

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

**Мадей Анна Сергіївна**

УДК 007 : 304 : 070 : 050 «Дзеркало тижня. Україна» 2004/2019»

ДИСЕРТАЦІЯ  
**ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ КОНТЕНТ ІНФОРМАЦІЙНО-  
АНАЛІТИЧНОГО ТИЖНЕВИКА «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. УКРАЇНА»  
(2004–2019 рр.)**

27.00.04 – теорія та історія журналістики

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних  
комунікацій

Дисертація містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на  
відповідне джерело \_\_\_\_\_ А. С. Мадей

Науковий керівник: Приступенко Тетяна Олегівна, кандидат історичних наук,  
професор

Київ – 2020

*Мадей А.С. Історико-культурний контент інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2004–2019 рр.).* – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки України, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки України, Київ, 2020.

У роботі окреслено тлумачення ключових понять дослідження – «культурна журналістика» та «арт-журналістика» – у широкому значенні та у вузькому значенні; встановлено, що у вузькому значенні «арт-журналістика» є синонімом до поняття «мистецька журналістика»; з'ясовано, що в українських наукових колах та в професійному середовищі журналістів-культурників більш прийнятий термін «культурна журналістика», складники якого – «мистецька журналістика» й «театральна журналістика». Традиційним є поняття «історична журналістика», яка охоплює матеріали історичної тематики, які можуть бути опубліковані і в розділі «Культура».

За допомогою методу «дерева проблем» на основі моніторингу опублікованих думок українських редакторів та журналістів-культурників та проведеного первинного експертного опитування редакторів та журналістів тижневика «Дзеркало тижня. Україна» з'ясовано, що основна проблема культурної журналістики – її функціонування за залишковим принципом, наслідки якої для видання – несерйозного ставлення до матеріалів культурної тематики та заміна їх симулякрами – гламуром, шоу-бізнесом, світським життям; наслідки цієї проблеми для суспільства – примітивізація смаків та зниження інтелектуального рівня читацької аудиторії, зміна ціннісних орієнтирів та назрівання світоглядних конфліктів.

З'ясовано системні причини проблеми функціонування культурно-історичної тематики за залишковим принципом – застаріла редакційна

політика, яка базується на двох інших проблемах – застарілих стандартах, зокрема щодо відсутності авторської позиції в журналістському тексті, та жанрово-тематичних «рудиментах», зокрема описах подій чи подання культурної тематики лише в новинах; інша системна причина – некваліфіковані журналісти-культурники, чому сприяє непрестижність та неприбутковість професії журналіста-культурника.

Визначено дві тенденції щодо висвітлення історичного контенту в українських масмедіа – позитивна тенденція «олюднення» матеріалів та негативна тенденція яскраво вираженої суб'єктивності в описі історичних подій.

На основі жанрово-тематичного аналізу історико-культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» встановлено кореляцію історико-культурної тематики з визначальними суспільно-політичними подіями в українській державі: у найскладніші роки (Помаранчева революція, Євромайдан) матеріалів було найбільше, натомість у відносно спокійні суспільно-політичні часи та проукраїнської політики чинного президента – кількість матеріалів зменшувалася.

Встановлено, що жанровою домінантою історико-культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» за якісними показниками є жанр інтерв'ю як інструмент у комплексному розкритті образу респондента – носія національних цінностей свого народу та лідера громадської думки. Загалом жанрова палітра матеріалів історико-культурного спрямування представлена в тижневику таким чином: перше місце посіли жанри-мікси, друге – художньо-публіцистичні жанри, третє – аналітико-публіцистичні жанри й останнє – інформаційно-публіцистичні жанри.

Особливості редакційної політики тижневика «Дзеркала тижня. Україна» щодо персоналізації авторів в історико-культурному контенту полягають у такому: досвідчені редактори відділів ретельно добирають авторів, виходячи з їх вузької спеціалізації, що ґрунтується на їх професійних навичках, доступу до відповідних джерел інформації, практичній діяльності. Водночас видання має

досвідчених спеціальних кореспондентів, які готують матеріали з будь-якої історико-культурної тематики. І позаштатні журналісти, і спецкори готують матеріали з культурно-історичної тематики, актуально, об'єктивно, оригінально, яскраво, наближено до читача, і разом з тим – толерантно й неупереджено. Основними принципами донесення історико-культурної проблематики до аудиторії є аналогія з минулим та актуалізація, толерантність, об'єктивна критика, відповідь на виклики часу, «олюднення» публікацій.

Вагомою складовою історико-культурного контенту тижневика є висвітлення життя і діяльності особистостей – відомих українських та зарубіжних історичних та культурних діячів. Перш за все, це стосується жанрів інтерв'ю та портретних нарисів. За 2004–2019 рр. у «Дзеркалі тижня. Україна» надруковано 555 матеріалів теми «Постаті».

Професійну діяльність журналістів над портретним матеріалом базовано на таких підходах: висвітлення найважливішого через спостереження за поведінкою героя; відзначення парадоксів долі; залучення образних асоціацій і наочних епізодів; актуалізація портретного матеріалу, проведення аналогій між життям, діяльністю особистості й сучасністю. Тож персоналізація значної частини історико-культурних матеріалів тижневика дає можливість яскраво подати авторську позицію, розкрити авторське «я», що відповідає потребам сучасного суспільства щодо «олюдненої журналістики».

На підставі проведеного дослідження встановлено, що інформаційно-аналітичний тижневик «Дзеркало тижня. Україна» є зразковим прикладом якісного історико-культурного контенту на рівні редакційної політики щодо авторів і героїв, тематики й жанрів. При цьому відзначено значний недолік цього якісного видання – брак мультимедійності.

З'ясовано, що під час трансформації концепт «національна ідея» реалізується у міфологемах та ідеологемах. Це є одним із суттєвих чинників, що визначає роль історико-культурного контенту тижневика як формотворчого чинника національної свідомості.

Найбільш визначальними міфологемами тижневика є міфологема

Майдану (пізніше трансформована у міфологему Євромайдану), а також міфологема сильного лідера, яку представлено трьома основними видами: лідер – уособлення демократичних підходів і чесного вибору, лідер, який відстоює європейський вибір України, лідер, який протидіє зовнішнім і внутрішнім антидемократичним посяганням. Встановлено, що міфологеми Майдану та Євромайдану виявилися ідейно більш міцними та стабільними, ніж міфологема сильного лідера.

Серед сучасних соціальних ідеологем у «Дзеркалі тижня. Україна» є як глобальні, розраховані на тривалу перспективу – «Україна – це Європа», «Схід і Захід – разом!», так і досить короткотривалі – «Україна без “йолки”, Різдво без Януковича» (була актуальна лише кілька місяців).

Визначено основні підходи, на основі яких реалізується місія історико-культурного контенту «Дзеркала тижня. України» як формотворчого чинника національної свідомості українців: патріотизм, відродження та розвиток опозиційності, сповідування толерантності та виваженості, інтелігентна подача матеріалів, спонукання до аналізу, міркувань, популяризація глибокої національної самосвідомості та водночас великої поваги до представників різних національностей, культур, віросповідань.

**Ключові слова:** інформаційно-аналітичний тижневик «Дзеркало тижня Україна», історико-культурний контент, метод «дерево проблем», тематика, жанри, концепт «національна ідея», ідеологема, міфологема.

*Madey A. S. Historical and Cultural Content of the Information-Analytical weekly newspaper “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina” (2004–2019). -- Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.*

Thesis for a Candidate degree in Social Communications, a specialty 27.00.04 -- The Theory and History of Journalism. Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2020.

The paper describes the key concepts of cultural journalism; the modern tendencies of how the Ukrainian periodicals cover historical and cultural problems are analyzed; the researcher discovered the systemic problems and reasons why the cultural-historical topics are covered by a leftover principle: it is out-of-date editorial policy and unqualified journalists who write materials on cultural subjects; the author performed genre and thematic analysis of the historical and cultural content of the “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina” [“Mirror of the Week. Ukraine”] weekly newspaper; the subject matter of the historical and cultural content of the “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina” was systematized by criteria: events, facts, personalities, authors; it was established that the genre dominant of the historical and cultural content of the analyzed weekly newspaper in terms of quality indicators is the genre of interviews as a tool of the comprehensive disclosure of the respondent’s image; the researcher highlighted the peculiarities of the transformation of historical and cultural concepts and its realization in mythologems on the pages of “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina”; the author pinpointed the main approaches in implementing the mission of historical and cultural content of “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina” as a formative factor of the national identity of Ukrainians.

The researcher used the “tree of problems” method based on the monitoring of published opinions of Ukrainian editors and cultural journalists and the initial expert survey of editors and journalists of the “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina” weekly newspaper. It showed that the main problem of cultural journalism is its operation by a leftover principle. The consequences of this for the publication are that cultural materials were not taken seriously and were replaced by simulacrum: glamour, show business and social life. The consequences of this problem for society are that the tastes of people go primitive and the intellectual level of the readers goes down, the values are changed and the worldview conflicts are growing.

Based on the study, it was found that the information and analytical weekly newspaper “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina” is an excellent example of high-quality historical and cultural content at the level of editorial policy towards authors, characters, themes and genres. At the same time, a significant disadvantage of this

high-quality publication is the lack of multimedia content. Two tendencies to cover historical content in the Ukrainian mass media were identified: a positive tendency to “humanize” materials and a negative tendency of pronounced subjectivity in the description of historical events.

A correlation was found based on the genre and thematic analysis of the historical and cultural content of the “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina” weekly newspaper. This is the correlation between the materials on historical and cultural issues and the defining social and political events in Ukraine: the most difficult years (Orange Revolution, Euromaidan) were the most productive for the material, while in relatively calm socio-political times and pro-Ukrainian policy of the current president - the number of such materials decreased.

The paper outlines the interpretation of key research concepts - "cultural journalism" and "art journalism" - in a broad sense and in a narrow sense; it is established that in the narrow sense "art journalism" is synonymous with the concept of "creative journalism". It was also found that in Ukrainian scientific circles and in the professional environment of cultural journalists the term "cultural journalism" is more common. "Creative journalism" and "theatre journalism" are its components. The concept of "historical journalism" is traditional, it means materials on historical topics, which can also be published in the "Culture" section of a publication.

The systemic causes of functioning of cultural-historical themes by a leftover principle is outdated editorial policy based on two other problems: 1) outdated standards and the lack of authorial position in the journalistic text in particular, and 2) genre and thematic "vestiges", including descriptions of cultural events or presentation of cultural topics only in the news. Another systemic cause is unqualified cultural journalists, caused by the fact that the profession of cultural journalist is non-prestigious and low-paid.

It is established that the genre dominant of the historical and cultural content of the “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina” weekly newspaper is interview. They use interview as a tool of comprehensive disclosure of the respondent’s image. The respondents represent their national values, they are leaders of public opinion. In general, the

genre palette of historical and cultural materials is presented in the weekly as follows: the first place is given to mixed genres, the second place belongs to artistic and journalistic genres, the third – to analytical and publicistic genres and, finally, information and publicistic genres.

The editorial policy of the “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina” weekly regarding the personalization of authors in historical and cultural content is well-developed. Experienced editors of departments carefully select authors based on their professional specialization, professional skills, access to relevant sources of information and the scope of practical activities. At the same time, the publication has a number of experienced special correspondents who can prepare materials on any historical and cultural topics. And these materials written for the newspaper by freelance journalists or special correspondents are always relevant, objective, original, bright, reader-oriented, tolerant and impartial. The main principles of conveying historical and cultural issues to the audience are the analogy with the past, actualization, tolerance, objective criticism, reaction to the current challenges, "humanization" of publications.

An important component of the historical and cultural content of the weekly is the stories of the life and work of famous people, Ukrainian and foreign historical and cultural figures. First of all, the genres of interviews and portrait essays are used for this. 433 materials were published in the “Famous Figures” subheading in the “Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina” for 2004–2019.

The professional activity of journalists on portraits is based on the following approaches: to tell the most important through observation of the hero's behavior; to detect fate paradoxes; to use figurative associations and visual episodes; to actualize portrait material: to show analogies between life and activity of the person and the contemporaneity. Therefore, the personalization of a significant part of the historical and cultural materials of the weekly gives the opportunity to clearly present the author's position, to reveal the personality and position of the author, which meets the needs of modern society for «humanized journalism».



It was found that during the transformation the concept of «national idea» is realized in mythologems and ideologemes. This is one of the essential factors that determines the role of the historical and cultural content of the weekly as a formative factor of national consciousness.

The most defining mythologems of the weekly are the mythologem of the Maidan (later transformed into the mythologem of the Euromaidan), as well as the mythologem of a strong leader, which is represented by three main types: a leader – the embodiment of democratic approaches and fair choice, a leader who defends pro-European future for Ukraine and a leader who opposes external and internal anti-democratic encroachment. It has been established that the mythologems of Maidan and Euromaidan turned out to be ideologically stronger and more stable than the mythologems of a strong leader.

Among the modern social ideologemes of the «Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina» there are both global, designed for the long term: «Ukraine is Europe», «East and West – together!» and quite short-lived: «Ukraine without a Yanukovich' Christmas tree», «Christmas without Yanukovich» (was relevant only for a few months).

The mission of historical and cultural content of «Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina» as a formative factor of Ukrainian national consciousness The main approaches on the based on the following approaches: patriotism, revival and development of opposition, tolerance and balance, smart presentation of materials, motivation for analysis, reasoning, popularization of deep national self-consciousness and at the same time great respect for different nationalities, cultures and religions.

**Keywords:** information and analytical weekly newspaper «Dzerkalo Tyzhnya. Ukraina», historical and cultural content, «tree of problems» method, themes, genres, concept of the «national idea», ideology, mythologem.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### *Статті в наукових фахових виданнях України*

1. Мадей А. С. Охорона історико-культурної спадщини України у контексті соціальних комунікацій: історіографія проблеми. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 11. С. 46–49.
2. Мадей А. С. Питання охорони історико-культурної спадщини України у сучасній періодиці. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 57. С. 305–309.
3. Мадей А. С. Тема охорони історико-культурної спадщини України у контексті соціальних комунікацій. *Діалог: Медіастудії*. 2014. Вип. 18–19. С. 374–382.
4. Мадей А. С. Сучасні тенденції висвітлення пам'яткоохоронної тематики в українських ЗМІ. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 4. С. 80–84.
5. Мадей А. С. Жанровий діапазон історико-культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна». *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. № 2. С. 99–104.
6. Мадей А. С. Тижневик «Дзеркало тижня. Україна» як соціальний і культурний феномен: тематичний діапазон та змістове наповнення історико-культурного контенту. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 4. С. 8–13.

### *Статті у виданнях,*

### *внесених до міжнародних наукометричних баз даних*

7. Madei A. Specificity of coverage of the topic of protection of historical and cultural heritage of Ukraine in modern media space. *European Applied Sciences*. 2014. № 7. P. 3–5.

8. Madei A. Transformation of historical and cultural concepts in the information media space of Ukraine. *East European Scientific Journal*. 2020. № 12 (64). P. 7–9.

*Опубліковані праці апробаційного характеру*

9. Мадей А. С. Специфіка висвітлення питання охорони історико-культурного надбання України у сучасній періодиці. *Журналістика. Філологія. Медіаосвіта* : зб. наук. пр. Полтава, 2014. С. 129–133.

10. Мадей А. С. Тема охорони історико-культурного наследия Украины в контексте социальных коммуникаций. *Актуальные проблемы журналистики* : сборник трудов молодых ученых. Томск : Изд-во НТЛ, 2014. Вып. IX. С. 56–57.

11. Мадей А. С. Специфіка висвітлення теми охорони історико-культурної спадщини України у вітчизняній пресі: проблеми та перспективи. *Вплив нових медіа: міждисциплінарний підхід* : матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 28–28 квітня 2014 р.). Одеса : Нац. ун-т «Одеська юридична академія», 2014. С. 104–106.

12. Мадей А. С. Тема охорони історико-культурної спадщини України у вітчизняних загальнонаціональних газетах. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень* : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і аспірантів (м. Луцьк, 14–15 травня 2014 р.) : у 3 т. Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2014. Т. 3. С. 102–104.

13. Мадей А. С. Проблеми та перспективи висвітлення теми охорони історико-культурної спадщини України у вітчизняному медіа-просторі. *Перспективні напрямки світової науки* : зб. статей учасників Двадцять сьомої міжнар. наук.-практ. конф. «Інноваційний потенціал світової науки – XXI сторіччя» (м. Запоріжжя, 20–25 травня 2014 р.). Запоріжжя : Вид-во ПГА, 2014. Т. 1. Науки гуманітарного циклу. С. 44–45.

14. Мадей А. С. Роль історико-культурного контенту українських ЗМІ у формуванні національної свідомості (на прикладі інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна»). *The European development trends in journalism, PR, media and communication* : International scientific and practical conference (Wloclawek, Poland, 27–28 November 2020). Wloclawek : Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2020. P. 102–105.

