будинок за іншим», «Суд над Харірі: у Лівані відчуття втраченої можливості», «Напад на Рафіка Харірі: засудження члена Хезболли лишає багато сірих зон», «Убивство Рафіка Харірі: підозрюваний член Хезболли визнаний винним спеціальним трибуналом», «Другий французький корабель доставляє допомогу у Ліван, лікарні якого переповнені після вибуху», «Ліван: "Якщо така ненависть буде продовжуватися – ми йдемо прямо до громадянської війни"», «У Лівані Хезболла

зайняла оборонну позицію після вибуху», «Мішель Аун – президент Лівану, який так і не вибачив Франції те, що вона його врятувала», «Нам потрібна “амбіційна програма відновлення економіки Лівану”», «Ліван: іноземні офіційні особи один за одним прибувають у Бейрут, Хезболла проти нейтрального керівництва», «Ліванці мобілізувались наступного дня після вибуху, незважаючи на травми та відчуття незахищеності», «У Бейруті абсурдні жертви пожежників», «У Бейруті пошкоджено не менше 8000 будівель і втрачено більше 12 мільярдів євро», «За тиждень після вибуху у порту Бейрута ліванці віддають данину пам’яті загиблим і вимагають відповідальності», «Ліван занурився у політичну невизначеність після відставки керівництва», «Бейрут, післявчора у фотографіях», «Після подвійного вибуху у Бейруті Еммануель Макрон закликає ліванських лідерів до “глибоких змін”», «Зображення рознесеного вибухом Бейрута», «Бейрутська драма: аміачна селітра, вибухове добриво», «“Я вже не знаю, що у нас лишилось як країна”: у руїнах Бейруту, ніч жаху та здивування», «Допоможіть Лівану, який постраждав», «Бейрутська катастрофа впала на країну у стані розпаду», «Зображення зруйнованого після вибуху Бейрута», «Після подвійного вибуху, який потряс Бейрут, Ліван», «За міжнародною солідарністю щодо Лівану уже складається дипломатичне суперництво», «У відеозаписах свідків бачимо вибух та хмару диму», «Подвійний вибух у Бейруті: пережити вечір, який розорив столицю Лівану», «Подвійний вибух у Бейруті, відповідно до останнього звіту: щонайменше, 113 вбитих і 4 тис. поранених».

Далі публікації, які «Le Monde» опублікувала до катастрофи (ми навмисне цитуємо і їхні заголовки – для порівняння): «Війна нервів на лівано-ізраїльському кордоні», «Поступово ліванська нація, нарешті, повертається у світ», «Відвідавши кризовий Ліван, Жан-Ів ле Дріан був “дуже, просто – надзвичайно відвертий”», «У Лівані Хезболла зберігає кризове домінування», «Жан-Ів ле Дріан з офіційним візитом у Лівані, країні гіперінфляції та масових звільнень», «Ліванська катастрофа – результат десятилітніх безгосподарності та корупції, якими керує олігархічна еліта» (маймо на увазі: навіть до вибуху соціально-економічний стан Лівану називали катастрофічним), «У Лівані “банківська партія” блокує план МВФ», «Ліван тривалий час жив у борг, передусім, завдяки штучно завищеній валюті», «Великий дипломатичний розрив Франції у допомозі Лівану», «Загибель Лівану – це набагато більше, ніж загибель країни» (знову бачимо, що про катастрофічний стан йдеться ще до вибуху), «Економічний крах середнього класу у

Лівані: “Близькосхідна Швейцарія стане новим Афганістаном”». Ще давніші публікації можна переглянути, лиш отримавши доступ до архівів видання.

Звісно, слід з’ясувати, як на катастрофу реагують ліванські ЗМІ. Одне з найпопулярніших видань «Al Aman» 21.08.2020 містить багато матеріалу, але він неоперативний і сконструйований у формат лонгріду, вочевидь, загинуло багато журналістів і немає кому працювати. У центральному вікні під назвою «Небезпечний тиждень» два тижні поспіль прокручуються такі матеріали: «Між катастрофою в порту та Міжнародним трибуналом: регіональний та міжнародний конфлікт у Лівані загострюється», «Міжнародний суд. Постанова, яка усіх здивувала», «Небезпечний тиждень», «До розмови про громадянську війну: навіщо і для кого».

У матеріалі «Між катастрофою в порту та Міжнародним трибуналом: регіональний та міжнародний конфлікт у Лівані загострюється» розповідається про те, що «хранитель крові» син Рафіка Харірі закликає видати винного у смерті батька Салима Айяша. Однак «Партія Аллаха»/Хезболла не визнає рішення суду, бо вважає його не ліванським, а ізраїльсько-американським. У матеріалі також акцентується важливе географічне положення Лівану між християнським, іудейм-ським та мусульманським світами; звідси, вочевидь, надзвичайна активність різношерстих політичних партій і сект, котрі, окрім того, залежать від інтересів газових та нафтових магнатів. Не лишається без уваги й проблема зовнішніх утручань США та Ізраїлю, укріплення позицій Франції, Туреччини, Єгипту, Росії, Китаю. (Вийти на матеріал через інтернет неможливо – надто довга адреса, тому даємо вихід на друковане джерело: випуск 1425 / 19-8-2020).

Матеріал «Небезпечний тиждень» майже повністю дублює попередню публікацію, повідомляючи про суд та покарання вбивці Рафіка Харірі, і додатково перепрошує читачів, що через уведення особливого стану редакція «Аль-Аман» зустрінеться з читачами ввечері в середу, 2 вересня.

«Міжнародний суд. Постанова, яка усіх здивувала» теж містить спільну для всіх чотирьох частину публікації про рішення суду, а далі розвиває тему реакції громадян, які начебто не просто здивовані, а шоковані вердиктом, оскільки очікували міжнародного осуду Хезболли та сирійського режиму.

Публікація «До розмови про громадянську війну: навіщо і для кого» (яка, на відміну від трьох попередніх, має автора – Бассама Ганума) теж містить усталену першу частину. У другій ідеться про можливість громадянської війни через вибухи в порту, відставку керівництва, можливі дострокові вибори, міжнародні втручання та пристрасті довкола Хезболли. Зазначений нарис також публікує цитати політичних лідерів.

Із лівого боку розміщені дуже цікаві політичні карикатури. Однак, вочевидь, з етичних міркувань, їх можна відкрити лише додатковим натисканням.

Основне джерело якісних новин – міжнародна арабська медіакомпанія «Аль Джазіра» зосереджується на розв'язанні внутрідержавних проблем. Класична стаття «В очікуванні візиту президента Франції Макрона президент Лівану проведе у понеділок консультації, аби призначити нового прем'єр-міністра» [Al Jazeera زيارة قبيل, 2020] детально та всеохопно аналізує нагальні проблеми станом на 28.08.2020. Передусім ідеться про те, що через три тижні після відставки команди Хасана Діаба президент Лівану веде переговори й консультації із впливовими парламентськими блоками про призначення нового уряду. Найімовірнішим представником на пост прем'єр-міністра став син убитого Рафіка Харірі Саад, однак він відмовився від посади. Директор бейрутського офісу Аль-Джазіри також повідомляє, що в обговоренні кандидатур беруть участь провідні політичні рушії: Хезболла, Вільний патріотичний рух, Християнські ліванські сили тощо. У перебіг процесів активно й неприховано втручається Франція, оскільки, на думку її президента Емманюеля Макрона, ідеться про виживання або зникнення ліванської держави.

05.09.2020 публікація «За місяць після вибуху у Бейруті» пропонує тематичну підбірку фотографій світових мас-медіа. Інших матеріалів ніде, крім архіву, уже немає. У рубриці «Політика» станом на цей день теж відсутні будь-які дотичні матеріали.

Як бачимо, кожне зі світових засобів комунікації висвітлює швидше свої, а не ліванські проблеми, а держава, що постраждала, узагалі не має, якщо допустимо так висловитися, власного голосу й ресурсів.

Аби зайвий раз у цьому пересвідчитися, перевіримо, як висвітлюється у світових ЗМІ наша найболючіша проблема – війна на Сході України (про війну Росії з Україною, яка розпочалася 24 лютого 2022, поговоримо згодом).

За пошуком «Україна» «Liberation» (найвідкритіше, за нашими спостереженнями, європейське видання) пропонує 48 матеріалів. Здебільшого вони чомусь про Росію та Білорусь. До окремих, на нашу думку, Україна взагалі не причетна. Наприклад, у публікації «De la télé à la Douma, une Tolstoï storyhttps» («Від телевізора до Думи – історія Толстого») ідеться про нащадка автора «Войны и мира», який ревно підтримує Путіна [De la télé à la Douma, 2020]. Україна явно десь у глибокому контексті. Подібна «причетність» «відслідковується» і в матеріалі про любовні інтриги князя Григорія Потьомкіна в епоху російської імператриці Катерини II (Catherine ii et Potemkine, les feux de l'humour) [Catherine i et Potemkine, 2020]. Можна сказати, що Україна тут узагалі не згадується, хоча нашій аудиторії відомо, що Потьомкін мав українські маєтки та складні стосунки з козацтвом, але французи цього не знають, тому ідентифікуватимуть Україну з Росією.

У кореспонденції про нещодавнє отруєння російського опозиціонера Навального («Le cas Navalny empoisonne la relation Berlin-Moscou» [Le cas Navalny empoisonne, 2020]), вочевидь, з Україною асоціюється факт зіставлення з подібним отруєнням Сергія Скрипаля, котрий, за непідтвердженими джерелами, міг народитися в Києві.

Навіть у публікації про можливі втручання в актуальні події в Білорусі (Biélorussie: Loukachenko accuse la Pologne d'ingérence («Білорусь: Лукашенко звинувачує Польщу у втручанні»)) [Biélorussie: Loukachenko, 2020] ідеться не про Україну, а про Польщу. Хоч білоруські ЗМІ в подібному контексті найчастіше акцентують-таки на Україні. Наприклад, «Naviny By» («Белорусские новости») подають просто неймовірну кількість інформації про аналогії між українською та білоруською революціями.

Найпопулярніше британське видання «The Times» не має внутрішньої пошукової системи. Тому звертаємося до теж надзвичайно популярного «Express». Тут (07.09.2020) 6542 матеріали з ключовим словом «Україна». В одному з перших пропонованих відеоматеріалів «Boris Johnson's no deal Brexit pledge given green light by Australian Senator» («Незаконне зобов'язання Бориса Джонсона щодо Брекзіту дало зелене світло австралійському сенаторові») [Boris Johnson's no deal Brexit, 2020] про нашу державу не йдеться. Чому пошукова машина видала цей матеріал – залишається лишень здогадуватися. Переглянувши перший блок стрічки пропозицій, ми не побачили жодної інформації суто про Україну.

Не відшукавши належної інформації, вирішили звузити обсяг пропозицій, задавши пошук «Україна війна». 07.09.2020 внутрішня пошукова система «Express» видає 1660 матеріалів. Перший (коресподенція Себастіана Кетлі «Archaeology news: Unexpected discovery of Bronze Age settlement uncovers 1,500 artefacts» («Новини археології: несподіване відкриття поселення бронзового століття виявляє 1500 артефактів» [Kettley, 2020])) розповідає про археологічні розкопки на території Польщі та знахідки лужицької культури, яка дійсно має стосунок і до України, однак лишень в історичному аспекті.

Наступний матеріал – нарис Браяна Мкглінона «WW3 threat: Putin aggression in Europe risks 'a new Cold War' warns NATO chief» («Загроза Третьої світової війни: агресія Путіна у Європі створює ризик початку "нової холодної війни", попереджає глава НАТО») [WW3 threat, 2020] справді безпосередньо стосується війни в Україні. У ній ідеться про намагання президента Росії Володимира Путіна відновити й посилити сфери впливу на пострадянські країни через збройні конфлікти в Грузії, Україні, Молдові та боротьбу з опозиціонерами в межах власної держави (мається на увазі отруєння Навального, убивства Скрипаля й Литвиненка). Мкглінон зауважує: «Ми не хочемо нової холодної війни, не хочемо нової гонки озброєнь, однак повинні бути впевнені, що адаптуємось до світу, що змінюється. Ми реагуємо на те, що робить Росія», закликає НАТО збільшувати витрати на оборону й модернізацію збройних сил.

У третьому матеріалі власне йдеться про необхідність модернізації британської військової техніки в контексті актуальних збройних конфліктів. У четвертому – про те, що російські військові кораблі вільно плавають поблизу берегів Аляски, що, безумовно, насторожує. У п'ятому – позитивно акцентується проблема скасування ядерних випробувань у Північній Кореї. Шоста публікація – знову ж таки про необхідність модернізації сучасної зброї, аби протистояти Росії. Сьома – про вибори у США й можливість Третьої світової війни. У восьмій – ідеться про пандемію. Далі підбірка завершується – потрібно переходити в архів.

Отже, в усіх проаналізованих мас-медіа, за винятком британських, Україна фігурує в будь-яких контекстах, крім основного й найбільш актуального. Однак світову позицію щодо подій у нашій державі можна відслідкувати чітко. Таке припустимо лиш у так званих військових ЗМІ, цивільні мали би бути об'єктивними та відстороненими, але,

отримавши легальний доступ до «гарячої інформації», вони переймають винятково пропагандистські її аспекти. Разом із трансформацією військової журналістики в цивільні ЗМІ відбуваються відчутні посягання на журналістські стандарти й свободу слова. Відслідкуймо, чи названі тенденції притаманні й українському інфопростору.

6.3.6. Етико-правові аспекти інформаційно-комунікаційної діяльності українських мас-медій в умовах війни (на прикладі висвітлення подій АТО, ООС 2014–2021 рр.)

Оскільки висвітленням сучасних військових конфліктів українське наукове співтовариство ще серйозно не займалося, використаємо власні спостереження, опубліковані в уже згадуваній міжнародній колективній моногафії «The role of technology in the socio-economic development of the post-quarantine world» (2020), а також результати актуальних обговорень на рейтингових медіаплатформах, аналіз тематичних публікацій у наукометричних базах і чинне законодавство. Пропонована тема, незважаючи на перманентні обговорення, на жаль, доволі слизька, оскільки йдеться про балансування на вузькій грані патріотизму й журналізму (загальнолюдських та національних цінностей і дотримання міжнародних норм).

Потреба в регулюванні журналістської діяльності в Україні на етичному та правовому рівнях виникла доволі давно. На сьогодні цю діяльність з етичного боку регулює «Кодекс етики українського журналіста», на міжнародному – «Декларація принципів поведінки журналістів» і «Міжнародні принципи професійної етики в журналістиці». Моральні аспекти поведінки журналіста в електронному просторі ще на стадії створення, однак вони є частиною всезагальної мережевої етики.

Із правового боку медіадіяльність регламентують «Конституція України», Цивільний і Кримінальний кодекси, нормативні акти, постанови, укази, які приймаються владними структурами. Діяльність ЗМІ на рівні державного керування регулюють організації: «Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення», «Державний комітет телебачення і радіомовлення в Україні». Правову діяльність журналіста, крім національного законодавства, забезпечують міжнародні правові норми: «Загальна декларація прав людини», «Міжнародний пакт про громадянські і політичні права» тощо.

Однак окремої полеміки в Україні потребує тема етико-правових аспектів поширення інформації у воєнних умовах. Оприлюднення інформації про військові конфлікти принагідно обговорюють редакції ЗМІ, окремі журналісти та громадські організації: «Інститут масової інформації», «Детектор Медіа», «Телекритика», Комісія із журналістської етики, Національна спілка журналістів України. Найгостріша дискусія відбувається щодо громадської позиції журналіста під час висвітлення збройних конфліктів. Також серед питань, які й до сьогодні залишаються відкритими, є такі: як повинен діяти журналіст у гарячих точках, на які професійні стандарти орієнтуватися, як уберегти об'єктивність під час реальної та віртуальної атак, яким має бути лексикон мілітарного й цивільного журналіста тощо. Саме під час війни журналістам найважче – емоційно та фізично, бо, якщо на полі бою ведуть традиційну війну, в інфопросторі триває зовсім інша – кібератаки, вкиди, проагресорські сайти, замовні публікації й фейки. Медійникам доводиться ретельно перевіряти достовірність фактів та звіряти в різних джерелах, щоб не втрапити в підступні пастки. Кожен працівник мас-медіа може як породжувати ненависть й агресію, так і сприяти уникненню принципової суперечки та протидіяти дискримінації вразливих груп населення.

Ми ж спробуймо з'ясувати, чи/чим відрізняються журналістські стандарти в мирну добу й під час військових дій. У виступі на BookForum у Львові керівник Громадського радіо Андрій Куликов висловив думку, що «журналістські стандарти під час війни нічим не відрізняються від стандартів часів миру. Вони зводяться до кількох дій: дізнаватися факти, з'ясовувати, що вони означають, і говорити правду, хоч якою на позір шкідливою на той момент вона є» [Куликов, 2021].

Його думку підтримує більшість колег, проте професор Могилянської школи журналістики, медіаексперт Євген Федченко активно сперечається, зауважуючи, що в умовах війни стандарти журналістики повинні коригуватися. «Єдиний імператив – національні інтереси та національна безпека й цілісність країни. І якщо наші базові стандарти входять у суперечність із цими двома потребами, очевидно, що є доцільність ці стандарти переглянути, звісно, залежно від кожного окремого випадку», – підкреслює він. Зокрема, Євген Федченко наголошує, що стандарт про висвітлення двох думок конфліктних сторін в умовах війни недоцільний: «Ми повинні зважати на те, чия це точка

зору. Якщо ми надаємо слово сепаратистам і терористам – наскільки і чим це виправдано, який меседж вони доносять, чий і до кого, який він матиме вплив». Також експерт вважає, що агресію та окупацію варто називати своїми іменами: «Війна з використанням диверсантів однієї держави на території іншої – це спонсорований державою тероризм. Якщо ми маємо докази, що Росія причетна і саме її війська займаються диверсійною діяльністю на території нашої країни, ми повинні називати речі своїми іменами» [Як поєднати національні інтереси, 2014].

До дискусії долучається громадська організація «Інститут масової інформації» (IMI). На її офіційному сайті постійно звучать актуальні поради про те, як писати про трагічні новини; навіщо особливо уважно ставитися до імен, прізвищ, назв населених пунктів та дат; чому слід обов'язково уточнювати незрозумілу термінологію й не потрібно брати до уваги чуток і постів із соцмереж; наскільки точність важливіша за оперативність (бо оперативність теж важлива: якщо опублікувати матеріал після інших ЗМІ – в аудиторії може скластися хибне враження про ще одну трагічну подію).

В інтерпретації IMI, етичність повинна важити набагато більше, ніж рейтинг. Не потрібно вдаватись у жахливі подробиці й сипати кривавими епітетами. Візуалізуючи загиблих, краще використати прижиттєві фото, а не понівечені тіла. І ніколи не варто називати загиблих трупами. Незважаючи на власні переконання чи погляди на ситуацію, журналіст повинен залишатись об'єктивним і неупередженим, враховувати різні думки, висвітлювати дві сторони конфлікту. Надавати читачам повну інформацію, відокремлювати факти від суджень, коментарі експертів від очевидців. Однак, за потреби, можна зазначити, що озвучені думки не збігаються з поглядами джерел поширення інформації, суспільний спокій і мир реально залежать від толерантності засобів масової комунікації [Земляна, 2016].

Одним із найважливіших аспектів, яким недосвідчені журналісти часто легковажать, є розголошення державних таємниць. Закон України «Про державну таємницю» у статті 8, пункті 1 тлумачить, що до державної таємниці у сфері оборони належить «інформація про зміст стратегічних і оперативних планів, показники, які характеризують організацію, чисельність, дислокацію, бойову і мобілізаційну готовність, бойову та іншу військову підготовку, озброєння та матеріально-технічне забезпечення Збройних сил України, інформацію про дислокацію, про геодезичні, гравіметричні, картографічні та гідрометеорологічні

дані і характеристики, які мають значення для оборони країни» тощо [Закон України «Про державну таємницю», 2020]. Якщо в гонитві за деталями та рейтингами журналісти необдумано висвітлюють один із зазначених пунктів, працівник ЗМІ може зашкодити своїй і редакційній репутаціям, іміджу видання й, що найгірше – воїнам та ходу військових операцій.

Так, коли в сюжеті «Громадського ТБ» від 8 липня 2016 р. було оприлюднено позиції українських військових у місті Авдіївка – у той самий день, на прохання Штабу АТО, відео вилучили. Автори матеріалу Анастасія Станко та Костянтин Реуцький тимчасово втратили акредитацію до з'ясування обставин й аналізу відеоматеріалу в СБУ та ІМІ [Громадське погодилося, 2021]. Однак інформацію про дислокацію швидко перехопили російські видання й таємниця стала загальносвітовим надбанням.

Ще один показовий приклад за червень-липень 2014 р. наводить колишній речник інформаційно-аналітичного центру РНБО Андрій Лисенко: «Було редакційне завдання: написати про героя, що повернувся з глибокої розвідки. Він був у балаклаві, але журналісти дізналися його прізвище, ім'я, де народився, знайшли фото. На наступний день його сім'я отримала дзвінки від терористів із погрозами знищити всіх. І йому довелося родину вивозити...» [Набока, 2021]. Отже, військова таємниця не має дійти до ворога, а журналісти своєю необачністю не повинні активувати цей процес.

За міжнародними стандартами ООН та ОБСЄ, журналіст під час війни повинен дотримуватися громадського нейтралітету й висвітлювати всі боки подій. Однак журналістка газети «День» Наталія Іщенко уточнює, що така позиція розроблена для журналіста який не причетний до жодної зі сторін, що воюють, а журналіст як громадян воюючої країни в здоровому глузді не може дотримуватися нейтралітету. «Для впровадження стандартів нейтральності українські журналісти мають відмовитися від будь-якої ідентифікації себе як громадянина України – не за паспортом, а по суті. Громадянська нейтральність – це та єдина позиція, з якою можна абстрагуватися від страждань країни, народу та людей навколо і дозволити собі готувати збалансовані матеріали в будь-якій ситуації» [Торба, 2021], – зауважує журналістка. На її думку, нейтралітет у ЗМІ будуть переймати читачі й це слугує відчуженням до українського та російської інвазії.

Журналіст Денис Казанський теж вважає нейтральну громадянську позицію, а також боротьбу з мовою ворожнечі «загравання з ворогом». Із ним солідарна медіаекспертка Лариса Волошина, на чию думку, мова ненависті – також «тверeза оцінка обстановки» [Торба, 2021].

Ірина Земляна обережніше окреслює позиції «журналістика миру» й «журналістика війни». Її власна позиція ґрунтується на необхідності протидіяти російській пропаганді, можливо, навіть із використанням схожих маніпуляцій, мовляв, якщо вони українців називають «хохлами», «нациками» чи «бандерівцями», чому ми маємо діяти по-іншому? Земляна звинувачує прихильників журналістики миру в непатріотизмі. А опоненти, зі свого боку, закидають їй розпалювання ворожнечі, що може призвести до нових невиправданих жертв [Земляна, 2016].

ІМІ, «Детектор Медіа», «Телекритика», Комісія із журналістської етики, НСЖУ засуджують надмірну суб'єктивізацію та використання мови ворожнечі. Відштовхуючись від конфліктної ситуації, ІМІ пропонує приклади назв, за допомогою яких можна уникнути мови ворожнечі й точно використати термінологію для ідентифікації всіх учасників конфлікту: бойовики (проросійські) – нейтральна назва, яку використовують більшість міжнародних організацій; сепаратисти (проросійські, озброєні) – термін, який чітко пояснює, що є їх остаточною ціллю та що вони відстоюють. (Сепаратизм (від лат. *separatus* – окремий) – прагнення до відокремлення, відособлення, рух за відокремлення частини однієї держави в незалежну державу або ж приєднання цієї частини до іншої держави. Іноземні найманці, якщо вони іноземні; збройні формування: російські військові, за умови, що це відповідає дійсності та є відповідні докази, та так звані ДНР та ЛНР; територія, підконтрольна ЛНР чи ДНР; окуповані території (Донбасу чи Криму); територія, непідконтрольна уряду України. Некоректними вважаються назви терористи, ополченці, партизани [Земляна, 2016].

Проте стосовно цих назв теж є певні суперечки. Наприклад, донецький журналіст Олексій Мацука зауважує: «Окупована територія – це не "так звана ДНР" – це окупована територія або ОРДО (окремі райони Донецької області) і ОРЛО (окремі райони Луганської області). Абревіатуру "ДНР" взагалі треба забувати і використовувати рідше – і цьому є багато причин, і головне – всі вони правильні. Люди не бачать лапки в теленовинах і не чують їх» [Журналістика безпеки, 2016].

Проблема в тім, що в законодавстві України немає визначення мови ворожнечі, але 161 стаття Кримінального кодексу передбачає покарання за розпалювання ворожнечі на п'ять років обмеження волі, а якщо є обтяжуючі обставини – вісім [Кримінальний кодекс, 2021]. До того ж, згідно з положенням статті 28 Закону України «Про інформацію», інформація не може бути використана для закликів до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, пропаганди війни, насильства, жорстокості, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, зазіхання на права і свободи людини [Закон України «Про інформацію», 2021].

Особливу увагу журналістам слід звертати на висвітлення інформації про вразливі групи населення – дітей та вимушено переміщених громадян. Діти схильні до фантазії, тому потрібно всебічно перевіряти інформацію, надану ними. І не варто турбувати дітей без вагомої причини, щоб не травмувати несформовану психіку незручними запитаннями. Якщо ж це справді потрібно, слід щоб під час спілкування біля дітей були батьки або родичі.

Люди, які вимушено покинули домівки, теж належать до вразливої групи. Називати їх біженцями неправильно за значенням лексеми, адже біженці, за Конвенцією ООН про статус біженців, – це особи, які перебувають поза межами своєї країни, що перетнули офіційний кордон [Конвенція про статус біженців, 2002].

Отже, поширення інформації про військові конфлікти потребує особливої уваги до фактів, військової термінології, імен тощо, а найголовніше – до особи самого журналіста, котрий повинен чітко бачити й розрізняти всі пастки інформаційної війни. І хоча українська медіаспільнота вже втілила в законодавство найважливіші аспекти, що провокують поширення ненависті та розпалювання міжнародної й міжетнічної ворожнеч, між фахівцями все ще ведеться полеміка про білі плями національного законодавства, амбівалентні потрактування слів, доречність-недоречність громадської позиції журналіста під час висвітлення матеріалу про збройний конфлікт. Отже, проблема залишається відкритою. Однак навіть зараз зрозуміло, що український журналіст повинен максимально дистанціюватися від подій і чітко розрізняти всі комунікаційні пастки. За традиціями національної журналістської спільноти й чинного законодавства, усім причетним до війни на Сході України (та повномасштабної війни 2022 р.) медійникам слід ретельно перевіряти факти, довіряти лише експертним

джерелам, не вірити власним і чужим емоціям, не використовувати мову ненависті й не розпалювати міжнародні та міжетнічні конфлікти. Потрібно також пам'ятати, що громадянська позиція журналіста на війні – то грубе порушення міжнародних стандартів. Особливо це актуально для медійників, котрі працюють у регіональних і локальних ЗМІ, бо саме їх регіон може виявитися епіцентром конфлікту. Тож з'ясуємо, як і що пишуть про міжнародні мілітарні конфлікти масмедії Волинської області (місця проживання авторки цієї монографії).

6.3.7. Висвітлення політичної інформації в регіональних ЗМІ України під час пандемії COVID-19, збройних конфліктів, природних лих 2019–2021 рр.

Українська журналістика через зрозумілі причини історичного характеру завжди була заполітизована. Однак проблемою це стало лише на початку XXI ст., коли навіть локальні та регіональні ЗМІ виявилися доступними й відкритими для світової громадськості. Паралельно до можливостей зросли також вимоги: у відкритому просторі слід покращувати якість виробництва інформації та активно втілювати міжнародні стандарти, оскільки увага аудиторії до регіональних масмедіа зростає.

На проблемах висвітлення політики в цих медіа, зокрема волинських, свого часу зосереджувався І. Павлюк у дисертації «Україномовна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917–2000 років як структурна частина загальнонаціонального інформаційного простору» [Павлюк, 2009]. Ми ж спробуємо визначити особливості оприлюднення політичної тематики в сучасних інтернет-ЗМІ. З'ясуємо, наскільки пріоритетною тут є політична інформація та чим відрізняється спосіб її висвітлення на загальноукраїнському й міжнародному рівнях у контексті наявних форм власності (зазвичай тісно пов'язаних із місцевими політиками та їхньою діяльністю).

Більшість волинських ЗМІ зримо потерпає від політичної заангажованості. Винятки становлять інтерактивне телебачення, яке не має аналогів в Україні, грантове інтернет-видання «Волинь.Onlin» та незалежна розслідувальна журналістська агенція «Сила правди». На противагу традиційним ЗМІ, інтернет-ресурси міцно закріпилися на медіаринку й активно конкурують, хоч віднедавна – переважно між собою. Уперше на теренах регіону «нове ЗМІ» засвітилось у вересні 2006 р. Відкривачем цифрового світу стала «Волинська правда»

(засновник – О. Шумик). Наразі первісне видання вже не працює (остання публікація датована початком жовтня 2020 р.), але у 2019 р. з подібним логотипом з'явився дочірній проєкт «Волинь.Правда».

За даними ресурсу bigmir.net, в інфопросторі Волині першість (за кількістю відвідувачів) тримає агентство «ВолиньPost». Конкурують із ним інтернет-видання «Волинь24», «Волинські новини» й мережа «Район.in.ua». Трохи не вистачає потуг для участі в ранжуванні інтернет-версії газети «Волинь-нова» виданню «Конкурент» та «Першому каналу соціальних новин» [Голуб, 2018]. Зосередимося на найрейтинговіших регіональних ЗМІ – інформаційнійних агенціях «ВолиньPost» і «Волинські новини».

В інтернет-виданні «ВолиньPost» тематика громадсько-політична. На день видання продукує до 60 новин з інтервалом близько 15 хвилин. Переважно висвітлюються регіональні події із вкрапленням найважливіших всеукраїнських. Для світових відведено нічну пору.

Рубрикаційна канва сайту пропонує «Новини», «Статті», «Відео», «Колонку автора», «Архів», «Онлайн-конференції», «Спорт», «Історію», «Допомогу». Головна сторінка містить 11 блоків: «Топ-новини», «Останні новини», «Вибір редактора», «Статті», «Популярне»,«Варте уваги», «Стильний Луцьк», «Фото», «Нотатки мандрівника», «Медіа». Існують постійний вихід на відеотрансляції «12 каналу» та прогноз погоди. Із січня 2014 до серпня 2018 р. окремо виходив ще тижневик «ВолиньPost». Також інтернет-сайт постійно веде сторінки в соціальних мережах Facebook та Instagram.

Видання тримає першість за відвідуваністю читачів, тому несе відповідальність за висвітлення об'єктивної й неупередженої інформації. Однак агентство пов'язують з олігархом С. Іваховим. Факти виборчої агітації справді наявні. Наприклад, інформація про діяльність благодійного фонду: «Благодійний фонд "Патріоти Волині" цьогоріч підготував для малечі 21 000 подарунків» (volynpost.com, 18.12.2020), «Степан Івахів модернізував школу у рідному селі» (volynpost.com, 06.10.2020), «Допомога від нардепа Степана Івахіва: у волинських лікарнях з'явилися такі ж апарати ШВЛ, як в найкращих клініках Ізраїлю» (volynpost.com, 25.05.2020) тощо. На сайті також безліч заголовків на кшталт «Треба бути сліпим, щоб не бачити, скільки Івахів робить для округу» (volynpost.com, 10.07.2019). Ці й подібні агітаційні матеріали маркуються знаком «*». Однак ГО «4 влада» вважає, що цього замало, і підкреслює непрозорість мас-медіа, яке

офіційно не зазначило своїх засновників та власників. До того ж на сайті немає розділу «Про нас» або «Редакція», зазначені лише контакти головної редакторки й рекламного відділу. І хоч закон цієї конкретної інформації не вимагає, вона збільшила б довіру читачів, як, до речі, і відкритість дискусій (усі коментарі попередньо модерує редакція).

Розглянемо, як інтернет-видання висвітлює найактуальніші світові конфлікти, передусім вірменсько-азербайджанський (оскільки він має стосунок до територіальної цілісності держав). Про це протистояння агенція «ВолиньPost» написала лишень раз (27 вересня 2020 р.), коли розпочалася Друга карабаська війна. Новину під заголовком «Вірменія і Азербайджан відновили бої: у Нагірному Карабаху оголосили воєнний стан» видання дослівно перепостило з інтернет-сайту «OBOZREVATEL». У матеріалі подано дві версії конфлікту, засвідчена реакція світу та додатково зазначено, як історично все розпочалося (volynpost.com, 14.10.2020). Загалом огляд події подано цілком неупереджено. Більше у «ВолиньPost» про це не йшлося.

Видання також писало про вибух у ліванському Бейруті. На цю тему є аж шість публікацій. Основні аспекти висвітлення: кількість постраждалих (зокрема українців), гуманітарно-фінансова допомога, як місто оговтується від трагедії. Вибух жодним чином не пов'язувався зі світовою політикою, видання не втручалося в ізраїльсько-ліванський конфлікт, однак порівняно активно висвітлило терористичну діяльність угруповання «Ісламська Держава» (58 публікацій на завершення 2020 р.). З останніх минулорічних подій акцентувався також арешт у Києві одного з ключових лідерів угрупування («СБУ затримала на Київщині одного з ключових лідерів "ІДІЛ"» (volynpost.com, 15.11. 2019)) та підрив смертника в Афганістані («В Афганістані у натовпі підірвався смертник, десятки людей загинули» (volynpost.com, 22.04. 2018)).

На найактуальнішу тему літа 2021 р. – події в Афганістані – станом на 18.08.2021 р. внутрішня пошукова система видає 345 результатів, однак у перелік входить не тільки інформація про актуальний збройний конфлікт, а й матеріали про афганців (котрі в радянські часи служили в цій країні), пандемію, відкриття кордонів тощо. Серед найновішого – три повідомлення: «НАТО почав виведення військ з Афганістану» (volynpost.com, 30.04.2021), «Президент Афганістану подав у відставку та залишив країну» (volynpost.com, 15.08.2021),

«Про евакуацію з Афганістану просять 120 українців» (volynpost.com, 17.08.2021). Для вичерпності станом на 23.08.2021 р. не вистачає даних про дії опозиції та політику талібану щодо становища жінок і ЗМІ.

Очевидно, що найбільше інформації видання поширює про російсько-українську війну. Серед пріоритетних тем – порушення режиму тиші («Українські воїни збили на Донбасі два ворожих безпілотники» (volynpost.com, 24.09.2020)), перемир'я («Окупанти тричі порушили "перемир'я" на Донбасі» (volynpost.com, 17.12.2020)), кількість загиблих («На Донбасі від вогнепального поранення загинув український військовий» (volynpost.com, 22.08.2021)) тощо. Новини перепубліковано з експертоспроможних ЗМІ, але в них чітко проглядається позиція С. Івахіва та його політичної сили.

Отже, інформаційне агентство «ВолиньPost» упевнено тримає першість за відвідуваністю на ринку медіа, проте інформація, яку воно поширює, тенденційна, інколи порушує журналістські стандарти. Можна також резюмувати, що «ВолиньPost» достатньо інформує регіональних читачів про світові політичні та військові конфлікти.

Інтернет-ресурс «Волинські новини» продукує інформацію з 2008 р. У 2013 р. офіційно зареєстрований як суб'єкт інформаційної діяльності. ЗМІ закріпився на волинському медіаринку й входить у топ-3 інтернет-видань (щодня його відвідує 30 тис. користувачів). Ключове гасло мас-медіа – «достовірно, аргументовано, оперативно висвітлювати більшість сфер життєдіяльності Луцька, Волині та України». Із лютого 2016 р. виходив однойменний друкований тижневик накладом 59 тис. примірників, проте в серпні 2019 р. припинив своє існування (офіційно – через фінансове становище). На сайті відсутня інформація про власників та засновників. Як і «ВолиньPost», агенція продукує інформацію на громадсько-політичну тематику про події на Волині, рідше – в Україні й світі.

«Волинські новини» щоденно видають до 65 матеріалів протягом 21 години (а з 24.00 до 07.00 нічого не публікується). Інтернет-ресурс також надзвичайно активний у соціальних мережах Facebook, Instagram, Telegram, Twitter. ЗМІ пропонує такі рубрики: «Новини», «Політика», «Економіка», «НП» (надзвичайні події), «Соціум», «Культура», «Авто», «Спорт», «Таблоїд», «Проекти ВН», «Акценти», «Трибуна», «Аверс» (відео), «Повідом новину», «Про нас», «Контакти», «Умови використання». Головна сторінка поділена на блоки: «Стрічка новин»,

«Топ-новини», «Світ вражає», «Акценти», «Трибуна», «Популярне», «Блоги», «Інтерв'ю», «Аналітика», «Мультимедіа».

На відміну від «ВолиньPost», тут «офіційно» доступна функція коментування й навіть, як зазначає редакція, не зазнає цензури. Однак принагідно наголошено, що коментарі – «"не редакційні матеріали", "не мають попередньої модерації", "суб'єктивні повідомлення і можуть містити недостовірну інформацію"» («"Волинські новини" закликають не розпалювати ворожнечу в коментарях» ((volynnews.com, 20.02.2014)). Але залишений нами під вигаданим ім'ям коментар чомусь отримав статус «на модерації».

На головній сторінці станом на 23.08.2021 р. розміщена інтерактивна онлайн-карта поширення Covid-19, яка подає статистику хворих, померлих і тих, хто одужав (на території України та Волині), а також супутню інформацію про коронавірус. Крім того, видання наживо транслює телеканал і радіо «Аверс». Отже, вочевидь, невипадково всі три ЗМІ пов'язують із нардепом Ігорем Палицею, колишнім головою Волиньоблради та очільником партії «За майбутнє». Слід сказати, що пошуковик сайту й справді за словом «Палиця» видає аж 2016 результатів, серед яких – діяльність нардепа відверто піариться в 376 публікаціях, із них 33 матеріали починаються словами «За сприяння Фонду Ігоря Палиці "Тільки разом" або "Завдяки фонду…". У 10 ситуаціях згадується колишня назва партії – «Укроп», у 17 – нова («За майбутнє»). З усіх матеріалів позначені маркером «*» лише 27 (7,2 %).Така позначка, як ми вже згадували, не відповідає Закону «Про рекламу». Отже, слід зауважити, що в гаслі, яке сповідує видання («достовірно, аргументовано, оперативно»), явно не вистачає пункту «неупереджено».

А тепер з'ясуємо, як же «Волинські новини» висвітлюють військові конфлікти. Одразу видно, що, на відміну від сайту «ВолиньPost», вони активніше поширювали інформацію про ключові моменти протистоянь на території самопроголошеної Нагірно-Карабаської республіки. Видання опублікувало 21 матеріал про початок конфлікту, оголошення військового стану у Вірменії та Азербайджані («Вірменія заявила про початок великомасштабного наступу Азербайджану в Нагірному Карабасі» volynnews.com, 29.09.2020), взаємні звинувачення в ескалації («Баку та Єреван звинуватили один одного в нових обстрілах» (volynnews.com, 20.19.2020)), фіксування жертв і військових утрат («Бойові дії в Нагірному Карабаху: Азербайджан і Вірменія оприлюднили дані про втрати» (volynnews.com 28.09.2020)), перемо-

вини («Вірменія та Азербайджан заявили про готовність до мирних переговорів» (volynnews.com 03.10.2020)). Зазвичай, ЗМІ покликається на офіційні дані урядів країн-учасниць конфлікту та передруковує українські й російські ЗМІ, подаючи обидві версії подій, наприклад: «Азербайджан заявив, що Вірменія обстріляла стратегічний трубопровід, який качає нафту до Туреччини. Вірменія у відповідь назвала це нахабною брехнею й заявила про ракетні обстріли азербайджанцями міста Степанакерт» («Обстріл нафтопроводу й нічні бомбардування: бої за Нагірний Карабах знову активізувались» (volynnews.com, 07.10.2020)).

Про вибух у Бейруті видання писало в 14 матеріалах (переважно про постраждалих українців та наслідки вибуху) і наочно демонструвало світлини розрухи. Конкретно ця подія ніяк не пов'язувалася з тероризмом, хоча «Волинські новини» паралельно висвітлювали протистояння Ізраїлю й палестинського угруповання «ХАМАС», Туреччини та сирійських курдів, конфлікт на кордоні Греції й Туреччини через сирійських мігрантів (Греція відгородиться стіною від Туреччини (volynnews.com, 28.04.2020)) тощо. Зокрема, як і «ВолиньPost», ЗМІ багато пише про діяльність «Ісламської держави» (за запитом 15.08.2021 р. отримуємо 109 матеріалів) та смерть лідера ІДІЛ («Заплатив ворогам, щоб сховатись, а видав найближчий соратник: як вбили лідера ІДІЛ» (volynnews.com, 01.11.2019)).

За пошуковим словом «Афганістан» внутрішня система сайту станом на 23.08.2021 р. пропонує 298 матеріалів, серед яких достатня кількість таких, що мають яскраво виражений чи опосередкований стосунок до сучасних подій: «В Афганістані бойовики "Талібану" захопили автобус із 45 пасажирами» (volynnews.com, 02.01.2021), «Зміна влади в Афганістані: "Талібан" оголосив про встановлення контролю над усією територією країни» (volynnews.com, 15.08. 2021), «Понад 60 країн вимагають евакуації людей з Афганістану» (volynnews.com, 16.08.2021), «Літак ВПС Афганістану впав на території Узбекистану» (volynnews.com, 16.08.2021), «Афганський військовий літак, який впав в Узбекистані, збили» (volynnews.com, 16.08. 2021), «Рекордна евакуація: військовий літак США вивіз із Кабула 640 людей за один політ» (volynnews.com, 17.08.2021), «НАТО почав виведення військ з Афганістану» (volynnews.com, 29.04.2021), «Президент Афганістану покинув країну: зрікся влади й утік в Таджикистан» (volynnews.com, 15.08.2021), «Таліби в Афганістані: як реагує світ на

дії бойовиків» (volynnews.com, 16.08.2021), «Кабул охопила паніка: показали відео обстрілу переповненого аеропорту в Афганістані» (volynnews.com, 16.08.2021), «Ніхто не знає, які шанси дожити до ранку» (volynnews.com, 17.08.2021) тощо. Назви публікацій говорять самі за себе.

Звісно, найактивніше «Волинські новини», як і всі українські ЗМІ, висвітлюють війну на Донбасі, публікуючи біографії загиблих (див., наприклад, матеріали за запитом «Сергій Курука»), думки експертів (Іловайський котел: в офісі генпрокурора оприлюднили результати розслідування (volynnews.com, 21.08.2020)), рекламу книг про війну («У Луцьку презентували книжку "Російсько-українська війна"» (volynnews.com, 27.02.2018)), інформацію про порушення перемир'я («У Мінську узгодили нове перемир'я на Донбасі» (volynnews.com, 22.08.2018)) тощо. В усіх публікаціях проглядається ідеологічна позиція, актуальна для політичної партії І. Палиці. Однак у поле нашого зору потрапили дві новини з підозрілими заголовками, що можуть посіяти неабияку паніку серед населення: «Велика східна війна. Росія готується до захоплення України» (volynnews.com, 05.06.2017) та «За тиждень в Україні може спалахнути велика війна, – Rzeczpospolita» (volynnews.com, 06.09.2018). Вочевидь, це грубе порушення міжнародних журналістських стандартів, але війна 23 лютого 2022 р. таки розпочалася (значить, нагнітання були не зайві).

Отже, аналізуючи інтернет-видання, можемо дійти висновку, що редакція часто публікує «джинсу» та інформацію про діяльність нардепа, який є власником «Волинських новин». Редакція чомусь не вказує засновників і головного редактора ЗМІ, що значно знижує довіру читачів. Існують проблеми й із коментарями. Однак є й позитив: агенція всебічно висвітлює конфлікти, пропонує різні погляди та покликається на офіційні джерела (підтверджуючи, наче припущення, що журналістика може лишатися собою, незалежно від форм власності).

Отже, інтернет-журналістика Волині потерпає від політичної заангажованості й «джинси». Аагенція «ВолиньPost» упевнено тримає першість за відвідуваністю, проте інформація, яку вона публікує, часто порушує журналістські стандарти та недостатньо інформує читачів про світові політичні й військові протистояння. Натомість «Волинські новини» кількісно та якісно краще висвітлюють закордонну інформацію: подають зважену експертизу й посилаються на офіційні джерела, проте теж часто публікують «джинсу» та не дозволяють її коменту-

вати й, звісно, усіляко підтримують партію «За майбутнє». Отож, проаналізувавши волинські ЗМІ в зрізі внутрішньодержавної та міжнародної політик, можемо стверджувати, що ідеологічні аспекти дають змогу визначити не лише міру заангажованості цих мас-медіа, а й універсальну якість регіональних ЗМІ, яка, будучи опосередкованою виходом на світові джерела, потребує додаткових наукових досліджень, передусім у плані дотримання міжнародних стандартів.

6.3.8. Інформаційно-комунікаційна діяльність спеціалізованих військових мас-медій в умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну 2022 р.

Віроломне вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 р. стимулювало наукові дослідження в царині спеціалізованої (військової) мас-медійної діяльності. Досі ми вважали, що така журналістика не потрібна, адже в період збройних конфліктів кожне видання та його працівники мимоволі стають мілітарними, оскільки не писати про війну неможливо, навіть із приводу цілком цивільних проблем. Про це йшлося, зокрема, й у виданій ще перед уторгненням міжнародній монографії «The role of technology in the socio-economic development of the post-quarantine world». Відверто кажучи, наша думка й досі не змінилася, однак препозиційне припущення потребує додаткових підтверджень, оскільки воно засвідчило погляд стороннього спостерігача. Зараз війна триває на всій території України, авторка книги теж потрапила в її вир. І тепер ми вже не будемо вкотре аналізувати провідні мас-медії України та світу (хіба принагідно), а звернемося, власне, до спеціалізованих медій і відслідкуємо, чи є вони, як працюють, чи змінилися на початку війни Росії проти України та, найважливіше, чим відрізняються від звичайних.

Важливим базисом нашого дослідження стане також міжнародне законодавство. Права й обов'язки журналістів у зонах військових дій визначає МГП (міжнародне гуманітарне право), норми якого визнають більшість держав світу. Основні документи МГП – Гаазькі конвенції та декларації 1899 й 1907 рр. (Гаазьке право), Женевські конвенції про захист жертв війни 1949 р. й Додаткові протоколи до них 1977 р. (Женевське право) і резолюції Генеральної Асамблеї ООН. Гаазьке право, зокрема, визначає норми застосування зброї та аспекти захисту всіх, хто перебуває в прифронтовій зоні й безпосередньо в гарячих точках, однак не є військовослужбовцем (цивільні, полонені, поранені

та ін.). Отже, Гаазьке право визначає звичаї ведення війни й застосування зброї, а Женевське – нормативи захисту тих, хто випадково опинився в зоні конфлікту. Сукупно гуманітарним правом послуговується Міжнародний комітет Червоного Хреста, який і зібрав в один документ обидва права.

Норма 34 міжнародного гуманітарного права гласить, що «Цивільні журналісти, які перебувають у професійних відрядженнях в районах збройного конфлікту, мають право на повагу та захист доти, доки не беруть безпосередньої участі у воєнних діях». Права безпосередньо журналістів закріплено в Конвенції про закони й звичаї суходільної війни (1907 р.), Конвенції про поводження з військовополоненими (1949 р.) та в додатковому протоколі до Женевських конвенцій щодо захисту жертв міжнародних збройних конфліктів.

Повсякчас існувало дві категорії медійників: військові медіасолдати, котрих стабільно акредитовано в зони збройного конфлікту, і незалежні медійники, відправлені конкретними ЗМІ, що мають юридичне право відряджати журналістів у місця збройних конфліктів, у локації терористичних актів та ліквідації небезпечних злочинних груп. Обидві категорії – цивільні особи, які перебувають під захистом Женевської конвенції й відповідних положень Додаткового протоколу 1977 р.

У зазначених законодавчих нормах окремо йдеться про обов'язки військових та воєнних журналістів; прописано, що не всю й не всяку інформацію можна фіксувати та розголошувати, зокрема плани спеціальних підрозділів, що становлять таємницю розслідувань; кількість озброєння й техніки, місця дислокацій, заяви, повідомлення, вчинки терористичних організацій; пропагандистські тексти; власну аналітику тощо.

Передусім в опублікованих матеріалах має бути конкретний, зумовлений жанром перелік фактів та думок, котрі не перебувають під грифом «секретно» (через військову таємницю). Особливу увагу варто звертати на ідентифікацію експертних фахівців, котрі дають коментарі, і чітко прописувати прізвища свідків та потерпілих, адже за їх станом слідкують рідні й близькі. Загалом тріада (експерти, свідки, потерпілі) повинна бути збалансована: опозиційні експерти, кілька свідків, які спостерігали явище з різних ракурсів, потерпілі, котрі можуть говорити неемоційно й мають більш-менш естетичний вигляд. Особливо це важливо в репортажах (однак не можна «засвічувати» обличчя фігурантів, якщо це загрожує чиємусь життю).

Найбільше уваги слід звертати на офіційність джерел. І навіть експертоспроможні доречно перевіряти: ураховувати думки опонентів та безпосередніх учасників подій. Якщо потрібно – використовувати спростування й доповнення. Це не є ознакою низької якості чи недоопрацювань – інформація швидко циркулює, увиразнюється й потребує уточнень. У критичних випадках слід покладатися на самоцензуру та пам'ятати, що журналіст зобов'язаний лишатися нейтральним, навіть якщо те, що відбувається, йому не байдуже. У новинах не дозволено надавати слово очільникам терористів для озвучення гасел щодо посягань на територіальну цілісність, проповідування ідеології насилля та військової агресії. Винятками можуть бути ситуації, коли спікерство отримує очільник ворожої країни. І то лише для того, щоб підтвердити незаперечні факти та ідентифікувати військових злочинців. До речі, суцільно патріотичні позиції всіх фігурантів журналістського матеріалу теж викликають справедливі підозри. Аби чітко збалансувати аргументи й факти та розв'язати проблему, краще провести прямоефірне ток-шоу, а вже за його результатами писати матеріали (не забуваючи, у формат якого жанру ми їх укладаємо). Однак претензії до журналістів будуть завжди, оскільки вони в професійній опозиції до всіх. Кваліфіковано та незаангажовано здатен діяти лише журналіст, котрий має довіру з боку редакції, підтримку колег, ресурси для самозахисту й упевненість у своїй безпеці. Відповідальність за порушення міжнародних стандартів покладається на ЗМІ, яке відрядило медійника.

Окремо функціонують морально-етичні правила поведінки, які наче жорстко не регулюються (хоча це й фіксується в кодексах етики) і є справою совісті й самоцензури. У контексті порушення етичних норм часто згадують імена журналістів (наприклад Кевіна Картера), котрі, фіксуючи війну, між допомогою жертвам та «чудовими кадрами» вибрали останнє. Навіть отримавш найвищі нагороди, ці особи несуть важку моральну відповідальність. Часто не витримують – і зводять рахунки із життям.

Для аналізу й порівняння військових видань скористаємося такими критеріями: наповнення, аудиторія, внутрішня політика, автура, структура ЗМІ; якість оформлення, періодичність, обсяг числа, наклад тощо. Маркерами якісної журналістики вважаються дотримання професійних норм, висвітлення важливих тем, віддзеркалення й актуалізація ключових проблем та пошук їх розв'язань. І хоч спеціалізовані

видання концентруються на власній тематиці, це не позбавляє їх необхідності дотримуватися внутрішніх і міжнародних стандартів.

Спеціалізованих військових мас-медіа, якщо вони, звісно, не засекречені (за умовами власного Статуту), у світі не так і багато. У Європі, наприклад, на офіційних сайтах міністерств оборони таких лінків-посилань не знаходимо. Однак важлива інформація мілітарного характеру, як ми вже неодноразово пересвідчувалися, відразу з'являється в усіх провідних ЗМІ світу, котрі мають власних кореспондентів у гарячих точках планети чи вихід на світові інформаційні агенції. Азія в цьому сенсі нічим не відрізняється від Європи (газету «Azərbaycan Ordusu» та журнали «Hərbi Bilik», «Milli təhlükəsizlik və hərbi elmlər» ми відшукали лише на сайті Міністерства оборони Азербайджану у вкладці «Військова преса» (інші сайти або закриті для сторонніх, як-от Міністерство оборони Таджикистану й Туреччини, або не містять посилань на мас-медіа), однак і ці ЗМІ припинили існування ще у 2018, 2019 та 2020 рр. Що прикметно – до початку Другої карабаської війни. Сам сайт Міноборони Азербайджану [Azərbaycan Respublikasının, 2022] станом на 16.08.2022 не містить навіть згадки про війну Росії проти України. Натомість багато повідомлень про обстріл державного кордону з боку Вірменії, навчання в Туреччині, візити до Іраку тощо. Оскільки в Європі й Азії друкованих видань немає, а сайти – швидше промоційні мас-медіа, бо їх тепер мають усі організації, установи, неформальні спільноти, то звертаємося до видання Міністерства оборони США «Stars and Stripes», яке виходить із 1861 р. й має особливий статус: розраховане на контингенти Збройних сил Сполучених Штатів Америки, які дислокуються за кордоном. Таким чином ми ніби об'єднаємо в інформаційну цілісність Євразію та США.

Відразу видно: ЗМІ доволі незалежне як для мілітарного статусу: тут підспудно обговорювалася проблема свободи слова ще в часи Першої світової війни. Дописувачі «Stars and Stripes» – цивільні й військові співробітники американського уряду та спеціальні кореспонденти, котрі працюють у Німеччині, Італії, Японії, Кореї, Іспанії, Великобританії, Близькому Сході й, власне, у Вашингтоні. Тимчасово відкривалися бюро в Гуамі, Парижі, Гонолулу, Брюсселі, Відні, Касабланці, Белфасті та інших містах (інформації про дислокації на території України ми не знайшли). Журналісти супроводжують збройні сили під час воєн, навчань, миротворчих місій на суші й морі. До

початку 90-х видання було паперовим, потім з'явився вебсайт. До сьогодні збереглося декілька витокових оригінальних випусків «Stars and Stripes», які ще в 1920 р. видавнича асоціація AEF випустила у вигляді факсимільних репродукцій (це сторінки чисел, що виходили під час Першої світової війни). Раритети можна переглянути у фондах бібліотек штату Огайо.

Газета періодично виграє в різних номіаціях, зокрема під час Другої світової війни неодноразово отримувала Пулітцерівську премію (за роботи карикатуриста Білла Молдіна та публікації Марка Уотсона, Рассела Джонса, Нен Робертсон й ін.). Працівниками цього мас-медіа періодично ставали журналісти Енді Руні та Стів Крофт; поети-пісенники Шел Сілверстайн; ілюстратор коміксів Том Саттон; письменники Густав Хасфорд і Ральф Г. Мартін; художник та карикатурист Поль Фонтен; кореспондент телевізійних новин Тоні Заппоне; карикатурист Вернон Грант, голлівудський фотограф Філ Стерн, Аллен Моррісон й ін.

Незалежним це видання назвати важко, бо військові ЗМІ споконвіку цензуровані, так би мовити, за своєю природою. Однак рівень об'єктивності тут найбільше залежить не від статусу, а від фаховості та загартованості журналіста. Зокрема, коли у 2008 р. Пентагон заборонив «Stars and Stripes» висвітлювати реакції дислокованих за кордоном військ на вибори президента США, на Близькому Сході й у Європі власні кореспонденти це рішення проігнорували та понесли відповідальність.

Стабільними читачами «Stars and Stripes» вважаються американські військові і їхні сім'ї (переважно ті, котрі перебувають за межами держави). Насправді ж виданням цікавиться ширша аудиторія, оскільки за наповненням воно не відрізняється від світових брендових ЗМІ й успішно конкурує, роблячи матеріали загальнодоступними та безкоштовними (що вже велика рідкість для розкручених мас-медіа).

Із плином часу газета набула особливого статусу. Зараз вона складник Служби оборонних засобів масової інформації (Defense Media Activity (DMA)), котра – частина апарату Міністерства оборони США зі зв'язків із громадськістю. Як вислід, «Stars and Stripes» працює в трьох напрямах – європейському, тихоокеанському, близькосхідному. Залежно від локалізації, матеріали можуть бути різними й не збігатися в аналітичному вимірі. Числа вихідного дня, зазвичай, продукують для Європи й Тихоокеанського регіону у п'ятницю, а варіанти для Близького Сходу – із п'ятниці до неділі.

Семантика назви видання окреслилась у 1987 р., коли Конгрес США визнав офіційним патріотичним гімном марш «Stars and Stripes forever». Продуману концепцію ЗМІ доповнює логотип із плетива двох національних прапорів та брендовий червоно-синій шрифт (вісім сторінок видання кольорові, решта – чорно-білі) з винятково власними, а не мережевими чи замовленими зображеннями (оперативними й архівними); як виняток, бувають фотографії з офіційний джерел.

«Stars and Stripes» також ховає деякі (вочевидь найрезонансніші) матеріали й пропонує придбати їх за окрему плату, однак, на відміну від інших мас-медіа, як варіант, презентує абсолютно безкоштовний місячний доступ до диджитал-простору. Так можна отримати ексклюзивний доступ до інноваційних цифрових функцій, мультимедійних публікацій і світлин. Аудиторія також отримує вільний вхід на вебсайт та мобільний додаток (зі звітами про військові події, висвітленням проблем ветеранів, архівними світлинами дня й доступом до захищеної інформації з планетарних американських баз) за місячну чи річну підписки. Електронну версію можна подарувати друзям і членам ком'юніті. Оскільки це завжди унікальна інформація, що постійно оновлюється, навіть у соціальних мережах газета нараховує понад мільйон маркованих стабільних читачів.

Передплата на місяць у 2020 р. становила 3,99 долара, річна – 39,99 долара. Передплата на два роки економить 10 доларів. Протягом чотирьох тижнів можна користуватися демоверсією за 0,99 долара або за 39,99. Диджитал-версія дає безлімітний доступ до незалежного контенту. Передплата передбачає й доступ до мобільного додатка з більш читабельними шрифтами та зручнішим інтерфейсом. Додаток обслуговують девайси і Apple, і Anroid. Пакет послуг доповнює безкоштовне email-розсилання новин, щотижневих ексклюзивів, внутрішньої аналітики, інформації про ветеранів, військових історій та новин із Європи. Варто лиш обрати один із ньюзлеттерів, щоб отримати актуальну інформацію. Надсилати повну електронну версію видання редакція не пропонує, вочевидь, через великий обсяг, але її можна відшукати на офіційному сайті у вкладці ePapar.

Ключові рубрики – «Війна», «Америка», «Нація», «Світ», «Ранжування» (спорт), «Комікси», «Кросворди», «Обличчя», «Думки», «Курс валют» і «Погода». Кожен матеріал авторизується відразу після назви (за усталеним зразком наукових публікацій). Детальніше проаналізуємо окремі числа «Stars and Stripes» (до лютого 2022 та в період повномасштабного вторгнення Росії в Україну).

Випуск від 12.11.20 відкривається світлиною матері й дитини, яким роблять ПЛР-тест. Таким чином видання зосереджує увагу на основній проблемі 2020 р. – пандемії COVID-19. Угорі подаються три найважливіші, на думку редакції, матеріали про події в Іраку (особиста історія воїна), мілітарні обличчя шоубізнесу та спорту. Відразу привертає увагу римований салоган «However you read us, wherever you need us» («Ти скрізь читаєш нас, ти потребуєш нас») й обличчя авторів, із котрими можна підтримувати зв'язок. Помітна також реклама світових брендів (в аналізованому випуску – «Honda»).

Оскільки мілітарна комунікація специфічна й відбувається за ритуальною моделлю, то інтерв'ю в газеті більше нагадують нариси із вставками коментарів експерта. Інформаційна журналістика зреалізовується за усталеним форматом новин у вигляді заміток та кореспонденцій про Білий Дім, відкриття у День ветеранів Музею армії, появу там Трампа тощо. Є й провокативні, й світські замальовки, як-от «Жінка вдарила 74-річну бабу бутербродом». В окремій рубриці додатка «Stars and Stripes» проводить опитування членів дислокованих команд про найкращі місцеві розваги, послуги та топоси на військових базах і за їх межами. Результат опитування «Best of the Pacific» стає своєрідним путівником для зацікавлених. На шістнадцятій сторінці подано гумористичні комікси, кросворди й криптограми (із відповідями на попередні). Поряд банери з QR-кодом, звідки смартфон, зазвичай, запрошує нас на сторінку офіційного сайту видання.

Перманентно висвітлюються й окремі матеріали архіву (1,2 млн історичних «фоліантів»), переважно періоду світових воєн і з гарячих точок планети в Європі, Північній Ірландії, Середземному морі, окремо – в Африці та ін.

Сьогодні газета виходить п'ять разів на тиждень і складається із 40–64 смуг. Із початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну акцент спонтанно перенісся на нашу державу... Наприклад 14.08.2022 центральна публікація «On the Kherson front lines, little sign of a Ukrainian offensive». Ідеться про важливість для ЗСУ відвоювати Херсон, однак, зрозуміло, що для росіян таке недопустимо, тому видання чесно повідомляє: ситуація тупикова й навряд чи найближчим часом слід очікувати перемоги на південному фронті [Morris, 2022]. Передовиця наче «обростає» іншими матеріалами, утворюючи центральний неф. У публікаціях-сателітах обговорюється вимога постачання додаткової зброї для війни в Україні, повідомляється про небезпечну

ситуацію в Енергодарі на атомній станції, окреслюється рівень протистояння Китай-Тайвань та акцентується хитка стабільність режиму талібів в Афганістані. Як вислід, в епіцентр потрапляє найсуттєвіше. І, що важливо, висвітлюється воно критично й неупереджено.

Аби теж бути об'єктивними, переглянемо вебсторінку місячної давності (14.07.2022). Центральним тоді став матеріал «Повітряний захист», у якому йшлося про те, що НАТО для зміцнення оборони вздовж східних країв альянсу розмістить засоби протиракетної оборони, щоб захиститися від будь-яких потенційних загроз, які можуть виникнути внаслідок повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Тоді з цією метою очільники Америки, Франції, Німеччини та ін. навіть відвідали ряд прикордонних держав і проконтролювали ситуацію.

Щоб побачити загальну картину наповненості матеріалами про Україну, застосуємо контент-аналіз за ключовим словом (відбираємо лише публікації місячної давності). 14.07.2022 за покликанням «Україна» бачимо матеріали про блокування прибалтійцями Калінінграду, візит очільника РФ Володимира Путіна до Ірану та перемовини з президентом Ебрагімом Раїсі на полях саміту прикаспійських держав в Ашгабаті. Між іншим, зазначено, що Іран нарощує збагачення урану, придушуючи інакомислення й поглиблюючи зв'язки з Росією, і кидає тим самим виклик США та Європі. Матеріал за 13 липня 2022 р. показує, як російський опозиціонер і муніципальний депутат Красносельського району Ілля Яшин стоїть у клітці в залі Басманного районного суду Москви. Пишуть, що система ув'язнила опозиціонера за критику своїх військових. Зазначено також, що Яшин – один із небагатьох відомих опозиціонерів, які не залишили Росію, незважаючи на безпрецедентний тиск влади на інакодумців. Як бачимо, за покликанням «Україна» сайт видає матеріали про Росію, уписуючи їх у контекст війни з Україною. А це означає, що наша держава в плані самоцінності для Америки й досі програє. Інформація про Україну стає актуальною й споживаною лиш у тандемі з Росією та повномасштабною війною. Отже, видання не створює хибних пропагандистських трюків і показує ситуацію такою, як є.

Можемо констатувати, що найпопулярніше військове ЗМІ мало чим відрізняється від інших світових, котрі працюють за принципом універсальності. «The Washington Post» навіть де в чому випереджає «Stars and Stripes»: вона ще в травні 2022 р. відкрила бюро з військових проблем в Україні. У липні це зробила й «The New York Times».

Звісно, слід ураховувати й те, що журналісти «Stars and Stripes», напевно, негласно постійно перебувають у зоні бойових дій. Аби прицільніше побачити ситуацію щоденного наповнення всіх трьох видань інформацією про війну в Україні, спробуємо порівняти випуски трьох газет станом на 18.08.2022 (аналізуватимемо назви публікацій та анонси й ліди).

«The Washington Post» [The Washington, 2022] повідомляє, що «в Україні російське угруповання найманців виходить з тіні. Сумнозвісна група Вагнера проводить вербування. Кілери тільки вітаються». Дискутуються також ситуація в Харкові, обговорення в ООН ядерної загрози через провокації на Запорізькій атомній електростанції, нові стратегії ЗСУ в окупованому Криму.

«The New York Times» [The New York, 2022] анонсує обговорення в ООН експорту зерна та ядерної безпеки, продовження перепоховань численних жертв у Бучі; обурення Туреччини та Росії з приводу того, що один із сонних грецьких курортів стає центром озброєння США.