15. Мадей А. С. Специфіка і тенденції висвітлення історико-культурної проблематики в українському медіа-просторі. *Інструменти і механізми модернізації наукових та освітніх процесів* : матеріали II наук.-практ. конф. (м. Полтава, 18–19 грудня 2020 р.). Херсон: Вид-во «Молодий вчений», 2020. С. 95–98.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	15
РОЗДІЛ 1. ІСТОРИОГРАФІЧНІ Й ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ .....	22
1.1. Історіографія дослідження питання .....	22
1.2. Кореляція понять «культурна журналістика», «арт-журналістика», «історична журналістика» та відповідних журналістських практик.....	36
1.3. Характеристика «Дзеркала тижня. Україна» як інформаційно-аналітичного тижневика .....	49
1.4. Методологічні основи дослідження .....	55
Висновки до розділу 1 .....	61
РОЗДІЛ 2. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ КОНТЕНТ ІНФОРМАЦІЙНО- АНАЛІТИЧНОГО ТИЖНЕВИКА «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. УКРАЇНА»: ТЕМАТИКА Й ЖАНРИ .....	64
2.1. Дерево проблем української культурної журналістики та редакційна політика тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (за даними експертного опитування) .....	64
2.2. Автура «Дзеркала тижня. Україна»: від сильного автора до сильного тексту .....	78
2.3. Історико-культурна тематика і проблематика «Дзеркала тижня. Україна» в умовах змінності влади.....	95
2.4. Інтерв'ю як жанрова домінанта інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна».....	111
Висновки до розділу 2 .....	122
РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТОСФЕРА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО КОНТЕНТУ ТИЖНЕВИКА «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. УКРАЇНА».....	126
3.1. Пам'яткоохоронна тематика в історико-культурному контенті тижневика «Дзеркало тижня. Україна» .....	126

3.2. Трансформації концепту «національна ідея» в історико-культурному контенті «Дзеркало тижня. Україна».....	142
3.3. Історико-культурний контент «Дзеркала тижня. України» як формотворчий чинник національної свідомості українців.....	161
Висновки до розділу 3 .....	178
ВИСНОВКИ.....	182
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	187
ДОДАТКИ.....	228

## ВСТУП

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** В умовах сучасних реалій українського медіапростору матеріали історико-культурної тематики доцільно розглядати в їх соціальному вимірі – з тієї позиції, як висвітлення історії та культури залежить від політичної та соціально-економічної ситуації в країні. Історико-культурна тематика є ідентифікатором українців як нації, яка водночас знаходиться в тісному взаємозв'язку з суспільно-політичними трансформаціями, змінами політичних векторів української держави, зокрема культурною політикою.

Важливим стимулом для всебічного, ґрунтовного вивчення історико-культурної проблематики у контексті соціальних комунікацій є активні зміни, що зараз відбуваються в обраній сфері. Так, все більш популярними стають круглі столи, медіа-форуми, семінари, де науковці й журналісти-практики обговорюють позитивні й негативні тенденції висвітлення історико-культурної тематики в пресі. До того ж після подій Євромайдану обрана проблематика набуває нових обрисів, з'являються нові можливості та перспективи досліджень. Історико-культурна тематика перестає бути «декоративною ширмою», за якою відбувається переділ влади та ресурсів. ЗМІ все частіше подають питання історії та культури через призму політичних подій: хто відповідальний за руйнування пам'яток архітектури, за якими правилами функціонуватиме кіноіндустрія й книговидавництво, хто ці правила встановлює та лобіює, що таке «національний культурний продукт» тощо.

Наукова проблема полягає в з'ясуванні кореляції між знаковими суспільно-політичними подіями в Україні, культурною політикою чинних на той час Президентів України та особливостями історико-культурних матеріалів в інформаційно-аналітичному тижневику «Дзеркало тижня. Україна».

Близькими до теми дослідження є праці з теорії журналістики В. Буряка, В. Здоровеги, І. Михайлина, А. Москаленка, В. Різуна, Д. Прилюка,

Т. Приступенко, В. Шкляра; з методології соціальних комунікацій – В. Різуна, Т. Скотникової, О. Ромаха; з жанрології – М. Василенка, Р. Радчик, Ю. Ярмиша; з газетної журналістики – Ю. Бідзіля, О. Богуславський, Л. Дудченко, А. Кобинець, Н. Сидоренко, Л. Снісарчук, Т. Хітрової; з культурної журналістики – Л. Мар'їної, О. Іванової (мистецька журналістика), В. Галацької (театральна журналістика), К. Пирогової (арт-журналістика), щодо тижневика «Дзеркало тижня. Україна» як об'єкта дослідження – А. Бессараб, О. Ільченко, Ю. Мірошніченко, Л. Пономаренко, Т. Сашук.

Попри проведену низку досліджень з близьких проблемно-тематичних аспектів періодичної преси, обраний нами об'єкт та предмет дослідження у визначених хронологічних межах ще не був досліджений.

**Зв'язок роботи з науковими, програмами, планами, темами.** Дисертація виконана в межах комплексної програми науково-дослідної роботи Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Український медійний контент у соціальному вимірі» (номер державної реєстрації № 11БФ045-01).

**Мета й завдання дослідження.** *Метою роботи* є виявлення та характеристика тематичних, жанрових і концептуальних особливостей історико-культурного контенту в інформаційно-аналітичному тижневику «Дзеркало тижня. Україна».

Для досягнення цієї мети було поставлено такі **завдання**:

– з'ясувати представлення історико-культурної тематики в українських масмедіа в просторому й часовому вимірах як історіографічної бази дослідження;

– схарактеризувати основні поняття дослідження «культурна журналістика», «арт-журналістика», «мистецька журналістика», «театральна журналістика» та взаємозв'язки між ними;

– за допомогою методу «дерево проблем» та на основі аналізу практичного досвіду журналістів-культурників виділити сучасні проблеми культурної журналістики та встановити їх причиново-наслідкові зв'язки;



– встановити кореляцію між особливостями історико-культурних матеріалів і знаковими суспільно-політичними подіями в Україні та культурною політикою чинних у відповідний період Президентів України;

– виявити та схарактеризувати переважні жанри історико-культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна»;

– встановити особливості редакційної політики щодо персоналізації авторів в історико-культурному контенту «Дзеркала тижня. Україна»;

– виявити специфіку історико-культурних концептів та їх реалізації у міфологемах та ідеологемах на сторінках «Дзеркала тижня. Україна».

*Об'єкт дослідження* – історико-культурний контент інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» за 2004–2019 рр. (до 2011 р. – «Дзеркало тижня»).

*Предмет дослідження* – тематичні, жанрові й концептуальні особливості історико-культурного контенту в інформаційно-аналітичному тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2004–2019 рр.).

*Джерельною базою дослідження* стали 6212 матеріалів культурної та історичної тематики, опубліковані в 712 номерах суспільно-політичного тижневика «Дзеркало тижня» (2004–2011 рр.) та його правонаступника – інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2011–2019 рр.), серед яких: в рубриці «Культура» – 4607 матеріалів, у рубриці «Історія» (від 2013 р.) – 205 матеріалів.

*Хронологічні межі дослідження* – 2004–2019 рр., що зумовлено такими суспільно-політичними подіями: нижня межа визначається Помаранчевою революцією, верхня межа – припиненням виходу друкованої версії тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (останній паперовий випуск №1275 від 29 грудня 2019 р.).

**Методи дослідження.** В основу методології дисертаційного дослідження було покладено такі підходи: *системний*, що базується на принципах взаємозв'язку, багатоплановості, багатомірності, ієрархічності, різнопорядковості та динамічності, для комплексного аналізу історико-

культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна»; *описовий* – для з'ясування доступних спостереженню жанрово-тематичних та концептуальних характеристик предмета дослідження; *соціальнокомунікаційний* – для виявлення соціальних характеристик та взаємозв'язків представлення історико-культурного контенту в інформаційно-аналітичному тижневика «Дзеркало тижня. Україна» з суспільно-політичними подіями та основними напрямками культурної політики чинного президента.

Методологічне забезпечення дисертаційного дослідження спирається на застосування *загальнонаукових методів* порівняння, узагальнення, аналізу, синтезу, індукції, дедукції. *Метод «дерево проблем»* допоміг з'ясувати причиново-наслідкові взаємозв'язки основної проблеми сучасної культурної журналістики – функціонування за залишковим принципом; *метод кількісно-якісного аналізу* дав можливість всебічно вивчити об'єкт та предмет дослідження; *метод аналізу документів та дискурс-аналіз* – проаналізувати історико-культурні матеріали тижневика «Дзеркала тижня. Україна» щодо політичної та соціально-економічної ситуації, редакційної політики, авторів, постатей; *метод експертного опитування* – для з'ясування особливостей зовнішньої та внутрішньої політики видання щодо матеріалів історико-культурної тематики.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в такому:

*вперше:*

– з'ясовано, що основна проблема сучасної культурної журналістики – функціонування за залишковим принципом, тобто матеріали культурної тематики знаходяться на маргінесі видання; наслідки цієї проблеми для видання – несерйозне ставлення до матеріалів історико-культурної тематики та підміна їх симулякрами як ознака постколоніального українського суспільства; наслідки для суспільства – примітивізація смаків, зниження інтелектуального рівня, зміна ціннісних орієнтирів, світоглядні конфлікти; системні причини проблеми – застаріла редакційна політика та некваліфіковані кадри;

– встановлена обернена залежність між кількістю матеріалів історико-

культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» та культурною політикою чинних Президентів України: скорочення у 2005–2010 рр. (за президентства В. Ющенка, культурна політика якого відзначалася посиленою увагою до української історії та культури), зростання кількості таких матеріалів у 2011–2014 рр. (за президентства В. Януковича з його антиукраїнською культурною політикою) і знову кількісний спад у 2014–2019 рр. (за президентства П. Порошенка з його проукраїнською культурною політикою);

– визначено переважний жанр історико-культурної тематики в тижневику «Дзеркала тижня. Україна» – це інтерв'ю з визначальними ознаками «олюдненої» журналістики – персоналізацією автора та персоніфікацією героїв, а також жанри-мікси, що виникли на його основі: інтерв'ю-звіт, інтерв'ю-портретний нарис, інтерв'ю-проблемний нарис, інтерв'ю-рецензія, стаття-інтерв'ю;

– виокремлено п'ять етапів функціонування концепту «національна ідея» в історико-культурному контенті: 1) 2004 р. – перша половина 2005 р. – тенденція до зростання активності дискусії довкола цього концепту; 2) друга половина 2005 р. – 2009 р. – укріплення національної ідеї, зростання переконання громадян, що Україна як незалежна держава вже відбулася; 3) 2010 р. – кінець 2013 р. – відстоювання національної ідеї як опозиційної реакції на експансію російсько-радянських традицій та на активні спроби кітчизації національної культури; 4) кінець 2013 р. – 2014 р. – конкретизація та активна популяризація національної ідеї під час Революції Гідності; 5) 2015–2019 рр. – зміцнення та захист національної ідеї від спроб реваншу та зовнішньої агресії з боку Росії в умовах російсько-української війни;

- з'ясовано, що характерною рисою історико-культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» є текстові матеріали з такими перевагами – висококваліфікованими авторами, героями матеріалів, які є лідерами громадської думки, з жанром інтерв'ю та жанри-міксами на його основі; водночас значним недоліком аналізованого видання в

сучасних умовах є низький рівень розвитку його мультимедійних характеристик;

*удосконалено:*

– систематизацію історіографічних джерел дослідження історико-культурного контенту в українських дисертаційних дослідженнях;

– характеристики пам'яткоохоронної проблематики в межах історико-культурного контенту;

*набули подальшого розвитку:*

– ключові поняття концептосфери щодо історико-культурного контенту сучасних масмедіа;

– особливості функціонування концепту «національна ідея» в масмедіа загалом та в «Дзеркалі тижня. Україна» зокрема.

**Практичне значення одержаних результатів** визначається тим, що вони були використані під час розробки матеріалів навчальних дисциплін для студентів бакалаврату, які вивчають такі навчальні модулі: «Суспільствознавство і медіакритика», «Медіавиробництво: продукт», «Медіавиробництво: контент», «Фундаментальна фахова підготовка», «Тематична спеціалізація», а також магістерської програми «Арт-медіа», спецкурсів для студентів Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та інших вищих навчальних закладів. Одержані результати можна також застосовувати в роботі медіа для визначення ефективності подання матеріалів історико-культурної тематики, коригування та підвищення професійної діяльності журналістів.

**Особистий внесок здобувача.** Автореферат, дисертаційне дослідження, публікації, в яких викладено основні положення роботи, виконані автором самостійно.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та результати дослідження доповідалися та обговорювалися на таких міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях: «Українська журналістика в двохсотлітній ретроспективі» (з нагоди 200-річчя першої в Східній Україні

газети «Харьковский еженедельник») (м. Харків, 2012 р.); «Дослідження вербального і невербального компонентів контенту ЗМК» (м. Київ, 2014 р.); «Критерії діагностики та методики розрахунку впливу медіа» (м. Київ, 2014 р.); «Мова. Суспільство. Журналістика» (присвячується 180-літтю Київського національного університету імені Тараса Шевченка) (м. Київ, 2014 р.); «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (м. Луцьк, 2014 р.); «Вплив нових медіа: міждисциплінарний підхід» (м. Одеса, 2014 р.); «Інноваційний потенціал світової науки – XXI сторіччя» (м. Запоріжжя, 2014 р.); «Журналістика. Філологія. Медіаосвіта» (м. Полтава, 2014 р.); «Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (м. Ужгород, 2014 р.); «Актуальные проблемы журналистики» (м. Томськ, 2014 р.); «Європейські тенденції розвитку журналістики, PR, медіа і комунікації» (м. Влоцлавек, Республіка Польща, 2020 р.); «Інструменти і механізми модернізації наукових та освітніх процесів» (м. Полтава, 2020 р.).

**Публікації.** Основні положення й результати дослідження відображено в 15 публікаціях, з яких: 6 статей у наукових фахових виданнях України, 2 статті у виданнях, внесених до міжнародних наукометричних баз даних, 7 опублікованих праць апробаційного характеру.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (375 найменувань). Загальний обсяг дисертації становить 278 сторінок, з них основний текст – 184 сторінки.

# РОЗДІЛ 1

## ІСТОРИОГРАФІЧНІ Й ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

### 1.1. Історіографія дослідження питання

Історико-культурна тематика українських пресодруків упродовж незалежності України була об'єктом наукових розвідок фахівців з журналістикознавства, а також його правонаступниці – соціальних комунікацій та суміжних галузей – історії та філології. Теоретичним підґрунтям нашого дослідження проблемно-тематичного та жанрового аспектів історико-культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня» є такі основоположні праці: з теорії журналістики – В. Буряка [33–35], І. Михайлина [191–192], О. Мелещенка [189], А. Москаленка [200–201], Л. Пономаренко [235], Т. Приступенко [244], Д. Прилюка [243], з основ журналістики та журналістської творчості – В. Здровеги [118], В. Шкляра [336], з теорії соціальних комунікацій – Г. Почепцова [240–241], В. Різуна [262; 260]; з методології – Н. Костенко та В. Іванова [151], Н. Непійводи та Т. Скотникової [207], В. Різуна [260; 263] та В. Різуна й Т. Скотникової [264; 261], О. Ромах [268–269]; з жанрології – М. Василенка [40], М. Воронової [56], Р. Радчик [254–255], Ю. Ярмиша [346]; з газетної журналістики – Л. Дудченко [103; 351], А. Кобинець [137], Н. Сидоренко [286], Л. Сніцарчук [293], Т. Хітрової [318–319]; щодо «Дзеркала тижня» як об'єкта дослідження – А. Бессараб [20–21], О. Ільченко [127], Ю. Мірошніченко [195], Л. Пономаренко [234], Т. Сашук [279].

Відповідно до принципу взаємозв'язку як першого першого складника застосовуваного нами системного методу [268, с. 14], вважаємо за необхідне

встановити зв'язки розроблюваної теми з іншими науковими працями, яких торкається наше дослідження, зокрема: історико-культурної тематики та жанрів друкованих видань, а також безпосередньо тижневика «Дзеркало тижня. Україна» як об'єкта досліджень.

З огляду на те, що значна частина наукових праць – це результати багаторічних ґрунтовних досліджень, оформлених у вигляді дисертацій, які проходять і належну апробацію, і кількаразову перевірку висококваліфікованими фахівцями, тому історіографічну розвідку розпочнемо саме з цього жанру наукової літератури.

Першу групу тематично близьких наукових розвідок із журналістикознавства чи його правонаступниці – галузі соціальних комунікацій – складають ті, що містять у назві дисертації вказівку на культуру, мистецтво, літературу. У галузі журналістикознавства та соціальних комунікацій це такі праці: О. Хобти про мистецьку періодику Одеси другого десятиріччя ХХ ст. (2005) [321], О. Іванової – літературно-мистецьку періодику початку ХХІ ст. (2011) [124], Д. Попіль – про національні риси постмодернізму в українській та польській пресі (2014) [236], Ю. Мірошніченко – про культурно-мистецьку проблематику якісних українських та зарубіжних газет (2015) [194–195].

Цей же культурно-літературно-мистецький напрям паралельно розробляли історики, зокрема Г. Рудий аналізував періодику України 1917–1920 рр. як джерело української культури (2004) [271] та О. Баковецька досліджувала культурне життя півдня України в періодичній пресі 90-х рр. ХХ ст. (2005) [11].

Другу групу становлять дисертації, які в назві мають ключове слово «національний» або похідні від нього – «національно-культурний», «національно-духовний», «національно-патріотичний». Переважно автори таких наукових праць – це фахівці з галузі соціальних комунікацій: Н. Сидоренко вивчала проблеми національно-духовного самоствердження в українській таборовій пресі першої половини ХХ ст.: (1997) [287], О. Богуславський – пресу в національно-культурному русі в інформаційно-

пресовій діяльності Центральної Ради та українських урядів 1917–1920 рр. (2002) [26] та національно-патріотичну дискусію в пресі міжвоєнної української еміграції в Європі впродовж міжвоєнних 1919–1939 рр. (2008) [27] вже на рівні докторської дисертації, Т. Моїсеєва – українську пресу Австралії (1949–2007) з погляду збереження національно-духовних цінностей (2009) [198], І. Паримський – національну пресу в інформаційному просторі демократичної держави (2013) [216].

Третю групу дисертаційних досліджень виділяємо на основі такої спільної ознаки, як історичність та регіональність, оскільки більшість з них стосуються певного історичного періоду. Тобто йдеться про праці, присвячені розвитку преси та періодики окремих регіонів з історичного погляду, оскільки вони безпосередньо торкаються питань історико-культурної тематики. При цьому враховуватимемо традиційний поділ України на історико-етнокультурні регіони – західний та східний.