«Stars and Stripes» зазначає: у четвер, 28 квітня 2022 р., Президент України Володимир Зеленський збирається прийняти свого турецького колегу та главу ООН для переговорів із приводу виконання угоди щодо відновлення експорту зерна з України, нестабільної ситуації на окупованій Росією атомній електростанції й дипломатичних зусиль, спрямованих на припинення війни. Далі повідомляється, що Росія розгортає гіперзвукові ракети у своєму балтійському ексклаві, українці тікають із похмурого життя в окупованому Росією Херсоні, свого часу ув'язнений у Росії Тревор Рід закликає президента Джо Байдена та Конгрес класифікувати РФ як державу-спонсора тероризму.

Отож усі три газети виділили найголовніші теми: обговорення в ООН ядерної безпеки й транспортування зерна й додали ще деякі актуальності з використанням власних джерел та автури. Однак «Stars and Stripes» у спеціалізованому плані отримує пальму першості хоча б тому, що інша інформація у ній теж стосується мілітарних проблем в Афганістані, КНДР, Південній Кореї, Сомалі та ін. Газета виходить і на цивільні теми, однак фокусується саме на власній спеціалізації, тому, на наше глибоке переконання, це взірець найякіснішого військового мас-медіа, яке не порушує ні Статуту, ні міжнародного законодавства.

Донедавна Міністерство оборони України теж брало безпосередню участь у впровадженні державної політики з питань оборони. І саме воно опікувалося функціонуванням військових видань «Народна

армія», «Військо України» й под. Однак чотири роки тому відбулися реформи, у результаті яких спеціалізовані ЗМІ звелися до цифрового мінімуму. Як це відбулося, чому та чи було необхідно – спробуємо з'ясувати.

29 грудня 2018 р. на сайті Центрального друкованого органу Міністерства оборони України «Народна армія» з'явилось оголошення, що це число – останнє. Верховна Рада України ввела в дію Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» [Бурмагін, 2017], закривши всі паперові видання військової тематики (які підлягали роздержавленню). Так печально завершилася майже столітня історія існування друкованої військової преси. Однак сфера й усе, що відбувалося в зоні АТО (антитерористичної операції), пізніше – ООС (операції Об'єднаних сил), таки потребувало спеціалізованого висвітлення подій із відвоювання, стабілізації та відродження окупованих територій Донбасу й Криму. Аби врятувати ситуацію, Міністерство оборони ініціювало внесення змін та доповнень до медійного законодавства. Однак врятувати традиційні ЗМІ не вдалося – і журналісти розійшлися, хто куди, переважно в новостворений інтернет-ресурс «Армія Inform», про який слід поговорити окремо. А поки, дотримуючись хронології подій, розглянемо концепцію найстарішого військового видання України.

Як і «Stars and Stripes», «Народна армія» (трансформація «Ленинского знамени») дуже давня: створилась у ході Другої світової війни як офіційний орган Київського військового округу [Вітаємо колектив, 2017]. Під час окупації редакція зі столиці періодично переносилася до Чернігова. Однак газета не стала популярним брендом СРСР, як, наприклад, «Красная звезда», хоча, у порівнянні з іншими ЗМІ, доволі сміливо висвітлювала не лишень внутрішні воєнні події, ситуації в гарячих точках планети, а й ліквідації природних катаклізмів, гасіння пожеж, передусім у Чорнобилі (півтори тисячі публікацій), розпад радянської імперії, демократичні зміни часу перебудови тощо. З 11 жовтня 1991 р. видання – Центральний друкованого орган Міністерства оборони України (редакція якого завжди складала військову присягу).

Оскільки газета розрахована на військовослужбовців, їх супутне оточення та всіх зацікавлених, останнім часом на її шпальтах озвучувалися проблеми соціального захисту воїнів і їхніх сімей, підготовки кадрів ЗСУ та силовиків, мілітарні історія й культура, ключові аспекти

військово-патріотичного виховання, реформи в ЗСУ та ін. Журналісти «Народної армії» принагідно працювали в Ліберії, Лівані, Кувейті, Іраку, Афганістані, Сирії тощо. Таким чином медіа зреалізовувало розлогий спектр загальних і спеціальних функцій: інформативну, комунікаційну, пізнавальну, пропагандистську, виховну, промоційну, ціннісну, розважальну, соціальну, організаційну та ін. Незважаючи на вузьку спеціалізацію, «Народна армія», як і «Stars and Stripes», охоплювала й намагалася професійно аналізувати всі найважливіші події України та світу. Що важливо – на території тимчасово окупованого Донбасу функціонувала окрема філія – видавничий пункт, що продукував польову «кишенькову» версію мас-медіа для воїнів на передовій [У зоні проведення, 2016].

Художню кастомізацію теж слід вважати доволі ефективною: кожне число містило найрізноманітніші матеріали (здебільшого аналітичні): репортажі, огляди, статті, інтерв'ю, звіти, підбірки новин, навіть журналістські розслідування. Усі публікації супроводжувалися якісними зображеннями власного виробництва та брендовою оливково-чорною палітрою кольорів, а також якісними шрифтами й досконалою верстkою. Особливо імпонує відсутність дифузії жанрів, котра передбачає формальну майстерність викладу й точність «укладання» інформації.

Архів відшукати неможливо. Нам удалося відкрити число за 28 квітня 2016 р. [Народна армія, 2016]. Центральна реклама титульної сторінки презентує публікацію про орієнтації українського війська на європейсько-американські стандарти. Поряд ще кілька анонсів матеріалів: про евакуацію населення наступного дня після аварії на Чорнобильській атомній електростанції, позитивне ставлення українців до НАТО, події в станиці Луганській, артилериста, котрий повернувся з АТО, щоб розписати ікони в храмі, гумористичне шоу в Тернополі, яке збирає кошти на АТО, та вітання із Великоднем. Погортаємо сторінки в пошуках чогось цікавішого, ніж в анонсах. Ось на сторінці десять – розлогий огляд («Від магнітофонів "Маяк" до мінометів, кулеметів, снайперських гвинтівок» [Народна армія, 2016: 1–13]) про перепрофілювання заводу «Маяк». Матеріал пізнавальний як у технологічному аспекті, так і в прогностичному (напередодні повномасштабного вторгнення, яке, імовірно, призупинила пандемія). Розгортку доповнюють споріднена інформація про те, що в зону бойових дій передано понад сорок безпілотників, та хроніка російської агресії. Як

бачимо, аналітики, сенсацій, а відповідно – і балансу на сторінках «Народної армії», немає. Така природа мілітаризованої комунікації. Однак передчуття великої війни присутнє. Можливо, із цим і пов'язане офіційне закриття ресурсу.

Оскільки «Армія Inform» стала своєрідним продовженням анульованих друкованих ЗМІ, розглянемо наповнення цього сайту станом на 10.08.20.22. На червоному табло зазначено: триває «168 день оборони України». Над написом – посилання на радіо Армія FM. Під ним – вихід у TELEGRAM. Далі – підбірка новин, у якій озвучено теми обговорення підтримки України під час візиту президента США до Латвії, суд та покарання колишніх правоохоронців, котрі знімали на відео розташування позицій ЗСУ, повідомлення про державні нагороди, вимога заборони перетину європейських кордонів для громадян РФ (цитата Дмитра Кулеби), озвучення недовіри Росії, котра стабільно порушує домовленості (цитування Михайла Подоляка), заклик США і ЄС припинити російські військові операції навколо ядерних об'єктів України, інформація про засудження учасників «ДНР» до 15 років ув'язнення, розмінування звільнених територій України за допомогою чатбота єВорог, заклик РФ глави МЗС G7 терміново повернути Україні контроль над ЗАЕС, повідомлення, що ЗСУ знищили міст у районі Каховської ГЕС, констатація того, що інструктори Данії навчатимуть наших військових у Великій Британії, затримання ворожого агента, котрий коригував вогонь по Бахмуту, інформування про те, що в Харкові відбувся стартовий випуск OPEN VOLUNTEER SCHOOL, підтвердження факту передачі ЗСУ американських засобів захисту собак, відео прямого включення із зони бойових дій. Аби побачити більше, варто натиснути додатковий лінк. Під новинами – рубрика «Цей день в історії». Далі сайт фокусується на окремих регіонах («Війна#Харківський_Трибунал»). Найпопулярніші новини «викидаються» й прокручуються в центральній ніші, під якою бачимо табло з офіційною інформацією про втрати противника та спортивними новинами ЗСУ. Далі – аналітика: «У прикордонні з Україною регіони Росія силоміць звозить запасників на "військові збори"», «Єдине, що на нашу позицію не прилетіло, так це тактичний ядерний снаряд», «Граматика війни: як лапкування шкодить Україні», «Суди над українськими військовополоненими – спроба деморалізувати українців і посіяти розбрат», «"Русотуристо" мають жити лише в "рускому мірі"». Далі – рубрика актуальних відзнак «Герої нескореної України».

Під нею – «Російські фейки». Нижче – відеоматеріали. Потім – «Хроніка оборони України». Збоку – блоги та експертиза. Далі – репортажі, повідомлення з регіонів, психологічна інформація, власна продукція видання, презентація нової техніки («Озброєння та техніка»), економічна рубрика, нарисові історії воїнів, блоки інформації «Світ підтримує Україну», «Національний спротив», «Дута велич росармії», «Український народ непереможний». Збоку – рубрики «Український гумор», «LIFESTORY», «Пантеон героїв», «Звичайний фашизм», «Сержант ЗСУ», «Соцзахист під час війни». Отже, сайт достатньо наповнений, однак неозброєним оком видно, що йому таки бракує балансу та неупередженості – кожен матеріал подається у пропагандистському ключі.

Окрім «Народної армії» та її цифрових модифікацій, до військових видань України належать Інформаційна агенція Міністерства оборони України «АрміяINFORM», «Військове телебачення України» (ЦТРС Міноборони України), радіо «Армія FM» (ЦТРС Міноборони України), телерадіостудія «Бриз», а також наукові, освітянські та молодіжні журнали «Наука і оборона», «Честь і закон» (Національна академія Національної гвардії України), «Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони» (Харківський університет Повітряних сил імені Івана Кожедуба Міністерства оборони України), «Збірник наукових праць центру воєнно-стратегічних досліджень Національного університету оборони України імені Івана Черняховського» (Національний університет оборони України імені Івана Черняховського) тощо. Ці ЗМІ перебувають у переліку наукових фахових видань України. Звернемо особливу увагу на ЗМІ військових вишів, оскільки за їх наповненням має бути видно, до чого готуються Збройні сили України найближчим часом і що є пріоритетом для війська.

Друкований орган Національної академії сухопутних військ імені гетьмана Петра Сагайдачного «Офіцер України» створений дванадцять років тому (2010 р.). Головний редактор – Ігор Махно, наклад – 500 примірників. Оскільки видання освітянське, то фокусується на проблемах бойової підготовки в умовах полігону, спортивних і культурних складниках формування майбутнього офіцера, військовій історії України (зокрема біографіях полководців, особливо патрона вишу Петра Конашевича-Сагайдачного). ЗМІ по-молодіжному яскраве, фешенебельне й привабливе. Дописувачами можуть стати всі охочі.

Розглянемо неупереджено, не вибираючи спеціально, число від 27.01.17. Візитівкою свободи слова та незалежності цього ЗМІ, вочевидь, слід вважати попередження, що «думка редакції видання не завжди збігається із думкою авторів», однак для підтримання «формату» «редакція лишає за собою право використовувати матеріали, редагувати та скорочувати їх на свій погляд» [28]. Переважає сіро-блакитна гама, але врізки й назви окремих публікацій подані в багряній і бордовій тональностях. Звісно, було б презентабельніше, якби всі заголовки та ліди друкувались однаково, оскільки мультиколірність на сторінках серйозного військового ЗМІ створює ефект хаотичності й відсіює частину потенційної аудиторії.

Аналізоване число «Офіцера України» містить 18 рубрик. На палітурці – портрет лейтенанта Микити Ярового, котрому, згідно з указом Президента України № 581/2016, посмертно присвоєно звання Героя України та котрого нагороджено орденом «Золота Зірка». Далі – детальніша інформація про цю непересічну подію й презентація входу Ярового до Пантеону Героїв України.

«Наша гордість» фіксує допис анонімного читача про перші дні нападу на Донбас у 2014 р. Постає питання: чому все так завуальовано? Найімовірніше, тому, що Росія тоді ще вела «закриту гру» й стовідсоткових доказів її безпосередньої стратегічної присутності на рівні дипломатії не було. Однак автор досить відверто розповідає про початкові зіткнення окремого батальйону із сепаратистами та російськими найманцями, установлення блокпостів у Сватівському районі Луганської області, снайперів, військовополонених і загиблих неподалік Дружелюбовки й Рубіжного.

Публікація «Нагороджені Президентом» повторюється двічі й певною мірою дублює титулку, однак на дещо іншому рівні: тут подано інформацію про прижиттєве нагородження орденом «За мужність» ІІІ ступеня місцевого студента третього курсу Національної академії сухопутних військ імені гетьмана Петра Сагайдачного Олега Ткачука. Повідомлення супроводжується фоторепортажем.

Цікавий темарій – «Міжнародна співпраця». Там подано перспективні матеріали за темами «Український досвід – для армій азійських країн» та «Спільна робота сприятиме наближенню ЗС України до стандартів НАТО». Виявляється, така інформація завжди була на часі, а не стала актуальною лише після повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 р. Цінність матеріалів підсилюється кольоровими світлинами.

Найоб'ємніший блок (4 сторінки) «Із зони АТО». У ньому – нариси Ігоря Парбуського («Пункт призначення – війна») та Оксани Войтко («Війна змінила його життя»). Матеріали емоційно насичені – цілком у дусі художньої публіцистики. Аналітичні та інформаційні жанри були би тут недоречні, бо йдеться про «візуалізацію» зони військових дій, яку надто реалістично показувати заборонено на рівні законодавства.

Освітянський вектор видання підтверджується рубриками «Слово випускникам», «Кафедра – навчальний процес», «ДАП – цитадель мудрості», «Науково-педагогічний працівник», у яких спершу шестеро колишніх студентів розповідають про переваги й недоліки працевлаштування та складнощі професійної адаптації, а згодом викладачі діляться власним досвідом і презентують виш. Аби максимально візуалізувати матеріали, але не перетворити їх на рекламу, автори надають перевагу фотоілюстраціям нарисових тем. Єдине інтерв'ю (подане теж швидше як нарис) скрупульозно пояснює, «навіщо майбутньому офіцеру знати фізику» [Мосейченок Навіщо, 2017].

Є окремі блоки матеріалів, які пропонують поміркувати над тим, «що ми розуміємо під словом "Соборність"», і такі, як «Історична правда», що вибудовується у формі дискусійних есеїстичних роздумів, розрахованих на перспективу. «Вічна пам'ять» та «Герої не вмирають», із зрозумілих причин, не дають особливих підстав для творчих підходів, однак ці блоки інформації містять багато промовистих фотографій. На останній сторінці розміщена реклама-флешмоб: студенти Академії підтримують бійців ООС.

В «Офіційно» до слова запрошені Президент України – Верховний головнокомандувач Збройних сил України Володимир Зеленський (акцентує на вільному виборі українців щодо європейської та євроатлантичної інтеграцій [Офіційно, 2021, 3–4]), міністр оборони України Андрій Таран (зазначає, що європейські партнери високо оцінюють здобутки нашої країни в оборонній реформі), Головнокомандувач ЗСУ генерал-полковник Руслан Хомчак (зауважує, що, незважаючи на успіхи реформувань ЗСУ, існують проблеми, які стосуються законодавства, розмежування повноважень тощо, але процес триває), командувач Сухопутних військ ЗС України генерал-полковник Олександр Сирський (говорить, що «перехід органів військового управління на структуру НАТО – один із важливих елементів масштабних змін, які сьогодні реалізуються у війську»). Цитати супроводжуються якісними

портретами паспортного типу. Рубрика «Військова освіта» повідомляє, що відбулися збори керівного складу системи військової освіти України в «контексті руху України до НАТО та імплементації наших стандартів до тих, що діють у державах-членах Альянсу».

Крайнє число (за грудень 2021 р.) цілком промоційне. Можливо, то данина часові. Аби пересвідчитися, погортаємо сторінки щодо цивільних випусків та перших – уже воєнних. Архів містить матеріали лише з 2014 р. Перше число – освітянське: знайомить із цікавими особистостями, здобутками академії, реформами спеціалізованої освіти тощо. Інтригує тут лише рубрика під назвою «2014 – рік учасників бойових дій на території інших держав» (публікація «Війни закінчуються та залишають не тільки спогади»), у якій подано інтерв'ю з головою Львівської обласної організації ветеранів Афганістану. Хоча очікування якоїсь інтриги не підтверджуються, бо М. Магеровський монотонно розповідає про послідовність уведення й виведення радянських військ на територію Афганістану на початку 80-х років минулого століття та актуальні заходи із вшанування пам'яті й відзначення річниць [Мосейченок Війни, 2014: 10–11]. Подібний матеріал періодично повторюється. Наприклад, у першому й другому випусках 2019 р. в публікації «Афганістан 80-их.. Пам'ятаємо...». Тут інтерв'ю сенсаційніше. Ідеться про бій у Мараварах 21 квітня 1985 р. Колишні бійці, між іншим, згадують, як «душмани поранених добивали сокирами, а потім знущалися над загиблими, виколюючи очі [/35]» та «як на БМП вивозили мертвих побратимів, поливаючи їх соляркою від запаху та комах» [Мосейченок Афганістан, 2019: 21–22].

Війна реально й відчутно потрапляє на сторінки журналу з числа № 6 2014 р. у вигляді шести некрологів («Вічна пам'ять випускникам Академії, які загинули під час Антитерористичної операції на Сході країни» [Вічна пам'ять, 2014: 9]. Вочевидь, читачі болісно зреагували на матеріал, тому більше подібна інформація не з'являлася – тільки повідомлення про подвиги й нагородження. Зате вже в сьомому номері бачимо публікацію під назвою «Першокурсники із зони АТО») [Мосейченок Першокурсники, 2014: 8–9]. Насправді йдеться не про відправку на фронт необстріляних студентів (як натякається), а про воїнів із зони бойових дій, котрі вступили до Академії (імовірно без іспитів) задля підвищення кваліфікації.

Протягом семи років війни «Офіцер України» чимось нагадує «Урядовий кур'єр»: в епіцентр уваги стабільно потрапляють чинні

президенти та їх оточення, укази про нагородження, прикрашена нарисами реальність із зон бойових дій. Однак і поміж пропагандистських матеріалів можна відшукати аналітику. Так, уже у сьомому випуску 2014 р. бачимо актуальні міркування за темою «Реанімація Новоросії як прояв імперського синдрому Кремля» [Вольвич, 2014: 20–23]. І хоч дев'яте число нічого не розповідає про Іловайський котел (а варто було б), однак подає критичні роздуми про наслідки русифікації («Як розрубати гордіїв вузол етнополітичного конфлікту») [Рудюк, 2014: 22–23]. Перший випуск 2015 містить розлогий матеріал про героїв Крут (вочевидь, то «гідний» замінник інформації про ідентифікацію за ДНК і перепоховання критично великої кількості загиблих наприкінці літа 2014 р.). Дев'яте та десяте числа 2020 р. фіксують прогностичний матеріал про «Зміни у конституції Росії – наслідки для України і світу» [Незалежний аналітичний, 2020], із якого видно, як «добрий сусід» готується до повномасштабного вторгнення в Україну, залишаючи на посту «вічного» президента Путіна, дозволяючи застосування ядерної зброї й критично обмежуючи права корінних народів РФ. До речі, публікація містить і фотоінформацію про численні протести росіян, котрі вийшли на одиничні пікети з плакатами «Нет поправкам в Конституцию», «Нам не нужен просроченный президент», «Голосуй, не голосуй. Всё равно получишь новую Конституцию» тощо. Отже, наприкінці 2020 р. відчувається критична напруга в стосунках Росії та України, а також Росії й Сходу і Європи та Америки.

Бачимо, військових видань, як і мілітарної журналістики, на сьогодні в чистому вигляді не існує, бо масова комунікація орієнтується на актуальні події, які можуть бути різної тематики (уключно з військовою). Відповідно – перевірені часом ЗМІ модифікуються в електронні або закриваються. Щодо американського медіа «Stars and Stripes», яке продукує новини із зон бойових дій для військових дислокацій планетарного обсягу, то воно, звісно, нічим не поступається світовим брендам, але не завдяки спеціалізації, а якраз через те, що оперативно реагує на актуальні проблеми й залучає до співпраці талановитих журналістів, котрі пройши належний вишкіл.

В Україні ситуація специфічна. Її найдавніші військові мас-медіа тісно пов'язані із соціалістичним минулим та історією й ідеологією СРСР, що негативно впливає на їх трансформаційні процеси, оскільки трансмісійна (тоталітарна) модель комунікації майже накладається на ритуальну (радянську), за якою відбувається мілітарна комунікація. У

той час, як американські та європейські військові мас-медіа модифікуються в універсальні (бо журналістика на межі XX–XXI ст. нарешті відокремилася від держав й ідеологій та стала самодостатньою), українські продовжують існувати за усталеними взірцями й перетворюються в пропагандистські, або закриваються (подібні процеси спостерігаємо й у пострадянських державах Сходу, наприклад в Азербайджані).

На нашу думку, замість того, щоб відроджувати пропагандистські кишенькові ЗМІ для військових на передовій та їх оточення, краще вдосконалити загальноукраїнські бренди на кшталт газет «День», «Дзеркало тижня» й ін.: уводити в кожне з видань великі мілітарні рубрики та наповнювати їх об'єктивними подіями й серйозною аналітикою. Тоді не виникатиме потреби телефонувати кадровим військовим на передову, аби отримати свіжу інформацію («в обхід» офіційної), а самі воїни не будуть сміятися над примітивними мас-медіа, які їм роздають як рекламу, а стануть активними учасниками дискусій на всеохопну тематику. Це піде на користь і популярним ЗМІ, які серйозніше поставляться до роботи в умовах війни й укотре уважніше переглянуть міжнародні стандарти та внутрішнє законодавство. Власне, у сфері мілітаризованого інформаційного простору ще дуже багато питань, які й досі лишаються відкритими й стимулюють наукові дискусії. Але, щоб розставити всі крапки над «і», очевидно, слід зачекати завершення війни.

6.3.9. Раціотрансформації інформаційного простору України та світу на тлі подій в Афганістані (1979–2022) як утілення знаковості й циклічності буття

У структурі сучасного інформаційного простору найменш досліджені ЗМІ країн – гарячих точок планети, теперішніх і «вічних», як-от Афганістан, що періодично «розривається на шматки», потрапляючи до складу Індії, Пакистану, Таджикистану, Узбекистану та ін., і вимушено стає колонією британської, радянської, американської імперій. І відсутність наукових напрацювань залежить не тільки від небезпек, які чатували дослідників в епоху рукописів, книг, газет (адже потрібно було отримати фізичний доступ до тамтешніх бібліотек й інших банків даних), а й від специфіки творення та зберігання інформації: із найсивіших часів пошук, фіксування й поширення новин залежали від віросповідання та політичної заангажованості автора і його засобу

комунікації. Як вислід, кожен наступний режим починав правління з того, що обмежував права літописців, істориків, журналістів і знищував усі засоби комунікації. А ті, що створювалися, ставали жертвами наступного режиму.

Не дав надії на перспективи наукових досліджень і крайній (із погляду вічності, вочевидь не останній) прихід до влади ісламістського угрупування «Талібан» (2021 р.), яке буквально в перші дні правління анулювало функціональні ЗМІ та розпочало репресії в середовищі журналістів і правозахисників. Утручання міжнародних спільнот: миротворчих сил Організації Об'єднаних Націй, Організації з безпеки і співробітництва в Європі (ОБСЄ), правозахисників від «Журналістів без кордонів» тощо – не спрацювало: усе знецінили закони шаріату (вітаїстичний кодекс мусульман сунитського спрямування).

Усвідомивши, що афганські мас-медіа не дадуть правдивої інформації про внутрішні пекучі події, ми вирішили скористатися даними світових ЗМІ, які, вочевидь, мають власних кореспондентів на території Ісламського Емірату, і таким чином відтворити все, що сталося в Афганістані в проміжок часу від приходу талібів – до початку їх визнання (серпень-вересень 2021 р.). У публікації ми використали лише ту інформацію, на яку активно покликалися якісні мас-медіа, і відразу припустили, що й ким у майбутньому може фальсифікуватися.

Загалом ретранслювання інформації крізь призму ЗМІ повертає нас до традицій літописання, які вже стали предметом нескінченних дискусій: учені, як ми неодноразово зазначали, вважають, що літописам довіряти марно, адже їхні автори, зазвичай, були придворними ідеологами й працювали на створення позитивного іміджу можновладця та його оточення. Тому з часом виявляється, що минуле стародавньої Руси, Іспанії, Франції не постає адекватно зі сторінок пісень про Ігоря, Сіда, Роланда, лицарів короля Артура й ін. [Сен-Виктор, 1992]. Навіть «Повість временних літ», що має декількох авторів, інформації все одно не збалансовує та залишає більше запитань, аніж відповідей.

Щодо літописів Сходу, то вони взагалі напівміфічні. Найповніша (чудом збережена) бібліотека Ашшурбаніпала і її ключова знахідка – поема про Гільгамеша [Епос про Гільгамеша, 2022] (що певною мірою проєктує Біблію) не дають більш-менш точних даних про витоки цивілізації. Накладаючись на окремі ментальності, історія поетизується, метафоризується й стає «збіркою» мандрівних мотивів із романтичними темами подвигів та кохання, як-от у найбільш популярній на східних

теренах історії Меджнуна й Лейли [Гяджеві, 2022]. У сховищах колонізаторів (котрі переважно західні) культурна думка підневільних народів узагалі перетворюється на анекдотичний додаток «переплутаних історій» (за Едвардом Саїдом [Саїд, 2007]).

Зі східних терен найменш дослідженими вважаються афганські. І хоча в сховищах збереглися й дійшли до нас деякі рукописні пам'ятки, проаналізовані Собіром Мерзоєвим [Мерзоев, 1994], зокрема історичні пісні «чарбайти», полемічна література, навіть історія (в інтепретації Ахунда Дарвези). Усі ці витвори людської думки й оригінальної творчості надзвичайно заідеологізовані, політично та релігійно. Те саме стосується й найдавнішої преси, яку частково дослідив Езатуллах Хусейні [Хусейни, 2012], особливо тієї, що пов'язана з режимом Талібану, точніше – із його приходом, після якого зникали чи «переселялися» в інші країни всі мас-медіа. Навіть «врятована» журналістика в діаспорах виявилась оманою, адже започатковували й творили її втікачі – політики-опозиціонери, котрі ставили за мету оприлюднити політичні програми й стратегії партій, а не збалансувати інформацію та показати світові реальний Афганістан. Як вислід, в усі часи після винайдення друкарства доречніше було покликатися на дані світових інформаційних агенцій та акредитованих в Афганістані журналістів, котрі й ставали «арбітрами» в інформаційних мілітарних «іграх». Із метою відтворення останніх подій, пов'язаних із приходом до влади в Афганістані угрупування «Талібан», так учинимо й ми.

Аби скласти уявлення про якість висвітлення збройного конфлікту, який уможливив прихід до влади угрупування «Талібан», ми провели аналіз наслідків роботи журналістів у світових мас-медіа. Для зручності будемо розгортати історію як нарис, указуючи в дужках ЗМІ, повідомленням якого скористалося найбільше засобів масової інформації, поширюючи матеріал із маркуванням першоджерела. Так ми наче хронологічно відновимо події, точність яких, чесно кажучи, могли б підтвердити лише незалежні афганські медійники, котрі якраз і стали найпершими жертвами нового режиму. Тому покладатимемося на авторитет першоджерел, підтверджений користувачами якісного контенту.

У травні 2021 р. США й НАТО почали офіційне виведення військ з Афганістану, а Кабул посилив безпеку в очікуванні «відповіді» Талібану. Вона не забарилося: уже в червні представники радикального ісламського руху заявили, що взяли під контроль 85 % території краї-

ни. Однак внутрішні офіційні джерела через соціальні мережі спростували інформацію. 23 липня, аби допомогти опозиційним силам, за повідомленням адміністрації американського президента, відбулася серія авіаударів по військових позиціях Талібану, ініційована США. Починаючи з 6 серпня, таліби послідовно захоплювали адміністративні центри: спершу місто Зарандж (на кордоні між Афганістаном та Іраном), далі – Сарі Пул і Саманган, 11 серпня – Файзабад, Герат та Кандагар, потім – стратегічний пункт Газні на південному сході країни. 14 серпня (коли бої тривали вже понад тиждень) узяли під контроль Гільменд Лашкаргах і Пула-Алам – адміністративний центр провінції Логар. Того самого дня екстремісти захопили північно-західний населений пункт Балх-Мазарі-Шаріф, четверте за обсягами й значенням місто Афганістану. 15 серпня окупували п'яте за величиною місто Джалалабад і поселення Торкхам (без бою). Тим часом Reuters повідомляло, що таліби наказують своїм повстанцям утримати від насильств у столиці, а також закликають забезпечити прохід тим, хто вирішив залишити країну (за даними AR, це можна було зробити лишень з аеропорту Кабула). Al Arabia повідомила, що між південними й північними околицями сталися сутички, очолювані опозиційними силами, а біля банківських установ гуртуються охочі зняти заощадження. В.о. міністра внутрішніх справ Абдулла Саттар Мірзаквал у власному відеозверненні заявив, що передача влади терористам Талібану відбудеться мирним шляхом, а урядові збройні сили слідкуватимуть за безпекою (офіційну інформацію підтвердив місцевий медіаконгломерат «Tolo News»). Регіональні й іноземні ЗМІ (Україна, Росія, США та ін.) констатували, що таліби захопили всі афганські прикордонні переходи, а також аеропорт Баграм і в'язницю на околиці Кабула (звільнивши понад 5000 злочинців). Al Arabiya повідомила про початок перемовин стосовно мирної передачі влади між внутрішніми опозиційними силами в президентському палаці. Джерела Al Arabiya також оголосили, що лідер Афганістану Ашраф Гані йде у відставку. Розпочалася масова евакуація співробітників посольств. Тоді ж Рада національного примирення Афганістану заявила, що президент Ашраф Гані залишив країну. Офіційний сайт посольства США повідомив про пожежу та обстріл в аеропорту Кабула. Паралельно Reuters, із посиланням на представника НАТО, надало інформацію, що всі комерційні рейси зі столичного аеропорту припинено, однак, як виняток, дозволено обслуговувати військову авіацію.

Таліби оголосити створення Ісламського емірату Афганістан із президентським палацом у Кабулі (Associated Press). А прем'єр-міністр Великобританії Борис Джонсон закликав міжнародне співтовариство не визнавати новоявлений уряд. Він заявив про необхідність вироблення спільної позиції щодо зміни влади (Sky News). Тоді ж Al-Jazeera повідомила: біля окупованого президентського палацу та посольства США в Кабулі прогриміли вибухи. «Евакуйований» президент Ашраф Гані постскиптум пояснив електорату через соцмережу Facebook, що відбувається й чому він вирішив залишити державу.

Тим часом Міністерство закордонних справ України оприлюднило наказ про евакуацію українських громадян із Кабула, що запланована на 16 серпня, і порадило переселенцям у разі чого звертатися до Посольства України в Таджикистані. «У правічному хаосі», незважаючи на відсутність транспорту, тисячі афганців прагнули виїхати. За даними ВВС, американські військові здійснили попереджувальні постріли в аеропорту: аби перешкодити намірам тисячі потенційних емігрантів штурмувати злітно-посадкову смугу. У неділю, 15 серпня, навіть комерційні вильоти раптово скасовано. У соцмережах ширилися знімки закривавлених трупів, що випали з переповнених літаків. 17 серпня міністр закордонних справ ЄС Жозеф Боррель ініціював проведення позачергової зустрічі міністрів закордонних справ ЄС, а очільник МЗС України Дмитро Кулеба вкотре закликав співвітчизників, які мешкали в Афганістані, повідомляти про місцезнаходження в посольства Таджикистану й Пакистану.

Міжнародний комітет Червоного Хреста заявив, що не планує скорочувати свою присутність на «землі об'єднаних племен» після останніх подій. До коментарів аудіавізуально приєдналася канцлер Німеччини Ангела Меркель. На її думку, розвиток ситуації в Афганістані жахливий для автентичної нації, а міжнародна військова місія, стала «справжнім розчаруванням». Рада Безпеки ООН закликала до негайного припинення бойових дій і насильства. Радикальний ісламістський рух натомість оголосив загальну амністію для місцевих посадовців і запросив їх повернутися до роботи (AFP). На той час, за інформацією ВВС, у Кабулі залишалося всього три посольства – Росії, Китаю та Пакистану (Індонезія зберегла невелике дипломатичне представництво). Facebook почав блокувати контент, пов'язаний з екстремістським рухом «Талібан» (бо ледве не весь світ назвав його терористичною організацією). Марк Цукерберг створив для цього

спеціальну групу експертів, які моніторили й закривали підозрілі пости. Туреччина розпочала будівництво стіни вздовж кордону з Іраном, щоб запобігти новому напливу біженців (AFP). Для цього звели 5-кілометрову ділянку, але в планах – 295-кілометрова.

«Чинний» віцепрезидент Афганістану Амрулла Салех у відеозверненні оголосив себе в.о. президента й закликав народ чинити опір терористам Талібану. А тим часом міністр закордонних справ ЄС Жозеф Боррель вів переговори з радикальним ісламістським рухом, хоч на прес-конференції після зустрічі міністрів закордонних справ ЄС оголосив, що ці переговори не означатимуть, що ЄС визнає новий уряд. Він також акцентував, що надання міжнародної гуманітарної допомоги Афганістану в будь-якому випадку варто продовжувати й навіть збільшити, однак звузитися до меж підтримки прав людини. Понад 2200 дипломатів та цивільних осіб на той час уже евакуювалися військовими рейсами (Reuters). За даними The Washington Post, із посиланням на офіційні джерела, 16 серпня адміністрація Джо Байдена заморозила резерви уряду Афганістану на банківських рахунках США: угрупування «Талібан» не могло отримати доступ до мільярдів доларів. Однак, згідно з національним опитуванням, оцінка президента США все одно знизилася до 46 % після того, як американські війська залишили Афганістан і до влади прийшли екстремісти.

На відміну від інших країн, Уганда оголосила, що, на прохання уряду США, тимчасово впустить 2000 афганських біженців (CNN). Велика Британія також запланувала прийняти близько 20 000 за п’ять років (згідно з новим планом переселення). Під час телефонної розмови президент США й прем’єр-міністр Великої Британії домовилися про віртуальну зустріч лідерів G7 наступного тижня для обговорення спільної стратегії щодо розвитку подій. У цей час, як повідомила Al Jazeera, у провінції Нангархар міста Джалалабад таліби обстріляли демонстрантів під час мирного мітингу на підтримку національного прапора – щонайменше двоє людей загинули, 12 отримали поранення. Один із командирів бойовиків Талібану Анас Хаккані зустрівся з колишнім президентом Афганістану Хамідом Карзаєм (BBC). 18 серпня військово-транспортний літак Іл-76МД 25-ї бригади транспортної авіації Повітряних сил ЗСУ вилетів із військового сектору аеропорту «Бориспіль» до Кабула із завданням евакуації громадян України й іноземців. Президент Ашраф Гані, який свого часу виїхав з Афганістану, на той час уже перебував в Об’єднаних Арабських Еміратах,

але, незважаючи на втечу, не оголошував про відставку. Президент США заявив в інтерв'ю ABC News, що американські військові залишаться в Афганістані після 31 серпня, якщо Вашингтон не встигне евакуювати всіх своїх громадян (тоді в Афганістані їх проживало від 10 000 до 15 000). Байден додав, що від 50 000 до 65 000 афганців та їхніх сімей також прагнуть бути негайно евакуйованими. Натомість президент Туреччини Реджеп Таїп Ердоган заявив через Hurriyet, що Анкара готова співпрацювати з екстремістами, які захопили владу в Афганістані, а Міжнародний валютний фонд припинив доступ до коштів МВФ у захопленій країні (Reuters) – заборона охопила близько 440 мільйонів доларів валютних резервів. Канцлер Німеччини Ангела Меркель і президент США Джозеф Байден під час телефонної розмови обговорили майбутню співпрацю між Бундесвером й американськими військовими та домовилися про «тісну співпрацю» (DW).

Тоді ж режим Талібану відсвяткував створення Ісламського емірату Афганістан, приурочивши це до 102-ї річниці незалежності від Британської імперії. За словами речника Талібану Забіхули Муджахіда (Twitter), Ісламський емірат планує налагодити хороші дипломатичні й торговельні відносини з усіма країнами світу. Однак «паралельно», згідно зі звітом Норвезького центру глобального аналізу (RHIPTO), таліби почали вносити в чорний список людей, які займали ключові посади в колишньому уряді або співпрацювали зі Сполученими Штатами та іншими членами НАТО. Генеральний директор ЮНЕСКО Одрі Азуль закликав зберегти хоч культурну спадщину Афганістану й захистити її від чергового знищення та пограбувань.

Соціальна мережа Facebook тимчасово приховала списки друзів користувачів з Афганістану, щоб захиститися від критики й переслідувань із боку Талібану. Про це повідомив глава департаменту політики безпеки Facebook Натаніель Глейхер. Верховний комісар ООН із прав людини Мішель Бачелет заявила, що отримала докази злочинів талібів, уключаючи страти цивільних. Окрім масових убивств, ООН акцентувала критичні обмеження для жінок. Австралія, США та Великобританія попередили своїх громадян про високий ризик терористичного нападу. Радили всім негайно залишити зону аеропорту та чекати подальших інструкцій у безпечному місці (щонайменше 13 людей справді загинули тоді в результаті двох вибухів). Речник Пентагону заявив, що теракт в аеропорту забрав життя багатьох мирних громадян США й став результатом «масштабного нападу»).

Щонайменше 60 людей отримали поранення після повторних терактів у Кабулі. У своєму зверненні до нації президент США пообіцяв, що, незважаючи на терористичні акти, він завершить евакуацію громадян США та помститься за смерть 13 американських солдатів. За словами Байдена, відповідальність за напад понесуть прихильники угруповання «Ісламська держава» (хоча тоді ще не було жодних доказів такої «співпраці» з талібами). Майже всі світові бренди повідомили, що після наступної серії вибухів в аеропорту загинуло понад 100 людей, серед яких – 90 афганців і щонайменше 13 американських військових. Ще 18 солдатів отримали поранення. Згодом кількість загиблих досягла 110 осіб (Al Jaszeera).

Комітет з оборони британського парламенту оголосив про намір розслідувати причетність королівства до війни в Афганістані за останні 20 років (SkyNews). Заплановано ретельно дослідити розвиток британської військової місії, уключаючи й те, що королівство було «змушене вчасно вийти» з війни, «продиктованої» Вашингтоном. Натомість речник Міністерства охорони здоров'я Афганістану повідомив, що кількість загиблих від останнього теракту вже зросла вдвічі – до 170 (і це переважно цивільні). Пізніше чисельність збільшилася до 200. Сполучені Штати евакуювали понад 35 дітей-сиріт, – повідомило ABC News із покликанням на представника Міністерства охорони здоров'я та соціальних служб США (HHS). У відповідь на теракти Сполучені Штати завдали ракетного удару по об'єкту ІДІЛ в афганській провінції Нангахар, знищили одного з бойовиків, котрий планував атаку на аеропорт Кабула, – повідомило Reuters із посиланням на Центральне командування США. У результаті авіаудару БПЛА, який намагався знищити терориста-смертника, загинуло дев'ять членів однієї сім'ї, серед яких – шестеро дітей (CNN). Речник Талібану Сухаїл Шахін повідомив Franceinter, що екстремісти відхилили пропозицію створити «зону безпеки» для продовження гуманітарних операцій (напередодні Франція та Велика Британія на спеціальній сесії Ради Безпеки ООН виступили з ініціативою представити проєкт резолюції про створення «зони безпеки» в Кабулі). США та їхні союзники пообіцяли завершити тотальну евакуацію до вівторка, 31 серпня. За даними офіційних сайтів політиків, за цей час із Кабула було депортовано понад 114 000 людей. Пентагон підтвердив: усі американські війська залишили Афганістан. А начальник Центрального командування США Кеннет Маккензі заявив: «Майже 20-річна місія, яка розпочалася в Афганістані невдовзі

після 11 вересня 2001 року, закінчилася» (CNN). Тим часом Організація Об'єднаних Націй і Рада Безпеки прийняли резолюцію щодо Талібану. Вони вимагали від екстремістів дозволити охочим афганцям безперешкодно виїхати з країни (за документ проголосували 13 членів Ради Безпеки, Росія й Китай утрималися). Президент Байден звернувся до нації з промовою про закінчення 20-річної війни в Афганістані. Він ще раз пояснив, чому вирішили увести війська, але уточнив, що терористи «не закінчилися» (тоді в Афганістані, за його словами, усе ще перебувало близько 200 американців, багато з них мали подвійне громадянство).

Посол Індії в Катарі Діпак Міттал провів розмову з високопоставленим чиновником Талібану, що стало першим офіційним дипломатичним контактом із моменту зміни влади (Reuters). У Бграті, до речі, уже давно переймалася зв'язками Талібану з Пакистаном. У МЗС Республіки Індії заявили, що учасники перемовин обговорили безпеку своїх громадян, які лишилися в Афганістані. Однак світова громадськість обурилася вже самим фактом переговорів. Хоча й міністр закордонних справ Німеччини Гайко Мас зауважував, що в ситуації з Афганістаном не всі зацікавлені сторони повинні утримуватися від прямих контактів, тим паче, що Генеральний секретар ООН прогнозував імовірну «гуманітарну катастрофу».

Як повідомляло BBC, таліби тим часом продовжували внутрішні переговори щодо складу уряду, до якого не повинні були увійти ті, хто пропрацював там останні 20 років. Жінок планували допустити, але не на міністерські посади. За даними Hindustan Times, боротьбу за вплив у новому уряді очолили лідер союзної талібам організації Хаккані й мулла Мухаммад Якуб, син засновника Талібану мулли Омара. Талібан на той час (за домовленістю) контролював Кандагар, а Хаккані – Кабул.

Південна Африка раптом заявила, що не може впустити біженців з Афганістану (хоча багато інших африканських країн, зокрема Руанда та Уганда, уже прийняли на той час чимало втікачів й очікували легалізації переселення). Міністр закордонних справ Катару шейх Мохаммедбін Абдулрахман аль-Тані заявив, що його уряд веде переговори з талібами й працює з Туреччиною щодо технічної підтримки для продовження операцій в аеропорту Кабула. Управління гуманітарної авіації ООН (UNHAS) відновило польоти до Афганістану в рамках Всесвітньої продовольчої програми. Про це повідомив речник генсека

ООН Стефан Дюжаррік. Тим більше, що моджахеди акцентували, наче вони дуже зацікавлені в торговій ініціативі Китаю й запрезентували глобальний інфраструктурний та гірничодобувний проєкт «Один пояс, один шлях», спрямований на зміцнення економічних і політичних контактів із десятками країн. За словами представника «Талібану», комуністичний режим міг би модернізувати мідні копальні, зробивши Китай «квитком на ринки усього світу» для Афганістану. Уряд Німеччини теж виявив намір відновити платежі на розвиток збіднілої до критичної межі країни, якщо ісламістський рух Талібан виконає низку умов: сформує уряд, який складатиметься не тільки з Талібану, поважатиме права людини, зокрема жінок, і припинить розвиток та поширення тероризму. Також акцентувалася необхідність діалогу з інших питань, зокрема сприяння евакуації (Deutsche Welle).

Однак внутрішня політична система Афганістану все ще формувалася. Як повідомило Reuters із посиланням на анонімні джерела, засновник Талібану та політичний лідер мулла Абдул Гані Барадар міг очолити новий уряд, але він належав до фракції поміркованих активістів – і це не всім подобалося. Тим часом таліби заявили, що захопили останню провінцію Афганістану (Panzer). Натомість члени Національного опозиційного фронту вкотре інформацію спростували: мовляв, напад талібів на Панджшир відкладено, оскільки підірвана дорога. Як вислід, бойовики не можуть дістатися до резиденції губернатора провінції.

8 вересня міністри закордонних справ G7 провели саміт. Запросили й Росію та Китай. Про це заявив міністр закордонних справ Японії Тошіміцу Мотегі (NHK). А папа Римський Франциск під час традиційної недільної проповіді на площі Святого Петра у Ватикані закликав країни світу прийняти біженців з Афганістану (Vatican News). Радикали тим часом розпочали активне впровадження «законів шаріату»: поділили навчання в навчальних закладах усіх рівнів освіти за статтю (заняття для дівчат мали закінчуватися на 5 хвилин раніше), заборонили жінкам з’являтися на публіці з відкритим обличчям і тілом... На півночі Афганістану все ще тривали запеклі бої (CNN). Провінція Панджшир – стратегічно важливий гірський район, багатий на цінні мінеральні ресурси, станом на 5 вересня залишався єдиною з 34 афганських провінцій, яких Талібан усе ще не контролював.

Із мас-медіа видно, що на той час радикальний рух найбільше розраховував на дипломатичне визнання та фінансову підтримку Ні-

меччини. Про це повідомив газеті Weltam Sonntag речник моджахедів Забіулла. Сподівалися також на співпрацю з ФРН у сфері охорони здоров'я, сільського господарства та освіти. І хоча таліби (дуже «невчасно») вбили представника Національного повстанського фронту, журналіста Фахіма Дашто, канцлер Німеччини Ангела Меркель виступила за початок переговорів, бо вважала, що діалог потрібен хоча б для продовження евакуації (DW). Паралельно речники Талібану Сухаїл Шахін разом із муллою Абдула Гані Барадаром вийшли на контакт із Генеральним секретарем ООН із гуманітарних питань Мартіном Гріффітсом і заручилися перспективами гуманітарної допомоги (Reuters).

У цей час представники Талібану оголосили про перемогу й контроль над провінцією Панджшир (BBC), виклавши в соцмережі відео, на якому підняли прапор перед резиденцією губернатора провінції, і запросили представників багатьох країн відвідати церемонію з нагоди інавгурації нового уряду (ТАСС). Незважаючи на це, як повідомляло BBC, у Кабулі пройшла серія протестів і таліби робили попереджувальні постріли, щоб розігнати демонстрантів, які 7 вересня вийшли на вулиці та вимагали хоч якихось мінімальних прав для жінок. Управління ООН із координації гуманітарних питань стверджувало, що в Афганістані закінчуються продукти харчування й інші предмети першої необхідності – країна «вийшла» на межу голодної смерті (Reuters). В організації відзначили необхідність зібрати 600 млн доларів для транспортування допомоги.

Таліби оголосили про формування тимчасового уряду на чолі з одним із його засновників муллою Мохаммадом Хасаном Ахундовим, а на його місце мав потрапити мул Барадар Забіулла Муджахід. Про це журналістам повідомив прессекретар Ісламського Емірату. Мула Якуб був призначений виконувачем обов'язків міністра оборони, а Мула Абдул Салам Ханафі – другим заступником. Посаду нового в. о. міністра внутрішніх справ запропонували Сараджудіну Хаккані, який досі очолював групу бойовиків, відому як Мережа Хаккані (BBC).

Міністр закордонних справ Китаю Ван І констатував, що його країна надасть Афганістану близько 30 мільйонів доларів (200 млн юанів) як екстрену допомогу, що включає постачання ліків, вакцини від COVID-19 та продуктів харчування. Він додав: після врегулювання ситуації й виконання низки умов Пекін готовий допомогти Афганістану розвивати проєкти, які покращують життя громадян, і зробить

усе можливе для мирної відбудови та економічного зростання країни. Підкреслювалося також: Міністерство закордонних справ Китаю готове співпрацювати й із низки інших питань, уключаючи боротьбу з тероризмом та наркотрафіком. Однак Ахмадулла Васік, речник Комісії з культури Талібану, здійснив «контрудар», оголосивши, що тепер жінки в Афганістані не зможуть займатися спортом (The Guardian). Тоді ж екпрезидента Афганістану Ашрафа Гані звинуватили в розкраданні. А той спростував звинувачення й принагідно вкотре попросив вибачення за втечу.

За даними Міністерства закордонних справ України, на той час в Афганістані ще перебували 159 наших громадян, які потребували евакуації. Про це на брифінгу повідомив міністр закордонних справ Дмитро Кулеба. І ось уперше після виведення американських військ із країни режим Талібану дозволив евакуацію іноземців. АР повідомило, що десятки репатріантів уже прилетіли з Кабула до Дохи міжнародним комерційним рейсом Qatar Airways. Представники радикального ісламістського руху підняли прапор над президентським палацом у столиці. Це «випадково» сталося саме в день, коли США та світ ушановували жертв терактів 11 вересня. Чорно-білий стяг підняв прем'єр-міністр Талібану Мохаммад Хасан Ахунд на честь офіційного початку роботи тимчасового уряду, що складався з 33 членів. Цей уряд на той час категорично відмовилася визнати Франція, оскільки члени руху, на думку французьких дипломатів, не дотримали своїх обіцянок. Про це заявив міністр закордонних справ Франції Жан-Ів Ле Дріан. Розпочалися також розмови про подібність конфліктів в Афганістані та Україні. Однак Президент нашої держави Володимир Зеленський пояснював, що Україну в жодному разі не варто порівнювати з Афганістаном, ураховуючи те, що вона воює з Росією понад сім років й українці вимушені самостійно зупиняти підступні атаки ворога (про повномасштабне вторгнення тоді ще не йшлося).

У контексті подій міністра закордонних справ Великобританії Домініка Рааба перевели на посаду міністра юстиції та віцепрем'єр-міністра через те, що він пішов у відпустку під час афганської війни. Міжнародний валютний фонд призупинив співпрацю з Афганістаном – до нормалізації ситуації. МВФ апелював до гуманітарної кризи, яка сталася після приходу до влади ісламістів. Міністр закордонних справ Нідерландів Сігрід Керг оголосила про свою відставку, оскільки напередодні Палата представників проголосувала за недовіру уряду в

організації евакуації з Афганістану (DW). Європарламент не визнав нового уряду Талібану. Мовляв, під час першого правління цього угрупування міністерство моралі контролювало суспільство, уводячи суворі релігійні табу. І зараз, за дослідженнями ЄС, нічого не змінилося. Усе тільки погіршується, зокрема вже понад 100 афганських журналістів звернулися до міжнародних спільнот, аби захистити свободу преси в країні. А таліби, незважаючи ні на що, продовжували впровадження нововведень і пішли на крайнощі: наказали негайно звільнити від посад та професій усіх жінок. Виняток становили хіба ті, яких не можуть замінити особи протилежної статі – модельєри, прибиральниці, чорнороби...

Отже, за фіксаціями світових ЗМІ можна детально відтворити процес зміни влади в Афганістані 2021 р. та криваве повернення угрупування «Талібан». Однак уже видно, що можливі й спекуляції та викривлення, головно в повідомленнях Reuters, Hurriyet, Weltam Sonntag, DW, AFP, RHIPTO, CNN, Al Jaszeera про «підступні» переговорні ініціативи Індії, Катару, Туреччини, Німеччини, санкції соціальної мережі Facebook (уведені супроти відтворення сцен насилля), унесення в чорний список людей, які обіймали ключові посади в колишньому уряді Афганістану; заява Пакистану про змову адміністрації США й угрупування «Талібан» тощо. Однак пальму першості в плані перекривлень та акцентувань, безумовно, отримає інформаційна вибухівка CNN про авіаудар американського БПЛА, від якого загинуло шестеро афганських дітей (таліби подаватимуть це як страшний злочин, американці та європейці – як жахливу технічну помилку). У результаті в майбутньому ми отримаємо щонайменше дві історії Афганістану межі 2021–2022 рр. (якщо взагалі не станеться «випадкового» збою й утрати електронних даних). Але навіть у найгіршому випадку інформація передаватиметься з уст в уста: стане легендою, потім – міфом, і на завершення – мандрівними сюжетами, наприклад, індійсько-пакистанського, британського, радянського та американського циклів... Однак уже з певністю можна сказати, що афганські історія й сучасність усе ще чекають своїх незаангажованих дослідників, котрим, сподіваємося, стане в нагоді ось цей наш невеликий медіаексперимент.

Слід зауважити, що в контексті повномасштабного вторгнення Росії в нашу державу 24 лютого 2022 р. часто порівнюють війни в Україні та Афганістані (2021–2022 рр.), які відбувалися наче одна за одною й тривають досі. Однак щоразу після проведення таких анало-

гій український політикум, зокрема Президент України Володимир Зеленський, спростовують ідентифікації: мовляв, ідеться про абсолютно різні політичні системи та агресії, міри задіяності іноземних партнерів, релігійні протистояння тощо. Але спроби порівнянь усе одно не вичерпуються. Саме тому ми вирішили перевірити припущення на науковому рівні, задіюючи світову історію (переважно двох крайніх століть) і відслідковуючи «точки дотику» афганської та української геополітичних ситуацій. Матеріалом дослідження стануть не лише підбірки новин (переважно мультимедійної платформи іномовлення УКРІНФОРМ), а й публіцистичні праці й знакова художня творчість.

За дев'ять днів до початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну ЗМІ активно продукували інформацію про 33 річницю виведення радянських військ з Афганістану. За їхніми даними можна коротко відтворити історію війни, яка, на думку аналітиків, стала поштовхом до розпаду не лише СРСР, а й планетарної системи соціалізму.

Ведучи дослідження медіації афганських трагедій XX–XXI ст., ми не братимемо до уваги подій сивої давнини, бо їх фіксували не історики та журналісти, а релігійні фанати. Однак нагадаємо, що країні майже тисяча років. Споконвіку вона географічно розділяє Захід та Схід, стаючи невільним посередником у розв'язанні багатьох конфліктів та проблем глобального виміру. Через цю територію проходили важливі торговельні шляхи й рухалися численні армії завойовників. Ще в XVII ст. Афганістан був розділений між Іраном й Індією. У XIII ст. ватажки корінних племен нарешті відвоювали свої території («прихопивши принагідно» частину Індії й Узбекистану). На початку XIX ст. держава розпалася на чотири князівства: Кабул, Кандагар, Герат і Пешавар та після завоювання узбецьких ханств Маймене й Андхой, очільник Кабула нарешті об'єднав усі території в одну державу. Цим завершилося формування мапи сучасного Афганістану [Рубель, 2002: 409–454]. Тоді ж Британія завоювала Індію й «позарилася» на Середню Азію. Звісно, окремою ціллю став Афганістан. І хоча Англії вдалося захопити лиш Кандагар та Джелалабад, із дозволу емірату поневоленої держави вона отримала контроль над зовнішньою політикою й дипломатією. Пізніше колоніальний вплив Англія добровільно розділила з Росією, аби разом протистояти Німеччині під час Першої світової війни (хоча Афганістан прагнув дотримуватися нейтралітету).

Аж до травня 1919 р. тривали криваві сутички місцевих спільнот з окупантами й, зрештою, завершилися незалежністю, яку визнав увесь світ, уключаючи Англію та Радянський Союз. Однак британські посягання все ще відчувалися й істотно впливали на вибори й зміни політичних режимів у суверенній державі. Під час Другої світової Афганістан знову став на нейтральну позицію, тому, у порівнянні з іншими європейськими державами та їхніми колоніями, не зазнав руйнувань. У 1946 р. був прийнятий в ООН.

Тоді в країні було мало проявів демократії на кшталт опозиційних політичних партій чи впливових профспілок, хоча до середини XX ст. вже видавалося близько п'ятдесяти періодичних видань. Особливою популярністю користувалися газети «Аніс» та «Іслах» [Хусейни, 2012]. Однак політична культура формувалася невпинно й у 1963 р. встановилася конституційна монархія, а 17 липня 1973 р. – республіканський режим. Країна отримала назву Республіка Афганістан. Пізніше, за логікою того часу, на кін історії вийшла афганська народно-демократична партія з ідеологією наукового соціалізму й після «квітневої революції» 1978 р. проголосила Демократичну Республіку Афганістан та власний принципалітет у політичній сфері. Зрозуміло, що соціалізм, навіть науковий, – то передусім атеїзм. І ясно, що традиції ісламістів далекі від таких радикальних змін.

Серед комуністів відразу (як, до речі, і свого часу в СРСР) розпочалися внутрішні конфлікти, у результаті яких міністр оборони Хафізулла Амін звільнив із посади Генерального секретаря ЦК НДП Нур Мохаммада Таракі (і стратив його – разом із командою його вірнопідданих) [Пивоваров, 2022]. У контексті партійних «розбірок» розпочала збройне повстання ісламістська опозиція. І народно-демократична партія звернулася за допомогою до держави – носія найбільш розвиненої форми соціалізму. Так, у грудні 1979 р. радянські підрозділи увійшли на територію Афганістану. Оскільки УРСР була частиною Радянського Союзу, левова частка військового складу виявилася українцями (вочевидь не випадково). Так, уперше в історії перетнулось історичне минуле двох народів – українського та афганського, – які волею долі змушені були тривалий час звільнятися від соціалістичного минулого й формувати імунітет супроти кремлівських ідеологій.

Як згадують воїни-афганці [Афганістан 80-х, 2019: 36], Радянський Союз розраховував швидко придушити повстання моджахедів/душманів (учасників джихаду – священної війни з невірними). Однак

сутичка тривала понад дев'ять років (як, до речі, й у нашій теперішній ситуації війни з Росією) і завершилася перемогою ісламської опозиції. СРСР «надав допомогу», але не пішов, як очікувалося, на контакт із Хафізуллою Аміном, а взяв штурмом резиденцію і знищив його як кривавого диктатора й агента ЦРУ, призначивши предводителем режиму значно покладистішого комуніста Бабрака Кармаля (у 1986 його – цілком «логічно» – замінили на очільника афганського відповідника КДБ – Мохаммада Наджибуллу) [Пивоваров, 2022].

Війська СРСР «загрузли» в Афганістані на майже десять літ – із часом «обмежений контингент» зріс до ста тисяч солдатів. Душмани (так їх «охрестили» противники) вели досить успішну боротьбу супроти значно численнішого й краще оснащеного ворога. Особливо ефективними виявилися партизанські бої, засідки й диверсії (після яких повстанці надійно ховались у горах).

Після «моніторингу ситуації» з метою мінімалізації впливу СРСР на Близькому Сході моджахедів почали підтримувати фінансами й зброєю Америка, Іран, Пакистан, Об'єднані Арабські Емірати, Китай та ін. держави. Якісне оснащення дало змогу ефективніше воювати з радянською армією й отримувати непередбачувані перемоги. Зрештою, кремль зрозумів, що ця війна – даремна трата особового складу, часу та ресурсів. Тому наприкінці вісімдесятих (із приходом до влади Михайла Горбачова й початком перебудови) анонсував виведення військ з Афганістану через узбецько-афганський кордон (неподалік від міста Термез).

За неофіційними даними [Пивоваров, 2022], уже тоді загинуло понад тридцяти тисяч радянських солдатів і близько двох мільйонів афганців (ураховуючи цивільних). Деякі полонені, змінивши імена, добровільно залишилися на деокупованій території, бо в СРСР «зрадникам» пощади не було. До речі, після виведення кремлівських підрозділів афганський комуністичний режим упав не відразу – аж напровесні 1992 р. (вочевидь, капітуляцію пришвидшив розпад самого СРСР). Так, із погляду символіки, стався своєрідний «ефект уроборосa»: змій прикусив власного хвоста. Але й після виводу радянських військ історія афганського комуністичного режиму не завершилася – і далі тривали виснажливі громадянські війни, вислідом яких стали еміграції, жахливі злочини – скалічені людські долі.

Десь у цей час (1996–2001 рр.) стався перший прихід до влади ісламістського угрупування «Талібан», що зародилося серед пуштунів

(афганців іранського походження), ідеологічною базою яких став інтегральний напрям ісламу – ашаризм і введення жорстких норм шаріату: заборона телебачення, інтернету, живої музики, образотворчих мистецтв, інтелектуальних ігор (навіть шахів), білої барви (бо то колір талібського прапора), демонстрації сексу і його творчих інтерпретацій. Таліби ставили також окремі гендерні вимоги. Чоловіки не дуже обмежувалися, єдина повинність – носити бороду конкретної довжини А жінки перетворювалися на упосліджену домашню обслугу без права відкривати обличчя й тіло, а також учитися, працювати, зніматися на телебаченні, з'являтися на вулиці без чоловіка й лікуватися в осіб протилежної статі.

Детальніше про радянсько-американські періоди історії Афганістану розповість роман афгано-американського автора Халеда Госсейні «Ловець повітряних зміїв» [Госсейні, 2021], що, за версією The New York Times, два роки поспіль очолював список світових бестселерів. (Доступна також його екранізація «Той, що біжить за вітром» [Той, що біжить, 2007]). В основі твору – історія молодого афганця, на долю якого випали події розквіту Афганістану, радянської окупації, вимушеної еміграції до Американських Штатів, повернення та оберненої репатріації. І хоч в основі сюжету – не так пригоди та події, як внутрішні переживання, саме вони дають найточнішу, ніким не цензуровану інформацію про те, «як це було».

Дещо іншу сторі пропонує сучасний український письменник Василь Слапчук (який став учасником і, зрештою, жертвою війни в Афганістані, перебуваючи в складі «миротворчих» радянських військ) у романі «Книга забуття» [Слапчук Книга, 2013] (який теж став номінантом, потрапивши в список переможців, за версією BBC, у 2013 р.). У рецензії на книгу літературознавиця Віра Агеєва зазначила: «Василь Слапчук доводить, що не можна безкарно забувати й викреслювати шматки життя й історичні епохи. [...] У його романі блискучі, пластичні й виразні, побутові замальовки, реалістична фактографія органічно поєднуються з глибокою інтелектуальною рефлексією, пам'ять пережитого – з пам'яттю читацькою. Книга забуття стає книгою пам'яті» [Агеєва, 2013]. «Кінцева суть, як зазначив в інтерв'ю для BBC автор роману, зводиться до того, що будь-яка війна – це лише зовнішня, груба й спрощена проекція тих метафізичних чи екзистенційних внутрішніх процесів, що пов'язані з абсурдністю буття й виражені духовним хаосом, деструкцією, суперечностями, страхом –

всім тим, що врешті зводиться до драми свободи – її потреби й заперечення водночас» [Слапчук, 2013].

Наступний етап історії Афганістану тісно пов'язаний із розвитком і поширенням планетарного тероризму, американськими впливами й перепетіями подій, початок яких слід датувати 1996 р., коли відбувся перший прихід до влади угрупування «Талібан», що правило країною п'ять років – аж до терористичних актів у (9/11) 11 вересня 2001 р., падіння нью-йоркських веж-близнюків і введення в Афганістан військ НАТО (ми цю проблему вже розглядали в публікаціях «Je ne suis pas Charlie або الله أكبر (ісламський тероризм і мас-медіа)» [Косюк Je ne, 2015] та «Різдвяний «карнавал» у Парижі (трагедія «Шарлі Ебдо» крізь призму двох теорій сміху)» [Косюк Різдвяний, 2015]). Однак є й художнє переосмислення етапу американського контролю Афганістану – роман британського журналіста Фредеріка Форсайта «Афганець» [Форсайт, 2007], що в легкій розважальній формі розповідає про те, як англо-американські спецслужби намагалися зупинити теракт 11 вересня 2001 р., видаючи власного агента за високопосадовця Аль-Каїди. Книга – комерційний проєкт, однак, як і кожен товар, дає широкий об'єм інформації про вкладену в себе реальність, автора та споживачів.

Окремо слід назвати публіцистичні спроби осмислення радянської окупації Афганістану – романи Олексія Дмитренка «АИСТ» та Світлани Алексієвич «Цинкові хлопчики», однак, на нашу думку, вони, як і пісні Олександра Розенбаума, створені наче на замовлення СРСР, тому цінні переважно як утілення мислення «червоної» (за визначенням С. Алексієвич) людини.

Увесь період, який ми називаємо сучасністю, в Афганістані не припиняються війни (спершу громадянські, а тепер і партизанські). Із безладом (на підставі мандату Ради Безпеки ООН) борються Міжнародні сили сприяння безпеці (ISAF). Паралельно виробляються стратегії боротьби зі світовими ісламістськими терористичними організаціями (філіями Аль-Каїди й Ісламської Держави Іраку та Леванту (ІДІЛ)) і знищення їхніх очільників. Упродовж історичного розвитку разом з «припливами-відпливами» афганських режимів – змінювалися стандарти регулювання збройних і дипломатичних конфліктів (особливо на рівні ЗМІ).

У СРСР діяльність нецивільних журналістів (інших у зони бойових дій просто не пускали) регламентували три положення закону «Про роботу військових кореспондентів» (документ був надзвичайно

тенденційний). Додатково до власкорів «акредитувалися» ще видання, які мали право відправляти своїх військових кореспондентів на фронт: «Правда», «Известия», «Красная звезда», «Червоний флот», «Сокіл Сталіна», «Комсомольская правда». Ключовою вимогою до військового медійника були його ідеологічна стійкість, професійний досвід і загальне знання військової справи (строкова служба).