Західноукраїнську пресу та періодику досліджували такі фахівці з журналістикознавства та соціальних комунікацій, як-от: В. Габор – україномовну пресу Закарпаття 20–30-х років ХХ ст. (1997) [58], О. Дроздовська – пресу повітових міст Галичини 20–30-х років ХХ ст. (2001) [100], Л. Сніцарчук – українську сатирично-гумористичну пресу Галичини 20–30-х років ХХ ст. (2002) [295], М. Гдакович – західноукраїнські літературні періодичні видання 20–30-х рр. ХХ ст. (2003) [64], О. Тимчишин – західноукраїнську молодіжну пресу 1900–1939 рр. (2009) [305], І. Павлюк – україномовну легальну пресу Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917–2000 рр. (2009) [214], Л. Сніцарчук – різноаспектність української преси Галичини 1919–1939 рр. на рівні вже дисертації доктора наук із соціальних комунікацій (2010) [294], Ю. Бідзіля – пресу як засіб етноідентифікації у мультикультурному інформаційно-комунікаційному середовищі Закарпаття (2016) [24], Ю. Попович – пресу Північної Буковини 1885–1930 рр. з погляду формування національної соборності (2018) [237].



Водночас східноукраїнську пресу та періодику досліджували такі фахівці з журналістикознавства та соціальних комунікацій, як-от: О. Школьна – періодичну пресу Катеринославської губернії 1838–1917 рр. (1997) [337], І. Герман (нині І. Бондаренко) – запорізьку пресу 20–40-х рр. ХХ ст. (2003) [68], Т. Хітрова – особливості типології запорізької періодичної преси (1904–1920 рр.) (2007) [320], В. Гандзюк – часописи Поділля під час національно-визвольних змагань 1917–1920 рр. (2008) [61], О. Почапська – українську сатиричну публіцистику Наддніпрянщини 1917–1921 рр. (2009) [239], К. Ульянова – пресу Луганщини 1917–1938 (2009) [312], В. Георгієвська – рекламно-довідкову пресу Східної України ХІХ – початку ХХ ст. (2009) [66], М. Дяченко – запорізьку пресу другої половини ХХ – початку ХХІ ст. (2010) [104], О. Корчагіна – пресу Ворошиловградської області 1938–1956 рр. (2010) [149], І. Сипченко – пресу Сумщини 20–30-х рр. ХХ століття (2014) [290], Р. Базака – пресу Кіровоградщини 1874–1921 рр. (2015) [9], Н. Зикун – сатиричну публіцистику Наддніпрянщини (2016) [119], І. Вялкова – пресу Донецької області періоду незалежності України 1991–2012 рр. (2018) [57].

У цей час над регіональною пресою працювали також історики, зокрема над західноукраїнською пресою – М. Романюк, який досліджував українську пресу Північної Буковини (2000) [267], О. Вільчинський – пресу Тернопільщини 1985–1991 рр. (2012) [51]; над східноукраїнською пресою працювали такі вчені: І. Гребцова, яка комплексно аналізувала періодичну пресу Південного степового регіону Російської імперії (1820–1865) (2002) [82], В. Гутковський, який досліджував українську пресу Наддніпрянщини другої половини ХІХ ст. – 1920 р. (2002) [89], О. Березовський, який приділив увагу пропаганді та національному питанню на сторінках української преси Наддніпрянщини (1905–1907 рр.) [19], С. Мірошніченко, яка приділила увагу історії регіональної періодики на Слобожанщині ХІХ – на початку ХХ ст. (2011) [196].

Окрім регіональної, також вивчалася столична періодика, зокрема А. Волобуєва дослідила становлення та розвиток преси Києва впродовж 1835–1917 рр. (2008) [52], а з погляду історії цю тему вивчали Р. Гула – газету «Киевлянин» 1900–1914 рр. (2003) [88] та Р. Загорулько – газети Києва 1905–1914 рр. (2013) [112].

Четверта група дисертацій присвячена дослідженню окремих періодичних видань, що мають безпосередній стосунок до культури та історії, що помітно вже з назви, зокрема фахівців з соціальних комунікацій: М. Леськова – часопис «Літературно-науковий вісник» 20–30-х рр. ХХ ст. (1996) [161], А. Кобинець – українськомовну газету Наддніпрянської України “Громадська думка” / “Рада” (1905–1914 рр.) (2005) [138], Т. Гринівський – часопис «Книгарь» періоду визвольних змагань 1917–1920 рр. (2008) [85], В. Перехейда – тижневик «Освіта» 1992–2005 рр. (2009) [221], Л. Супрун – «Літературно-Науковий Вісник» («Вісник») (2013) [301], Т. Пасова – журнал «Культура» 1947–2000 рр. (2014) [219].

Крім того, у цій групі є дисертаційні праці істориків та філологів: К. Олійникова – літературно-естетичну еволюцію журналу «Слово і час» (1999) [209], В. Бездрабко досліджувала журнал «Краєзнавство» 1920–1930 рр. (2000) [17], С. Семенко – журнал «Рідний край» початку ХХ ст. (2000) [281], С. Айтов – журнал «Основа» в контексті культурно-національного відродження України (2001) [1], А. Гречанюк – газету «Буковина» кінця ХІХ – початку ХХ ст. (2003) [81], О. Полумисна – журнал «Украинская жизнь» початку ХХ ст. (2009) [232].

П’ята група дисертацій присвячена жанровим аспектам періодичних видань, які є об’єктом / предметом дослідження науковців у таких працях: І. Белінська вивчала тематику регіональних видань на матеріалі кіровоградської друкованої газетної періодики за 1991–2003 рр. (2003) [22], М. Василенко – інформаційні та аналітичні жанри в українській пресі (2007) [40], Т. Глушкова – ідіостиль газетного видання (2008) [70], О. Голік – взаємодію та взаємозбагачення журналістських жанрів (2009) [71], С. Шебеліст – сучасну

українську есеїстики в системі журналістських жанрів (2009) [334], О. Цвєтаєва – колумністика в українській та американській пресі (2009) [325], С. Куранова – жанр замітки в українській періодиці початку ХХІ ст. (2010) [156], Г. Сенкевич – творчо-соціальну парадигму міської газети (2010) [283], С. Белькова – жанр нарису в матеріалах українських газетних видань початку ХХІ ст. (2012) [18], Н. Герасимчук – фейлетон в київській пресі другої половини ХІХ – початку ХХ ст. (2013) [67], Л. Хотюн – типологію «часопису новин» (2013) [323], Т. Ковальова – подорожній нарис в українській журнальній періодиці 20-30-х рр. ХХ ст. (2014) [139], А. Ворона – візуальні концепти невербальної комунікації культурно-освітніх журналів 1991–2013 рр. (2015) [55], А. Баранецька – газетні тексти на прикладі жанру інтерв'ю (2015) [14], О. Бикова – модифікації репортажу в сучасній українській пресі 2000–2012 рр. (2015) [23], Л. Монич – жанровий контент літературно-художніх журналів України (2015) [199], К. Ломоносова – текст у пресових та інтернет-виданнях (2016) [166].

До шостої групи зараховуємо дисертаційні праці, присвячені близькій до історико-культурної тематики релігійній пресі та періодиці, у межах якої підготовлені такі дисертації: А. Бойко вивчала пресу православної церкви в Україні кінця ХІХ – початку ХХ ст. (2002) [29], І. Скленар – релігійну пресу України (2008) [292], М. Левчук – морально-етичну проблематику преси Православної Церкви Волині (1867–2006 рр.) (2008) [159], А. Ігнатуша – протестантську періодику 20-х років ХХ ст. (2009) [126], У. Колесніченко – християнські дитячі журнали сучасної України (2009) [141], С. Хомінський – взаємозв'язок релігійної та економічної проблематики в природоохоронній, релігієзнавчій та релігійній пресі (2009) [322], А. Полякова – релігійну тематику в суспільно-політичних часописах «Кореспондент», «Український тиждень», «Фокус», «Главред» (2013) [233], Ю. Мельничук – релігійну проблематику в газеті «Буковина» кінця ХІХ – початку ХХ століття (2018) [190]. Крім того, близькою є дисертаційна праця Т. Сашук, яка розробляла соціальну проблематику загальнонаціональних друкованих видань (2015), зокрема в

наукових статтях приділяла увагу і «Дзеркалу тижня» [280]. Також всеукраїнська загальнополітична газета 1998–2006 рр. у контексті утвердження суспільної моралі в Україні, зокрема «Дзеркало тижня. Україна» стало об'єктом дослідження О. Ільченко (2007) [127].

Упродовж 2019–2020 рр. захищена порівняно незначна кількість праць, що ґрунтуються на вивченні преси та періодичних видань, зокрема: В. Георгієвської – партійна преса України кінця ХХ – початку ХХІ ст. (2020) [65], О. Скібан – книжкова преса в Україні 1990–2000-х рр.: (2020) [291], А. Чубрей – театральна періодика міжвоєнної Галичини (2020) [332].

Варто зазначити, що здійснена нами вибірка дисертаційних праць, виконаних в Україні та близьких до теми нашої роботи, не є вичерпною з огляду на те, що перелік був укладений лише на підставі аналізу тем дисертацій, у яких не завжди відображені всі аспекти предметів їх дослідження. Крім того, поділ відібраних дисертацій на шість тематичних груп має дещо умовний характер, оскільки частина наукових праць може містити характерні ознаки кількох виділених нами груп, хоча й зарахована до якоїсь однієї.

Проте попри допустимість певної похибки в класифікації дисертаційних праць, проведений аналіз назв дисертацій дає підстави для таких висновків: історико-культурна тематика представлена значною кількістю дисертаційних праць, серед яких переважають ті, що розкривають історичні особливості пресодруків окремого регіону чи його частини впродовж певного часового періоду. Зазвичай, такі дослідження охоплюють історико-культурну тематику цих пресодруків як органічну частину суспільно-політичного видання. Загалом дисертаційних праць з журналістикознавства та соціальних комунікацій, які пов'язані з темою, об'єктом та предметом нашого дослідження й захищені впродовж 1996–2020 рр., що складає 25 років, нами нараховано 68, зокрема: з ключовими словами «культура», «література», «мистецтво» – 5 (7%); з ключовим словом «національний» та похідними від нього – 6 (7%); дослідження регіональних пресодруків в історичній ретроспективі – 22 (33%); з окремим друкованим виданням як об'єктом дослідження – 6 (7%);

журналістським жанрам – 16 (25%); дисертаціям споріднених тематик – 10 (16%), з яких релігійної – 8, соціальної – 1, моральний аспект – 1; останніх захищених дисертацій – 3 (4%).

Отже, така кількість дисертацій, дотичних до тематики української історії та культури, висвітленої на шпальтах пресодруків, свідчить про їх вагоме місце в історії журналістики та соціальних комунікацій, а також в історичній та філологічній галузях.

Другим напрямом історіографічних вислідів з теми нашого дослідження – це спостереження довкола об'єкта нашого дослідження. Тобто постає необхідність з'ясувати, які наукові статті присвячені виданню «Дзеркало тижня» як об'єкту дослідження наукових розвідок споріднених галузей. Звісно, нас цікавлять, у першу чергу, наукові розвідки журналістикознавців та фахівців у галузі соціальних комунікацій, а також близької філологічної галузі. Тож розпочнемо з виділення основних результатів досліджень, оприлюднених науковцями в галузі соціальних комунікацій у статтях, присвячених цьому суспільно-політичному виданню як об'єкту досліджень.

2007 року київська колега О. Ільченко захистила дисертацію «Всеукраїнська загальнополітична газета 1998–2006 рр. (в контексті утвердження суспільної моралі в Україні)», у якій «Дзеркало тижня» кваліфіковано як одне з п'яти обраних для дослідження загальнополітичних видань, що активно висвітлювало моральну проблематику та, як виявилось, спеціалізувалося на одній з актуальних моральних проблем [127]. Попри те, що О. Ільченко досліджувала моральний аспект, водночас вона торкалася й культурно-виховної функції, про що і зазначає в авторефераті [127].

2008 року запорізька дослідниця Л. Пономаренко проаналізувала ступінь представлення Біблії в тогочасних друкованих нерелігійних ЗМІ впродовж 2003–2007 рр., серед яких першим було видання «Дзеркало тижня». Як було з'ясовано, «на сторінках сучасних українських ЗМІ відзначається різний ступінь вживання лексеми „Біблія”: від власне назви як Святого Письма до глибокої інтерпретації біблійного тексту з розлогими, відповідно

паспортизованими цитатами» [234, с. 299]. При цьому саме в «Дзеркалі тижня» переважало вживання терміна «Біблія» як лексична одиниця без жодного контекстуального оточення, що свідчить про певний формалізм у вживанні цього поняття [234, с. 299].

2010 року львівська вчена Х. Дацишин під час вивчення мови ЗМІ на прикладі фразеологізмів прийшла до висновку про «високу частотність культурем та ідеологем радянського періоду історії, цитат з російської літератури і сучасної масової культури, назв художніх творів і фільмів західноєвропейських та американських авторів» [91] у заголовках друкованих видань, у тому числі й у «Дзеркалі тижня». Негативним наслідком того, на думку дослідниці, було формування «мовно-культурної ідентифікації, що не ґрунтується на українських джерелах; роль масмедіа у цьому процесі виявляється не конструктивною, а деструктивною» [91, с. 203]. Повністю можна погодитися з дослідницею, що «аргументи про недостатню „розкрученість” українських фразеологізмів не мають достатніх підстав, бо саме засоби масової комунікації можуть стати „промоуторами” своїх, українських за походженням стійких висловів, перевести здобутки української фразеології до активного мовного запасу широкого кола читачів» [91, с. 203].

2014 року інша київська колега Т. Сащук у науковій статті вивчала матеріали аналізованого нами «Дзеркала тижня» з погляду соціальної проблематики та підсумувала, що «актуальна соціальна проблематика... реалізується крізь призму інших актуальних суспільних питань у таких тематичних блоках: економіка і політика, наука й освіта, держава і її взаємодія з іншими соціальними інститутами, соціальна культура, екологія та збереження енергоресурсів, фізичне й моральне здоров'я нації, материнство й дитинство, культура й мистецтво» [279, с. 133].

2014 року львівська дослідниця О. Гоцур проаналізувала на матеріалах кількох видань, серед яких і «Дзеркало тижня. Україна», «основні концепти та тенденції у висвітленні проблеми інтеграційного визначення України у стратегічному контексті» [78, с. 214] й дійшла висновку, що «задовго до саміту

у Вільнюсі... газета “Дзеркало тижня. Україна” публікує чимало матеріалів, роль яких можна окреслити, як “просвітницьку”: пояснення усіх вигод, які отримає Україна від зближення з ЄС. Окрім того, аргументовано розвінчує міфи, пов’язані з цим інтеграційним процесом, які циркулювали у цей період» [78, с. 217]. Тож йшлося про дві функції цього видання щодо висвітлення інтеграційної тематики України до ЄС – просвітницька та розвінчування міфів, які, на наш погляд, є взаємопов’язаними.

2015 року Ю. Мірошніченко захистила дисертаційну працю, об’єктом якої серед інших українських та закордонних видань, було й аналізоване нами «Дзеркало тижня. Україна». Ця робота частково близька також до нашої за предметом дослідження – культурно-мистецька проблематика впродовж 2011 – 2015 рр., зокрема переважали такі теми: події на Донбасі й на Майдані (56%), низький рівень фінансування культури з боку держави (16%), занепад українського кінематографу та книгодрукування, а також мистецтва (16%), низький рівень загальної культури та духовності українського соціуму (12%) [195, с. 135]. При цьому було з’ясовано, що матеріали культурної тематики як в зарубіжних, так і в українських виданнях, зокрема і в «Дзеркалі тижня. Україна» – це близько 5% від загальної кількості матеріалу [195, с. 138].

Крім того, було відзначено, що в розділі «Культура» аналізованих українських видань, серед яких і «Дзеркало тижня. Україна», майже половині матеріалів характерне песимістичне висвітлення тем без подання шляху розв’язання висвітлюваних проблем. При цьому «співвідношення матеріалів постановка проблеми – вирішення проблеми становить 90% : 10%» [195, с. 139]. Також Ю. Мірошніченко відзначає, що у виданні «Дзеркало тижня. Україна» «переважає українолістичний напрям представлення новин культури», тобто всі вони мають бути пов’язані з Україною [195, с. 112].

2016 року харківська дослідниця О. Полумисна у межах аналізу медіатексту розглянула прецедентні висловлювання, зокрема і на сайті видання «Дзеркало тижня. Україна». У висновках дослідниця зауважує, що прецедентні висловлювання в проаналізованих виданнях «здебільшого розраховані на

масового читача – з тим, щоб він без будь-яких труднощів міг впізнати відомий знак з-поміж іншого текстового масиву» [231, с. 19], хоча водночас акцентує увагу на тому, що низькі вимоги – атрибут відповідного інтелектуального рівня суспільства.

2018 року запорізька дослідниця А. Бессараб на матеріалах видання «Дзеркало тижня. Україна» з'ясувала роль ЗМІ «у формуванні культури читання книги загалом та української зокрема» [20, с. 24]. Як показав аналіз матеріалів відповідної тематики, ця роль полягає у висвітленні життєвого й творчого шляху письменників, а також в інформуванні про «вихід у світ і презентацію нових видань» та про книжкові виставки та ярмарки, фестивалі, проте, здебільшого, київські й столичні [20, с. 24].

Цього ж 2018 року тернопільські дослідниці О. Мединська та Г. Синоруб проаналізували на матеріалах кількох загальноукраїнських (у тому числі і в «Дзеркало тижня. Україна») та регіональних (тернопільських) онлайн-видань мову ворожнечі, пов'язану з виборчим процесом. Були виявлені лінгвістичні маркери мови ворожнечі, зокрема: «нелітературні слова (жаргонізми, просторіччя) і видозмінені літературні вислови, які не приховують наміру журналіста викликати негативні асоціації щодо кандидата чи партії; вживання расизмів..., лукізмів...; метафоричні лексеми; використання слів у переносному значенні, руйнування прямого номінативного значення, що породжує відповідне асоціативно-семантичне поле» [188, с. 60–61]. Встановлено, що «другим (після видання «Українська правда» – А.М.) за вживанням мови ненависті є видання «Дзеркало тижня» (51 випадок)» [188, с. 55].

2019 року харківська дослідниця Є. Литвишко в результаті проведеного аналізу представлення конституційних цінностей в «Дзеркало тижня. Україна» встановила, що «такі цінності, як “людина”, “життя”, “безпека” і “здоров'я” зустрічаються найчастіше в проаналізованих медіатекстах, але не було жодного випадку використання цінностей “честь”, “гідність”, “недоторканність”» [165].

Отже, на підставі проведеного нами пошуку та короткого огляду наукових досліджень, виконаних на матеріалах видання «Дзеркало тижня»



фахівцями з соціальних комунікацій, варто констатувати таке: попри спільний об'єкт дослідження – аналізований пресодрук, нами не було знайдено двох однакових предметів дослідження. Упродовж аналізованого періоду розглядалися такі питання: моральна проблематика (О. Ільченко), лінгво-філософський аспект, зокрема ступінь представлення Біблії на контекстуально-семантичному рівні (Л. Пономаренко), формування української ідентичності засобами мови (Х. Дацишин), соціальна проблематика (Т. Сащук), концепти і тенденції висвітлення інтеграції України до ЄС (О. Гоцур), культурно-мистецька проблематика (Ю. Мірошніченко), прецедентні висловлювання в медіатекстах (О. Полумисна), формування культури читання за допомогою матеріалів культурної тематики (А. Бессараб), мова ворожнечі у матеріалах виборчої тематики (О. Мединська, Г. Синоруб), конституційні цінності в медіатекстах (Є. Литвишко).

З іншого боку, попри загальновизнаний авторитет «Дзеркала тижня. Україна» як якісного видання, автори наукових статей подають досить критичні, хоча й коректні результати дослідження. Так, поруч з констатацією значних досягнень у висвітленні перелічених вище тематичних напрямів, відзначена недостатня роль видання «Дзеркала тижня. Україна» в таких процесах: у формуванні української ідентичності мовними засобами; у вживанні концепту «Біблія» без контекстуального та семантичного заглиблення, що надає висловлюванням певної схоластичності; у прецедентних висловлюваннях у медіатекстах частіше простежується спрямованість на масового читача, попри заявлену еліту як цільову аудиторію видання; в упущенні таких ключових конституційних і водночас моральних цінностей, як честь та гідність. При цьому варто зазначити, що тематично найближчою до предмета нашого дослідження є дисертаційне дослідження Ю. Мірошніченко, яка вивчає культурну проблематику, хоча зовсім не торкається історичної, а також лише згадує про жанровий аспект. Крім того, предметно близькою є наукова розвідка А. Бессараб, яка торкається жанрово-тематичних аспектів

матеріалів культурної тематики, що відіграють провідну роль у формуванні культури читання [21].

Перейдемо до огляду наукових статей мовознавців, виконаних на матеріалах «Дзеркала тижня. Україна», які відображають функціонування і трансформацію мовних одиниць у матеріалах видання.

2010 року львівський філолог Ю. Римашевський на підставі аналізу семантики терміна «національна ідея» у виданні «Дзеркало тижня» виводить кілька основних його лексико-семантичних варіантів, зокрема як носій суттєвої ознаки, як утворення з чітко визначеною структурою, як явище, що за спільними ознаками уподібнюється до іншого, як щось обов'язкове, а також як виконавець дії та як предмет спеціальної зацікавленості [259, с. 312].

2012 року дослідниця Н. Поліщук на прикладі «Дзеркала тижня» як політичного газетного тексту вивчала мистецьку термінологічну лексику та дійшла висновку про те, що «тут фахова лексика детермінологізується, виконує не номінативно-дефінітивну, а стилістично-експресивну функцію, надаючи публікаціям певного колоритно-емоційного звучання, викликаючи при цьому в читача відповідні емоції, налаштовує його на сприйняття тих чи інших політичних подій, формує при цьому громадську думку» [230, с. 222].

Дослідниця О. Маркова (2017) в результаті аналізу мовних засобів експлікації концепту «патріотизм» на матеріалах «Дзеркала тижня» дійшла висновку, що «епітетні та метафорні структури є ефективними засобами образної мовної експлікації» цього концепту [182, с. 121]. В іншій науковій розвідці О. Маркова (2016) підсумовує свої результати таким твердженням: «в мові газети “Дзеркало тижня” особливо важливе значення має змістовно-підтекстова інформація, яка утворюється завдяки здатності метафоричної моделі породжувати асоціативні зв'язки. Поглиблення змісту концепту “патріотизм” відбувається через нову сполучуваність смислів, слів, а отже – через розширення контексту» [183, с. 112].

Дослідниця О. Яковлева (2018) проаналізувала на прикладі семи номерів видання «Дзеркало тижня. Україна» за 2018 р. п'ятнадцять символічних

значень та прийшла до висновку, що це були «як загальновідомі символічні значення (наприклад, Одиссея), так і авторські, okazіональні (український Гірш)», які «саме публіцистичні тексти окремих ЗМІ, розрахованих на представників елітарної культури, є багатющим мовним матеріалом для виявлення символічних значень і аналізу різного роду трансформацій у межах таких значень» [345, с. 159].

Мовознавець В. Каленич (2019) аналізував у науковій статті медіафразеологію в текстах, «представлених на сторінках інформаційно-аналітичного тижневика “Дзеркало тижня” за 2018 р.» [129, с. 155], та прийшов до такого висновку: «фразеологічні одиниці досить поширені в цьому виданні, семантично і структурно різноманітні. Залучення фразем сприймається як економія мовних ресурсів, з одного боку, та максимальне смислове навантаження, з іншого» [129, с. 157].

Тож проведений огляд наукових статей філологів, об'єктом яких стало «Дзеркало тижня», показав, що це суспільно-політичне видання впродовж тривалого часу було досить використовуваною платформою для виконання кількісно-якісних досліджень мовників, які приділили увагу: концептам «національна ідея» (Ю. Римашевський) та «патріотизм» (О. Маркова), мистецькій термінології (Н. Поліщук), символічним значенням (О. Яковлева) та медіафразеології (В. Каленич). Крім того, питання культури, зокрема інформаційної, висвітлювалося в монографії О. Прудникової [252], в дослідженні Т. Пасової [219].

Отже, з одного боку, історико-культурна тематика та жанрові аспекти пресодруків загалом були досить актуальними як предмет дисертаційних досліджень, з іншого боку, «Дзеркало тижня. Україна» стало об'єктом наукових статей як фахівців із соціальних комунікацій, так і філологів на межах дисертаційного дослідження. Водночас цей тижневик аналізувався в межах дисертаційних досліджень О. Ільченко (з винесенням його в назву дисертації) та Ю. Мірошніченко (без винесення в назву дисертації як одне з українських якісних видань).

## **1.2. Кореляція понять «культурна журналістика», «арт-журналістика», «історична журналістика» та відповідних журналістських практик**

Сьогодні в наукових колах функціонує кілька термінів, які безпосередньо стосуються предмету нашого дослідження, – це «культурна журналістика», «арт-журналістика», «театральна журналістика», «мистецька журналістика», «історична журналістика». Одразу зауважимо, що не всі ці поняття є загальноприйнятими й поширеними як у наукових колах, так і серед журналістів-практиків. Перший термін – культурна журналістика – виник, як можна припустити, у результаті перекладу з англійської терміна «cultural journalism», проте є досить прозорим і зрозумілим. На наш погляд, у такому випадку дещо дивно звучить назва журналіста, який пише на тему культури, – культурний журналіст, бо постає резонне запитання щодо інших журналістів як безкультурних, виходячи з словотворчих процесів української мови.

Звернімося до тлумачення поняття «культурна журналістика» зарубіжними фахівцями. Так, за словами досвідченої британської культурної журналістки М. Джаггі, «першочергове завдання культурної журналістики пов'язане з мистецтвом і творчістю, а також з окремими особами, установами та політиками, які пов'язані з питаннями мистецтва та творчості або сприяють їхньому розвитку. Зазвичай під мистецтвом розуміють літературу, образотворче мистецтво, музику, кіно, театр, танець, фотографію, архітектуру і дизайн. Воно охоплює як “високу культуру” (багато традиційних форм мистецтва), так і “масову культуру” (раніше відому як народне мистецтво). До явищ культури належить також масові розваги, такі як популярні фільми, радіо, телебачення та комп'ютерні ігри» [92]. При цьому авторка наголошує, що «ширше визначення може охоплювати що завгодно: від садівництва і кулінарії до міського планування та інноваційних технологічних стартапів» [92].

Тож у попередньому описі йдеться про тлумачення культурної журналістики за допомогою напрямів культури. Проте, як наголошує М. Джаггі, XXI століття пропонує інше, трансформоване бачення культурної журналістики: «все частіше визнають економічний внесок мистецького сектора у створення робочих місць, економічний ріст, туризм, експорт і розвиток, а також те, що мистецтво допомагає вирішувати соціальні проблеми і є засобом передачі цінностей» [92], тобто йдеться про культурну журналістику, яка приводить до змін у політичній, економічній та соціальній сферах [92]. Водночас М. Джаггі дає досить конкретні настанови журналістам-культурникам [180].

2018 року про культурну журналістику в умовах сучасних онлайн-платформ вела мову культурознавець М. Шевченко: «Йдеться, власне, про сучасну “культурну журналістику”, висвітлення різноманітних проблем у сфері культури (передусім культурна політика у широкому сенсі, мистецька сфера, кадрова політика в культурному просторі, музейні та галерейні проекти, креативні індустрії тощо). Така журналістська робота передбачає аналітичний підхід, об’єктивну позицію, фахову експертну оцінку, ексклюзивні інтерв’ю, поєднання загальнодержавної і локальної тематики» [335, с. 192]. Тобто М. Шевченко розуміє під терміном «культурна журналістика» журналістські матеріали, присвячені багатогранній темі культури. Крім того, у контексті культурної журналістики дослідниця піднімає питання основних вимог до журналіста, який пише про культуру, щоправда, у досить узагальнених рисах.

Заслуговує на увагу наукова стаття, присвячена питанню культури в засобах масової інформації, підготована 2018 року львівськими дослідницями О. Гарматій, С. Кісіль [63]. Як підсумовано в статті, основними тенденціями подання тем культури в сучасних українських масмедіа є такі: наявність окремого розділу, зазвичай, з однойменною назвою, або ж за умови відсутності такого розділу «про найважливіші події культурного характеру можна дізнатись у розділах “Суспільство”, “Актуально”, “Погляд” тощо» [63]. При цьому авторки наголошують, що в таких випадках «роль культури може бути

звужена до розважальної» [63]. Як висновковують дослідниці, «сучасна культурологічна журналістика потребує ґрунтовних матеріалів, об'єктивного й прискіпливого розгляду, з оцінками і прогнозами» [63]. Звертаємо увагу на термін, вжитий у цій статті – культурологічна журналістика, на який ми натрапили лише в назві проблемної групи «Сучасна культурологічна журналістика», яка працювала в межах Регіонального студентського наукового онлайн-семінару «Актуальні проблеми журналістики», що проводився 29 квітня 2020 року в Полтавському національному педагогічному університеті імені В.Г. Короленка [339]. Крім того, В. Михалюта послуговується терміном «культурно-просвітницька журналістика», яку розглядає як розважальний компонент [193, с. 131].

Перейдемо до освітніх та просвітницьких заходів, присвячених культурній журналістиці. Від 22 листопада 2013 року до 22 квітня 2014 року фундацією «Центр сучасного мистецтва» проводився семінар культурної критики та репортажу «Культура 3.0», один з модулів якого «Критика сучасної культури: про чи контра» був присвяченим тому, як варто писати про культуру в сучасних умовах і обставинах і навіщо взагалі приділяти увагу в ЗМІ культурі, як формувати ставлення читачів до таких тематик, як бути ініціаторами змін у цій сфері тощо [282].

Упродовж трьох днів – від 31 серпня до 2 вересня 2018 року – у м. Северодонецьк пройшов тренінг «Якісна журналістика у сфері культури: Як писати про культуру доступно – німецька опера у Северодонецьку», який організувала Академія української преси за підтримки харківського офісу Представництва Фонду К. Аденауера в Україні [297]. Проаналізувавши звіт, прийшли до висновку, що основна увага приділялася саме тому, як писати якісні матеріали на тему культури [297]. Так, В. Іванов обґрунтував суспільну потребу в якісній журналістиці таким чином: «Якщо демократичне суспільство хоче нормально функціонувати, йому потрібні журналісти, що багато вміють, багато знають і гостро усвідомлюють свою відповідальність» [297]. І це не єдина спроба відповісти на запитання: «Як писати про культуру?» [316].

15–16 червня 2019 року фундація «Центр сучасного мистецтва» разом з виданням «Korydor» провели дводенний семінар «Навзаєм: розмови про журналістику та культуру» для журналістів-практиків, на якому були розглянуті питання культурної політики Європи, а також вплив популістичних стратегій на культуру [249; 311].

Перейдемо до розгляду наступного терміна – «арт-журналістика», що є похідним від англійського «art journalism» та порівняно сучасним, з прозорою етимологією, тобто «свіже» запозичення з англійської мови, яке не є близьким ні українській мові, ні її традиціям називання. Звернемося до з'ясування, наскільки поширений цей термін як у журналістській спільноті, так і в наукових колах.

У 2019–2020 рр. в Україні під однойменною назвою «Арт-журналістика» уже двічі поспіль у Харківському національному університеті мистецтв проводився однойменний конкурс. Якщо першого разу були лише такі номінації: «Нарис», «рецензія», «інтерв'ю», «творчий портрет», «есе», «репортаж», «проблемна стаття», «відео-інтерв'ю» та «відеорепортаж», то в 2020 р. перелік значно розширили за рахунок введення нових, зокрема: «музика і театр у stream», «художнє фото», «концептуальне фото», «проба пера», «я – блогер» та «Кому він потрібен, цей арт-критик? Обговорюємо проблеми сучасної мистецької критики» [5]. Отже, з огляду на таке різноманіття номінацій, які містяться під загальною назвою «арт-журналістика», можна стверджувати досить широке його значення.

Варто зазначити, що й освітня царина не лишилася «поза увагою» фахівців, які вдалися до використання цього новітнього терміна. На сьогодні у сфері вищої освіти повноцінно функціонують освітньо-професійні програми з арт-журналістики. Так, в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка в 2020 році був оголошений набір до магістратури за освітньою програмою «Арт-медіа» [344].

Також у наукових колах поширюється тенденція до проведення конференцій, присвячених арт-журналістиці, зокрема в Татарстані («Арт-

журналістика в контексті мультимедійності: дискурс мистецтв вітчизняних та зарубіжних медіа, м. Казань, 22–23 жовтня 2014 року»; «Арт-журналістика в сучасному медіа-просторі», м. Казань, 22–23 червня 2016 року) та в Росії («Арт-журналістика в цифрову епоху: реалії та прогнози», м. Москва, 27–28 лютого 2018 року).

Серед наукових розвідок з використанням терміна «арт-журналістика» нами знайдено лише дві наукові статті українських дослідниць – К. Пирогової та Т. Рогової. У 2014 році до аналізу арт-журналістики на прикладі матеріалів «Телекритики» звернулася запорізька дослідниця К. Пирогова, яка аргументувала використання ключового терміна своєї розвідки «арт-журналістика» таким чином: «Траєкторія згаданого явища (арт-журналістики – А.М.) спрямована на позначення культурного аспекту, що вкладається в розумінні культури в різних проявах та вимірах» [223, с. 92]. По суті, цим твердженням К. Пирогова поставила знак рівності між поняттями «культурна журналістика» та «арт-журналістика». У висновках фактично підтверджена ця думка такою конкретизацією ключового терміна: «арт-журналістика на “Телекритиці” найчастіше оречевлена інформацією про культурне життя в сфері музики (класичної, джазової, рок, авторських пісень), телебачення (телесеріали, телевистави, концертні програми), шоу-бізнесу, літератури, циркового мистецтва, театру, візуального мистецтва (образотворче, декоративно-прикладне, фотографія), різноманітних хобі та подорожей» [223, с. 96]. При цьому дослідниця зазначає, що не всі напрями культури були охоплені журналістами «Телекритики» впродовж аналізованого періоду, зокрема «поза увагою лишилися такі сфери культурної тематики, як: архітектура й дизайн (моделювання одягу), музейна справа та аматорська творчість» [223, с. 96].

2017 року серед матеріалів мінської конференції «Міжнародна журналістика-2017: ідея інтеграції та медіа» вийшли друком тези доповіді запорізької дослідниці Т. Рогової, яка акцентує увагу на педагогічній складовій підготовки фахівців з арт-журналістики, проте в аналізі використаних джерел детально зупиняється на тлумаченні поняття «арт-журналістика» зарубіжними



вченими, оскільки розробок цієї тематики в українській науці практично ще не було (за винятком статті К. Пирогової) [265]. Авторка Т. Рогова узагальнює: «найчастіше арт-журналістика презентується як журналістика творчості й мистецтва, або діяльність, яка описує творчість» [265, с. 241].