Зі здобуттям незалежності мас-медійна діяльність в Україні керується нормами міжнародного права, згідно з якими акредитований журналіст, який перебуває в зоні бойових дій, захищається як цивільна особа, а спеціалізований – як солдат. Додатково також ураховуються закони батьківщини медійника й держави, у якій він перебуває. Загалом міжнародне гуманітарне право, як ми вже знаємо, набуває чинності у двох юридичних пакетах: женевському (цивільний захист) та гаазькому (рівень військового трибуналу). Однак знання міжнародних і внутрідержавних стандартів, акредитація й прескарта не гарантують, що журналіст отримає адекватну інформацію з «тіньового боку», бо солдати теж можуть дещо дозволити, а щось заборонити, залежно від того, наскільки, так би мовити, медійна та публічна ситуація в зоні бойових дій.

Оскільки після радянської «місії» в проамериканський період боротьби з тероризмом українські мас-медіа не дуже «світили» Афганістан, окрім як у повідомленнях про терористичні акти та вбивства, побачимо, що ж змінилося після приходу до влади Талібану. Із цією метою спробуємо хронологічно зафіксувати все, що подавала мультимедійна платформа іномовлення УКРІНФОРМ протягом року, починаючи з вересня 2021. Так ми не лише відновимо канву подій, а й закцентуємо афганську тематику, яка виявилася важливою саме для України [Афганістан УКРІНФОРМ, 2022].

Отже, 13 вересня таліби дозволили жінкам навчатися в університеті за умови дотримання традиційного національного дрес-коду; Чехія категорично відмовилася визнавати нову владу в Афганістані; таліби стратили 20 цивільних осіб у долині Панджшир; під час виступу в Комітеті в міжнародних справах Палати представників США держсекретар Ентоні Блінкен повідомив, що виведення збройних сил США з Афганістану до 31 серпня обумовлене непорушними домовленостями попередньої адміністрації (однак, аби поправити ситуацію, США нададуть Афганістану додаткові 64 мільйони допомоги). 14 ве-

ресня Генсек ООН закликав світ підтримати афганців у важких випробуваннях; у Кабулі приземлився перший рейс авіаліній Пакистану; Глава Держдепартаменту США Ентоні Блінкен заявив, що наразі Аль-Каїда не здатна здійснювати теракти за кордоном; після приходу до влади Талібану припинили роботу 153 мас-медіа. 15 вересня адміністрація США повідомила, що й надалі лишатиметься посередником між афганцями й світом; керівництво Ісламського Емірату заперечило зв'язок смерті мулли Абдули Гані Барадара із внутрішніми розбірками та констатувало вбивство. 17 вересня двоє міністрів Королівства Нідерланди пішли у відставку через «провал евакуації» в Афганістані; 18 вересня США визнали, що 29 серпня, загинуло 10 невинних людей (серед яких – сім дітей) через влучення американських ракет у житловий район Кабула, а Рада Безпеки ООН закликала залучати афганських жінок до суспільного життя, таліби ж «у відповідь» замінили міністерство у справах жінок на відомство з моралі. 19 вересня на початку дня таліби заборонили жінкам ходити на роботу й дівчатам – у школу, а румунські прикордонники виявили нелегального мігранта з Афганістану в пункті пропуску «Порубне» під причепом вантажівки; уночі ж у місті Джелалабад сталася серія вибухів: дві людини загинуло, 20 поранено. 20 вересня ІДІЛ узяла на себе відповідальність за ці вибухи. 21 вересня Киргизстан погодився прийняти евакуйовані з Афганістану установи Організації Об'єднаних націй. 22 вересня таліби попросили дозволу виступити на Генасамблеї ООН. 23 вересня до Києва прибув літак з евакуйованими українцями. 24 вересня (рівно за пів року до повномасштабного вторгнення Росії в Україну) президент США Байден, підсумовуючи афганські події, визначився з тріадою ключових стратегій на майбутнє: «Китай, глобальний вплив і Україна»; цього ж дня Талібан вирішив повернути смертну кару, а штати дозволили окремі фінансові операції новому уряду «землі об'єднаних племен». 25 вересня очільники Пакистану сенсаційно заявили в ООН, що вони разом з американськими партнерами свого часу тренували афганських моджахедів, уключаючи бойовиків «Аль-Каїди»; а таліби повісили на майдані в місті Герат чотирьох чоловіків. 26 вересня Ісламський Емірат закликав світові авіакомпанії відновити рейси до Афганістану. 27 вересня Талібан звинуватив Таджикистан у втручанні у свої внутрішні справи, а муніципалітет провінції Гільменд заборонив перукарям стригти бороди. 28 вересня представник Афганістану

відмовився виступати на Генасамблеї ООН; Ісламський емірат заборонив своїм військовим селфі й стильний одяг; афганський уряд вирішив відновити конституцію часів останнього короля Мухаммеда Захір-шаха. 29 вересня «велика двадцятка» запланувала саміт щодо Афганістану; центральна преса США поширила промоційну інформацію про рятувальну українську місію в Кабулі; Міжнародна правозахисна організація Amnesty International попросила Польщу прийняти афганських біженців із території Білорусі.

У жовтні стає трохи менше новин, судячи з реакцій світових ЗМІ, і подій – теж. 4 жовтня невідомі розстріляли машину із журналістом (крім медійника загинуло ще дві особи), а таліби оголосили, що знищили терористів ІДІЛ, які нещодавно вчинили теракт у Кабулі. 5 жовтня нова афганська влада публічно стратила 13 етнічних хазарейців. 7 жовтня таліби заборонили супроводжувати весілля живою музикою, а спецслужби Російської Федерації намагалися завадити евакуації українців із Кабула. 8 жовтня в шиїтській мечеті в провінції Кундуз стався вибух – загинуло 46 людей, 143 поранено. 9 жовтня ІДІЛ узяла відповідальність за цей теракт. 10 жовтня таліби відмовилися співпрацювати зі США в боротьбі проти ІДІЛ, однак наполегливо просили розморозити їхні американські активи. 11 жовтня Греція посилила охорону власного кордону через велику кількість мігрантів з Ісламського Емірату. 12–13 жовтня Президент Туреччини пропонував створити робочу групу щодо Афганістану; Управління верховного комісара ООН у справах біженців (УВКБ) вирішило відправити через територію Узбекистану в Афганістан три літаки з гуманітарною допомогою, а канцлер Німеччини зауважив, що слід чітко спланувати й узгодити цю допомогу. 15 жовтня зруйнували вибухом шиїтську мечеть Кандагара – понад шістдесяти прихожан загинуло, стільки ж отримали поранення. 17 жовтня США повідомили, що заплатить компенсації афганським сім’ям, рідня яких загинула від випадкового падіння американського дрона, а Туреччина й Німеччина об’єднали зусилля в питанні співпраці з Талібаном. 19 жовтня Залмай Халілзад пішов у відставку з посади спеціального представника США в Афганістані, а міжнародні спільноти спрогнозували вплив негативних факторів афганського перевороту на Європу; однак уже 21 жовтня зазначили, що Талібан-2 – за більшістю показників – прийнятніший за Талібан-1 (і ООН створила фонд фінансової допомоги Афганістану). 23 жовтня Червоний Хрест

заявив, що гуманітарні організації все одно не справляються з афганською кризою. 26 жовтня глава МВС України констатував: поширення наркотиків з Афганістану може зачепити й Україну. 31 жовтня лідер Талібану Хібатулла Ахундзаде вперше з'явився на публіці, і США виділили Афганістану 144 мільйони доларів, а Британія – 50 мільйонів фунтів стерлінгів.

2 листопада «Ісламська держава» підірвала військовий шпиталь у Кабулі – 25 загиблих. 3 листопада Талібан заборонив використовувати на території країни іноземну валюту. 4 листопада Пентагон оприлюднив результати розслідування авіаційного удару з американського безпілотника, у результаті якого загинуло 10 людей. 6 листопада знайшли тіло зниклої три тижні тому Фрозан Сафі – афганської інтелектуалки та захисниці прав жінок. 7 листопада 25 бойовиків ІДІЛ здалися поліції, а Німеччина повернула свого посла до столиці Афганістану. 8 листопада Талібан призначив губернаторів та очільників поліції. 12 листопада США, Росія й Китай обговорили в Ісламабаді майбутнє Афганістану, а Всесвітня організація охорони здоров'я оголосила, що до завершення року мільйон афганських дітей перебуватиме на межі голодної смерті; того ж дня в мечеті провінції Нангархар укотре пролунав вибух. 13 листопада те саме сталося в Кандагарі, 14-го – у Кабулі (десятки вбитих і поранених). 15 листопада Талібан на параді продемонстрував озброєння й техніку, «відвойовану» в Америки та Росії. І знову стався вибух: детонація спрацювала в автомобілі. 17 листопада вибухи повторилися в інших районах столиці. 21 листопада оприлюднили новий сценарій міграції на польсько-білоруському кордоні, а таліби відновили виплату зарплат держслужбовцям. 22 листопада ООН укотре попередила про колапс фінансової системи Афганістану, а таліби продовжили обмежувати жінок й заборонили їм зніматися в кінематографі, тоді ж США перекрило афганський канал фінансування ІДІЛ (у результаті чого наступного дня сотня терористів добровільно здалася правоохоронним органам). Від 26 до 29 листопада подаються вже відомі новини про італійський прихисток для жінки, яка свого часу необережно потрапила на світлину, та зашорені заяви Талібану з приводу готовності до міжнародної співпраці. Далі інформація відсутня.

А тепер відслідкуємо повідомлення УКРІНФОРМ про афганські події, що сталися вже у 2022 р. Формуємо підбірку за покликанням

«Афганістан» і подаємо, «перегортаючи сторінки» в оберненому напрямку: від вересня до січня 2022 р. Отож 5 вересня підірвали посольство РФ в Афганістані (6 людей загинуло, 10 – поранені), відповідальність на себе взяла ІДІЛ. 2 вересня знову стався вибух (тепер у мечеті міста Герата) – загинуло 18 людей, 30 серпня «Талібан домовляється із Росією щодо постачання бензину», того самого дня й 22 серпня країна потерпала від паводків із людськими жертвами, 18 серпня вибух у мечеті Кабула забрав 10 життів, 16 серпня повінь змила десятки будинків, 12 серпня зафіксовано вибух на півночі країни, про загиблих не повідомили, 30 липня теракт на стадіоні у Кабулі – без жертв, 20 липня стався землетрус, постраждало понад 30 громадян, 7 липня президент США позбавив Афганістан статусу основного союзника поза НАТО, а таліби оголосили, що прагнуть миру з усіма державами світу, 6 липня з території країни випущено 5 ракет на Узбекистан, 28 червня США виділили Афганістану 55 млн доларів на відбудову після землетрусу, 22 червня стався землетрус – загинуло близько тисячі осіб, 19 червня Ісламська держава влаштувала терористичний акт у сикхському столичному храмі, 12 червня підірвано мікроавтобус – загинуло чотири людини, 26 травня ІДІЛ учинила чотири терористичних акти в різних куточках Ісламського Емірату – лікарні наповнилися вбитими та пораненими, 23 травня Міноборони Британії повідомило, що «росія вже зазнала в Україні таких втрат, як СРСР в Афганістані», 22 травня таліби заборонили жінкам відкривати обличчя не лише в кінематографі, а й на телебаченні, 15 травня розвідка США повідомила, що недооцінила Збройні сили України й, навпаки, переоцінила можливості внутрішнього протистояння талібам; 8 травня противники Талібану почали наступ на півночі країни; 8 травня вийшов закон про обов'язкове носіння паранджі; того самого дня почалися паводки; 20 квітня прогриміло два вибухи в Кабулі, однак жодна терористична організація не взяла на себе відповідальності, 17 березня Президент України Зеленський повідомив, що росіянки на війні в Україні втратять більше дітей, аніж в Афганістані та Чечні, узятих разом, 12 лютого таліби звільнили раніше заарештовану активістку Таману Зарябі Паріані; 12 лютого – теракт на заході Афганістану – 14 поранених; того самого дня повідомлено, що після приходу Талібану біженці-афганці Шарбат Гулі, яка здобула популярність завдяки фото на обкладинці журналу National Geographic, надали політичний притулок в Італії.

Отже, із зафіксованого можна резюмувати, що, починаючи із середини минулого століття, Афганістан не випадав із поля зору світової громадськості, симпатії якої (із подачі радянських, американських й українських ЗМІ) були далеко не на боці репрезентантів цієї країни. І хоча з початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 р. ситуація (принаймні з боку України) мала би змінитися, оскільки Ісламський Емірат не підтримав Росію, перелік афганських подій (навіть якщо припустити, що ЗМІ фіксують і подають їх вибірково) не вселяє особливого оптимізму: теракти, політичні репресії та страти, упослідження жінок, безсилість міжнародних миротворчих організацій і – на додаток – природні катаклізми – ось неповний перелік того, що (без перебільшення) твориться в Афганістані. Щодо паралелей з Україною, то їх, на жаль, теж дуже багато: підневільне минуле, радянське вторгнення 1979 р., релігійні протистояння, причетність до розпаду СРСР та його пізніших модифікацій, орієнтація на цінності, опозиційні РФ тощо. Безумовно, ці зони контактності потребують актуальних медіацій і додаткових досліджень.

ПІСЛЯМОВА

Можна сумніватися в усьому: у власній присутності, фіксації реалій, адекватності сприймань, але неможливо ставити під сумнів міркування, бо це не потребує доказів. «Я мислю, значить я існую» (Декарт)... Людина усвідомлює себе не через тіло чи зовнішній світ, а – «крізь» акт мислення й можливість комунікаційного транспортування та обміну продукції мислительних процесів.

Першим репрезентантом «логічної» системи комунікації слід вважати гностицизм. Гностичні погляди, разом з елементами семітської мудрості та грецької релігійної філософії, активно розвивалися й стали мірилами раціоналізму. Їх зовсім не важко відслідкувати у творах Декарта, Спінози, Лейбніца... У найширшому розумінні гностиками вважають усіх, хто розрізняє віру й знання, вірування та вищі релігійні таємниці і, незважаючи на це, уміє уніфікувати «непоєднуване». На противагу Богові ортодоксальних християн, який виявився деміургом недосконалим і несправедливим (інакше – чому у світі стільки зла?), гностики вводять поняття Плероми – сукупності духовних сутностй (еонів), відправлених на землю для активування втраченого Знання (Гнозису). Пізнання гностиків – раціонально-інтуїтивний мікс, покликаний не передати достовірну інформацію, а «осяяти Світлом» на відкриття таємної прихованої Істини, спроможної об’єднати всіх за посередництвом розуму (одкровення-знання). Спасіння та безсмертя отримується як вислід тлумачень прихованого сенсу священних писань.

Основи раціоналістичної масової комунікації первісно фіксуються в гностичному апокрифі Євангелії від Хоми. До того вони, вочевидь, формувалися за посередництвом античного сократівського діалогу й біблійного месійного розсіювання, яке згодом підтримали отці церкви (Августин Блаженний, Хома Аквінат), спірити й фізики (Масмер, Ньютон Дарвін, Конан Дойл та ін.), навіть пропагандисти (Гегель і Маркс). Зрештою (під впливом філософії постмодернізму й теорії Серена К’єркегора), з’ясувалося, що розсіювання є найкращим діалогом (полілогом) і втіленням масової комунікації, бо моно- й діалогічна структури не здатні виробляти нових повідомлень. Саме багатовекторність контактів – підстава для формування інформації та знань.

«У контексті» сакральних книг на кін історії виходить маса – дуже велика: міжрасова й міжнаціональна (пізніше – переважно дистанційна та віртуальна) спільнота індивідів із подібним світоглядом, статусами, цінностями, орієнтаціями, провідними регуляторами поведінки, суспільною свідомістю.

Припущення про існування не однієї, а кількох категорій мас належить фундаторам соціальної психології Густаву Ле Бону та Зигмунду Фройду. Однак саме ми вперше засвідчуємо присутність маси нового типу, яка за більшістю психологічних та світоглядних параметрів відповідає особистості.

У процесі комунікації масивні конденсати спільнот формують різні світогляди. Емоційна задіює ресурс антропології та екзистенціалізму, сенсорна адаптує прагматизм, інтуїти послуговуються феноменологією й герменевтикою (гомілетикою). Раціонали ж не тільки апробують неопозитивізм, а й попутно пропонують його як дискусійне всепроникне продовження класичного раціоналізму.

Зараз масова комунікація – це зумовлений соціально-психологічними особливостями великих спільнот процес передачі інформації та підтримання контактів за допомогою каналів і передавачів – ЗМК – у вимірі всіх сфер виробництва культури.

Теорії раціоналізму впродовж тривалого часу репрезентують параметри маси, яка тільки тепер стала об’єктом зацікавлень, бо сьогодні раціоналізм не лише формує інформаційний простір, а й чинить глобальний вплив на філософію XXI ст.

Уперше істину й судження/думку (у категоріях сучасності – факти й аналіз) розмежував фундатор метафізики та дослідник пізнання – Парменід. Критерієм осягнення істини він вважав розум, якому, на думку філософа, протистояли відчуття/почуття й досвід – індивідуальні чинники різноманітних неточностей та спотворень. Так, раціоналізм відразу потрапив в опозицію до інших складників квадриги: фідеїзму (в основі якого – віра), сенсуалізму (що ґрунтується на чуттєвості) й емпіризму (який презентує досвід)).

Апологетів раціо найбільше хвилювала проблема достовірності, адже їх опоненти-емпірики акцентували на практичному підґрунті, а сенсуалісти – на емоційних сприйманнях. Однак уже Декарт став шукати ознаки достовірності в самому знанні (його внутрішніх ресурсах). Це відповідало маркерам європейської науки, котра ставала все більш теоретичною й послуговувалася математичними методами.

Однак через амбівалентність наслідків цивілізаційного розвитку процес сцієнтизації дав обернений ефект: усі глобальні кризи людства, в інтерпретації критиків раціоналізму, постали як породження науково-технічної цивілізації з її об'єктивацією, атомізацією, квантифікацією тощо, бо, на їхню думку, раціосвідомість творить теоретичний світ ідеальних конструкцій, який у крайніх модифікаціях стимулює естетичну й моральну девальвацію.

У відповідь на звинувачення неораціоналісти запропочаткували критичну відкритість (метод припущень та заперечень). К. Поппер подавав його у вигляді формули: Р1 – ТТ – ЕЕ – РК, у якій Р1 – актуальна проблема, ТТ – її видиме розв'язання, ЕЕ – можливе критичне заперечення попереднього розв'язку, РК – нова проблема. За такими ж принципами почала діяти журналістика (дочірній проєкт епохи Просвітництва й філософії раціоналізму), віддаляючись від реалістичної літератури, однак лишаючись мотивом для її творення (оскільки реалізм як творчий метод і стиль теж визначав розум і фактизм основою пізнання, поведінки й репродукції).

Журналістика з'явилася в час апогею раціоналізму як вінець і маркер його досягнень, спонтанний вияв масової свідомості й регулятор комунікації в середовищах великих спільнот. Вона могла виникнути лише тоді, коли окреслилася сфера споживання інформації: не просто грамотна аудиторія, а люди розумової праці, котрі здобували освіту у вищих навчальних закладах, мали досвід публічної констатації фактів й дискутування. Журналістика – різновид елітарної комунікації, що, на відміну від художньої творчості, давала не образну, а фактичну інтерпретацію дійсності. За основними параметрами інформаційного та аналітичного блоку жанрів журналістика – майже буквальний еквівалент раціоналістичної й наукової діяльностей. Отож її проблеми теж тісно пов'язані з кризами раціоналізму.

Це стимулює пошук альтернативних підходів до виробництва інформації за рахунок розширення стереотипних меж. Важливими й далі лишаються логіка, лаконізм, деталізація, достовірність, типовість, прив'язаність до соціального ґрунту та життєвих обставин, обумовленість вчинків зовнішніми процесами тощо. Однак сучасні цифрові технології й віртуальна реальність здатні зробити факт надреальним. А внутрішня текстуальна складність, якій надавали перевагу модерна та постмодерна комунікації, уже вимагають читача-співучасника з такою самою активністю інтелекту й уяви, як у джерела інформації. Зі спостерігача споживач перетворюється на свідка та учасника подій.

У контексті нової концепції раціоналізму, на рівні масової комунікації й журналістики потрібно чітко розмежувати факти, коментарі, образність; ретельно перевіряти фейкові дані та уникати «цитат із правди». Слід також теоретично задекларувати дискусійність як можливість висвітлення різних поглядів (уключно з украй опозиційними й навіть ворожими, аби реципієнт бачив, із ким і чим вступає в опозицію (можливо, це зупинить збройні конфлікти)) та врахування думок і зацікавлень усіх, без винятку, учасників комунікаційного процесу (звісно, окрім випадків обмежень, передбачених міжнародним і внутрішнім законодавством).

Особливу увагу варто звернути на «будівельний матеріал» журналістики – жанрологію (і, відповідно, структурний метод дослідження), вона не «пережиток минулого», а вивірений часом формат для чіткого адекватного відтворення дійсності та балансу експертизи. Нові технології не нівелюють, а збагачують жанри – роблять їх точнішими.

Окреслена нами концепція працюватиме, незалежно від форм власності на мас-медіа, вона також не потребує спеціалізованого юридичного й етичного контролів (за винятком ситуацій уведення воєнного стану). Сам журналіст, як і ЗМІ, має лишатися посередником із хорошою базою даних та контактами експертизи, і в жодному разі не претендувати на аналітизм.

Раціоналістична концепція автоматично підтверджує основну функцію журналістики – інформування та конституційно задекларовану відсутність цезури й так само автоматично відмежовує її від художньої творчості, пропаганди, блогінгу, реклами тощо, котрі спокійно існуватимуть у системі масової комунікації як окремі інституції.

Ну й, урешті, концепція розв’язує штучно створену проблему потрібності журналістської освіти та закономірно й непомітно виводить з інформаційного простору дилетантів.

Висловлюю щиру вдячність науковому консультанту та редактору Борисові Потятинику, рецензентам Людмилі Супрун, Аллі Бойко, Марії Моклиці й кафедрі соціальних комунікацій ВНУ імені Лесі Українки за поради та постійну підтримку. Дякую теперішнім і майбутнім опонентам, адже саме вони, дискутуючи, творять актуальні перспективи майбутніх досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аверинцев С. С. Бахтин. Смех. Христианская культура. М. М. Бахтин; Pro et contra. *Личность и творчество М. М. Бахтина в оценке русской гуманитарной мысли:* антология. Санкт-Петербург: Изд-во Рус. христиан. гуманитар. ин-та, 2001. Т. 1. С. 314–321.
2. Агеєва В. Історія любові й гідності: рецензія на книгу Василя Слапчука. BBC NEWS Україна. 13.11.2013. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/11/131113_book_2013_review_slapchuk_ageeva
3. Агенти справедливості. Сезон 8. 2019. Епідемія. YouTube, 28 жовт. 2019 р. URL: https://www.youtube.com/watch?v=FG0Vqp_ctcw&t=3s
4. Адамчик В. В. Полная энциклопедия символов и знаков / авт.-сост. В. В. Адамчик. Минск: Харвест, 2008. 607 с.
5. Академик. Перформанс. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/87951
6. Академічний тлумачний словник (1970–1980). URL: http://sum.in.ua/s/masa
7. Алиев, Ильхам. (2021). Турция и Азербайджан расширили свои возможности в регионе, наша роль, влияние возросли и будут расти. *Trend.* URL: https://www.trend.az/azerbaijan/politics/34185-19.html (по состоянию на 3 мая 2021).
8. Алиев, Магеррам. (2020). Успехи, достигнутые сегодня в регионе – результат совместных усилий Турции и Азербайджана. *Trend.* URL: https://www.trend.az/azerbaijan/politics/3295994.html (по состоянию на 30 октября 2020).
9. Андрейців Ірина. Між «своїми» й «чужими». *MediaSapiens.* 2015. URL: http://osvita.mediasapiens.ua/monitoring/daily_news/mizh_svoimi_y_chuzhimi/
10. Антологія літературно-критичної думки XX ст. / за ред. Марії Зубрицької. 2-ге вид., доповн. Львів: Літопис, 2001. 832 с.
11. Антонич Богдан-Ігор. Концерт з Меркурія. Мислене дерево. 2015. URL: https://www.myslenedrevo.com.ua/uk/Lit/A/AntonychBI/Rotaciji/KoncertZMerkurija.html
12. Апокрифы древних христиан: исследования, тексты, комментарии. Москва: Мысль, 1989. 336 с.

13. Аристотель. Риторика. 2017. URL: https://mybook.ru/author/aristotel/ritorika-5/reader/
14. Арістотель. Нікомахова етика. 2002. URL: http://www.ae-lib.org.ua/texts/aristoteles__nicomachean_ethics__ua.htm
15. Армія Inform. 2022. URL: https://armyinform.com.ua/ (станом на 20 серп. 2022)
16. Афганістан 80-их. Пам'ятаємо... *Офіцер України.* 2019. № 1–2 (97–98). С. 36.
17. Афганістан. УКРІНФОРМ. URL: https://www.ukrinform.ua/tag-afganistan
18. Ахобадзе Леван. Оккупация. Голодомор. 2018. URL: https://www.youtube.com/watch?v=QMks4QjFrjU [in Georgian].
19. Баллестрем К. Мораль и политика. *Философские науки.* 1991. № 8. С. 16– 23.
20. Барт Р. Избранные работы: семиотика. Поэтика / пер. с фр. Г. Косикова. Москва: Прогресс, 1989. 616 с.
21. Баухаус – лицо двадцатого века. 1994. URL: https://www.youtube.com/watch?v=qRNn2Z1INl8
22. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. 2-е изд. Москва: Худож. лит., 1990. 543 с.
23. Башляр Г. Новый рационализм. Новый научный дух / пер. с. фр. Ю. Сенокосова, М. Трувера *(encyclical letter)*. 1987. URL: https://kph.ffs.npu.edu.ua/!e-book/clasik/data/bachelard/01/00.html
24. Бедевян, Астхик. 2020. Прокуратура проверяет обнародованную пресс-секретарем премьер-министра информацию о Микаэле Минасяне. Радио Азатутюн. URL: https://rus.azatutyun.am/a/3058-3867.html (по состоянию на 29 апреля 2020).
25. Белявцева Мария. Американская готика Гордона Паркса: искусство в зеркале реальности. 2014. URL: https://www.colta.ru/articles/art/2880-amerikanskaya-gotika-gordona-parksa
26. Бергсон А. Сміх. Нарис про значення комічного / пер. з фр. Київ: Основи, 1994. 165 с.
27. Библер В. С. От наукоучения – к логике культуры: два философских введения в двадцать первый век. Москва: Политиздат, 1991. 413 с.
28. Біблія. Переклад Івана Огієнка. URL: http://www.bibleonline.ru/bible/ukr/62/04/

29. Богатко, Юлия. Йозеф Геббельс (ТМ) как папа массовых коммуникаций. 2006. URL: https://www.sostav.ru/columns/eyes/2006/k53/ (станом на 29 берез. 2021).
30. Бойко А. А., Зелінська Н. В., Коновець О. Ф. Наукова комунікація у мас-медіа. Львів: Укр. акад. друк., 2009. С. 19–20.
31. Боккаччо Джованні. Декамерон / пер. Миколи Лукаша. 2004. URL: https://www.ae-lib.org.ua/texts/boccaccio__decameron__ua.htm
32. Борев Ю. Б. Эстетика. 3-е изд. Москва: Политиздат, 1981. 399 с.
33. Браун Ден Код да Вінчі / пер. з англ. Віктор Шовкун, Анжела Кам'янець. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2018. 480 с.
34. Буало-Депрео Никола. Поэтическое искусство. 2012 / пер. Э. Л. Линецкой; коммент. Н. А. Сигал. URL: http://fgpodsobka.narod.ru/poetica.htm
35. Буковський, Сергій. Живі. 2008. URL: https://www.youtube.com/watch?v=oE_jDtePXhA&ab_channel=%D0%9E%D0%BB%D0%B5%D0%9B%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B5
36. Булашев Г. Український народ у своїх легендах, релігійних поглядах та віруваннях. Космогонічні українські народні погляди та вірування. Київ: Довіра, 1992. 414 с.
37. Бурмагін, О. Юридичні аспекти реформування державних і комунальних ЗМІ. Київ: Рада Європи, 2017. 184 с.
38. Буроменьский М., Штурхецький С., Білз Е., Бетц М., Шюпп К., Казанжи З. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації: навч. посіб. Київ: Компанія «ВАІТЕ», 2016. С. 15–45.
39. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.). 2005. URL: https://slovnyk.me/dict/vts/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0 (станом на 5 квітня 2021 р.).
40. Вітаємо колектив Центрального друкованого органу Міністерства оборони – газети «Народна армія» з річницею створення. (2017). Головне управління розвідки Міністерства оборони України. URL: https://www.mil.gov.ua/dlya-zmi/vistupi-ta-intervyu/2015/03/12/vijsko-za-yakim-sila-i-pidtrimka-narodu-e-neperemozhnim-nelli-stelmah/ (станом на 20 серп. 2022).
41. В Израиле готовы лечить раненых при взрыве в Бейруте. Доступ 5 августа 2020 г. URL: https://www.dw.com/ru/izrailskaja-bolnica-gotova-lechit-ranennyh-pri-vzryve-v-bejrute/a-54442285

42. В Росії 25 ЗМІ об’єдналися у синдикат для «незалежного висвітлення проблем». URL: https://www.pravda.com.ua/news/2020/02/29/7242126/ (станом на 29 лют. 2020).
43. Вбиті голодомором. Документальний фільм. 2018. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WCE2CPocslM (in Ukrainian).
44. BBC. NEWS. Україна. Коронавірус: як фільм 2011 року передрік епідемію. Доступ 14 берез. 2020 р. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/news-51887556
45. Великий тлумачний словник сучасної української мови. Київ; Ірпінь: Перун, 2002. 1440 с.
46. Великі російські компанії дедалі частіше виграють судові процеси проти ЗМІ (за матеріалами зарубіжної преси). URL: http://www.justinian.com.ua/article.php?id=299
47. Величковський Іван. 1972. Ізборник. URL: http://litopys.org.ua/old17/old17_20.htm
48. Веллс Герберт. Війна світів: аудіокнига. URL: https://notatky.com.ua/gerbert-vells-viyna-svitiv/ (дата звернення: 14.10.2022).
49. Вернадский В. И. Проблемы биогеохимии. *Труды биогеохимической лаборатории.* Вып. 16. Москва, 1980. С. 14–19.
50. Вертов, Дзига. Кино-Правда. 13. Октябрьская. 1922. URL: https://www.youtube.com/watch?v=lcDERlBMq7U (in Russian).
51. Взрыв в порту Бейрута. Что уже известно (доступ: 5 серп. 2020 р.). URL: https://www.dw.com/ru/vzryv-v-portu-bejruta-chto-izvestno-na-dannyj-moment/a-54446571
52. Вибухонебезпечну селітру в Бейрут привезло судно росіянина (доступ: 5 серп. 2020 р.). URL: https://www.bbc.com/ukrainian/press-review-53667372
53. Військова журналістика: як діяти у зоні бойових дій (доступ: 26 жовт. 2018 р.). URL: https://journ.lnu.edu.ua/news/viys-kova-zhurnalistyka-iak-diiaty-u-zon
54. Вильям Джемс. Психология *(encyclical letter)*. 1991. URL: http://psylib.org.ua/books/james02/index.htm
55. Вітгенштайн Людвіг. Tractatus Logico-Philosophicus; філософські дослідження / пер. з нім. Євгена Поповича. Київ: Основи, 1995. 311 с.
56. Витгенштейн Л. Культура и ценность. *Дуагава.* 1989. № 2. С. 17–37.