2013 року російська вчена Т. Сергеева опублікувала ґрунтовну теоретичну статтю, присвячену цим двом поняттям, більше зосереджуючи увагу на арт-журналістиці. Так, культурну журналістику дослідниця визначила як «напрямок, пов'язаний зі сферою культури», виділяючи водночас ще вужчу сферу – арт-журналістику (синонімічна назва – художня журналістика), що ґрунтується на такому визначенні мистецтва як «способу світопізнання, плоди художньо-творчої діяльності й частина духовної культури людства» [285, с. 153]. Водночас дослідниця констатувала, що в нинішній час «культурна журналістика (так само, як і публіцистика) як найбільш особистісна відходить на другий план, і, таким чином, відбувається відмова від людини (чутливої, одухотвореної) як об'єкта журналістики» [285, с. 153].

Щодо змін у журналістиці загалом, які відбулися впродовж останніх десятиліть Т. Сергеева висловлює таку думку: «для багатьох зараз розмова про гуманітарну важливість журналістики, про суспільну значущість та її виховну роль здається не більше, ніж красивими словами... Більше того, в сучасній журналістиці сама цінність людського життя постає зовсім девальвованою» [285, с. 152]. Констатуючи реалії сучасної журналістики, Т. Сергеева продовжувала: «Однак, як ідеал, місія журналіста полягає, перш за все, в тому, щоб бути соціально відповідальним, тобто орієнтуватися не на бізнес і не на владу, а на суспільство» [285, с. 152]. Тож з цього погляду є логічним взаємозв'язок арт-журналістики «з проблемою ролі ЗМІ у формуванні ціннісної системи людини й суспільства» [285, с. 152]. Таким чином вчена вийшла на «культурологічний та освітній аспекти» арт-журналістики, зокрема на її просвітницьку та виховну функції ЗМІ [285, с. 153].

Питанням арт-журналістики в медіапросторі Казані займалася дослідниця татарського походження Р. Зайні. Цікаво, що під час оцінки журналістом

татарського приватного видання продукції національного кінофестивалю, основним критерієм оцінки була наявність/відсутність у фільмах національної ідеї [114, с. 74].

Як зазначає Р. Зайні, у татарських матеріалах культурологічної тематики «після основного тексту, який містить не лише аналіз, а й емоційні суб'єктивні висловлювання, міститься висновок, де зазвичай автор підсумовує, чи має проаналізований захід значення для розвитку культури, нації загалом» [114, с. 74–75]. За словами Р. Зайні, найбільш популярними темами татарської арт-журналістики є естрадні явища, рідше – явища літератури та кінематографу, проте зображальне мистецтво є «не зовсім близьке до татарського життя» й тому залишається поза увагою журналістів [114, с. 70].

Російська дослідниця Є. Карпова підкреслює, що «на професіонала, який працює в арт-журналістиці, покладається велика відповідальність за відбір та інтерпретацію культурологічних фактів» [133, с. 116]. Водночас Є. Карпова базує свої дослідження на фундаменті культуротвірної функції, визначення якої запозичує в Є. Прохорова. З огляду на те, що вже не вперше в руслі дослідження культурної та арт-журналістики торкаються питання функцій, зосередимо увагу на тих функціях преси, які безпосередньо пов'язані із висвітленням у ЗМІ історико-культурної проблематики. Перш за все, мова про культуротвірні функції журналістики. Серед науковців побутує думка, що вони повторюють зміст основних функцій культури [122, с. 20]. Дослідник культури Ю. Лотман виділяє такі функції культури, зокрема: «освоєння й перетворення світу; комунікативна; нагромадження й зберігання інформації; проективної розрядки (зняття емоційної напруженості за допомогою ритуалізації діяльності)» та ін. [167, с. 378].

Однією з найбільш повних вважають концепцію журналістики, викладену в книзі американського ученого Д. Макквела «Вступ до теорії масової комунікації» (1987 р.). Узагальнивши погляди попередників – своїх співвітчизників Г. Лассвела, Ч. Мілса, він запропонував низку функцій журналістики, серед яких науковець виокремлює функцію «забезпечення

спадковості» [366]. На наш погляд, це різновид культуротвірної функції, відповідно до якої «преса має виражати панівну культуру й визнавати субкультури і нові культурні впливи, а також формувати й підтримувати спільність цінностей» [366].

Цікавою для нашого дисертаційного дослідження є праця В. Первалова «Культуроформирующие функции: состав, структура и место в системе функций журналистики» (1999 р.), де науковець запропонував такі напрямки дослідження: «1) принципово важливо засобам журналістики проводити певну надтекстову діяльність; тобто через окрему публікацію або серію публікацій надавати розумовій діяльності аудиторії принципово нову якість; б) дана діяльність передбачає формування культури як соціуму, так і окремої особистості; в) така діяльність проводиться в умовах виконання культуротвірної функції журналістики...» [220].

Культуротвірну функцію ЗМІ виокремлює український теоретик журналістики І. Михайлин у роботі «Основи журналістики» (2003). Вчений відносить її до спеціальних функцій. Як зауважує науковець, журналістика сама є частиною духовної культури суспільства і «подає широку хроніку мистецького життя, інформує про події в світовій культурі» [191].

Проте часом культуротвірну функцію преси вчені інтерпретують у контексті так званої функції соціалізації, або соціальної, як у підручнику А. Москаленка «Теорія журналістики» (2002 р.). Тож, на думку вченого, масмедіа соціалізують людину. Також у названій праці вчений пише, що, публікуючи (передаючи) фундаментальну інформацію, ЗМІ реалізують ще одну зі своїх важливих функцій – «передачу соціальної спадщини, культури (в соціологічному розумінні) від покоління до покоління» [201, с. 177].

У 1998 р. вийшла праця С. Горвалова «Військова журналістика України: історія та сучасність», в якій автор досліджує функції української військової преси в Галичині міжвоєнного періоду. Умовно він виділяє соціальну, економічну, соціально-психологічну та психологічну групи функцій. До

соціальної групи науковець відносить в тому числі і функцію поширення культури [76].

Місія журналіста, як визначає її О. Коломійцева, – «турбуватися про духовний розвиток особистості свого читача – глядача – слухача і протистояти руйнівному впливу низькопробних зразків “масової культури”, явищам кітч, сурогатам мистецтва. Але на практиці... давно кількісно переважає перший тип, надзвичайно комерціалізований, який залежить від думки спонсорів або господаря видання, який ставить понад усе прибуток і рейтинги продажів, а не, скажімо, об’єктивність у висвітленні ситуацій і явищ чи справжню культурну значущість події» [142, с. 79].

Повертаючись до розгляду сутності арт-журналістики, звернемося до розділу «Художньо-просвітницькі періодичні видання (арт-журналістика)» у посібнику «Журналістика сфери дозвілля» (2012), де російська дослідниця А. Сидякіна тлумачить поняття «арт-журналістика» як «регулярну й систематичну інформаційно-аналітичну діяльність, спрямовану на висвітлення в ЗМІ подій та явищ мистецтва й художнього життя (в тому числі театрального, літературного, музичного, кінематографічного тощо) з використанням усіх жанрів і форм подання матеріалу за наявності оцінності й компетентного критичного судження» [288, с. 125]. При цьому вона вважає її сегментом «культурної журналістики, отже, особливості роботи професіонала в цій сфері загалом зумовлені виконанням культуроформівної функції» [288, с. 124].

При цьому були сформульовані такі завдання арт-журналістики – «не лише інтерпретація окремого твору або інформування про подію, але й виявлення закономірностей, прогнозування перспектив художнього процесу, що можливо тільки за наявності художньо-критичної ідеології, що коріниться в мистецькознавчому та культурологічному знанні» [288, с. 125].

Як відзначає А. Сидякіна, проблематика сучасного мистецтва разом з трансформацією системи ЗМІ, що відбувається, не могли не вплинути на статус арт-журналістики – «сьогодні вона активно включена у процес виробництва та

споживання культурних цінностей. Сучасне мистецтво прагне стати все більш злободенним, запозичуючи спосіб комунікації [288, с. 130].

У цій же колективній монографії дослідниця Т. Спірчагова в системі арт-журналістики виділяє та аналізує музейну інтернет-комунікацію, акцентуючи увагу на значних можливостях такого симбіозу мистецтва з комунікаціями за допомогою сучасних інформаційних технологій [298, с. 34].

Водночас російська дослідниця А. Суворова висновковує: «арт-журналістика – багатогранне явище, в першу чергу спрямоване на формування естетичних поглядів аудиторії. Як напрям журналістики, що виконує просвітницьку й виховну функції, арт-журналістика вимагає ретельного аналізу й вивчення» [299, с. 150].

З приводу тематичних напрямів арт-журналістики, то в одній з публікацій перераховані такі (хоча чомусь названі жанрами): «література, театр, зображальне мистецтво, музика, кінематограф, музейно-виставкова діяльність» [299]. При цьому основною названа така особливість арт-журналістики, як володіння журналістом «глибокими знаннями предмета, культурологічним мисленням та гострим нюхом на запити масової аудиторії та вміння адекватно на ці запити реагувати» [299]. Тобто мова знову про функцію журналістики – формування громадської думки до певних до культурних цінностей.

Взаєпроникність сучасних технологій у культуру так характеризує психолог О. Голубєва: «Техніка настільки глибоко проникла в життя людей, вплелася в саму тканину повсякденності, що виділити її із загального світоглядного і культурологічного контексту вже, власне, стає неможливо. Такі за своєю суттю трансформації вимагають аналізу новітніх технологій крізь призму світоглядних змін, де саме людина є суб'єктом сучасних інформаційно-технологічних систем, а нові технології стають компонентом другорядним» [74, с. 319].

Отже, на основі аналізу цих наукових розвідок було виявлено два підходи до тлумачення терміна «арт-журналістика»: по-перше, це складник культурної

журналістики (Р. Зайні, Т. Сергєєва, А. Сидякіна, А. Суворова), по-друге, це абсолютний синонім до терміна «культурна журналістика» (К. Пирогова).

Поруч з розглянутими вище термінами – культурна та арт-журналістика – також досить активно функціонують дещо вужчі – театральна та мистецька журналістика. Розпочнемо з терміна «театральна журналістика», який має кілька різноаспектних визначень, зокрема: як така, що охоплює будь-які журналістські матеріали, написані журналістами-театралами [210], як «система газетних і журнальних жанрів, в яких публікації висвітлюють поточні проблеми театального життя» [10, с. 134], як «покликана інформувати читача про певні театральні події та давати рейтингову оцінку театру як такому» [299], «акумулює критику й журналістику» [276, с. 148], як така, що орієнтується на «переваги аудиторії, які стають головним орієнтиром для створення текстів про театр і театральне мистецтво» [98, с. 33]. Крім того, російська дослідниця Л. Мар'їна наголошує на ролі журналістики у процесі формування культурної компетентності особистості та на завданнях «підвищення рівня культури, збереження духовних цінностей, формування умов для вільного розвитку особистості» [181, с. 77], М. Дмитрієвська – на ролі театальної критики [95].

Дніпровська дослідниця В. Галацька в своїх численних розвідках розглядає роль журналістики в мас-медійній презентації театального життя. Об'єктом однієї зі статей дослідження стало видання «Дзеркало тижня», зокрема суботня театральна рубрика з її незмінним ведучим О. Вергелісом – «заслуженим журналістом України, театральним критиком, мистецьким оглядачем, ... експертом Всеукраїнського театального фестивалю-премії GRA» [313]. За словами В. Галацької, характерні риси його стилю – «самоіронія, прийом антитези, оксиморонна структура авторської фрази», за допомогою яких «найвідоміші прем'єри чи істотні проблеми сценічного життя, акторські злети та режисерські пошуки» стають доступними для цільової аудиторії якісного суспільно-політичного видання [60, с. 177]. При цьому заслужений журналіст України «майстерно інтерпретує факти проблемного існування

театрального мистецтва держави, застосовуючи багатий арсенал інтертекстуальних прикладів» [60, с. 178].

Отже, театральна журналістика як різновид культурної журналістики розвивається як у спеціалізованих виданнях, так і представлена в аналізованому нами тижневику завдяки старанням редактора відділу культури О. Вергеліса.

Мистецька журналістика серед українських вчених є цариною досліджень одеської науковиці О. Іванової, яка сформулювала таку її дефініцію: «журналістика про мистецтво (чи мистецька журналістика) – така соціальна інституція, що має за мету виконання досить певної, специфічної, впорядкованої і свідомої соціально-інформаційної діяльності» [123, с. 29]. Більш конкретне визначення завдань і функцій цього різновиду журналістики О. Іванова визначає через поняття мистецької преси, наголошуючи: «преса, що пише про мистецтво... задовольняє інформаційні потреби щодо життя і розвитку мистецтва, демонструє стан справ у цій сфері, розвиток смаків, співвідношення мистецтва з іншими соціальними полями (політикою, економікою, відпочинком, наукою тощо), картину стосунків із публікою, дискусій щодо мистецтва, шляхи пошуків нового в мистецтві, характер духовних запитів і виховання людини через естетичні вартості» [123, с. 29]. На основі сказаного вище О. Івановою, підсумовуємо, що мистецька преса є своєрідним інформаційним майданчиком для представлення мистецтва відповідно до суспільних запитів. При цьому варто наголосити на функціях мистецької журналістики – інформувати про стан справ у галузі й займатися просвітництвом та вихованням естетичних смаків.

З огляду на те, що нашим завданням не є розмежування цих термінів чи, навпаки, їх поєднання в певному ієрархічному підпорядкуванні, тому зупинимося на більш широкому та близькому до нашого об'єкту дослідження понятті «культурна журналістика», яка сьогодні є повноправною учасницею наукових і просвітницьких заходів та освітніх програм.

Проте предмет нашого дослідження передбачає ще й охоплення іншого поняття – історична журналістика. Як і кожний тематичний різновид, історична

журналістика має певні проблеми, зокрема, брак фінансів на видання солідних історичних періодичних видань. Хоча українські читачі потребують таких видань. З цього приводу історик Ю. Шаповал висловлює таку думку: «Я переконаний, що публіка сприйняла б спеціалізовані журнали дуже позитивно. Поки що видавці не ризикують вкладати гроші у такі видання, але це може змінитися – вже змінюється, оскільки аналітичні видання дедалі активніше вводять історичні рубрики. Річ у тім, що в Україні історична журналістика тільки набирає обертів» [336]. Інша проблема, піднята ще 2012 року, – питання авторства в історичній журналістиці, тобто хто має писати – історик чи журналіст? По-перше, як підкреслив один з редакторів німецького журналу «Spiegel» редактор повинен мати спеціальну підготовку, по-друге, «найкращий вихід для редакції будь-якого науково-популярного видання – це регулярна і налагоджена співпраця науковців із журналістами» [336]. Проте в українських реаліях питання компетентного автора чи тісної співпраці часто є каменем спотикання. Як наголошує журналіст і водночас письменник та краєзнавець С. Цалик, «сьогодні є багато журналістів, для яких робота у відділі “Культура” (він охоплює й історичну тематику) – це просто тимчасова робота. Вони випадкові люди в історичній ділянці, інколи зовсім не орієнтуються навіть у хронологічних моментах» [336]. Попри всі ці складнощі, вихід із ситуації запропоновано такий – або має бути компетентний і досвідчений журналіст із спеціальною підготовкою, або науковий редактор [336].

Ще одна проблема саме українських масмедіа – дотримання журналістського принципу об’єктивності, що в нинішній історичній журналістиці є особливо актуальним. За словами головного редактора сайту «Історична правда» В. Кіпіані, «показувати багатоманітність минулого – шляхом наведення фактів, аргументів, доказів, полеміки – це, думаю, і є місія нашого видання» [336].

Питанням історичної журналістики також був присвячений майстер-клас досвідченої журналістки з 18-річним досвідом роботи на радіо «Свобода» Г. Терещук, який проводився 28 лютого 2018 р. у Львівському обласному



молодіжному центрі, про що сповіщали свого часу інтернет-видання [160]. Як підкреслила медійниця, «журналіст під час висвітлення історичних подій повинен керуватися лише стандартами професії, без будь якої політизації та інших чинників, які можуть спотворити їх» [160].

Водночас ці два ключові поняття – «історична журналістика» та «культурна журналістика» – є назвами однойменних номінацій, що застосовуються для визначення фіналістів премії «Високі стандарти журналістики-2017», засновник якої – В. Ломакович, голова благодійного фонду «Мрії збуваються» [251].

Отже, поняття «культурна журналістика» може вживатися як у дуже загальному значенні, тобто включаючи й питання прав людини, як у спеціалізованому онлайн-журналі «Korydor», так і в досить вузькому. Водночас поняття «арт-журналістика» може вживатися в широкому значенні й бути, по суті, синонімом до поняття «культурна журналістика», проте є й інше його тлумачення – синонім до більш вузького поняття «мистецька журналістика». З огляду на те, що термін «арт-журналістика» не набув поширення ні в колах журналістів-практиків, ні в наукових колах українських дослідників із соціальних комунікацій, тож зупиняємося на використанні терміна «культурна журналістика» та його складників – «театральна журналістика», «мистецька журналістика» тощо. Дещо зосібна розглядаємо поняття «історична журналістика», хоча матеріали такої тематики можуть друкуватися в розділах під назвою «Культура».

### **1.3. Характеристика «Дзеркала тижня. Україна» як інформаційно-аналітичного тижневика**

«Дзеркало тижня. Україна» – український інформаційно-аналітичний тижневик, одне з найвпливовіших суспільно-політичних видань в Україні.

Газета була заснована у Києві в 1994 році спочатку як російськомовне видання під назвою «Зеркало неделя». Від 2002 року почало виходити друком «Дзеркало тижня» українською мовою. У 2011 році видання змінило власника й почало виходити як інформаційно-аналітичний тижневик з дещо підкоригованою назвою – «Дзеркало тижня. Україна» [342]. З огляду на збереження редакційної політики та редакційного штату вважаємо інформаційно-аналітичне видання «Дзеркало тижня. Україна» правонаступником попереднього й аналізуємо його матеріали історико-культурної тематики як з одного джерела. Середньомісячний, разовий тираж видання – 32 000 екземплярів [93]. Тижневик виходив на 16 шпальтах російською та українською мовами, має сайт – <http://dt.ua>. Видання «Дзеркало тижня. Україна» має формат А2, що може здаватися незручним, проте це суттєво вирізняє його серед глянцевих журналів і так званих «розважальних» газет. Водночас цей чинник підкреслює серйозність видання, а також наголошує на його невідповідності критеріям так званої «автобусної» преси [93]. У кінці 2019 року Тижневик повністю перейшов онлайн-формат [224].