57. Вічна пам’ять випускникам Академії, які загинули під час Антитерористичної операції на Сході країни. *Офіцер України.* 2014. № 6 (43). С. 9.
58. Владимиров В. М. Вступ до спеціальності «Журналістика»: навч. посіб. Київ: МАУП, 2007. 166 с.
59. Владимиров В. М. Проблема розуміння інформації в журналістиці: автореф. ... дис. д-ра філол. наук / Київ. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ: [б. в.], 2003. 22 с.
60. Вольвич Олексій. Реанімація Новоросії як прояв імперського синдрому Кремля. Ч. ІІ. *Офіцер України.* 2014. № 7 (44). С. 20–23.
61. Вороний Микола. Весняні елегії. URL: http://poetyka.uazone.net/voron03.html
62. Воронова М. Ю. Історія журналістики політичної в Україні. 27.03.2020. URL: https://cutt.ly/Z4f09qY (дата звернення: 08.09. 2021).
63. Врятувати цілий хутір під час голодомору. 2020. URL: https://www.youtube.com/watch?v=avnyxwcrgFM&t=21s&ab_channel=Ukra%D1%97ner
64. Вундт В. Проблемы психологии народов. 1886. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Wundt/_PsNar_Index.php
65. Габер Євгенія. Кавказькі бранці. *Дзеркало тижня.* 2020. URL: https://zn.ua/ukr/international/kavkazki-brantsi.html (станом на 22.11. 2020).
66. Гаврилюк Ярослав Миколайович. А у нас на Волині... За лаштунками резонансних справ. Луцьк: Твердиня, 2007. 203 с.
67. Гадамер Г.-Г. Герменевтика *І. Істина і метод. Основи філософської герменевтики.* Т. 1 / пер. з нім. Олександра Мокровольського. Київ: Юніверс, 2000. 464 с.
68. Газеты и новости. 5 серпня 2020 р. URL: https://www.newspaperindex.com/ru/%d0%b3%d0%b0%d0%b7%d0%b5%d1%82%d1%8b/%D0%93%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%B8%D1%8F/
69. Гайдеггер М. Що таке метафізика? Філософія: хрестоматія (від витоків до сьогодення). Київ: Знання, 2009. 191 с.
70. Гейзінга Й. HomoLudens. Київ: Основи, 1994. 250 с.
71. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: навч. посіб. Львів: ПАІС, 2000. 180 с.

72. Генкин Д. М. Массовые праздники: учеб. пособие для студентов ин-тов культуры. Москва: Просвещение, 1975. 341 с.
73. Генон О. О смысле карнавальных праздников / пер. с фр. Н. Стефанова. *Вопросы философии.* 1991. № 4. С. 43–47.
74. Гете Й.-В. Твори / пер. з нім. М. Лукаша. Київ: Либідь, 1969. 215 с.
75. Глушко О. К. «Вищий пілотаж» журналістики. 2006. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1446
76. Глушко О. К. 2008. Художня публіцистика: традиції, проблеми, перспективи. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article &article=2345
77. Глушко О. К. Журналістське розслідування: історія, теорія, практика: навч. посіб. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ: Арістей, 2006. 144 с.
78. Гокінг Стівен. Млодінов Леонард. Найкоротша історія часу / пер. з англ. Ігор Андрущенко. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. 159 с.
79. Голодомор в Україні є одним з найсерйозніших злочинів XX століття. ТСН. URL: https://www.youtube.com/watch?v=kQiDwOewN30&t=4s&ab_channel=%D0%A2%D0%A1%D0%9D (дата звернення: 14.10.2022).
80. Голодомор 1932–1933 років. Постгеноцидний синдром. 2015. Документальний фільм. URL: https://www.youtube.com/watch?v=bHFo_8cthSY&ab_channel=UA%3A%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%88%D0%B8%D0%B9
81. Голуб Мая. Сайти «без голови»: яквиглядає непрозорість волинських медіа. Четверта влада. 25.09.2018. URL: https://4vlada.com/sajty-bez-golovy-yak-vygliadaie-neprozorist-volynskyh-media (дата звернення: 04.09.2021).
82. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста: практ. посіб. / Ін-т масової інформ. Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.
83. Гомер. Илиада / пер. Н. И. Гнедича. URL: http://www.stihi-rus.ru/World/homerus/
84. Гомер, Данте, Бокаччіо, Апулей, Величковський (раки), Прокопович («Похвала Дніпрові»), Деркач Б. (про Глібова), Франко («Боа...»), Олесь, Семенко / Гомер. Іліада. 2020 / пер. Бориса Тена / Сайт української поезії. URL: https://cutt.ly/Z4f21GT

85. Гонгадзе Георгій. Тіні війни Документальний фільм. 1993. URL: https://www.youtube.com/watch?v=2MVQHlJ-onQ (in Ukrainian).
86. Гороховський Олександр. Фактчек як тренд журналістських розслідувань. URL: https://www.amo.cz/wp-content/uploads/2017/06/AMO_Factchecking-jako-trend-v-investigativni-zurnalistice-moznosti-a-perspektivy.pdf (дата звернення: 25.10.2022).
87. Госсейні Халед. Ловець повітряних зміїв: роман / пер. Катерини Міхаліциної. Львів: Вид-во Старого Лева, 2021. 432 с.
88. Гранит науки. СМИ как главный носитель коронавируса (доступ: 15 марта 2020 г.) URL: https://un-sci.com/ru/2020/03/15/smi-kak-glavnyj-nositel-koronavirusa/
89. Гривінський Роман. Як відродити військову журналістику? *День.* 2014. URL: https://day.kyiv.ua/uk/article/media/yak-vidrodyty-viys-kovu-zhurnalistyku (станом на 13 верес. 2022).
90. Грінченко Борис. Зима / Сайт української поезії. 1890. URL: https://poety.com.ua/boris-grinchenko-zima/
91. Громадська Н. А., Соколова Ю. В. Політична журналістика як засіб формування громадської думки в сучасній Україні. 05.06. 2020. URL: http://politics.chdu.edu.ua/article/view/200312 (дата звернення: 14.08.2021).
92. Громадське погодилося на призупинення акредитації двох журналістів у зоні АТО під час експертизи. Hromadske.ua. 2016. URL: https://hromadske.ua/posts/hromadske-pohodylosia-na-tymchasove-pryzupynennia-akredytatsii-dvokh-zhurnalistiv-u-zoni-ato-na-chas-ekspertyzy (дата звернення: 11.07.2021).
93. Грушевський М. С. Історія української літератури: в 6 т., 9 кн. Київ: Либідь, 1993. Т. 1. 392 с.
94. Гуманитарный портал. Рейтинг стран по индексу свободы прессы, июнь. 2020. URL: https://gtmarket.ru/ratings/worldwide-press-freedom-index (по состоянию на 9 мая 2021).
95. Гумільов, Лев. Етногенез, біосфера і свідомість. Пасіонарна теорія етногенезу. 2022. URL: https://7promeniv.com.ua/naukovi-doslidzhennia-v/metodolohichni-pidkhody/75-yedyne-pole-humanitarnyi-pidkhid/34-lev-humilov-etnohenez-biosfera-i-svidomist.html
96. Гундорова Тамара. Кітч і Література. Травестії. Київ: Факт, 2008. 284 с.
97. Гурьєва С. Типологія сучасної преси східної України: дис. … канд. філол. наук: 10.01.08. Дніпро, 2006. 195 с.

98. Гусейнов Гасан. Память в архитектурной теории Витрувия. 2014. URL: https://www.youtube.com/watch?v=hg27_w6irx8
99. Гуссерль Е. Формальна *і трансцендентальна логіка. Досвід критики логічного розуму.* Читанка з історії філософії: у 6 кн. / під ред. Г. І. Волинки. Київ: Довіра, 1993. Кн. 6: Зарубіжна філософія XX ст. 239 с.
100. Гуссерль Э. Феноменология. Статья в Британской энциклопедии *(encyclical letter).* 2022. URL: https://avidreaders.ru/read-book/fenomenologiya.html
101. Гюго Віктор. Собор Паризької Богоматері. 2022. URL: https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=704
102. Гяджеві Нізамі. Лейла и Меджнун: поема / пер. Л. Первомайського. URL: https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=2921
103. Да Винчи Леонардо. Избранные произведения. Москва: Искусство, 1935. Т. 2. 375 с.
104. Давид Тоноян провел оперативное совещание. 2020. Hetq. URL: https://hetq.am/ru/article/122065 (по состоянию на 28 сентября 2020).
105. Даль Владимір. Толковый словарь живаго великорускаго языка. 2017. URL: http://slovardalja.net/word.php?wordid=35014
106. Данте Аліг'єрі. 2001. Божественна комедія / пер. Євгена Дроб'язка. URL: https://ae-lib.org.ua/texts/dante__divina_comedia__ua.htm
107. Два раби та клаптик землі: роль російських фейкових новин у війні на Донбасі. 24 Канал. URL: https://24tv.ua/ru/dva_rabi_ta_klaptik_zemli_rol_rosijskih_fejkovih_novin_u_vijni_na_donbasi_n830986 (дата звернення: 14.10.2022)
108. Декарт Р. Сочинения: в 2 т. / пер. с лат. и франц. Т. I; сост., ред., вступ. ст. В. В. Соколова. Москва: Мысль, 1989. 654 с.
109. Декарт. Рене. Правила для руководства ума. 2015. URL: https://librebook.me/sochineniia_rene_dekart/vol2/1
110. Декоративно-прикладне мистецтво. 2015. URL: http://estetica.etica.in.ua/dekorativno-prikladne-mistetstvo/
111. Делаем честную журналистику вместе с вами. *Новая газета.* URL: https://novayagazeta.ru/articles/2021/03/06/ministr-prosveshcheniia-v-rossii-zakroiut-dostup-k-negativnoi-informatsii-cherez-shkolnyi-wi-fi (по состоянию на 16 марта 2021).
112. «Дело Уэйкфилда»: как журналист доказал, что вакцины не вызывают аутизм. Заборона. URL: https://zaborona.com/ru/kak-

zhurnalist-dokazal-chto-vakcziny-ne-vyzyvayut-autizm/ (дата звернення: 14.10.2022)
113. Джо Байден исказил историческую правду о событиях 1915 года – МИД Азербайджана. 2021. Turan. URL: https://turan.az/ext/news/2021/4/free/politics_news/ru/3424.htm (по состоянию на 24 апреля 2021).
114. МОЗ запустило чат-бот про коронавірус. *Дзеркало тижня* (доступ: 7 берез. 2020 р.). URL: https://dt.ua/UKRAINE/moz-zapustilo-chat-bot-pro-koronavirus-340897_.html.
115. Пандемія Covid-2019: головні події за тиждень. *Дзеркало тижня* (доступ: 26 трав. 2020 р.). URL: https://zn.ua/ukr/WORLD/pandemiya-covid-19-golovni-podiyi-za-tizhden-346512_.html.
116. Спецтема: пандемія Covid-2019. *Дзеркало тижня* (доступ: 7 берез. 2020 р.). URL: https://dt.ua/theme/69.
117. Дизайн інтер'єру офісу. 2022. URL: http://interiorfor.com/gromadski-prymishhennya/dyzajn-inter-yeru-ofisu/
118. Ділі Дж. Основи семіотики / пер. з англ. А. Карася. Львів: Арсенал, 2000. 232 с.
119. Діти великого голоду. 2020. Документальний фільм. URL: https://www.youtube.com/watch?v=PGhXgtUq1e0
120. Дмитровський З. Телевізійна журналістика: навч. посіб. Вид. 2-ге. Львів: ПАІС, 2006. 208 с.
121. Довженко Отар. Офіційна сторінка у соціальній мережі «Фейсбук». URL: https://www.facebook.com/otardovzhenko?pnref=friends.search
122. Домонтович В. 1999. Доктор Серафікус. Бібліотека української літератури. URL: https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=3233&page=20
123. Драчук Сергій. Через десять років Вірменія згадує розстріл у парламенті. Радіо свобода. 2009. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/ 1862724.html (станом на 10 трав. 2021).
124. Дуцик Д. Політична журналістика. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. 138 с.
125. Дьюи Джон. Свобода *и культура* / пер. с англ. Леонида Машковского. Москва: Capricorn books edition, 1963. 173 с.
126. Епос про Гільгамеша. URL: https://buki.com.ua/blogs/epos-pro-hilhamesha-korotkyy-vyklad/
127. Жадан Сергій. Добре, добре, знищуй листи. *Бібліотека української літератури.* 2014. URL: https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=14080

128. Желенин Александр. Чи є в Росії «незалежні» ЗМІ, і навіщо вони Путіну? 2017. URL: https://lb.ua/world/2017/05/31/367791_li_rossii_nezavisimie_smi.html (станом на 31 трав. 2017).
129. Журналістика безпеки під час збройного конфлікту. 2016. Українська миротворча школа. Семінар у Вінниці. URL: https://peace.in.ua/zhurnalistyka-bezpeky-pid-chas-zbrojnoho-konflik-tu-seminar-u-vinnytsi/ (дата звернення: 10.06.2021).
130. Забужко О. За що ми любимо Лесю? *Гендерна перспектива* / упорядник В. Агеєва. Київ: Факт, 2004. С. 36–107.
131. Забужко О. Хроніки від Фортінбраса: вибр. есеїстика 90-х. Київ: Факт, 1999. 340 с.
132. Забужко Оксана. Щемливе вино. 2011. URL: https://oceanvic.live-journal.com/76985.html
133. Закон України «Про інформацію». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Textkbgtym/ (2020, липень, 16)
134. Закон України «Про державну таємницю». *Відомості Верховної Ради України.* 2020. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3855-12#Text (дата звернення: 24.05.2021).
135. Закон України «Про інформацію». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1992. № 48. Ст. 650. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12?find=1&text=%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0#w1_1 (станом на 15 травня 2021).
136. Закон України «Про правовий режим воєнного стану». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19#Text (дата доступу 11.11.2022).
137. Зандер Август. Люди 20-го века. 2015. URL: https://photopoint.com.ua/0313725-lyudi-20-go-veka-avgusta-zandera-august-sander/
138. «Звідки ви це знаєте?»: якими інструментами фактчекінгу треба володіти. НСЖУ. URL: https://nsju.org/navchannya/zvidky-vy-cze-znayete-yakymy-instrumentamy-faktchekingu-treba-volodity-rofesijny-m-zhurnalistam/ (дата звернення: 14.10.2022).
139. Земляна Ірина. Журналіст і (не)безпека: посіб. для журналістів, які працюють в небезпечних умовах. Київ: Ін-т масової інформ., 2016. 192 с. С. 173–174.
140. Зловісні контейнери для біоматеріалів» виявлено у підземеллях Маріуполя. StopFake. URL: https://www.stopfake.org/uk/fejk-zlovisni-kontejneri-dlya-biomaterialiv-viyavleno-u-pidzemellyah-mariupolya/ (дата звернення 09.11.2022).

141. Змановская Е. В. Современный психоанализ: теория и практика. Санкт-Петербург: Питер, 2011. 288 с.
142. Золя. Эмиль. 2015. Жерминаль. URL: https://online-knigi.com.ua/kniga/30782/zherminal
143. Зубрицька Марія. Homo legens: читання як соціокультурний феномен. Львів: Літопис, 2004. 352 с.
144. Інститут масової інформації. Біла магія та антитіла коронавірусу: що і як пишуть про науку українські онлайни – дослідження IMI (доступ: 9 черв. 2020 р.). URL: https://imi.org.ua/monitorings/bila-magiya-ta-antytila-koronavirusu-shho-i-yak-pyshut-pro-nauku-ukrayinski-onlajny-doslidzhennya-i33462?fbclid=IwAR3XwCFsfDGzVLn-vD91wAvlSFn1IBNToBxo6-KnnhLL-yjZs6rLOqBh-zyc
145. Казарян Диана, Казарян Айк. Поврежденные дома и раненые: ситуация в Степанакерте. *Hetq.* 2020. URL: https://hetq.am/ru/article/121984 (по состоянию на 31 декабря 2020).
146. Кайку М. Фізика майбутнього / пер. з англ. Анжела Кам'янець. Львів: Літопис, 2013. 432 с.
147. Каламбет С. В. [та ін.]. Методолія наукових досліджень: навч. посіб. Дніпропетровськ: Вид-во Маковецький, 2015. 191 с.
148. Камю А. Міф про Сізіфа. Есе / пер. з фр. О. Жупанського. версія файлу 1.0. Київ: Портфель, 2015. 105 с.
149. Каневська Наталя. Перший після теракту випуск «Шарлі Ебдо». Магомет плаче. 2015. URL: http:/ www.radiosvoboda.org/content/article/26793728.html
150. Канетти Элиас. Масса и власть. 2000. URL: http://lib.ru/POLITOLOG/KANETTI/power.txt
151. Кант Иммануил. Критика чистого разума. 2018. URL: https://booksonline.com.ua/view.php?book=17791
152. Карнап Р. Философские основания физики. *Введение в философию науки*. Москва: ЛКИ, 2008. 360 с.
153. Карпенко В. Основи професіональної комунікації. Київ: Нора-прінт, 2002. 257 с.
154. Квіт Сергій. Масові комунікації: підручник. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.
155. Келлі Марта Холл. Бузкові дівчата: роман / пер. В. Горбатько. Київ: Нора-Друк, 2017. 544 с.
156. Килимник С. Український рік у народних звичаях в історичному освітленні. Кн. І. Київ: АТ «Обереги», 1994. Т. І (зимовий цикл). 392 с.

157. Кісін Віктор. *Режисура як мистецтво та професія. Життя. Актор. Образ*: Із *творчої спадщини*. Київ: Вид. дім «КМ Academia», 1999. 325 с.
158. Клуб поезії. Тичина Павло. Ми – за мир! (пародія). 2011. URL: http://www.poetryclub.com.ua/getpoem.php?id=275035
159. Ковалевський П. Обдаровані божевіллям П. Ковалевський. Київ: Україна, 1994. 302 с.
160. Ковельман А. Б. Рождение толпы: от Ветхого к Новому Завету. 1994. URL: http://ec-dejavu.ru/c/Crowd.html
161. Колошук Н. Г. Табірна проза в парадигмі постмодерну: монографія. Луцьк: РВВ «Вежа», 2006. 500 с.
162. Колошук Надія Георгіївна. Табірна проза як літературний феномен ХХ століття (на матеріалі української, російської, білоруської та польської літератур): автореферат. 2007. URL: http://referatu. net.ua/referats/7569/171184
163. Колпаков Ю. С. «Філософія серця» Г. С. Сковороди і її гуманістичне значення. 2018. URL: https://vseosvita.ua/library/filosofia-serca-gsskovorodi-i-ii-gumanisticne-znacenna-56018.html
164. Команда ГО «Телекритика» запускає інтернет-видання «Детектор медіа». Sostav.ua – аналитический медиапортал о рынке рекламы, маркетинга, PR в Украине. URL: https://sostav.ua/publication/komanda-go-telekritika-zapuskae-internet-vidannya-detektor-media-693-75.html (дата звернення: 25.10.2022).
165. Конвенція про статус біженців. 2002. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_011#Text (дата звернення: 03.06.2021).
166. Кононенко В. І., Веклич О. О., Шаблиста Л. М. та ін. Механізм структурних зрушень в економіці України: монографія. Київ: І-т економіки НАНУ, 2002. 288 с.
167. Конституція України. URL: https://kodeksy.com.ua/konstitutsiya_ukraini/statja-54.htm
168. Коран / пер. Э. Кулиева. URL: http://musulmanin.com/koran-na-russkom.html
169. Коріновська Н. VoxCheck запустив базу даних заяв політиків, які можна перевірити на правдивість. Громадське телебачення. Останні новини дня. URL: https://hromadske.ua/posts/voxcheck-zapustiv-bazu-danih-zayav-politikiv-yaki-mozhna-pereviriti-na-pravdivist (дата звернення: 25.10.2022).

170. Корконосенко С. Г. Политическая журналистика: учеб. для бакалавриата и магистратуры / под ред. С. Г. Корконосенко. Москва: Изд-во Юрайт, 2016. 319 с.
171. Костомаров Микола. 2002. Дві руські народности / пер. Олександер Кониський; пер. слово Дмитра Дорошенка. Київ; Лайпціґ: Укр. накладня, 1920.
172. Косюк О. М. Гра–інформація–комунікація: генетичний розтин розважальної продукції електронних мас-медіа. Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2009. 232 с.
173. Косюк О. М. Масовокомунікаційні складники теорій класичного раціоналізму: хронологічний критерій. *Збірник центру наукових публікацій «Велес» за матеріалами IV міжнародної науково-практичної конференції. 2 частина: «Наука і сучасність: виклики глобалізації».* м. Київ: зб. ст. (рівень стандарту, академічний рівень). Київ: Центр наук. публікацій, 2018. 132 с.
174. Косюк О. М. Теорія масової комунікації: навч. посіб. Луцьк: ВНУ ім. Лесі Українки, 2012. 384 с. URL: https://goo.gl/7EK2GT
175. Косюк О. М. Аналіз ключових медіатехнологій: теоретико-термінологічний та функціональний аспекти. Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи: наук.-практ. журн. / відп. ред. С. І. Кравченко; упорядник М. А. Рожило. Луцьк: Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2014. № 5–6 (5). С. 12–16.
176. Косюк О. М. Допит та інтерв'ю. Компаративний аспект. *Сучасний рух науки:* тези доп. VII міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції (6–7 черв. 2019 р., м. Дніпро). С. 847–852.
177. Косюк Оксана. Детектив та журналізм: спроба ідентифікації. URL: https://www.mediakrytyka.info/standarty-yakisnoi-jurnalistyky/detektyv-ta-zhurnalizm-sproba-identyfikatsiyi.html (26.10.2018).
178. Косюк Оксана. Євангеліє від Хоми як першоджерело раціоналізації масової комунікації. *Virtus Scientific journal.* Montreal: CPM «ASF», januaru, Issue 20, 2018. С. 22–27.
179. Косюк Оксана. Je ne suis pas Charlie або رب كأ الله (ісламський тероризм і мас-медіа). *Матеріали II міжнародного інтернет-симпозіуму «Криза як рушій амбівалентних змін крізь призму медіа».* 2015. URL: https://www.academia.edu/31257496/
180. Косюк Оксана. Нова функціональна модель як запорука реабілітації сучасної журналістики. *Матеріали III міжнародного інтернет-симпозіуму «Журналіст як мішень у сучасному світі».* 2016. 25–31 січ. URL: http://esnuir.eenu.edu.ua/handle/123456789/10026

181. Косюк Оксана. Науково-популярні бестселери як явище раціоналізації інформаційного простору. *Архивариус:* мультидисциплинарный науч. журн. 29 (май) 2019. С. 29–37.
182. Косюк О. М. Нове поняття масової комунікації: теоретико-термінологічний аспект. *Virtus Scientific journal.* Montreal: CPM «ASF». № 32. 2019. С. 231–234.
183. Косюк Оксана. Раціоналізм як основний аспект прозорості архітектурної комунікації. *Virtus Scientific journal.* Montreal: CPM «ASF». № 44. 2020. С. 30–34.
184. Косюк О. М. Різдвяний «карнавал» в Парижі (трагедія «Шарлі Ебдо» крізь призму двох теорій сміху). *Матеріали ІІ міжнародного інтернет-симпозіуму «Криза як рушій амбівалентних змін крізь призму медіа».* URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/6080/1/kosiuk%202%20%281%29.pdf
185. Котляр Алла. 2020. Тест системі: коронавірус вже в Україні (доступ: 3 берез. 2020 р.). URL: https://dt.ua/HEALTH/test-sistemi-koronavirus-vzhe-v-ukrayini-340451_.html.
186. Котова А. 1997. Готфрид Вильгельм Лейбниц (1646–1716). *Квант:* науч.-популярный физ.-мат. журн. 1997. № 5. 3–5. URL: http://kvant.mccme.ru/au/kotova_a.htm
187. Кочнева, Наталья. 2020. Грязная провокация армян в Эстонии – неизвестный положил свиные головы к исламскому центру. *Trend.* https://www.trend.az/azerbaijan/karabakh/3330835.html (по состоянию на 7 ноября 2020).
188. КП в Украине. Фотогалереи. URL: https://kp.ua/photo/life/
189. Кравченко Володимир. Ціна миру. *Дзеркало тижня.* 2020. URL: https://zn.ua/ukr/international/tsina-miru.html (станом на 11.11.2020).
190. Крейг Ричард Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / пер. з англ. А. Іщенка. Київ: Вид. дім «Києво-могилянська академія», 2007. 324 с.
191. Криваві сторінки історії – Ходжалинський геноцид. 2021 / Держ. центр перекладу Азербайджану. URL: https://www.aztc.gov.az/ua/posts/id:1216 (станом на 25 лютого 2025).
192. Кримінальний кодекс України. *Відомості Верховної Ради України.* 2021. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2341-14 (дата звернення: 24.06.2021).
193. Кримінальний процесуальний кодекс України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4651-17#Text (11.09.2020).

194. Кримський А. Ю. Етнологічні й філологічні ложки дьогтю в бочках меду. *Зібрання творів:* у 5 т. Київ: Наук. думка, 1973. Т. 3. С. 200–207.
195. Кримський А. Ю. Із спогадів щирого друга. Зібрання творів: у 5 т. Київ: Наук. думка, 1973. Т. 2. 513 с.
196. Кудряшова Елена. Лидер и лидерство: исследования лидерства в современной западной общественно-политической мысли. URL: http://bugabooks.com/book/95-lider-i-liderstvo-issledovaniya-liderstva-v-sovremennoj-zapadnoj-ob-shhestvenno-politicheskoj-mysli/29-tipologiya-liderstva-po-m-veberu.html
197. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації: посіб. Львів: ПАІС, 2005. 200 с.
198. Куликов Андрій. Журналістські стандарти під час війни нічим не відрізняються від стандартів часів миру. *Громадське радіо.* 2018. URL: https://hromadske.radio/project-news/zhurnalistski-standarty-pid-chas-viyny-nichym-ne-vidriznyayutsya-vid-standartiv-chasiv-myru-kulykov (дата звернення: 24.05.2021).
199. Куліш, Микола. 97. П'єса. 1924. URL: https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=1086 (in Ukrainian).
200. Кун Микола. 2014. Легенди і міфи Стародавньої Греції. URL: https://iknigi.net/avtor-mikola-kun/71320-legendi-mfi-starodavnoyi-grecyi-mikola-kun/read/page-1.html
201. Кьеркегор Сёрен. Страх и трепет. 1993. URL: http://psylib.org.ua/books/kerks01/index.htm
202. Лауреаты премии «Прометей-2017». URL: http://acb-tv.com/news/laureaty-premii-prometey-2017
203. Лащенко Євгеній. 2020. Вірменія, Росія і Азербайджан домовилися про припинення війни в Нагірному Карабаху. *Дзеркало тижня.* URL: https://zn.ua/ukr/WORLD/virmenija-rosija-i-azerbajdzhan-domovilisja-pro-pripinennja-vijni-v-nahirnomu-karabasi.html (станом на 20 лист. 2020).
204. Ле Бон Гюстав. История арабской цивилизации. 2009. URL: https://rozetka.com.ua/ua/72260841/p72260841/
205. Ле Бон Густав. Психология народов и масс (encyclical letter). 2016. URL: https://flibusta.su/book/9174-psihologiya-narodov-i-mass/read/
206. Ле Бон Густав. Психология народов и масс. 1995. URL: http://www.psi-test.ru/pub/Lebon/oglav.html

207. Ле Кербюзьє. Le Corbusier Totalarch. 2022. URL: http://corbusier.totalarch.com/buildings
208. Лебедев Н. А. Очерк истории кино СССР: Немое кино. Москва: Искусство, 1965. 373 с. URL: http://www.bibliotekar.ru/kino/ 1.htm (in Russian).
209. Леві-Строс К. Структурна антропологія / пер. з фр. Г. Волинки. Читанка з історії філософії: у 6 кн. / під ред. Г. І. Волинки. Київ: Довіра, 1993. Кн. 6: Зарубіжна філософія XX ст. 239 с.
210. Лейбниц Г.-В. Сочинения: в четырех томах. Т. I. Москва: Мысль, 1982. 636 с.
211. Лидеры стран ЕС обсудят санкции против России в четверг. 2017. Trend. URL: https://www.trend.az/world/2834375.html (по состоянию на 12 декабря 2017).
212. Литвин В. Є. Етичні засади діяльності журналістів у нормативно-правових документах України / Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2008. URL: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2322 (станом на 17 верес. 2022).
213. Лігачова Н., Черненко С., Іванов В. Телебачення спецоперацій. Маніпулятивні технології в інформаційно-аналітичних програмах українського телебачення: моніторинг, методи визначення та засоби протидії. *Рекомендації щодо принципів відкритої редакційної політики телеканалів.* Київ: Телекритика, 2003. 266 с. (in Ukrainian).
214. Лотман Ю. Семиосфера. Санкт-Петербург: Искусство-СПБ, 2000. 704 с.
215. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике и топологии культуры. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Lotm/16.php
216. Лубкович І. М. 2009. Соціологія і журналістика. Львів: ПАІС, 2009. 232 с.
217. Людяність важливіша: мерію Тель-Авіва підсвітили у кольори прапора Лівану, з яким Ізраїль офіційно у стані війни (доступ: 5 серп. 2020 р.). URL: https://hromadske.ua/posts/lyudyanist-vazhlivisha-meriyu-tel-avivu-pidsvitili-u-kolori-praporu-livanu-z-yakim-izrayil-oficijno-u-stani-vijni
218. Мадатян Марине. Между Майданом и европейской роскошью. *Hetq.* 2013. URL: https://hetq.am/ru/article/54986 (по состоянию на 4 декабря 2013).
219. Макиавелли Н. Государь. Москва: Планета, 1990. 80 с.

220. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
221. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги. 2-ге вид., переробл. / пер. з англ. А. А. Галушки, В. І. Постнікова. Київ: Ніка-Центр, 2008, 392 с.
222. Мальбранш. Никола. Разыскания истины. 1999. URL: https://read-li.net/chitat-online/?b=965755&pg=1
223. Мамулян, Аракс. Адвокаты представили сообщение о государственной измене. *Hetq*. 2020. URL: https://hetq.am/ru/article/125682 (по состоянию на 22 декабря 2020).
224. Маргарет Бурк-Уайт. Фотограф історії 20 століття. 2019. URL: https://cutt.ly/A4f4RDv
225. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия / пер. с фр.; под ред. И. С. Вдовиной, С. Л. Фокина. Санкт-Петербург: Ювента Наука, 1999. 213 с.
226. Мартиросян Марине. Пакет мер по оказанию помощи армянам Ливана будет готов до 1 сентября. *Hetq*. 2020. URL: https://hetq.am/ru/article/120716 (по состоянию на 20 августа 2021).
227. Масковичи Серж. Век толп. URL: http://univer.nuczu.edu.ua/tmp_metod/665/moskovichi_vek_tolp.pdf
228. Масковичи Серж. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / пер. с фр. Москва: Центр психологии и психотерапии, 1998. 480 с.
229. Мехман, Асиф. Война показала истинное лицо Пашиняна. *Trend*. 2020. URL: https://www.trend.az/azerbaijan/politics/3326083.html (по состоянию на 30 октября 2020).
230. Министр просвещения: в России закроют доступ к «негативной информации» через школьный Wi-Fi. *Новая газета.* URL: https://novayagazeta.ru/articles/2021/03/06/ministr-prosveshcheniia-v-rossii-zakroiut-dostup-k-negativnoi-informatsii-cherez-shkolnyi-wi-fi (по состоянию на 6 марта 2021).
231. Минобороны России сообщило о причастности инвестфонда Rosemont Seneca, которым руководит Хантер Байден, к финансированию биолабораторий на Украине. telegram.org. URL: https://t.me/rian_ru/155439?fbclid=IwAR3Y21V_g3zst6P3B7pTFusnjqR2jhrN-RW5K06a3kdTTa9AOzZRdmqYgpo (дата обращения: 14.10.2022).

232. Михайлин І. Л. Історія української журналістики. Період становлення від журналістики в Україні до української журналістики: підруч. для вищ. шк. Вид. 3-тє, доповн. і поліпш. Харків: Прапор, 2005. 320 с.
233. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підруч. для вищ. шк. Вид. 5-те, доповн. і поліпш. Київ: Центр учб. літ., 2011. 496 с.
234. Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людиною друкованої книги / пер. з англ. Київ: Ніка-Центр, 2001. 464 с.
235. Михайличенко Гнат. Блакитний роман. 2020. URL: http://osvita.ua/school/literature/m/81026/
236. Михайлова Р. Д. Художні прийоми у фотопортретах Філіпа Халсмана. *Art and Design.* 2018. ғ 1. С. 95–102. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/artges_2018_1_11
237. Мінаков Михайло, Зассе Ґвендолін, Ісаченко Дарія. 2019. Сецесіонізм у Європі. *Ідеологія і політика.* 1(12): 4–10.
238. Мирзоев Собир. Ранний этап просветительской литературы в Афганистане (первая треть XX века): автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.06 – литература Зарубежных стран Азии и Африки. Душанбе, 1994. 54 с.
239. Моклиця Марія Основи літературознавства: посіб. для студентів. Тернопіль: Підруч. і посіб., 2002. 192 с.
240. Моклиця Марія. Модернізм як структура: Філософія. Психологія. Поетика. Луцьк: РВВ Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2002. 367 с.
241. Мокшанцев Р., Мокшанцева А. Психология толпы. URL: http://psyfactor.org/lib/tolpa.htm
242. Социальная психология: учеб. пособие. Серия «Высшее образование». Москва; Новосибирск, 2001.
243. Монтенегринское издание опубликовало статью о годовщине геноцида азербайджанцев. 2021. *Azer Tag.* URL: https://azertag.az/ru/xeber/Montenegrinskoe_izdanie_opublikovalo_statyu_o_godovshchine_genocida_azerbaidzhancev-1745511 (по состоянию на 29 апреля 2021).
244. Моріра-Буке М. Смак до життя. *Кур'єр ЮНЕСКО.* 1991. № 7. С. 13–17.
245. Морозов С. Словник іншомовних слів / укладачі: С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. Київ: Наук. думка, 2000. 680 с.
246. Мосейченок Ігор. Афганістан 80-х... Пам'ятатимемо. *Офіцер України.* 2019. № 1–2 (97–98), 21–22.

247. Мосейченок Ігор. Війни закінчуються та залишають не тільки спогади. *Офіцер України.* 2014. № 1 (38), 10–11.
248. Мосейченок Ігор. Навіщо майбутньому офіцеру знати фізику. *Народна армія.* 2017. № 1–2, 72–73.
249. Мосейченок Ігор. Першокурсники із зони АТО. *Офіцер України.* 2014. № 7 (44), 8–9.
250. Москаленко А. З. Теорія журналістики: підручник. Київ: Експрес-об'ява, 1998. С. 172–173.
251. Москаленко В. В. Психологія соціального впливу: навч. посіб. Київ: Центр учб. літ., 2007. 448 с.
252. Набока Марічка. 2014. У РНБО звинувачують журналістів у розголошенні військової таємниці. *Радіо. Свобода.* URL: https://www.radiosvoboda.org/a/26698489.html (дата звернення: 20.05.2021).
253. Наказ № 73 Головнокомандувача Збройних сил України «Про організацію взаємодії між Збройними силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації». URL: https://ips.ligazakon.net/document/MUS36785 (дата доступу 11.11.2022)
254. Народна армія. *Центральний друкований орган Міністерства оборони України.* 2016. 28 квіт., 1–13.
255. Нацрада оприлюднила меморандум про співпрацю зі StopFake. Detector.media. URL: https://detector.media/infospace/article/179030/2020-07-22-natsrada-oprylyudnyla-memorandum-pro-spivpratsyu-zi-stopfake/ (дата звернення: 25.10.2022).
256. Незалежний аналітичний центр геополітичних досліджень «Борисфен Інтел». Зміни у конституції Росії – наслідки для України і світу. *Офіцер України.* 2020. № 9–10 (121–122). С. 34–37.
257. Нівроку. Випускниця нашої журналістики розвінчує фейки (доступ: 13 берез. 2020 р.). URL: https://ffj.in.ua/2020/03/13/vypusknytsya-nashoyi-zhurnalistyky-rozvinchuye-fejky/
258. Новини SCTV. *Ситуація на Азовсталі та контрнаступ ЗСУ (encyclical letter)*. 2022. URL: https://cutt.ly/V4f7RMH
259. Носок Микола. 1932–1933. Голодомор. Геноцид. Документальний фільм. 2020. URL: https://www.youtube.com/watch?v=Gvk3Vss7jzc (in Ukrainian).
260. Носок Микола. Що таке Голодомор? Документальний фільм. 2020. URL: https://www.youtube.com/watch?v=LbPq0lzKjBk (in Ukrainian).

261. Нострадамус центурії та катрени / пер. Оксани Забужко. URL: http://ukrlife.org/main/minerva/centurii1.htm
262. НТВ використав відео співробітника «1+1» з «Межигір'я» для спотворенняфактів про Україну. 2014. URL: http://tsn.ua/politika/ntv-vikoristovuvav-video-spivrobitnika-1-1-spotvorivshi-fakti-pro-ukrayinu-339603.html.
263. Объявление о настройке некоторых сайтов. Служба национальной безопасности республики Армения. 2020. URL: https://www.sns.am/hy/ (по состоянию на 28 декабря 2020).
264. Ортега-і-Гасет Х. Вибрані твори / пер. з ісп. Вольфрама Бурггардта. Київ: Основи, 1994. 424 с.
265. Ортега-и-Гассет Хосе. Восстание масс. 2016. URL: http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/gas_voss/01.php
266. Осьмачка Тодось. Хто. Українська література. Електронна бібліотека. 1921. URL: https://ukrclassic.com.ua/katalog/o/osmachka-todos/3056-todos-osmachka-khto
267. *Офіцер України.* 2017. № 1–2. С. (72–73). URL: https://www.asv.mil.gov.ua/content/officerukraine/2017/officerukraine1-2_2017.pdf (станом на 20 вересня 2022)
268. Офіційно. *Офіцер України.* 2021. № 1–2 (127–128). С. 3–4.
269. Павличко Соломія. Теорія літератури / передм. Марії Зубрицької. Київ: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2002. 679 с.
270. Павличко Соломія. Націоналізм, сексуальність, орієнталізм. Складний світ Агатангела Кримського. Аудіокнига. 2000. URL: https://www.youtube.com/watch?v=8sZEuetrQaA
271. Павлів Володимир. Репортаж: між фактами і емоціями: практ. посіб. для журналістів. Львів: Вид-во Укр. католиц. ун-ту, 2015. 120 с.
272. Павлюк Людмила Степанівна. Знак, символ, міф у масовій комунікації. Львів: ПАІС, 2006. 120 с.
273. Павлюк Ігор Зиновійович. Українськомовна легальна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917–2000 років як структурна частина загальнонаціонального інформаційного простору: автореф. дис. … д-ра наук із соц. комунікацій: 27.00.04. Київ: [б. в.], 2009. 41 с.
274. Палеха Ю. І., Леміш Н. О. Загальне документознавство. Офіційні визначення поняття «документ». 2009. URL: https://pidru4niki.com/1717020951363/dokumentoznavstvo/ofitsiyni_viznachennya_ponyattya_dokument (29.11.2020).

275. Память крови. Рубрика. *Azer Tag*. 2021. URL: https://azertag.az/ru/bolme/bloody_memory (по состоянию на 29 апреля 2021).
276. Пашинян Никола. Поздравительное послание по случаю Нового года и Рождества. *Hetq*. 2020. URL: https://hetq.am/ru/article/125983 (по состоянию на 31 декабря 2020).
277. Пашынян против военных. Главное о кризисе. *Новая газета*. 2021. URL: https://novayagazeta.ru/articles/2021/02/25/89379-pashinyan-protiv-voennyh-glavnoe-o-krizise (по состоянию на 25 февраля 2021).
278. Перельман Я. И. Занимательная физика: в 2-х кн. Кн. 1 / под ред. А. В. Митрофанова. 22-е изд., стереотип. Москва: Наука. Гл. ред. физ.-мат. лит., 1986. 224 с., ил.
279. Перельман Я. И. Занимательная физика: в 2-х кн. Кн. 2 / под ред. А. В. Митрофанова. 22-е изд., стереотип. Москва: Наука. Гл. ред. физ.-мат. лит., 1986. 272 с., ил.
280. Петровская Ирина. 2021. На подвиг отчизна зовет. URL: https://novayagazeta.ru/articles/2021/02/25/89376-na-podvig-otchizna-zovet-bolshie-sbornye-kontserty-na-tv-kak-akt-patrioticheskogo-vospitaniya# (по состоянию на 25 февраля 2021).
281. Пивоваров Сергій, Спірін Євген. 33 роки тому радянські війська пішли з Афганістану. Згадуємо про останню війну Радянського Союзу, яка прискорила його розвал. URL: https://babel.ua/texts/76649-33-roki-tomu-radyanski-viyska-pishli-z-afganistanu-zgaduyemo-pro-ostannyu-viynu-radyanskogo-soyuzu-yaka-priskorila-yogo-rozval-u-15-foto
282. Пиріг Володимир. Журналістика та об’єктивність ходять поруч. Рідко. 2011. URL: https://ms.detector.media/ethics/standards/zhurnalistika_ta_obektivnist_khodyat_poruch_ridko/
283. Підлісна Г. Антична література: навч. посіб. Київ: Вища шк., 1992. 255 с.
284. Пітерс Дж. Слова на вітрі. Історія ідеї комунікації. Київ: КМ «Академія», 2004. 302 с.
285. Платон. Государство. 1971. URL: https://classics.nsu.ru/bibliotheca/plato01/gos01.htm
286. Полюхович Л. Д. (Горбачевська) Проблема формування літературних компетентностей школярів (за Борисом Степанишиним). *Збірник наукових праць Рівненського державного гуманітарного університету: актуальні проблеми сучасної філології. Літерату-*

рознавство. Вип. XXI / ред. кол. О. Кирильчук [та ін.]. Рівне: РДГУ, 2015. С. 144–154.
287. Пономаренко Людмила. Принцип об'єктивності в журналістиці: сфера ідеального чи реального? Рідко. 2011. URL: http://social-science.com.ua/article/401
288. Поппер К. Факти, норми та істина: подальша критика релятивізму. *Читанка з історії філософії:* у 6 кн. Кн. 6: Зарубіжна філософія XX ст. / під ред. Г. І. Волинки. Київ: Фірма «Довіра», 1993. С. 26–30.
289. Поппер К. Факти, норми та істина: подальша критика релятивізму. *Логика и рост научного знания.* Москва: Прогресс, 1983. С. 379–382. *(encyclical letter).* 2019. URL: https://cutt.ly/D4f5vAc
290. Потебня А. Из записок по русской грамматике. Москва: Учпедгиз, 1958. Т. 1. С. 140.
291. Потебня, Олександр. Естетика і поетика слова: збірник. Київ: Мистецтво, 1985. 301 с.
292. Потятиник Б. Екологія ноосфери. Львів: Світ, 1997. 142 с.
293. Потятиник Б. Інтернет і телебачення: повернення «глибини». *Нові шляхи комунікації.* 2002. № 2. С. 3–4.
294. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ: Вид. центр «Київський університет», 1999. 301 с.
295. Почепцов Г. Теория коммуникации. Москва: Рефл-бук. Київ: Ваклер, 2006. 656 с.
296. Почепцов Георгій. Раніше страх експлуатувало кіно та теледетективи, тепер – «ДНР» і «ЛНР». 2016. *Insider*. URL: http://www.the-insider.ua/art/georgii-pocheptsov-ranishe-strakh-ekspluatuvalo-kino-ta-teledetektivi-teper---dnr-ta-lnr/
297. 20 правил написания детективов. 2013. URL: https://mi-pishem.livejournal.com/220612.html
298. Президенту пишут: Ваша решительная, мудрая и смелая политика ведет азербайджанский народ в успешное будущее и к блестящей победе. 2020. Trend. URL: https://www.trend.az/azerbaijan/politics/3313368.html (по состоянию на 9 октября 2020).
299. Президенты Турции и Франции впервые за полгода проведут прямые переговоры. 2021. *Trend.* URL: https://www.trend.az/world/turkey/3388682.html (по состоянию на 2 марта 2021).
300. Про мистецтво імітації. 2014. URL: https://ua.livejournal.com/140-9473.html

301. Прокопович Феофан. Похвала Дніпрові: ізборник. 1981. URL: http://litopys.org.ua/procop/proc311.htm
302. Прометей. Інформаційне агентство. URL: http://prometei.org
303. Про нас. StopFake. URL: https://www.stopfake.org/uk/pro-nas/ (дата звернення: 25.10.2022).
304. Противнику удалось войти в село Старый Тахлар и приблизиться к селу Хцаберд. 2020. *Hetq*. URL: https://hetq.am/ru/article/125347 (по состоянию на 13 декабря 2021).
305. Прошкин, Александр. Николай Вавилов. Художественный фильм. 1990. URL: http://seasonvar.ru/serial-6514-Nikolaj_Vavilov.html (in Russian).
306. Пясковський В. В., Чорноус Ю. М., Іщенко А. В. та ін. Криміналістика. Київ: Центр учб. літ., 2015.
307. Район. Луцьк. Поради від лікаря, який працює в Китаї, – фейк (доступ: 16 берез. 2020 р.). URL: https://lutsk.rayon.in.ua/news/228-830-poradi-vid-likaria-iakii-pratsiue-v-kitayi-feik
308. Райх Вильгельм. Психология масс и фашизм. 2005. URL: http://lib.ru/POLITOLOG/RAJH_W/raihdd.txt
309. Рарицький Олег Анатолійович. Художньо-документальна проза українських шістдесятників: жанрова специфіка і поетика: автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.01.01. Київ, 2017. 39 с.
310. Рассел Б. Чому я не християнин. Читанка з історії філософії: у 6 кн. Кн. 6.: Зарубіжна філософія XX ст. / під ред. Г. І. Волинки. Київ: Фірма «Довіра», 1993. С. 22–26.
311. Рассел Б. Челевеческое Познане. Москва: Политиздат, 1957. 236 с.
312. Рассел Б. Чому я не християнин. Загальний огляд християнства та ідеї Бога. Конвертовано сайтом javalibre.com.ua. *(encyclical letter)*. 2022. URL: https://javalibre.com.ua/java-book/book/2919470
313. Рахманін Сергій. Політична журналістика стала біднішою через ток-шоу (ЗІК): публічна лекція. 23.12.2011. URL: https://ucu.edu.ua/news/serhij-rahmanin-politychna-zhurnalistyka-stala-bidnishoyu-cherez-tok-shou-zik/ (дата звернення: 04.09.2021).
314. Результати пошуку за: «Нагірний Карабах». *Дзеркало тижня*. URL: https://cutt.ly/B4f53eB (станом на лют.-берез. 2021).
315. Результаты поиска по: «Арцах». *Hetq*. URL: https://hetq.am/ru/article/125347 (по состоянию на 4 мая 2021).

316. Результаты поиска по: «Бейрут». 2000–2021. *Trend.* URL: https://www.trend.az/search?query=%D0%B1%D0%B5%D0%B9%D1%80%D1%83%D1%82 (по состоянию на декабрь-февраль 2020–2021).
317. Результаты поиска по: «Джавахк». *Hetq.* URL: https://hetq.am/ru/article/125347 (по состоянию на 4 мая 2021).
318. Результаты поиска по: «Нагорный Карабах». Hetq. 2021. *Нагорный Карабах.* URL: https://hetq.am/ru (по состоянию на 4 мая 2021).
319. Рекомендації Комісії з журналістської етики щодо інформації, яку не можна розголошувати в медіа під час воєнного стану. URL: https://cje.org.ua/statements/rekomendatsii-komisii-z-zhurnalistskoi-etyky-shchodo-informatsii-iaku-ne-mozhna-rozgholoshuvaty-v-media-pid-chas-voiennoho-stanu/ (дата доступу 11.11.2022).
320. Різун В. В. 2008. Теорія масової комунікації: підруч. для студентів галузі 0303 «журналістика та інформація». Київ: Вид. центр «Просвіта», 2008. 260 с.
321. Різун В. Природа й структура комунікативного процесу. *Наукові записки Інституту журналістики.* Київ: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2000. Т. 2. С. 17–37.
322. Різун В. Маси: Тексти лекцій. Київ: Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2003. 118 с.
323. Рикер. П. Кант и Гуссерль. *Интенциональность и текстуальность: философская мысль Франции XX века.* Томск: Водолей, 1998. 306 с.
324. Романов Сергій. Історичний дискурс Лесі Українки: література як форма пізнання (до 150-річчя з дня народження). *Український історичний журнал.* 2021. № 2. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/179953/06-Romanov.pdf?sequence=1
325. Ромм Михаил. 1965. Обыкновенный фашизм. Документальный фильм. URL: https://www.youtube.com/watch?v=vIAFJ7QIU7k (in Russian).
326. Російські журналісти виграли у Європейському суді з прав людини справу про свободу слова в Російській Федерації. URL: http://www.telekritika.kiev.ua/news/146/0/24079/zhurnalisty_vyigrali_delo_protiv_rossii_v_strasburge/
327. Росія автоматизує поширення дезінформації – огляд ЗМІ. BBCNews. Україна. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/press-review-41157937 (дата звернення: 25.10.2022).

328. Рощин С. К. Психология толпы, анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня. *Психологический журнал.* Т. 11. 1990. № 5. С. 3–16, 45.
329. Рощин С. К. Психология толпы: анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня. URL: http://psyfactor.org/lib/rosc-hin.htm.
330. Рубель В. А. Історія середньовічного Сходу. Київ: Либідь, 2002. 736 с.
331. Рудюк Сергій. Міжнародне гуманітарне право: конспект лекцій. Київ: МО України, 2004. С. 44–66.
332. Рудюк Сергій. Як розрубати гордіїв вузол етнополітичного конфлікту. *Офіцер України.* 2014. № 9 (46). С. 22–23.
333. Руккет М.-Л. Познание масс. Очерки политической психологии / пер. с франц. Н. В. Вышинского. Москва: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2010. 272 с.
334. Саган Карл. Світ повен демонів. Наука як свічка у пітьмі / пер. з англ. Микола Климчук. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2018. 384 с.
335. Сайт Асоциации медиапедагогики России. URL: http://edu.of.ru/mediaeducation
336. Сайтарли І. 2007. Культура міжособистісних стосунків: навч. посіб. Київ: Академвидав, 240 с. (in Ukrainian).
337. Саїд Едвард. Орієнталізм / пер. з англ. В. Шовкун. Київ: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2001. 511 с.
338. Саргасян Мери и Агаларян, Кристине. 2020. Участвовавшему в арцахской войне добровольцу из Джавахка не разрешают вернуться домой: его въезд в Грузию запрещен. *Hetq.* URL: https://hetq.am/ru/article/124944 (по состоянию на 3 декабря 2020).
339. Сартр Ж.-П. Экзистенциализм – это гуманизм. Сумерки богов. Москва: Политиздат, 1989. 403 с. *(encyclical letter)*. 2018. URL: https://psylib.org.ua/books/sartr01/index.htm
340. Саруханян Ваге. 2021. Турецко-азербайджанский тандем использовал в Арцахе французские технологии. Официальный Париж избегает комментариев. *Hetq.* URL: https://hetq.am/ru/article/130-372 (по состоянию на 4 мая 2021).
341. Сахаров Андрей. Памятная записка. *Бібліотека газети «День». Серія: Підривна література* / за ред. Л. Івшиної. Київ: Вид-во «Українська прес-група», 2013. 96 с.

342. Свенцицкая И. С. Раннее христианство: страницы истории. 1987. URL: http://religion.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000007/
343. Сегейда Х. П. Минулих років відгомін: роздуми про пережите. Луцьк: Надстир'я, 2007. 48 с.
344. Семенко Михайль. Місто. 2018. URL: https://probapera.org/publication/13/48292/misto.html
345. Словник іншомовних слів. Словники. Українська література. 2022. URL: http://www.rozum.org.ua/index.php?a=term&d=18&t=3689
346. Сен-Віктор П. Де. Боги и люди. Київ: МП «Муза», 1992. 336 с.
347. Сиберт Ф. С., Шрамм В, Питерсон Т. (2012). Четыре теории прессы. URL: http://stud24.ru/journalism/chetyre-teorii-pressy-fs-siberta/376210-1192355-page1.html
348. Сигеле С. Преступная толпа. Опыт коллективной психологии. 2013. URL: https://royallib.com/read/sigele_stsipion/prestupnaya_tolpa_opit_kollektivnoy_psihologii.html#0
349. Симфония для Библии. URL: https://bible.by/symphony/word/16/818/
350. Сігов К. Б. Людина поза грою і людина, яка грає. *Філософська і соціологічна думка.* 1990. № 4. С. 28–44.
351. Скирбекк Гуннар, Гилье Нилс. История фолософии. Гл. 11. *Спиноза – рационализм и система*. URL: https://libcat.ru/knigi/nauka-i-obrazovanie/filosofiya/128408-gunnar-skirbekk-istoriya-filosofii.html
352. Скуленко Михайло. Медіа-ідеологія. 2009. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/178036-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-393565-1-10-20190913.pdf (станом на 9 трав. 2021 р.).
353. Слапчук Василь. Книга забуття: роман. Київ: Ярославів вал, 2013. 368 с.
354. Слапчук Василь. Не думаю, що пам'ять про війну потрібно культивувати. *BBC NEWS Україна*. 27.11.2013. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2013/12/131127_book_2013_interview_slapchuk_im
355. Слісаренко Олекса. Чорний ангел. Аудіокнига. 2022. URL: https://www.youtube.com/watch?v=XTfa7sj4SA0
356. Слободян М. І. Сучасний український документальний фільм. Київ: Наук. думка, 1972. 120 с. (in Ukrainian).

357. Словарь крылатых слов и выражений. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_wingwords/1056/%D0%98%D0%B7 (in Russian).
358. Словник іншомовних слів / укладачі С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. Київ: Наук. думка, 2000. 680 с.
359. Словник української мови Академічний тлумачний словник (1970–1980). URL: http://sum.in.ua/s/masa
360. Словник української мови: хроніка. 1980. URL: http://sum.in.ua/s/khronika (in Ukrainian).
361. Случайный груз Бейрута: как незапланированное посещение порта привело к катастрофе (доступ: 6 августа 2020 г.). URL: https://uk.reuters.com/article/uk-lebanon-security-blast-ship/beiruts-accidental-cargo-how-an-unscheduled-port-visit-led-to-disaster-idUKKCN25224P
362. Сорок мнений о телевидении (зарубежные деятели культуры о телевидении). Москва: Искусство, 1978. 256 с.
363. Стівенс Мітчел. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / пер. з англ. Н. Єгоровець. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 407 с.
364. Страшний день у Луцьку: чого вимагає терорист, і як звільняють заручників. 2020. URL: https://www.youtube.com/watch?v=YjhrewtuMY
365. Судниев И. Ю. Новое качество террористической пропаганды: медиаимперия игил». 2014. URL: http://spkurdyumov.ru/biology/novoe-kachestvo-terroristicheskoj-propagandy-mediaimperiya-igil/
366. Талібан і таліби: хто вони такі? *BBC NEWS Україна.* 16.08.2021. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-58221700
367. Тард Г. Законы подражания / пер. с фр. Москва: Академ. проект, 2011. 304 с. (Психологические технологии).
368. Тертишина Олександра. Хто такий «фактчекінг» і хто його сюди покликав? *Студпарламент КНУ.* URL: http://sp.knu.ua/%D1%85%D1%82%D0%BE-%D1%82%D0%B0% (дата звернення: 14.10.2022).
369. Той, що біжить за вітром: худ. фільм / реж. Фостер Марк. URL: https://uakino.club/filmy/genre_drama/6642-toy-scho-bzhit-za-vtrom.html
370. Торба Валентин. 2016. Чому в Україні знову заговорили про необхідність боротьби з «мовою ворожнечі». *День.* URL: https://day.

kyiv.ua/uk/article/media/viyna-zhurnalist-pozyciya (дата звернення: 12.05.2021).
371. Тоффлер Элвин. Третья волна. 2004. URL: http://www.read.virmk.ru/present_past_pdf/Toffler_Tretiya_volna.pdf
372. У зоні проведення АТО відтепер друкуватимуть газету «Народна армія». 2016. *5 канал.* URL: https://www.5.ua/86/u-zoni-provedennia-ato-vidteper-drukuvatymut-hazetu-narodna-armiia-62705.html (станом на 20 серп. 2022).
373. Україна напала на Придністров'я. StopFake. URL: https://www.stopfake.org/uk/fejk-ukrayina-napala-na-pridnistrov-ya/ (дата звернення: 09.11.2022).
374. Українка Леся. Листи. *Зібрання творів:* у 12 т. Київ: Наук. думка, 1977. Т. 10. 542 с.
375. Українка Леся Листи. *Зібрання творів:* у 12 т. Київ: Наук. думка, 1977. Т. 12. 693 с.
376. Українка Леся. Одно слово. *Зібрання творів:* у 12 т. Київ: Наук. думка, 1977. Т.2. С. 78–84
377. Українка Леся. Замітки з приводу статті «Політика і етика». *Зібрання творів:* у 12 т. Київ: Наук. думка, 1977. Т. 8. 315 с.
378. Українка Леся. *Зібрання творів:* у 12 т. Київ: Наук. думка, 1977. Т. 8. 315 с.
379. Українські легенди про походження та характеристичні особливості деяких народностей. URL: https://xreferat.com/81/1029-1-ukra-ns-k-legendi-pro-pohodzhennya-ta-harakteristichn-osoblivost-de-yakih-narodnosteiy.html
380. Уллмен Джон. Журналистские расследования: современные методы и техника. Москва: Виоланта, 1998.
381. Фактчекінг – данина моді чи запобіжник брехні? ZMINA – центр прав людини. URL: https://zmina.info/articles/faktcheking-cze-dany-na-modi-chy-bazovyj-standart/ (дата звернення: 14.10.2022).
382. Фёдоров А. Медиаобразование, теория и методика. Ростов-на-Дону: Изд-во ООО «ЦВВР», 2001. 708 с.
383. Филиппов М. М. Леонардо да Винчи. Как художник, ученый и философ. Москва: [б. в.], 2015. С. 58.
384. Флиер А. Культурологический словарь. 2010. URL: http://terme.ru/dictionary/172
385. Форсайт Фредерик. Афганец: роман. URL: http://loveread.ec/contents.php?id=25419

386. Франко Іван. Boa Constrictor: повість. Львів: Укр. вид-во «Краків», 1943. 80 с.
387. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я»: роман / пер. с нем. Санкт-Петербург: Издат. дом «Азбука классика», 2008. 192 с.
388. Фрейд Зигмунд. По той бік принципу задоволення. 2019. URL: https://mybook.ru/author/zigmund-frejd/po-toj-bik-principu-zadovolen-nya/read/
389. Фромм Еріх. Втеча від свободи (encyclical letter). Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2019. URL: https://avidreaders.ru/read-book/vtecha-v-d-svobodi.html?p=2
390. Хай живе Украина! 2013. *Hetq.* URL: https://hetq.am/ru/article/31157 (по состоянию на 4 декабря 2013).
391. Хейзинга Й. Homo ludens. Человек играющий / пер. с нидерл. В. В. Ошиса. Москва: Изд-во ЭКСМО-Пресс, 2001. 352 с.
392. Хмилевська Вікторія. 2020. У Києві черговий «ковідний» рекорд. URL: https://zn.ua/ukr/UKRAINE/u-kijevi-cherhovij-kovidnij-rekord-ponad-1700-novikh-khvorikh.html (28.11.2020).
393. Хмилевська Вікторія. Вірменія подала скаргу до ЄСПЛ проти Азербайджану. *Дзеркало тижня.* 2021. URL: https://zn.ua/ukr/WORLD/virmenija-pozivajetsja-do-jespl-proti-azerbajdzhanu.html (станом на 2 лют. 2021).
394. Холланд Агнешка. Ціна Правди. Художній фільм. 2019. URL: https://kino-teatr.ua/film/mr-jones-49212.phtml (in Ukrainian).
395. Холод О. Комунікаційні технології: підручник. Київ: Центр учб. літ., 2013 с. (in Ukrainian).
396. Хто ми – Без Брехні. *Без Брехні.* URL: https://without-lie.info/khto-my/ (дата звернення: 25.10.2022).
397. Хусейни Эзатуллах. Печать Афганистана в постмонархическую эпоху: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 – Журналистика. Москва, 2012. 39 с.
398. Чуніхіна, Світлана. Свої чужі: напрями продукування і психологічна роль «іншого» в українському суспільстві. *Ідеологія і політика.* 2020. № 2(16). С. 304–319.
399. Шамша І. В. Категорія «буття» у філософії Парменіда. URL: https://www.filosof.com.ua/Jornel/M_72/Shamsha.pdf
400. Шапиро М. Некоторые проблемы семиотики визуального искусства. Москва: Искусство, 1972. 159 с.

401. Шарден Т.-П. Гімн Всесвіту / пер. з фр. Г. Волинки. *Читанка з історії філософії:* у 6 кн. Кн. 6: Зарубіжна філософія XX ст. / під ред. Г. І. Волинки. Київ: Довіра, 1993. 239 с.
402. Швырев В. С. Рациональность как ценность культуры. Традиция и современность. Москва: Прогресс-Традиция, 2003. 176 с.
403. Шелер. М. Положення людини в Космосі. *Проблема человека в западной философии* / общ. ред. Ю. Н. Попова. Москва: Прогресс, 1988. 552 с. *(encyclical letter)*. 2014. URL: http://ibib.ltd.ua/sheler-polojenie-cheloveka-32909.html
404. Шепітько В. Ю. Криміналістика: підручник / кол. авт.: В. Ю. Шепітько, В. О. Коновалова, В. А. Журавель та ін.; за ред. проф. В. Ю. Шепітька. 4-е вид., переробл. і доповн. Харків: Право, 2010. 464 с.
405. Шуб Есфирь. Подборка по запросу «Эсфирь Шуб». URL: https://www.youtube.com/results?search_query=%D0%B5%D1%81%D1%84%D0%B8%D1%80+%D1%88%D1%83%D0%B1 (in Russian).
406. Шутяк Лілія. «Новий журналізм» у медійному дискурсі України: ґенеза та жанрово-стилістичні ознаки: автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04. Дніпропетровськ, 2015. 20 с.
407. Эйзенштейн С. Дисней. *Проблемы синтеза в художественной литературе.* Москва: Искусство, 1985. 311 с.
408. Эко Умберто. 1998. Вавилонская беседа. URL: http://lib.ru/UMBEKO/v-beseda.txt
409. Эко У. Развлекательность. *Имя розы:* детектив. Москва: Книж. палата, 1989. Вып. 2. 496 с.
410. Еко Умберто Ім'я рози / пер. з італ. Мар'яна Прокопович. Харків: Фоліо, 2018. 508 с.
411. Элиаде Мирча. Аспекты мифа. / пер. с фр. В. П. Большакова. 4-е изд. Москва: Академ. проект, 2010. 251 с.
412. Эстес Кларисса Пинкола. Бегущая с волками. Женский архетип в мифах и сказаниях. 1995. URL: https://limbook.net/read/begushchaya-s-volkami-zhenskiy-arhetip-v-mifah-i-skazaniyah.html?section=1#1
413. Юнг Карл Густав. Психологические типы. 2001. URL: http://www.lib.ru/PSIHO/JUNG/psytypes.txt
414. Юнг Карл Густав. Архетипи і колективне несвідоме / пер. з нім. Катерини Котюк. Львів: Астролябія, 2018. 608 с.

415. Юнг Карл Густав. Архетип и символ. Психология и религия. 1991. URL: https://gtmarket.ru/library/basis/4229/4233
416. Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020 р.). Разумков. Центр. URL: https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r
417. Як поєднати національні інтереси та журналістські стандарти? Детектор медіа. 2014. URL: https://detector.media/community/article/92935/2014-04-23-yak-poiednaty-natsionalni-interesy-ta-zhurnalistski-standarty/ (дата звернення: 03.06.2021).
418. Янчук Олесь. Голод-33. Документальний фільм. За романом Василя Барки «Жовтий князь». 1991. URL: https://www.youtube.com/watch?v=cgXQCJ0XoDk (in Ukrainian).
419. Abdullah Al-Arian Charlie Hebdo and western liberalism. 2015. URL: http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2015/01/charlie-hebdo-twilight-western--20151106374010611 5.html
420. Abonizio, H. Q., Morais, J. I., Tavares G. M. et al. Language-Independent Fake News Detection: English, Portuguese, and Spanish Mutual Features. [Future internet. 12, 87]. 2020. URL: file:///C:/Users/ User/Downloads/futureinternet-12-00087.pdf.
421. Azərbaycan Respublikasının Müdafiə Nazirliyi. *Hərbi mətbuat.* URL: https://mod.gov.az/ru/ (станом на 23 верес. 2022).
422. Akvani H., Zarifi A., Fakhraei H. A Critical Analysis of the Political Discourse of Exceptionalism in the American Sniper Movie. [Media studies. 11(21): 24–43]. 2020. URL: https://hrcak.srce.hr/245577Al Aman. Accessed August 21, 2020. http://al-aman.com/
423. Albert P. Histoire de la presse. Paris : Presses universitaires de France, 1996. 127 p.
424. Al Jazeera رئيس لتسمية الاثنين يجريمشاورات اللبناني الرئيس ..ماكرون زيارة قبيل للوزراء جديد. Accessed August 28, 2020. URL: https://www.aljazeera.net/
425. Al-Фуркан Media Foundation представляет – выступление шейха Abū Мухаммад Аль-Adnani Аш-Шами. (2015). URL: http://marker.to/IREbxA
426. Amer, Pakinam. 2020. «Feeling stuck? Close your laptop, stop your field measurements and write a poem. Sam Illingworth explains how poetry can help to communicate and celebrate your science». Nature.