Окресливши загальні риси тижневика, звернемося до актуального нині терміна «медіаконтент», який став предметом аналізу як українських, так і зарубіжних дослідників. Крім того, як і більшість ключових сучасних термінів, що акумулюють значну кількість процесів, явищ, ознак, має широке та вузьке значення. Авторське визначення медіаконтенту дає сумський дослідник В. Садівничий: «Медіаконтент – це змістове наповнення друкованого, аудіовізуального, електронного чи конвергентного засобу масової інформації матеріалами у формі тексту, зображення чи звукозапису з метою передачі інформативних, загальнозначимих, естетично привабливих різножанрових повідомлень, спрямованих на масову аудиторію» [277, с. 41]. На наш погляд, це досить широка дефініція, яка охоплює і тип масмедіа, і вид повідомлень, і форму їх подачі.

Проте поняття «медіаконтент» вживається і у вузькому значенні. Так, за словами К. Горської, «лінгвістичний підхід асимілює поняття медіаконтенту з

текстом як продуктом журналістської діяльності» [77, с. 50]. Такий погляд на медіаконтент є традиційним і більш вузьким. За визначенням мовознавця Ф. Бацевича, текст – це «результат комунікації, його структурна складова та одночасно реалізація» [16, с. 171]. Проте для сучасних видань, до яких належить і «Дзеркало тижня. Україна», характерним є не лише вербальний текст, але й інші його види, зокрема близький нам зображальний та мультимедійний [109, с. 132]. Перш ніж перейти до аналізу медіаконтенту інформаційно-аналітичного тижневика, тобто до форм та жанрів його змістового наповнення, зупинимося на загальній характеристиці самого тижневика «Дзеркало тижня. Україна».

Аудиторія одного номеру – близько 265 тис. читачів. Згідно з опитуванням 2018 року, вона на 2/3 складається з чоловіків та 1/3 – з жінок [206]. Середній вік читача – 39 років. Порівняно з результатами опитування, проведеного «Дзеркалом тижня» 1997 року, читацька аудиторія помолодшала (була 44,9 років) [206]. Переважна більшість читачів має вищу освіту – 79,7%, а, що суттєво відрізняється від середнього показника по Україні (12,9 %). Кваліфіковані спеціалісти становлять 39% від усіх опитаних, керівники підрозділів – 20% від усіх опитаних, 5% опитаних мають свій бізнес, є керівниками підприємства – 3%. Обслуговуючий персонал і робітники становлять по 3%, пенсіонери – 8% [206].

Сфера діяльності аудиторії читачів розподіляється за такими напрямками: органи державної влади – 14%, виробництво – 13%, торгове посередництво – 6%, фінанси – 3%, сфера послуг – 4%, освіта – 21%, ЗМІ – 3%, охорона здоров'я – 8%, наука, культура – 15%, інше – 13% [206].

Отже, з огляду на отримані дані за трьома критеріями читацької аудиторії – наявності вищої освіти, кваліфікації та професійної зайнятості – аналізований нами інформаційно-аналітичний тижневик «Дзеркало тижня. Україна» належить до якісної преси з читачами високого інтелектуального рівня.

Суспільно-політична преса кожної країни відображає сутність тих перетворень, що відбуваються всередині соціуму і, відповідно, є реальним

показником розвитку економіки та демократії в державі. Саме така преса має величезний вплив на свідомість та формування громадянської думки населення, адже їй довіряють, як серйозному та достовірному виданню. Не дивно, що саме політична преса завжди була під контролем правлячої верхівки, адже це результативна зброя у боротьбі з опозиційними настроями громадян [93].

Від першого номера, що з'явився 1994 року, і до завершення епохи друкованої версії тижневика в грудні 2019 року «Дзеркало тижня. Україна» трималося на перших позиціях серед лідерів досить нечисленної політичної преси України. Чверть століття – значний термін для друкованого видання, не кажучи вже про суспільно-політичний щотижневик. Адже в умовах економічних криз, політичних «воєн» та революцій втриматися на плаву й при цьому продовжувати своє повноцінне функціонування, попри зміни у правлячій верхівці країни, – завдання досить складне. Однак найбільш вражаючим залишається той факт, що впродовж усіх цих років «Дзеркало тижня. Україна» не перетворювалося на «ручне» видання того чи іншого політика, не ставало примітивною друкованою машинкою для пропаганди політичної партії чи блоку, не прогиналось під могутнім тиском керуючого бомонду [93].

«Дзеркало тижня. Україна» завжди активно пропагувало ідеї демократизму і свободи слова – не лише у матеріалах політичної, соціальної тематики, а й у публікаціях історико-культурного спрямування. У 90-х роках, коли відбувався утиск та контроль всієї інформації, що висвітлювали ЗМІ, «ДТ» продовжувало критику щодо правлячої верхівки, нерідко протиставляло державних чиновників історичним персонажам, ставлячи у приклад мудрі рішення гетьманів, князів тощо. Звичайно, критика у 2000 році відрізняється від критики 2019 року та від сучасної, тогочасні статті були більш стриманими, проте опозиційне спрямування було відчутне в цьому виданні з моменту його появи [93].

«Дзеркало тижня. Україна» подає інформацію, в тому числі й історико-культурну проблематику неупереджено, збалансовано, всебічно, максимально вичерпно. Окрім цього – з дотриманням загальноприйнятих в суспільстві і

журналістському середовищі етичних норм і почуттям суспільної відповідальності, що викликає особливу довіру аудиторії і дозволяє використовувати матеріали видання для підготовки і прийняття важливих рішень у царині громадсько-політичного життя [93].

До того ж автори тижневика заохочують читачів до осмислення загальнолюдських цінностей, усвідомлення значимості історико-культурного надбання свого народу людства в цілому. Спрямовуючи увагу аудиторії до класичної філософської практики, європейського досвіду, історичних закономірностей, наводячи приклади з життя і діяльності конкретних персоналій, «Дзеркало тижня. Україна» тим самим просуває ідею гармонійної взаємодії влади-суспільства-індивідуума, намагається знайти шляхи вирішення проблем реальності.

Матеріали історико-культурної тематики в «Дзеркалі тижня. Україна» зазвичай подано у блоці «Людина». При чому ще у 2014–2015 рр., згідно з даними офіційного сайту тижневика стосовно читацької аудиторії (підрахунок проводили працівники видання), матеріали блоку «Людина» читало близько 40% людей. А це значить, що в тому числі історико-культурна проблематика користується попитом в аудиторії тижневика.

Багато відомих політиків, науковців, спеціалістів у всіх сферах суспільного життя висловлювали прихильність до «Дзеркала тижня. Україна». Так, львівський теоретик журналістики В. Здоровега регулярно друкувався в цьому виданні, про що зазначає М. Рудик : «Публікації Володимира Здоровеги у газеті “Дзеркало тижня” були продовженням дружньої співпраці вченого з редактором видання – В. Мостовим, адже об’єднувала їх участь у Комісії з журналістської етики» [273, с. 35].

Враховуючи той статус, що його має «Дзеркало тижня. Україна» у колі освічених українців, можна зробити висновок, що це видання дійсно можна назвати досить близьким до ідеалу якісної суспільно-політичної преси демократичної країни. Згідно зі згаданою у попередньому підрозділі концепцією «культурного ядра», «Дзеркало тижня. Україна», висвітлюючи

історико-культурну проблематику, репрезентуючи культурні цінності, відображає процес самоідентифікації народу і тим самим видання безпосередньо бере участь у ньому. При цьому тижневик відображає усі ті зміни та події, що відбуваються у суспільстві, а також аналізує їх та робить свої висновки. Така преса має на меті розвиток країни, зокрема демократичного суспільства, особливо в світлі подій Революції Гідності. Її стосунки із владою вражають, адже попри критичні зауваження у бік політиків, що містяться на сторінках цього видання, воно користується популярністю та повагою серед усієї політичної верхівки.

«Дзеркало тижня. Україна» здобувало визнання протягом багатьох років, незважаючи на складні суспільні процеси та жорсткі політичні протистояння. Лише плідною працею, правдивістю висловлювань та глибоким аналізом представлених статей вдалося досягти таких результатів [93].

Відповідно до поділу видань та програм на два типи, «Дзеркало тижня. Україна» належить до другого типу, тобто є неспеціалізованим на культурній тематиці виданням, яке водночас має поважну рубрику «Культура», редактором якої є один з найбільш досвідчених в Україні журналістів-культурників О. Вергеліс.

Варто зазначити, що переважний медіаконтент «Дзеркало тижня. Україна» є текстовим, який супроводжується зображальним – світлинами героїв матеріалів, архівних матеріалів, з особистих колекцій тощо. Порівняно нещодавно була запроваджена рубрика «Мультимедіа» з таким вкладками «ZN календар», «Фото і відео», яка, щоправда, ще до кінця не налаштована.

Водночас є добрий приклад подання власне історичного контенту видання «День» – це веб-проект під назвою «Україна Incognita» (<http://incognita.day.kiev.ua>), що є частиною діяльності «Дня» у сфері вивчення, осмислення та популяризації української історії у віртуальному світі. Йдеться про унікальний масив історичних та краєзнавчих матеріалів, якими впродовж більше десяти років рясніли сторінки газети «День». Зараз ці матеріали можна знайти у виданнях бібліотеки «Україна Incognita», які були переведені в

електронний формат і нині знаходяться у вільному доступі на сайті «Україна Incognita» (<http://incognita.day.kyiv.ua>), де також містяться й інші проєкти, які мають безпосередній стосунок до історико-культурної тематики, наприклад: «Історія і я», «Сімейний альбом України», «Музеї он-лайн».

Отже, медіаконтент інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» є зразком якісних матеріалів, що відображають українську національну історію та культуру.

#### **1.4. Методологічні основи дослідження**

Методологічна основа дисертаційної роботи є дороговказом як для автора, так і для інших дослідників, які звертатимуться до цього дослідження як наукового джерела. Тож одразу варто зазначити, що наше дослідження історико-культурної проблематики у межах соціальних комунікацій ґрунтується на основі соціальнокомунікаційного підходу.

Суть цього підходу, як зазначає В. Різун у статті «Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій», – це «фіксація, моніторинг, опис, аналіз та інтерпретація даних у системі понять соціальнокомунікаційного інжинірингу, а точніше – з точки зору того, чи здійснює об'єкт дослідження на соціум той вплив, який технологічно закладався, і як соціум відреагував на об'єкт впливу» [263]. Соціальнокомунікаційний підхід, за словами О. Ромаха, «передбачає чітке орієнтування на соціальні умови функціонування об'єкта» [269, с. 53].

Так, у дисертації ми аналізуємо історико-культурну тематику на сторінках інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» саме в соціальному вимірі, тобто з того погляду, як її висвітлення у виданні залежить від політичної та соціально-економічної ситуації в країні. Та навпаки – нам необхідно було простежити, як саме якісні видання можуть впливати на

формування пріоритетів державної інформаційної політики стосовно історичної та культурної проблематики. Особливо актуальним з цього погляду є питання комунікації пам'яткоохоронних організацій з масмедіа.

З огляду на те, що в межах дисертації вирішується комплексна проблема, вбачаємо за необхідне застосування системного підходу. Як зазначає О. Ромах, «вирішуючи системну проблему, суб'єктові дослідження необхідно спочатку ретельно вивчити систему, в якій знаходиться проблема» [268, с. 28]. Для цього дослідниця радить звернутися до основних принципів цього підходу, зокрема: взаємозв'язку, багатоплановості, багатомірності, ієрархічності, різнопорядковості та динамічності [268, с. 28], на основі яких і будується наше дослідження.

Методологія дисертації базується на загальноприйнятих у науковій галузі соціальних комунікацій методах, вибір яких було продиктовано власне метою нашої роботи. Серед них – і так званий описовий підхід, який передбачає вивчення об'єкта дослідження шляхом опису доступних для спостереження рис і характеристик цього об'єкта та реалізується в таких описових методах, як: класифікації, типологічний аналіз, аналіз документів, історичний і біографічний методи [261]. Як зазначає О. Ромах, «описовий підхід доцільно використовувати при формуванні першої частини дослідження, в якій науковець вивчає масив наукової літератури щодо обраної теми» [269, с. 55].

Із перелічених ми використали історичний (його різновид – порівняльно-історичний) метод, класифікацію, типологічний аналіз та аналіз документів. Історичний метод передбачає вивчення розвитку об'єктів дослідження в хронологічній послідовності, дає змогу виявляти історичні факти і відтворювати на їх основі (звісно, уявно) історичний процес, розкривати логіку руху цього процесу. Його різновид – порівняльно-історичний метод – дозволяє виявити загальне й особливе в історичних явищах, зіставити рівні розвитку досліджуваного об'єкта, зміни, що відбулися, а також визначити тенденції розвитку [261].

У роботі застосовано управлінський метод «дерево проблем» спочатку як



«один з етапів написання стратегії культурного розвитку України» [315], а далі для визначення причиново-наслідкових зв'язків основної проблеми сучасної культурної журналістики.

Застосований нами порівняльно-історичний метод дав можливість розглянути праці журналістикознавців, істориків, філологів та, частково, науковців інших галузей, що формують історіографічні основи вивчення історико-культурної тематики, а також «Дзекала тижня. Україна» як суспільно-політичного видання в контексті соціальних комунікацій;

- вивчити наукові розвідки українських та зарубіжних вчених з таких питань теорії журналістики: визначення сутності понять «історична журналістика», «культурна журналістика», «арт-журналістика»; соціальної та культуротвірної функції журналістики; транзитивного суспільства та постколоніального підходу до його дослідження;
- проаналізувати виступи фахівців на семінарах, круглих столів, інших заходах, присвячених проблемам культурної та історичної журналістики. Це, в свою чергу, дало змогу вивчити сучасний стан та окреслити основні тенденції проблеми висвітлення історико-культурної тематики у вітчизняних ЗМІ.

Наступний метод, який ми використали у дисертаційному дослідженні, це класифікація, а саме така її форма, як групування. Зазвичай науковці застосовують його, щоб поділити цілісну сукупність об'єктів або даних на однорідні групи так, щоб розходження всередині групи були менші, ніж між групами, виявити деякі загальні закономірності в різних явищах дійсності [261]. У своїй роботі ми використали цей метод:

- під час поділу на тематичні групи публікацій історико-культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна», зокрема і матеріалів пам'яткоохоронної тематики;
- при дослідженні жанрового діапазону історико-культурного контенту тижневика, в тому числі виокремленні жанрів-міксів, а також різновидів інтерв'ю;
- під час вивчення концептосфери історико-культурного контенту

видання, зокрема розподілу інтерпретацій концепту «національна ідея»;

- при дослідженні етапів трансформаційних процесів у концептосфері історико-культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна».

Також у дисертації використано метод типологічного аналізу – наукової систематизації, класифікації (зокрема газет, журналів, телерадіопрограм) на основі загальних для них ознак і властивостей. За визначенням В. Різуна і Т. Скотникової, метод типологізації орієнтований на пошук стійких ознак і властивостей досліджуваних об'єктів. Його результатом є виділення певних типів досліджуваних об'єктів чи явищ. Типологізація відрізняється від класифікації. Адже «клас» – це та чи інша сукупність реальних об'єктів, тоді як «тип» – це деякий ідеальний об'єкт, сконструйований дослідником на основі поєднання ряду ознак [261]. У дисертації використано цей метод з такою метою:

- для виділення міфологем та соціальних ідеологем з історико-культурного контенту видання;
- під час виокремлення принципів, на яких базовано специфіку подання подій і фактів історико-культурної тематики;
- при визначенні підходів, на основі яких реалізується місія історико-культурного контенту як формотворчого чинника національної свідомості.

Чи не найбільш поширеним методом дослідження є аналіз документів. Для цілей наукової галузі «соціальні комунікації» цікава будь-яка інформація, зафіксована в друкованому чи рукописному тексті, на фото- чи кіноплівці, на аналогових чи цифрових носіях, а також на інших матеріальних носіях [261]. У межах нашого дисертаційного дослідження було використано:

- аналіз наукової літератури за обраним напрямом дослідження як різновид аналізу документальної інформації. Це дало нам змогу дослідити історіографію питання відповідно до проблематики дисертації, окреслити розвиток наукової думки й проаналізувати сучасний стан висвітлення історико-культурної тематики в українських ЗМІ;

- аналіз матеріалів сучасної періодики – публікацій інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2004–2019 рр.);
- матеріали круглих столів та семінарів у вигляді резолюцій, збірників матеріалів;
- веб-сайти медіапроектів, інтернет-видань, міжнародних організацій, інтернет-версія тижневика «Дзеркало тижня. Україна», а також офіційні веб-портали органів влади;
- законодавчі та нормативні акти, що регулюють діяльність журналістів, а також законодавство з питань охорони пам'яток історії та культури.

Названі документи стали важливим підґрунтям для загальної розвідки теми і висування власних гіпотез.

Наступним методом, який було використано у нашій дисертації, є кількісно-якісний аналіз текстів. За допомогою методу кількісно-якісного аналізу ми дослідили контент тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (2004–2019 рр.), а саме публікації історико-культурної тематики, зокрема:

- підраховали кількість публікацій та порівняли кількісні показники матеріалів історико-культурної тематики на сторінках тижневика у різні роки, за часів кермування різних Президентів України;
- дослідили жанрову палітру публікацій історико-культурної тематики, у тому числі визначили кількісні показники (у відсотках);
- вивчили концептосферу історико-культурного контенту видання.