27 september 2019. URL: https://www.nature.com/articles/d41586-019-02912-x
427. 50 ans d'attaquescontre les médias en France En savoir plus sur. URL: http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2015/01/07/cinquante-ans-d-attaques-contre-les-medias_4550688_4355770.html#Xztr6g6Hv5YSfpLP.99
428. Archetti Cristina. Mapping Transnational Journalism in the Age of Flows: Or How I Ditched «Foreign Correspondence» and the «Immigrant Press» and Started to Love Histoire Croisée. *Journalism Studies.* 2019. 20(15). P. 2150–2166. URL: https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/76220/Archetti+2019.+Mapping+Transnational+Journalism+in+the+Age+of+Flows.pdf?sequence=2
429. Azer Tag. Азербайджанское государственное информационное агентство. 2021. URL: https://azertag.az/ (по состоянию на 29 апреля 2021).
430. Baghdasaryan Laura & Barseghyan Suzanna & Stepanyan Shoghik. Media consumption and information preferences in Armenia. Yerevan: «Region» Research Center, 2019. P. 6–7.
431. Bachelard Gaston. (encyclical letter). 2022. URL: https://wp-fr.wikideck.com/Gaston_Bachelard
432. Biélorussie: Loukachenko accuse la Pologne d'ingérence. Liberation. Accessed Août 28, 2020. URL: https://www.liberation.fr/debats/2020/08/31/les-limites-de-vladimir-poutine_1798192
433. Boris Johnson's no deal Brexit pledge given green light by Australian Senator Express. Accessed September 9, 2020. URL: https://www.express.co.uk/news/uk/1332322/brexit-news-boris-johnson-no-deal-withdrawal-agreement-australian-eric-abetz-spt/
434. Borum Chattoo Caty, Jenkins Will. From reel life to real social change: the role of contemporary social-issue documentary in U.S. public policy. *Communication & Media Studies and Language & Linguistics. Media, Culture & Society.* 2019. URL: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0163443718823145
435. Carnap Rudolf. Theory Reconstruction and Inductive Logic. Stanford Encyclopedia of Philosophy. (encyclical letter). 2020. URL: https://plato.stanford.edu/entries
436. Cartoonists react to Charlie Hebdo attack URL: http://www.aljazeera.com/news/europe/2015/01/cartoonists-react-charlie-hebdo-attack-20151517171624156381.html

437. Catherine i et Potemkine, les feux de l'humour. Liberation. Accessed Juillet 27. 2020. URL: https://next.liberation.fr/vous/2020/07/27/catherine-ii-et-potemkine-les-feux-de-l-humour_1795352
438. Charlie Hebdo: Cameron condamne un attentat «écoeurant». URL: www.lefigaro.fr/flash-actu/2015/01/07/97001-20150107FILWWW00181-charlie-hebdo-cameron-condamne-un-attentat-ecurant.php
439. Collins Online Dictionary. Definitions, Thesaurus and Translations. URL: https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake (date of access: 14.10.2022).
440. Cousins Mark. Dear John Grierson: A Postscript to The Story of Film (rough cut). 2014. URL: https://www.youtube.com/watch?v=YamlocxI7uc
441. Dans une mosquée de Toulouse: «On ne peut pas se mélanger avec ceux qui justifient les caricatures du prophète». 2015. URL: http://www.liberation.fr/societe/2015/01/09/dans-une-mosquee-de-toulouse-on-ne-peut-pas-se-melanger-avec-ceux-qui-justifient-les-caricatures-du-_1177254
442. De la télé à la Douma, une Tolstoï story. Liberation. Accessed Août 16, 2020. URL: https://www.liberation.fr/planete/2020/08/16/de-la-tele-a-la-douma-une-tolstoi-story_1796931
443. Dewey John. Freedom and Culture. (encyclical letter). 1939. URL: https://archive.org/details/dewey_freedomculture/page/n3/mode/2up
444. Facebook банить сторінки російських ЗМІ, які пишуть про війну в Україні. *ФОКУС.* URL: https://focus.ua/uk/digital/507757-facebook-i-banit-stranicy-rossiyskih-smi-kotorye-pishut-o-voyne-v-ukraine (дата звернення: 14.10.2022).
445. Fact Check.org. Official site. URL: https://www.factcheck.org/ (date of access: 01.11.2022).
446. Flaxman, Seth and others. «Estimating the effects of non-pharmaceutical interventions on COVID-19 in Europe». *Nature*. 08 June 2020. URL: https://www.nature.com/articles/s41586-020-2405-7
447. France's Ideals, Forged in Revolution, Face a Modern Test. 2015. URL: http://www.nytimes.com/2015/02/03/world/frances-ideals-forged-in-revolution-face-a-modern-test.html?_r=0
448. French arrests raise question: Is free speech for all? 2015. URL: http://mainichi.jp/search/index.html?q=Charlie%20Hebdo&sort=desc&ch=&path=http%3A%2F%2Fmainichi.jp%2F
449. Hetq. Журналисты-расследователи. 2020–2021. URL: https://hetq.am/ hy (по состоянию на декабрь-февраль 2020–2021).

450. Horbyk Roman & Prymachenko Yana & Yurchuk Yuliya. Shared history in shattered spaces: mediatization of istorical scholarship in Ukraine and broader eastern Europe. *Ідеологія і політика.* 2019. № 3(14). P. 129–148.
451. Informal Logic. Érudit. URL: https://www.erudit.org/en/journals/informallogic/2018-v38-n1-informallogic04379/1057034ar/ (date of access: 14.10.2022).
452. Kettley Sebastian Archaeology news: Unexpected discovery of Bronze Age settlement uncovers 1,500 artefacts. Express. Accessed September 8, 2020. URL: https://www.express.co.uk/news/science/1332286/Archaeology-news-Bronze-Age-settlement-discovery-Poland-archaeology
453. Kosiuk Oksana. Transformation of modern military journalism. *The role of technology in the socio-economic development of the post-quarantine world* / Edited by Magdalena Gawron-Łapuszek, Andrii Karpenko. Katowice: Publishing House of Katowice School of Technology, 2020. S. 363–372.
454. Kosiuk Oksana. 2021. Relevant interrelationships between science and mass communication. *Social capital: vectors of development of behavioral economics:* collective monograph / Editor: Mariana Petrova. Veliko Tarnovo, Bulgaria: ACCESS Press Publishing house, 2021. 184 p. P. 149–161.
455. Lazer D., Baum M. The science of fake news. American Association for the Advancement of Science, 2018. 359 p. URL: https://www.science.org/doi/10.1126/science.aao2998 (date of access: 14.10.2022).
456. Law on Not Opening «A1+». 2020. News Online. URL: http://www.yerevannights.com/NewsOnline/article.aspx?id=159 (as of 10 May 2021).
457. Le cas Navalny empoisonne la relation Berlin-Moscou. Liberation. Accessed septembre 20, 2020. URL: https://www.liberation.fr/planete/2020/09/03/le-cas-navalny-empoisonne-la-relation-berlin-moscou_179-8500
458. Levine Mark. 2015. Why Charlie Hebdo attack is not about Islam. URL: http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2015/01/charlie-hebdo-islam-cartoon-terr-20151106726681265.html
459. Levitskaya Anastasia, Fedorov Alexander. Theoretical Model of Media Competence's Development of Teachers-to-be in the Process of the Analysis of Manipulative Media Influences *Media Education*

(Mediaobrazovanie). 2021. № 17(2). P. 443–451. URL: http://ejournal53.com/journals_n/1623852601.pdf
460. LIFE Magazine. And The Power Of Photography. Princeton University Art Museum. 2020. URL: https://artmuseum.princeton.edu/art/exhibitions/3612
461. LIFE. 1937. URL: https://cutt.ly/j4gemi3
462. LIFE. 1942. Googlebooks.google.com.ua URL: https://cutt.ly/Q4geWC7
463. LIFE. URL: life.com.
464. Maarit Jaakkola. Journalists as Media Educators: Journalistic Media Education as Inclusive Boundary Work. [Journalism Practice. November 09]. 2020. URL: https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17512786.2020.1844040?needAccess=true
465. Merleau-Ponty Maurice. Phénoménologie de la perception. Paris: La Librairie Gallimard, NRF, 1945. 531 p.
466. Maslow A. H. Theory of Human Motivation A. H. Maslow. 1943. URL: http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm
467. Mcgleenon Brian WW3 threat: Putin aggression in Europe risks 'a new Cold War' warns NATO chief. Express. Accessed September 6, 2020. URL: https://www.express.co.uk/news/world/1332003/russia-news-ww3-putin-new-cold-war-nato-europe-novichok-alexei-nalvary
468. Milgram S., Toch H. Collective Behaviour: Crowds and Social Movements. *The Hanbook of social psychology* / Eds G. Linzey, E. Aronson. Reading: Addison Wesley Publ. Co., 1969. S. 509.
469. Morris Loveday & Sly Liz & Bennett Dalton & Galouchka Anastacia. 2022. On the Kherson front lines, little sign of a Ukrainian offensive. Stars and Stripes. URL: https://www.stripes.com/theaters/europe/2022-08-12/kherson-front-lines-little-sign-ukrainian-offensive-69614 85.html
470. MyBook – Электронная библиотека. Эпидемия (доступ: 2 июля 2020 г.). URL: https://mybook.ru/tags/epidemiya/
471. Nature. «Collections». Accessed June 17, 2020. URL: https://www.nature.com/nature/collections
472. Nature. Coronavirus conversations: Science communication during a pandemic. How researchers can tackle an «infodemic» of hearsay, speculation and fake news. Accessed may 27, 2020. URL: https://www.nature.com/articles/d41586-020-01589-x
473. NewScientist. «This won't be the last pandemic. Where will the next one come from?» Accessed June 17, 2020. URL: https://www.new-

scientist.com/article/2246259-this-wont-be-the-last-pandemic-where-will-the-next-one-come-from/
474. Nolan Emma and Malanchi Ilaria. 2020. Neutrophil ‘safety net’ causes cancer cells to metastasize and proliferate. *Nature.* 11 june 2020. URL: https://www.nature.com/articles/d41586-020-01672-3
475. Opredelim.com. URL: https://ua.opredelim.com/%D0%A2%D0%B-5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%8F
476. Palomo Bella. Sedano Jon Cross-Media Alliances to Stop Disinformation: A Real Solution? *Media and Communication.* 2021. 9(1). P. 239–250. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/MaC%209(1)%20-%20Cross-Media%20Alliances%20to%20Stop%20Disinformation_%20A%20Real%20Solution_.pdf
477. Parks Gordon. URL: https://www.imdb.com/name/nm0662953/awards
478. Politi Fact. Official site. URL: https://www.politifact.com/article/2022/may/04/faulty-premise-2000-mules-trailer-about-voting-mai/?gclid=CjwKCAjwh4ObBhAzEiwAHzZYU0TkZV5gzyKk7Q7vHZrV452VChqqm8yTQxAwVLdEE2GuxJ_rna1MUBoCEVUQAvD_BwE (date of access: 01.11.2022).
479. Prager A., Hameleers M. Disseminating information or advocating peace? Journalists’ role perceptions in the face of conflict. *Journalism.* 2018. August 13. P. 395–413. URL: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884918791788
480. Ricoeur Paul. Narrative Identity and the Turn to Selfhood. Stanford Encyclopedia of Philosophy. (encyclical letter). 2002. URL: https://plato.stanford.edu/entries/ricoeur/
481. Rsf annual round-up: 110 journalists killed in 2015. Reporters witnout borders [E-resource]. URL: http://en.rsf.org/rsf-annual-round-up-110-29-12-2015,48676.html].
482. 60 Prozent befürchten baldigen Terroranschlag. *Der Zugang zur Website.* 2015. URL: http://mainichi.jp/search/index.html?q=Charlie%20Hebdo&sort=desc &ch=&path=http%3A%2F%2Fmainichi.jp%2F
483. Sartre Jean-Paul. L’existentialisme est un humanisme. Texte intégral. Livre audio, 1945. (encyclical letter). 2021. URL: https://www.youtube.com/watch?v=1Vrz-f6QHtU
484. Satti Mohamed A. Al Jazeera Arabic and Al Jazeera English Websites: Agenda-Setting as a Means to Comparatively Analyze Online

News Stories January. *Comunicacion y Sociedad.* 2020. 33(1). P. 1–13. URL: https://www.researchgate.net/publication/338139988_Al_Jazeera_Arabic_and_Al_Jazeera_English_Websites_Agenda-Setting_as_a_Means_to_Comparatively_Analyze_Online_News_Stories

485. Siebert Fred & Peterson Theodore & Schramm Wilbur. 1984. Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do: University of Illinois Press.
486. Slugan M., Terrone E. Documentary Studies and Analytic Aesthetics in Conversation. *Studies in Documentary Film.* 2021. Vol. 15. Issue 2. URL: https://www.tandfonline.com/toc/rsdf20/15/2?nav=tocList&
487. Shevchenko V. FactCheking and verification in the journalism activity. *Obraz.* 2018. Vol. 1(27). P. 140–153. URL: https://doi.org/10.21272/2415-8496-2018-1(27)-140-153 (date of access: 14.10.2022).
488. StopFake. Офіційний сайт. URL: https://www.stopfake.org/ru/glavnaya-2/ (дата звернення 09.11.2022).
489. The New York Times. URL: https://www.nytimes.com/search?query=18.08.2022 (as of August 18, 2022)
490. The Principles of the Truth-O-Meter: PolitiFact's methodology for independent fact-checking. @politifact. URL: https://www.politifact.com/article/2018/feb/12/principles-truth-o-meter-politifacts-methodology-i/ (date of access: 14.06.2022).
491. The Ferret. Official site. URL: https://theferret.scot/ (date of access: 01.11.2022).
492. Stars and Stripes. URL: https://www.stripes.com/ (as of September 23, 2022)
493. Stars and Stripes. URL: https://cutt.ly/v4greOr (as of August 18, 2022).
494. The Washington Post. URL: https://cutt.ly/q4gruT8 (as of August 18, 2022)
495. The return of Charlie Hebdo. 2015. URL: http://www.aljazeera.com/programmes/listeningpost/2015/01/return-charlie-hebdo-2015117104-730260562.html
496. Trend. Информационное агентство. 2021. URL: https://www.trend.az/ (по состоянию на 1 мая 2021).
497. Turan. Информационное агентство. 2021. URL: https://turan.az/ (по состоянию на 29 апреля 2021).

498. William James. The Principles Of Psychology (encyclical letter). 1890. URL: http://library.manipaldubai.com/DL/the_principles_of_psychology_vol_I.pdf
499. WW3 threat: Putin aggression in Europe risks ‘a new Cold War’ warns NATO chief. 2020. URL: https://www.express.co.uk/news/world/1332003/russia-news-ww3-putin-new-cold-war-nato-europe-novichok-alexei-nalvary
500. Zheltukhina M., Slyshkin G., Gumovskaya G. et al. Verbal Features of Film Reviews in the Modern American Media Discourse. *Online Journal of Communication and Media Technologies.* 2020. 10(3)]. URL: https://www.ojcmt.net/download/verbal-features-of-film-reviews-in-the-modern-american-media-discourse-8386.pdf
501. Freud Zygmunt. Psychologie der Massen und Analyse des menschlichen «Ich». Leipzig; Wien, Zürich: Internationaler psychoanalytischer verlag G. M. B. H, 1921. 122 p. (encyclical letter). 2010. URL: https://www.gutenberg.org/files/30843/30843-h/30843-h.htm
502. A1+. 2021. YouTube-канал. URL: https://www.youtube.com/user/a1plusnews (по состоянию на декабрь-февраль 2020–2021).

ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК

Августин (Блаженний) 17, 86–87, 105, 469
Авероес 359
Авіценна 359
Агеєва В. 461
Адорно Т. 68, 71, 107
Аз-Завахірі А. 345
Азуль О. 451
Айзенштадт А. 184
Айяш С. 411
Аквані Х. 388
Аквінат (Аквінський Х.) 17, 87, 469
Алексієвич С. 238, 462
Алієв І. 370, 378
Алієв М. 371
Аль-Аріан А. 352
Альбукасис 359
Амер П. 278
Амін Х. 459–460
Анаксагор 103
Андрухович Ю. 203
Антонич Б.-І. 202, 204
Аристофан 147
Арістотель 13, 86–87, 90, 102, 106, 167, 169, 193, 358–359
Аркетті К. 389
Архімед 359
Ахматова А. 204
Ахобадзе Л. 400
Ахунд М.-Х. 447, 455–456
Ахундзаде Х. 466

Багдасарян Е. 375
Байден Дж. 370, 378, 436, 450–453, 464
Баллестрем К. 67, 215
Бальзак О. 238
Барадар А.-Г. 454–455, 464
Барт Р. 107, 127–128
Баум А. 331
Бахтін М. 127, 141, 160, 222, 321, 330, 357
Бачелет М. 451
Башляр Г. 46, 53, 97
Берк Дж. 345
Берн Е. 226
Берне Дж. 68, 71
Берроуз Л. 183
Библер В. 225
Блінкен Е. 463–464
Блумер Г. 32
Богардус Е. 68
Бодріяр Ж. 271
Бойко А. 273, 472
Борев Ю. 153
Боррель Ж. 449, 450
Борум Чатто К. 387
Борхес Х.-Л. 155, 213, 221, 233
Боттічеллі С. 156
Бохенський Ю. 49
Браун Д. 103, 156, 221, 231–232
Буало Н. 9, 150, 164, 358
Буковський С. 396–397
Булашев Г. 363
Бурк-Уайт М. 183, 184
Бхутто Б. 345

Вавилов М. 399–400
Вайль С. 23
Ван-Дайн С.-С. 299–300
Васік А. 456
Вебер Н. 67, 71, 215, 360
Величковський І. 192
Веллс Г. 333
Вернадський В. 102, 217, 361
Вертов Д. 383–384, 391
Вітгенштейн Л. 50–51, 222
Вітрувій 165, 168–170, 175
Владимиров В. 117, 265, 271
Вулф Т. 235–236
Вундт В. 19, 74
В'ятрович В. 401

Габер Є. 378–379
Гаврилюк Я. 294–295
Гадамер Г.-Х. 48, 127
Гайдеггер М. 40, 127
Галич О. 235
Гальтон Ф. 68
Ганді М. 182
Гані А. 448–449, 456
Ганкевич М. 214–218
Гарібальді Дж. 64
Геворгян А. 374
Гегель Г.-В.-Ф. 17, 49, 88, 222, 358, 360, 469
Гейзінга Й. 127, 358
Гелен А. 36
Гельферт А. 331
Гердер Й.-Г. 154, 360
Геродот 102–103, 148
Герострат 104
Гете Й.-В. 37
Гітлер А. 52, 69, 182, 371
Глейхер Н. 451
Глібов Л. 195
Гокінг С. 227
Головенко Р. 292
Голуб М. 278, 293, 422
Гомер 173, 189–191
Гонгадзе Г. 385
Горацій 211, 358
Горбик Р. 367
Госсейні Х. 461
Грайс П. 387
Грант В. 432
Грін А.-К. 297
Грінченко Б. 187
Грірсон Дж. 391
Гумільов Л. 19, 361
Гундорова Т. 226
Гурдель Е. 346
Гуссерль Е. 40, 45–49
Гутенберг Й. 57, 173, 260
Гюго В. 173, 205, 221

Ґобан-Клас Т. 54, 59
Ґордер Ю. 229

Да Вінчі Л. 90, 135, 155–156, 168, 179, 221, 232, 263
Дадим Іуда Хома 77
Далі С. 183–184
Даль В. 102, 272
Дандридж Ф. 183
Данте А. 173, 189–191
Дарвеза А. 447
Дарвін Ч. 24,51, 66, 469
Дашто Ф. 455
Девід М. 331
Декарт Р. 12–13, 47, 85, 89, 92, 94–96, 150, 274, 469–470

Дельоз Ж. 107
Демосфен 105
Деніелс Р. 278
Дерріда Ж. 127–128
Дефеліс Дж. 388
Джемс У. 43
Дженкінс У. 387
Джонс Г. 396, 399–400
Джонс Р. 432
Джонсон Б. 413, 449
Дзялошинський І. 303
Діаб Х. 412
Дідро Д. 150
Ділі Дж. 210
Дмитренко О. 462
Дмитровський З. 250, 254
Довженко О. 103, 384
Довженко От. 264
Дойл. А.-К. 232, 297, 311, 469
Домонтович В. 130, 197, 207
Донцов Д. 106
Достоєвський Ф. 238, 301
Драгоманов М. 112, 208, 214
Дріан Ж.-І. 410, 456
Дьюї Дж. 43–44
Евклід 359

Ейзенштейн С. 254
Ейнштейн А. 94, 102, 263
Еклезіаст 82
Еко У. 112, 173, 221, 231–233, 299
Еліаде М. 141
Елленберг Дж. 229
Енгельс Ф. 218
Естес К.-П. 140–141

Єфремов С. 229–230

Жадан С. 203
Жарков Я. 403
Желтухіна М. 388–389
Жільсон Е. 49
Жірб Ґ. 403

Забужко О. 186, 203, 220, 361
Зандер А. 181
Заппоне Т. 432
Заріфі А. 388
Здоровега В. 235, 303, 327–328
Зеленський В. 273, 279, 436, 442, 456, 458, 467
Земляна І. 417, 419
Златоуст І. 105
Золя Е. 197, 238
Зубрицька М. 108, 118
Зюскінд П. 112

Іван 455
Іванишин Я. 403
Іванов В. 271
Івахів С. 422, 424
Іздрик Ю. 203
Іллінгворт С. 277
Ісмагілов С. 355–356
Ісократ 105
Іствуд К. 388
Іщенко Н. 418

К'єркегор С. 17–18, 45–46, 88, 271, 469
Кайку М. 33, 50, 227–229
Кайл К. 388
Камю А. 41
Канеман Д. 229

Канетті Е. 20, 24–25
Кант І. 46–47, 49, 96, 233
Карбюзьє Ш.-Е. Ж- Ґ 172
Карей Дж. 56
Карнап Р. 50–51
Карнегі Д. 226
Каролюс Й. 246
Карпенко В. 271. 293
Каррі Г. 387
Картер К. 430
Картьє-Брессон А. 183
Кассірер Є. 323
Квіт С. 17
Келлі М.-Х. 237
Кендзі Г.-Д. 346
Керг С. 456
Кетлі С. 414
Кирило 105
Кобилянська О. 132, 214, 229
Ковельман А. 16
Колберт Е. 229
Колошук Н. 235–238
Колумб Х. 65
Конан Дойл А. (див. Дойл А.-К.)
Конашевич-Сагайдачний П. 440
Корконосенко С. 303
Корнель 150–151
Король В. 401
Костомаров М. 361
Котляр А. 282–283
Котляревський І. 112
Коцюбинський М. 112, 229–231
Кравченко В. 378
Крамаренко О. 401
Крамський І. 222
Крейг Р. 319
Кримський А. 207–208, 212, 231
Крофт С. 432
Кроче Б. 154
Кузнецова О. 139
Кулеба Д. 439, 449, 456
Куликов А. 264, 416
Куліш М. 396
Куліш П. 112
Кульчицький Ю. 401
Кун Н. 363
Куттаб Д. 352

Ладен У. 345, 351
Лакатос І. 53, 97–98
Ле Бон Г. 18–21, 23, 26, 29, 34, 37, 62, 64–65, 70, 74–75, 165–167, 324, 359, 470
Лебедєв Н. 384
Левін М. 57, 351
Леві-Строс К. 36–37. 131
Лейбніц Г.-В. 12–13, 85, 89, 94–96, 273–274, 469
Лейзер Дж. 331
Леруа Е. 217
Лессінг Г.-Е. 150, 154
Лисенко А. 418
Лисенко Т. 400
Лихачов А. 141
Лігачова Н. 394–395
Ліндсей В. 277
Лісій 105
Локк Дж. 88
Лотман Ю. 53, 58, 71, 97, 117, 221, 223, 322, 330
Лука 85
Ляшко В. 283, 308

Магомет (Мухамед, Мухаммад) 65, 344–345, 352, 354–357, 359, 453

Мадатян М. 377
Макдауголл У. (Мак-Дугалл У.) 29
Макіавеллі Н. 67, 71, 102
Мак-Івен С. 388
Мак-Квейл Д. 30–32, 54, 60, 265
Маккензі К. 452
Мак-Люєн М. 36, 111, 248, 252–253
Маковей О. 229, 230
Макрон Е. 284, 372, 409–410, 412
Маланші І. 276
Мальбранш Н. 12–13, 94–95, 274
Марітен Ж. 49
Маркс К. 17, 88, 213, 469
Мартін Р. 432
Мас Г. 453
Масковічі С. 23–24, 75
Маслоу А. 54
Масмер Ф.-А. 88, 469
Мацука О. 419
Мейєрхольд В. 151
Мелетинський Є. 323
Мердок А. 221
Мерзоєв С. 447
Меркель А. 449, 451, 455
Мерло-Понті М. 40–41
Месія (Ісус) 17, 49–50, 72–73, 76–82, 85–86, 135, 156, 232
Мехман А. 371
Мефодій 105
Мирний П. 238
Михайлин І. 91, 100, 102, 103, 111, 144, 147–148, 245, 255–256, 265. 272, 303, 316
Михайличенко Г. 155
Мікеланджело 90, 163, 174
Мілгрем С. 27
Мілевич К. 122
Мінаков М. 367
Міттал Д. 453
Мкглінон Б. 414
Мойсей 83, 94
Моклиця М. 131, 151, 188–189, 191, 194–195, 198, 204, 472
Мокшанцев Р. 28
Мокшанцева А. 28
Молдін Б. 432
Мольєр 150
Монтеск'є Ш.-Л. 360
Морзе Р. 184
Моррісон А. 432
Москаленко А. 32, 265
Мубарак Х. 345
Муджахід Б.-З. 451, 455
Мунк Е. 159
Муратов Д. 380
Муссоліні Б. 52
Мюрат Н. 64

Набока М. 418
Наджибулла М. 460
Ней М. 64
Нечуй-Левицький І. 229, 238
Ніцше Ф. 37, 52, 127–128, 360
Норман Е. 276
Носок М. 398
Нострадамус 186–187, 202
Ньютон І. 17, 88, 156, 469

Олешко В. 303
Ольшанський В. 26, 28–29, 74
Ортега-і-Гассет Х. 22, 36–37, 74
Осьмачка Т. 201

Павличко Д. 197
Павличко С. 112, 229–231
Павлів В. 242
Павлюк І. 421
Павлюк Л. 257
Палеха Ю. 313
Палиця І. 425, 427
Паломо Б. 390
Паркс Г. 183–184
Парменід 13, 91, 470
Пашинян Н. 371, 376, 378, 382
Перельман Я. 226–228
Петерсон Т. 13, 267
Петровська І. 381–382
Пивоваров С. 459–460
Підлісна Г. 145
Пікассо П. 180, 183
Пітерс Дж.-Д. 85, 87–88
Платон 16, 86, 102, 106, 127, 144, 359
По Е. 297
Подоляк М. 439
Пономаренко Л. 271
Поппер К.-Р. 50, 52–53, 96–98, 206, 208, 233, 471
Порошенко П. 273, 337
Потебня О. 118, 154
Потятиник Б. 472
Почепцов Г. 121, 124–125, 139, 268, 323–324, 366
Прагер А. 390
Прилипко О. 404
Прокопович Ф. 193
Пропп В. 129, 131
Протагор 169
Прошкін О. 399
Птолемей 359
Пулітцер Дж. 238–239
Путін В. 247–248, 280, 372, 378–380, 413–414, 435, 444
Пясковський В. 304, 308, 310

Рааб Д. 456
Рабле Ф. 112, 325
Разес 359
Райх В. 21–22, 74
Рарицький О. 235
Распе Р.-Е. 325
Рассел Б. 50, 52, 206
Рассел У. Г. 404
Рафаель 90, 174
Реуцький К. 418
Рильський М. 103, 197
Різун В. 25–26, 28–29, 54, 56–57, 60, 69–70, 74, 271, 328
Рікер П. 49
Робертсон Н. 432
Романов С. 214
Ромм М. 385, 401
Ротхакер Е. 36
Рощин С. 26–27
Рубель В. 458
Руккет М.-Л. 25–26, 62, 67–69, 71
Руні Е. 432

Саган К. 228
Сайтарлі І. 393
Саїд Е. 229, 233–234, 388, 447
Салех А. 450
Сарґсян В. 374
Сартр Ж.-П. 41–42, 45, 350
Саруханян П. 377
Саттар Мірзаквал А. 448
Сатті М. 389

Сахаров А. 33–34
Свааб Д. 229
Свідзинський В. 204
Сегейда Х. 238
Седано Дж. 390
Семенко М. 199–200
Сервантес М. 325
Сирський О. 442
Сіберт Ф. 13, 60, 267
Сігеле С. 23. 62
Скіпальський А. 283
Скірбекк Г. 91, 93
Сковорода Г. 39, 361
Скуленко М. 365
Слаган М. 386
Слапчук В. 461–462
Слишкін Г. 388–389
Слісаренко О. 302
Слободян М. 385
Сміт Є. 183
Согділл Р. 68
Сократ 17. 85–86, 88, 104–105, 329
Сотлофф С. 346
Спіноза Б. 12–13, 85, 92–95, 232, 274, 469
Сталін Й. 24, 182, 399, 401–402
Станіславський К. 151
Станко А. 418
Стерн Ф. 432
Стефаник В. 229, 238
Стівенс М. 240, 406
Ступка Б. 400
Суворіна Х. 282–283
Супрун Л. 472

Такер Р. 68
Таракі Н.-М. 459
Тард Г. 23, 29, 34, 62
Тейяр де Шарден П. 36, 217
Тероне Е. 386
Тертичний О. 303
Тичина П. 187–188
Толстой Л.102, 238, 413
Толстой О. 153
Томас Д. 125
Тоноян Д. 372
Торба В. 418–419
Тоффлер Е. 32–33, 50
Трамп Д. 408–409, 434

Уівер У. 56
Українка Леся (Косач Л.) 132, 151, 153, 207–209, 211–222, 224–226, 229
Уллмен Дж. 315
Уотсон М. 432

Фаенц Р. 125
Фалес 103
Фахреї Х. 388
Федоров О. 116, 119, 122, 130, 388, 395
Федченко Є. 416
Фелліні Ф. 115–116
Фідій 173
Флавій Й. 16, 102
Фонтен П. 432
Форсайт Ф. 462
Фоулі Дж. 345
Франк Ф. 51
Франко І. 112, 196, 229–230, 238
Франс А. 122
Франциск 454
Фрініх 102, 147–148

Фройд З. 18, 21–24, 29, 32, 34, 36–37, 39, 59, 62, 65–66, 70, 72, 74–75, 125–126, 226, 324, 470
Фромм Е. 37, 39
Фуко М. 107, 127
Фукуяма Ф. 401

Хаель Т. 278
Халілзад З. 465
Халсман Ф. 183–184
Хамелеерс М. 390
Хамсі Р. 278
Харірі Р. 407–409, 411–412
Харрарі Ю.-Н. 229
Хасфорд Г. 432
Хвильовий Микола 102, 204, 364
Херст В. 238–239
Хілпюп Т. 68
Хічкок А. 182
Холланд А. 399
Холод О. 393
Хусейні Е. 447, 459

Царукянат Г. 374
Цицерон 105
Цукерберг М. 449

Чакотін С. 57, 71
Череватий С. 404
Чуніхіна С. 367–368

Шаповал Ю. 401
Шаус С. 183
Шахін С. 452, 455
Шевченко Т. 229, 398
Шекспір В. 151–152, 173, 220
Шелер М. 36–37, 45
Шенон К. 56
Шепітько В. 304, 309, 316
Шонді Л. 136
Шостак М. 296
Шоу Б. 153, 325
Шпенглер О.-А.-Г. 360
Шрам В. 13, 60, 267
Шутяк Л. 235–240, 242

Юнг К.-Г. 10, 34, 37–39, 59, 141, 226

Яаккола М. 390
Яновський Ю. 204
Янчук О. 396
Яшин І. 435

Для нотаток

Наукове видання

Косюк Оксана

РАЦІОНАЛІСТИЧНИЙ ДИСКУРС МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Монографія

Для художнього оформлення книги
використано ілюстрації Хуана Міро

Літературний редактор і коректор *Г. О. Дробот*
Верстка *І. С. Савицької*

Формат 60×84 $^{1}/_{16}$. Обсяг 30,22 ум. друк. арк., 29,75 обл.-вид. арк.
Наклад 300 пр. Зам. 46. Видавець і виготовлювач – Вежа-Друк
(м. Луцьк, вул. Шопена, 12, тел. (0332) 29-90-65).
Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України
ДК № 4607 від 30.08.2013 р.