Для обробки та систематизації даних емпіричного рівня було застосовано діалектично взаємозв'язані методи аналізу та синтезу.

З метою виявлення суті поставлених завдань необхідно було розділити явища на складові компоненти, ретельно їх проаналізувати, визначити роль і значення кожного елементу в складі цілого явища. Тож за допомогою методу аналізу було досліджено масив джерельної бази, виявлено основні проблеми висвітлення історико-культурної тематики в українських масмедіа в контексті

політичної та соціально-економічної ситуації; досліджено жанрово-тематичні групи історико-культурних матеріалів.

Після цього постала необхідність на наступному етапі об'єднати ці елементи відповідно до їх ролі та значення в єдине ціле, встановити зв'язки між ними, тобто застосувати метод синтезу. Таким чином було окреслено основні тенденції висвітлення історико-культурної тематики в українських масмедіа.

Велику роль у роботі відіграло застосування методів індукції та дедукції. За допомогою індукції ми мали можливість логічним шляхом перейти від одиничних фактів до знань, які відзначаються більш узагальненим характером. Вихідним матеріалом у цьому випадку були факти, отримані під час емпіричного дослідження теми. А результатом застосування цього методу стало окреслення основних тенденцій висвітлення у пресі історичної та культурної проблематики, в тому числі й тенденцій оприлюднення в ЗМІ питання охорони пам'яток.

Дедукція є методом переходу від загальних уявлень до конкретних. За допомогою дедукції висновок про окремі елементи наукової роботи було зроблено на основі знань про ознаки всієї сукупності. Так, на основі розуміння головних проблем, тенденцій культурної журналістики, в тому числі і висвітлення у ЗМІ теми охорони історико-культурної спадщини, було конкретизовано особливості подачі матеріалів пам'яткоохоронної тематики на сторінках тижневика «Дзеркало тижня. Україна».

Також у дослідженні було використано методи порівняння та узагальнення. Перший дозволив порівняти особливості функціонування історико-культурних концептів на різних етапах трансформаційних процесів. А за допомогою методу узагальнення на основі окремих публікацій у тижневика «Дзеркало тижня. Україна» було означено основну їхню проблематику, а потім на основі цього встановлено специфіку висвітлення історико-культурної проблематики у контексті політичної та соціально-економічної ситуації.

Отже, застосування описового підходу та використання в його межах описових методів класифікації, типологічного аналізу, історичного методу та

аналізу документів, застосування таких загальнонаукових методів, як порівняння, узагальнення, аналіз, синтез, індукція, дедукція, а також спеціального методу кількісного аналізу з елементами якісного, експертного опитування у вигляді інтерв'ювання, дало можливість всебічно вивчити об'єкт та предмет дослідження, досягти поставленої мети в процесі написання дисертації.

## **Висновки до розділу 1**

З'ясовано, що впродовж окреслених 1996–2020 рр. років нараховано 68 захищених дисертацій близької тематики, які класифіковані таким чином: з ключовими словами «культура», «література», «мистецтво» – 5 (7%); з ключовим словом «національний» та похідними від нього – 6 (7%); дослідження регіональних пресодруків в історичній ретроспективі – 22 (33%); з окремим періодичним виданням як об'єктом дослідження – 6 (7%); присвячені журналістським жанрам – 16 (25%); дисертації споріднених тематик – 10 (16%), з яких релігійної – 8, соціальної – 1, моральний аспект – 1; останніх захищених дисертацій – 3 (4%). Така кількість дисертацій, дотичних до питань української історії та культури, які були висвітлені на шпальтах пресодруків, свідчить про їх вагоме місце в історії як журналістики, так і галузі соціальних комунікацій.

За аналізованим контентом найближчими до обраного об'єкта і предмета дослідження є дисертаційні дослідження О. Ільченко, Ю. Мірошніченко й Т. Сащук. На підставі проведеного нами пошуку та огляду наукових досліджень, виконаних на матеріалах видання «Дзеркало тижня. Україна» фахівцями з соціальних комунікацій, варто константувати таке: попри спільний об'єкт дослідження – аналізований тижневик, нами не було знайдено двох однакових предметів дослідження. Водночас проведений огляд наукових розвідок, виконаних у межах галузі соціальних комунікацій та філології на

матеріалах «Дзеркала тижня. Україна», не виявив аналогічних досліджень, які б збігалися за об'єктом, предметом та хронологічними межами дослідження.

Поняття «культурна журналістика» може вживатися як у дуже загальному значенні, тобто включаючи й питання прав людини, як у спеціалізованому онлайн-журналі «Korydor», так і в досить вузькому. Водночас поняття «арт-журналістика» може вживатися в широкому значенні й бути, по суті, синонімом до поняття «культурна журналістика», проте є й інше його тлумачення – синонім до більш вузького поняття «мистецька журналістика». З огляду на те, що термін «арт-журналістика» не набув поширення ні в колах журналістів-практиків, ні в наукових колах українських дослідників із соціальних комунікацій, тож зупиняємося на використанні терміна «культурна журналістика» та його складників – «театральна журналістика», «мистецька журналістика» тощо. Близьким і водночас досить широким є поняття «тексти культури», які детально дослідженні у культурології Н. Симбірцевою [289]. Дещо зосібна розглядаємо поняття «історична журналістика», хоча матеріали такої тематики можуть друкуватися в розділах під назвою «Культура».

Інформаційно-аналітичний тижневик «Дзеркало тижня. Україна» відзначається глибокою аналітичністю, об'єктивною інформацією про політичне, економічне і культурне життя, він став яскравим представником якісної преси в Україні і користується великим авторитетом і в нашій державі, і за кордоном. «Дзеркало тижня. Україна» подає інформацію, в тому числі й історико-культурну проблематику неупереджено, збалансовано, з дотриманням загальноприйнятих в суспільстві і журналістському середовищі етичних норм і почуттям суспільної відповідальності, що викликає особливу довіру аудиторії і дозволяє використовувати матеріали видання для підготовки і прийняття важливих рішень у царині громадсько-політичного життя.

Спрямовуючи увагу аудиторії до класичної філософської практики, європейського досвіду, історичних закономірностей, наводячи приклади з життя і діяльності конкретних персоналій, «Дзеркало тижня. Україна» тим самим просуває ідею гармонійної взаємодії влади-суспільства-індивідуума,

намагається знайти шляхи вирішення проблем реальності.

Враховуючи той статус, що його має «Дзеркало тижня. Україна» у колі освічених людей, це видання дійсно можна назвати досить близьким до ідеалу якісної суспільно-політичної преси демократичної країни. «Дзеркало тижня. Україна», висвітлюючи історико-культурну проблематику, репрезентуючи культурні цінності, відображає процес самоідентифікації народу і тим самим видання безпосередньо бере участь у ньому. При цьому тижневик відображає усі ті зміни та події, що відбуваються у суспільстві, а також аналізує їх та робить свої висновки. Така преса має на меті розвиток країни, зокрема демократичного суспільства.

Методологія дисертації базується на загальноприйнятих у науковій галузі системному, описовому та соціальнокомунікаційному підходах, вибір яких було продиктовано власне метою нашої роботи. Застосування описового підходу і використання в його рамках описових методів класифікації, типологічного аналізу, історичного методу та аналізу документів, застосування таких загальнонаукових методів, як порівняння, узагальнення, аналіз, синтез, індукція, дедукція.

За допомогою методу «дерева проблем» на основі моніторингу опублікованих думок українських редакторів та журналістів-культурників та проведеного первинного експертного опитування редакторів та журналістів тижневика встановлено, що основна проблема культурної журналістики – її функціонування за залишковим принципом, наслідки якої для видання – несерйозного ставлення до матеріалів культурної тематики та заміна їх симулякрами – гламуrom, шоу-бізнесом, світським життям; наслідки цієї проблеми для суспільства – примітивізація смаків та зниження інтелектуального рівня читацької аудиторії, зміна ціннісних орієнтирів та назрівання світоглядних конфліктів.

## РОЗДІЛ 2

### ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ КОНТЕНТ ІНФОРМАЦІЙНО- АНАЛІТИЧНОГО ТИЖНЕВИКА «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. УКРАЇНА»: ТЕМАТИКА Й ЖАНРИ

#### **2.1. Дерево проблем української культурної журналістики та редакційна політика тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (за даними експертного опитування)**

Перш ніж говорити про проблеми української культурної журналістики, потрібно звернутися до проблемних питань української культури загалом. У межах ініціативи «Культура – 2025» (2015) була розроблена стратегія розвитку культури в Україні на період до 2025 року, тобто на той час це було на 10 років уперед [315]. Для вироблення цієї стратегії в кінці 2014 р. – на початку 2015 р. були проведені відповідні сесії у восьми містах України, у яких взяло участь понад чотириста осіб [315]. У межах цієї ініціативи було створено «дерево проблем, яке систематизує проблеми в українській культурі поділили на шість сфер – менеджмент, комунікація, інфраструктура, законодавство, фінанси і освіта» [315]. Варто зазначити, що за допомогою методу «дерева проблем» було виявлено дві основні проблеми в комунікаційній сфері, одна з яких безпосередньо стосується ЗМІ та нашого дослідження – «слабка внутрішня комунікація (між сферою культури і суспільством)» [315].

Відповідно до застосованого методу «дерево проблем», встановлено такі причини цієї проблеми: «нестача кваліфікованих кадрів з комунікації в культурних установах, нерозуміння цілей і значення зовнішньої комунікації для розвитку культури, відсутність державної політики, спрямованої на підтримку і



просування культури, відсутність розуміння спільних проблем в культурі, маргіналізація сфери культури, закритість від громадськості» [315].

Звісно, що проблема має свої наслідки, які розподілені на дві категорії – системні наслідки, що є більш загальними й змістовними, зокрема: «культура не сприймається суспільством як вагомий фактор для об'єднання, як фактор розвитку та національної безпеки, низький рівень залученості та споживання культури з боку суспільства» [315]. На наш погляд, у цих наслідках виділяється дві гілки, перша з яких – суспільство не розуміє вагової ролі культури як в об'єднанні українського соціуму, та і в його розвитку і навіть у національній безпеці. Друга проблемна гілка знаходиться в тісному взаємозв'язку з першою: якщо суспільство не розуміє справжньої ваги культурної сфери, то, відповідно, воно й не залучає її до основних сфер свого життя, тобто ставиться відповідно як до маргінального явища, що було й зазначено в причинах аналізованої нами проблеми.

Відповідно до методу «дерева проблем» системні наслідки мають свої більш дрібні й конкретні виявлення, як-от: «неякісне висвітлення культури в ЗМІ, нестача лідерів громадської думки зі сфери культури, культурний продукт не орієнтується на споживача, неефективне просування культури в країні та за кордоном, національні меншини не залучені, аудиторії культурних подій менше, ніж могли б бути, слабка база для збору коштів на культурні проекти» [315]. Ця група наслідків вже є конкретними й безпосередньо стосуються культурної журналістики. Цікаву думку щодо нинішніх споживацьких потреб та їх відстеження / врахування масмедіа висловила Г. Афанасьєва: «медіаіндустрії поки що не вдалось до кінця вивчити потреби своєї аудиторії, знайти той золотий стандарт інформаційного пакета, що задовольнив би читача» [7, с. 6]. Тож цей напрямок залишається й досі перспективним.

Подавши узагальнену картину причиново-наслідкового обрамлення проблеми слабкої комунікації сфери культури й суспільства, зупинимося детально на окремих її аспектах, звернувшись до безпосередніх учасників комунікаційного процесу – журналістів-практиків.

На основі вторинного дослідження опублікованих матеріалів українських редакторів та журналістів, які спеціалізуються на історико-культурній тематиці, а також проведеного первинного експертного опитування редакторів та журналістів тижневика «Дзеркало тижня. Україна» нами складене «дерево проблем» сучасної культурної журналістики (Додаток В). Основна проблема сформульована нами таким чином: «Культурно-історичний контент на маргінесі видання, або культурна журналістика функціонує за залишковим принципом» [317]. Наслідки цієї проблеми поділені нами на дві групи – більш конкретні для видання та більш узагальнені й стратегічні для суспільства.

Тож для видання проблема позиції культурної журналістики «на маргінесі», з одного боку, призводить до залишкового ставлення до культурної тематики загалом, з іншого боку, – сприяє їх заміні симулякрами – гламуrom, шоу-бізнесом, світським життям. Така підміна кваліфікована вченими як характерна ознака постколоніального українського суспільства [343, с. 260]. Як підкреслила співорганізатор «Культури-2025» О. Островська-Люта, «культура має перестати сприйматись як розвага... культуру варто позиціонувати як царину знання, як дещо, де людина може вчитись протягом життя» [154].

З приводу перетворення теми культури на всілякі симулякри досить жорстко висловився оглядач журналу «ШО» Ю. Володарський: «Культура відсувається все далі та далі, тобто її майже немає на шпальтах газет, а якщо вона й присутня, то до культури як такої це не має жодного стосунку – адже все це шоу-бізнес, celebrities (знаменитості – А.М.) тощо» [2]. Культурна журналістика в пересічного люду дедалі частіше асоціюється з гламуrom і скандалами. Сьогодні на всіх вітринах з періодикою і телеекранах – світська хроніка і «зіркове життя» [97]. Це породжує ставлення, що культурна сфера в масмедіа – це галузь, яка не потребує висококласних фахівців і про неї може писати кожен [96].

Це ж слабе місце культурної журналістики назвав і Ю. Рибачук, зазначаючи, що «значна частина публікацій, наприклад, про події в царині сучасного мистецтва не обходиться без згадки про те, що на виставку завітала

чергова “селебріті”. Культурне життя взагалі почало асоціюватися з гламуром і скандалами» [148].

Ще 2011 року в інтерв'ю українському інтернет-виданню «Детектор медіа» («Телекритика» на 2011 р.) заслужений журналіст України з досвідом роботи редактора відділу культури «Киевских Ведомостей», який від 2005 р. обіймає цю ж посаду в тижневику «Дзеркало тижня. Україна», О. Вергеліс досить гостро схарактеризував тогочасну ситуацію з культурною журналістикою, наголосивши, що рубрику про культуру заповнила інформація «про спідниці, носки і нижню білизну перевертнів від шоу-бізнесу», про фінанси, що «виділяються на ті чи інші проекти, але нікого не цікавить остаточний художній результат», про «людей, які ні прямого, ні опосередкованого відношення до культури не мають взагалі!» [73]. Така емоційна реакція О. Вергеліса як фахівця високої кваліфікації свідчить, що йому досить болять ті негативні явища, що відбуваються в культурній журналістиці.

Водночас загальнокультурна проблема, окреслена нами як «культура на маргінесі», має більш масштабні суспільні наслідки – примітивізацію смаків та зниження інтелектуального рівня читацької аудиторії аж до зміни ціннісних орієнтирів та назрівання світоглядних конфліктів (Додаток В).

На цьому наголосив на засіданні круглого столу ще 2010 р. журналіст Д. Іванов. За його словами, інформаційна політика в галузі культури, що її підтримують більшість власників ЗМІ та підлеглих їм топ-менеджерів, має кілька виразних характеристик, що свідчать про приховану, але цілеспрямовану політику ліквідації культури як тематики у цих ЗМІ та заміну її на те, що зветься англійським терміном «entertainment» (з англ. «розваги»): «Готовий стверджувати та доводити на фактах, що це не просто вибір комерційно ефективних напрямків розвитку бізнесу власниками ЗМІ, але свідомо політика примітивізації масових смаків та формування відповідного зниженого інтелектуального рівня у населення» [2]. Цю ж думку про те, що преса має «формувати естетичні смаки й відчуття справжнього стилю життя» висловлюють філософи О. Дзьобань та О. Прудникова [94, с. 25].

Наступний крок, до якого спонукає метод «дерева проблем» – з'ясувати системні причини висвітлення культурно-історичної тематики за залишковим принципом. Перша системна причина – застаріла редакційна політика, яка базується на двох інших – застарілих стандартах, зокрема щодо відсутності авторської позиції в журналістському тексті, та жанрово-тематичних «рудиментах», як наприклад, описах подій чи подання культурної тематики лише в новинах (Додаток В).

Тож один з напрямків редакційної політики – це залишити традиційні підходи, що сприймаються сьогодні як радянські рудименти та перейти до принципу «культура – це спосіб життя». За словами Ю. Рибачука, редакційна політика тижневика «Коментарі», зокрема відділу «Культура», полягає в тому, що відмовилися від опису культурних подій, натомість висвітлюють такі питання: «культурна політика держави, діяльність культурних індустрій та питання якості продукту, який вони виробляють, обличчя споживача цього продукту», тобто обрано такий напрям – «культура дорівнює способу життя, де мистецтво є лише одним з елементів культурної ідентичності нації» [148]. При підборі тем орієнтуються як на інформаційні приводи, так і вдаються до всіляких експериментів, наприклад, свого часу в «Коментарях» була опублікована низка статей про рівень «сучасного монументального мистецтва та проблем відновлення архітектурних пам'яток», які належно оцінили навіть у Міністерстві культури [148].

Друга системна причина – некваліфіковані кадри, які пишуть про історію та культуру. Причинами такого стану справ у виданнях є непрестижність та неприбутковість професії журналіста-культурника на відміну, скажімо від журналістів, які спеціалізуються на політиці чи економіці.

З цього приводу влучно висловився під час круглого столу у лютому 2010 р. «Чим живе культурна журналістика» за участі Британської Ради в Україні [2] редактор відділу культури журналу «Експерт-Україна» С. Семенов, який вбачав головну проблему української культурної журналістики у «відсутності відповідних знань у більшості журналістів (вірніше сказати –

журналісток, оскільки у нас культурна журналістика чомусь вважається “дамським заняттям”). На культурну журналістику у більшості ЗМІ кидають зелену молодь, яка, наприклад, цілком спокійно вважає, що (наводжу реальний факт з життя) можна написати рецензію на фільм Інгмара Бергмана, не подивившись жодної іншої його картини, отже, не розуміючи, яке місце посідає ця стрічка у його творчості» [2].

Про цю ж кадрову проблему говорив редактор відділу «Культура» тижневика «Коментарі» Ю. Рибачук, інтерв'ю з яким 2012 року було опубліковане на сайті видання «Детектор медіа» [148]. Як зазначає в передмові журналістка О. Коркодим, «українська культурна журналістика – царина, де майже відсутня конкуренція. Тут працюють і юнкори, які вправно позиціонуються в соцмережах, і “люди-оркестри” з власними інтернет-проектами, і публіцисти з авторським стилем» [148]. Таким чином виробляється ставлення до культурної журналістики як до несерйозної, про яку «може писати будь-хто. Через такий підхід у середовищі журналістів, які пишуть про культуру, з'явилося дуже багато, м'яко кажучи, необізнаних людей. Тут виникає проблема “якості кадрів”» [148].

Під час круглого столу «Чим живе культурна журналістика» за участі Британської Ради в Україні, проведеного в лютому 2010 р., з оглядачами відділів культури українських медіа, журналістами, які пишуть про мистецькі явища, менеджерами культури та представниками неурядових організацій, які так чи інакше опікуються цією тематикою, були підняті професійні проблеми щодо створення окремої професійної спільноти, яке, однак, не було розв'язано [2]. За словами Ю. Рибачука, круглий стіл показав, «що кожен редактор і журналіст нашої галузі існує у своєму світі, окресленому або форматом видання, або його особистим світосприйняттям. Знайти способи вирішення системних проблем не вдалося» [148]. Варто відзначити, що відтоді минуло вже десять років, але й досі цей потрібний проєкт щодо створення професійної спільноти для журналістів-культурників не втілений у життя.

Про невисоку популярність культурної журналістики свідчить і той факт, що упродовж заявлених 16 років не так багато було проведено спеціальних заходів для журналістів-культурників.

Попри такий невтішний стан справ в Україні з матеріалами культурної тематики, все ж таки, за словами О. Вергеліса, є «декілька друкованих видань і з великою натяжкою сайтів, де про культуру намагаються говорити серйозно. Серед таких видань – “Дзеркало тижня. Україна”, “День”, іноді – “Комерсант. Україна”. Є своя аудиторія у видання “Український тиждень”, де подаються гострі публіцистичні і політичні тексти з виходом на культурну проблематику» [73]. Тож з огляду на таку скрутну ситуацію щодо висвітлення культури в ЗМІ зростають вимоги як до якості матеріалів культурної тематики, так і до професійної кваліфікації журналістів-культурників.

Про непрестижність професії журналіста, який пише про культуру, свідчать слова журналістки О. Коркодим з приводу розуміння, а точніше нерозуміння ролі цього фахівця: «поняття “культурний журналіст” розмаїте до межі здорового глузду. І цю межу доводиться згадувати щоразу, коли частина брифінгу чи прес-конференції присвячується відповідям на запитання абсолютно некомпетентних представників ЗМІ. Або коли редактора відділу культури “Коментарів” запрошують на презентацію альбому силіконових тітоньок. Чи якщо замість рецензії на спектакль газета подає особисті враження автора» [148]. На наш погляд, коріння такого нерозуміння функцій журналістів, спеціалізованих на культурній тематиці, тягнуться з неправильного розуміння ключового терміна «культура».

2014 року за результатами семінару з культурної критики та репортажу «Культура 3.0», який був організований фундацією «Центр сучасного мистецтва» і онлайн-журналом «Korydor» та проходив від листопада 2013 року до травня 2014 року, були опубліковані матеріали журналістів-практиків, які піднімають й до нині проблемні питання культурної журналістики [282].

Головна редакторка онлайн-журналу «Korydor» К. Ботанова розпочала з того, що впродовж 2010–2013 рр. значно зменшилася кількість суспільно-

політичних видань, а «розділи “культура” у виданнях або перетворилися на “стиль”, або й зовсім зникли. Незадовго перед подіями на Майдані частина видань, які ще лишалися на ринку, різко змінили власників (переважно – на пов’язаних із колом колишнього президента Януковича), а та мізерна частка майже виключно онлайнресурсів, які все ж таки фокусували частину своєї уваги на подіях у мистецькому полі країни, у кращому випадку – ледь жевріла» [30, с. 5]. Тож логічним є наслідки такого стану речей у культурній журналістиці – «дедалі менше залишалось місця для мистецьких афіш і рецензій, вже не кажучи про глибші рефлексії, ціннісні орієнтири й світоглядні конфлікти українського суспільства» [30, с. 5–6].

Отже, впродовж 2010–2013 рр. К. Ботанова виділила такі негативні тенденції в сфері культурної журналістики: 1) матеріали культурної тематики часто більше схожі на світську хроніку чи на псевдоринкову аналітику, які до того ж ще й можуть цензуруватися; 2) яскраво виражений процес депрофесіоналізації журналістів-культурників, що полягає в такому: досвідчені майстри слова припиняють займатися професійною діяльністю, натомість «автори, котрі приходять у професію, переважно абсолютно не обізнані ані з нормами журналістської етики, ані з критеріями професійної культурної критики та її завданнями, ані з цариною культури, вже не кажучи про її тісний зв’язок із економікою і політикою» [30, с. 7].

Висококваліфіковані журналісти повинні добре знати свою цільову аудиторію, підтвердження чого знаходимо в словах Ю. Володарського, який відзначає, що культурна журналістика в кожному виданні характеризується певними особливостями, які визначаються його цільовою аудиторією, зокрема: «у газеті “2000” основна аудиторія розуміється на літературі трохи менше, аніж читачі журналу “ШО”» [53, с. 146]. Ділові люди журналу «Фокус», які також не є фахівцями з питань культури, потребують чітко та ясно викладеної інформації, структурованої за такими чотирма пунктами: «що це, хто написав, про що написав, як це написав» [53, с. 146].

При цьому організаторка семінару «Культура 3.0» К. Ботанова відзначила, що саме від листопада 2013 року події, що відбулися на Майдані, привели до певних позитивних змін і серед журналістів-культурників, які «стали головними коментаторами й лідерами думок суспільства, й не лише в самій Україні, а й на шпальтах світових медіа» [30, с. 7]. Тобто події Майдану, які стали епохальними в історії України, привели до значних позитивних зрушень і в культурній журналістиці.

Звернемося також до думок іншого учасника семінару постійного літературного оглядача журналу «ШО», журналіста, який співпрацював з виданнями «Фокус», «Forbes.ua», «2000», Ю. Володарського. Перш за все він наголошує на важливості професії журналіста-культурника, бо «відгуки користувачів ніяк не можуть замінити собою роботу професійного критика й культурного журналіста» [53, с. 144]. З огляду на таку потребу щодо професіоналів у цій сфері, журналіст відзначає, що «люди, які могли б писати в популярні видання (звісно, на теми культури – А.М.), ідуть з професії» [53, с. 144].

Крім того, Ю. Володарський акцентував увагу на тому, що в Україні «майже немає загальнокультурних видань (якщо не вважати «Критику», оскільки в цьому виданні досить специфічне коло тем і стиль, наближений до наукового). Хороші статті на культурні теми можна зустріти на сторінках суспільно-політичних ЗМІ, таких як “Лівий берег”, “Капітал”, “Збруч”, “Фокус”, “Новое время”. Але на першому місці там завжди буде політика і економіка. Культура в них займає другорядну, м’яко кажучи, позицію» [53, с. 144]. На наш погляд, культурний критик не взяв до уваги таких якісних видань, як «Дзеркало тижня. Україна», «День», «Україна молода» та ін., де культурна тематика «не витіснена на задвірки» й містить розлогі аналітичні матеріали. Варто також додати, що кінець 2013 року відзначився азартним висвітленням у ЗМІ такої події, як повалення пам’ятника Леніну в Києві, що відбулося 8 грудня 2013 р. під час Євромайдану, а також подальшого демонтажу «вождя пролетаріату» в інших містах України, тобто мова про так



звану ланцюгову реакцію, що названа в народі «Ленінопадом» – «демонтаж пам'ятників Леніну як символ прощання з диктатурою та імперією» [258, с. 8].

Проте можна погодитися з іншим твердженням Ю. Володарського з приводу того, що сьогодні матеріали культурної тематики належать або до рубрики «стиль життя», або до світської хроніки, а «загалом вона такі видання не цікавить (“Сьогодні”, “Вести”, “Факты”))» [53, с. 145]. Загалом, на думку критика, «у масових виданнях не варто особливо шукати можливостей писати про культуру – про культуру в тому значенні, в якому вона цікавить нас, критиків» [53, с. 145]. Ця теза підтверджує правильно обраний нами об'єкт дослідження – якісне суспільно-політичне видання з постійними рубриками «Культура» та «Історія» (остання – від 2013 р.).

Ситуацію щодо використання жанрів у культурній журналістиці Ю. Володарський характеризує таким чином: найбільш поширений на сьогодні новинний жанр знаходиться в зовсім занедбаному стані. За словами критика, анонси взагалі взяті з прес-релізів, а «стрічка новин – це такий собі “відстійник”, який роблять некваліфіковані люди, вони погано пишуть і по-українськи, і по-російськи» [53, с. 145]. При цьому критик відзначає, що саме суспільно-політичним виданням, по-перше, властиві репортажі на культурну тему (щоправда, потрібно приділяти увагу їх якості), по-друге, інтерв'ю з письменниками, які, зазвичай, виливаються в розмову «зовсім не про літературу» з огляду на те, що письменники в нашій країні є водночас лідерами громадської думки, про що свідчать їхні авторські колонки [53, с. 146–148]. Також Ю. Володарський поділився практикою, яка успішно ним апробована в журналі «Шо»: «рецензіям передують есе, які не обов'язково пов'язані тематично з власне оглядом книг» [53, с. 146].

Отже, Ю. Володарський схарактеризував сутність і специфіку культурної журналістики загалом та відзначив особливості культурної критики як її складника зокрема. Особливо цінними є зауваження критика щодо специфіки суспільно-політичних видань, до яких належить і аналізований нами інформаційно-аналітичний тижневик «Дзеркало тижня. Україна».

Заслуговують на увагу поради журналістки, редакторки, керівника інтернет-проекту «МедіаБізнес» С. Наумової «ЗМІ в Україні – що відбувається і чи варто очікувати змін» [204]. На 2014 рік, за словами журналістки, ситуація на медійному ринку була далека від ідеальної, проте відбувалися й позитивні зміни: «“добрих дядечок” поменшало, і якщо країна справді розвиватиметься по-новому – їх поменшає ще. ЗМІ перестануть бути інструментом політичного впливу, “кишеньковими піарниками”, видання будуть розвиватися за ринковими законами. На цьому шляху деякі видання й навіть холдинги можуть зникнути. Але все це – побічні ефекти оздоровлення ринку» [204, с. 169].

При цьому С. Наумова основний акцент робить на ролі журналіста, зокрема й журналіста-культурника, який повинен, по-перше, враховувати смаки цільової аудиторії, тобто «кожна творча одиниця має думати про “нетворчі” речі, а саме – на яку аудиторію орієнтовано текст, кого він може найбільше зацікавити, для кого буде корисним, наскільки збігається з аудиторією ресурсу, як вплине на комерційну частину, кому його можна продати тощо. Власне, від кожного працівника медіа сьогодні залежить доля цього медіа» [204, с. 170].

По-друге, журналісту потрібно дбати про персоніфікацію матеріалів, адже «якщо раніше було достатньо просто подавати інформацію першим, зараз важливо, хто саме подає інформацію й чи можна йому довіряти. Іноді це стає навіть важливішим, ніж те, про що саме ця інформація» [204, с. 170]. Водночас Е. Бурдіна пропонує розрізняти «персоналізацію як категорію, яка стосується авторського “я”, та персоніфікацію як поняття, що вживається, коли мова йде про інших діючих осіб у матеріалі» [32].

По-третє, для журналіста дуже важливе ім'я, тобто «має бути конкурентна перевага, яка виокремлює його з-поміж інших. Журналістів на ринку багато й роботодавцю треба знати, що ви – унікальний кадр саме для нього» [204, с. 171]. С. Наумова наголошує, що епоха так званого «безіменного» контенту поступово відходить в історію [204, с. 170]. Як для фахівців, так і для громадськості важливою є особиста думка, людська й громадянська позиція автора. Якщо ж їй на заваді стає редакційна політика

офіційного видання, то вона переходить у формат блогів чи в соціальні мережі [204, с. 170]. З метою підтвердження своєї думки журналістка наводить кілька фактів, серед яких є такий: приїхавши до Нью-Йорка, американка Г. Данн без будь-яких особистих контактів у масмедіа зробила собі ім'я, запустивши блог-проект «100 інтерв'ю». Тобто молода журналістка опитала сотню жителів цього міста, які відрізнялися віком, соціальним статусом, професією тощо. Завдяки такій активній публікаційній діяльності про дівчину дізналися видавці й запросили на роботу до глянцевого видання [204, с. 172].

По-четверте, актуальними, за словами С. Наумової, є нішеві проекти [204, с. 172]. Очевидно, що з цього погляду культурна журналістика має багато перспектив, адже містить значну кількість вузьких тематичних ніш [204, с. 173].

Упродовж 2015–2020 рр. нам не вдалося знайти спеціальних заходів, присвячених проблемам спільноти журналістів-культурників. Проте натрапили на просвітній захід, спрямований на студентів-журналістів. Так, 16 листопада 2020 року в Запорізькому національному університеті для майбутніх журналістів був проведений тренінг, організований разом з онлайн-виданням «MediaLab» під назвою «Як розповісти про локальну культуру» [253]. Тренерка – журналістка та продюсерка «Радіо Культура» І. Славінська. З огляду на те, що мета тренінгу – навчити студентів практичним вмінням, тренеркою були висловлені такі поради: добре знати свою цільову аудиторію та ретельно готуватися до написання матеріалів: «Якщо ви хочете створити матеріал про те мистецтво, які не всі або не завжди розуміють, то є сенс провести певну підготовчу роботу» [253]. В іншій розмові журналістка наголошує: «Неможливо зрозуміти, що відбувається у культурі..., якщо ви не читаєте нових книжок, не ходите на нові виставки, не дивитися нові фільми, не читаєте пресу українську і світову. Не можна популяризувати те, що ви самі не любите і не можете приміряти на себе. Це має бути ваша стихія» [256]. Тож основна думка журналістки-тренерки І. Славінської переформулюється з констатацією фактів попередніх фахівців щодо потреби в якісних молодих кадрах для культурної журналістики.

Отже, на основі аналізу думок журналістів-культурників зі значним професійним досвідом підсумовуємо, що основними негативними тенденціями до висвітлення культурної тематики в сучасних ЗМІ є такі:

1) стійкою є підміна понять: матеріали культурної тематики поміщають у рубрики «стиль життя» та «світська хроніка», до яких вона не має жодного стосунку (К. Ботанова); замінюють розважальним контентом (Д. Іванов) та інформацією про деталі з життя шоу-бізнесу (К. Ботанова, О. Вергеліс, Ю. Володарський, Ю. Рибачук);

2) другорядні місця, які посідає культурна тематика (після політики й економіки) в суспільно-політичних виданнях, що посилюється такими чинниками: в Україні загалом бракує загальнокультурних видань, а в масових виданнях культурних матеріалів немає й апріорі бути не може.

Негативним наслідком такого невтішного стану справ є формування в свідомості медійників ставлення до культурної журналістики як до несерйозного напрямку журналістської діяльності (до речі, і неприбуткового), а в читацької аудиторії – примітивізація смаків, зміна ціннісних орієнтирів, зниження інтелектуального рівня населення та навіть назрівання світоглядних конфліктів.

Наступний крок – депрофесіоналізація кадрів, яка полягає в тому, що висококваліфіковані журналісти залишили цю «невдячну» сферу, а молодь – «зелена» й непідготовлена – з відсутніми необхідними знаннями й несформованими правильно уявленнями про роль журналіста-культурника не готова підняти культурну журналістику на належне місце (С. Семенов).

Стосовно історичної журналістики, то дві основні проблеми, пов'язані з висвітленням історичних подій, полягають у такому:

1) потреба в «олюдненні» публікацій у взаємозв'язку з просвітницькою функцією. На теоретичному рівні ще 2013 року російська дослідниця Т. Сергєєва в науковій статті підняла одразу два питання – про підготовку журналістів-культурників, а також про актуальне для нинішній соціальних комунікацій запитання щодо ролі й місця людини в постмодерністському

суспільстві, акцентуючи увагу на тому, що «хоча “культурна” журналістика (як і публіцистика), як найбільш особистісна, відходить на другий план, і, таким чином, відбувається відмова від людини (яка відчуває, одухотвореної) як об’єкта журналістики, а разом з тим від журналіста-особистості, проте духовна традиція триває (хай і зусиллями невеликого прошарку суспільства)» [285, с. 153]. Тож фактично йдеться про «класичну» журналістику, об’єктом якої є людина. Це підтверджується подальшим твердженням дослідниці про потребу у виконанні журналістикою таких «немодних», але важливих функцій, як просвітницька та виховна [285, с. 153].

Ця ж думка щодо потреби виконання журналістикою її просвітницької функції була озвучена цього ж 2013 р. на Львівському медіафорумі, де дискутували головний редактор «Історичної правди» В. Кіпіані, історик і редактор публіцистичного блоку «Zaxid.net» В. Расевич, репортер польського видання «Tygodnik Powszechny» П. Решка та редактор англomовного щоквартальника «New Eastern Europe», що виходить у Польщі, А. Рейгардт. В. Кіпіані висловив думку, що «в умовах, коли інтерпретація визначних подій та персоналій української історії змінюється за указом президента або міністра освіти, ЗМІ повинні виконувати просвітницьку функцію. Першим важливим етапом у цьому процесі є написання так званої побутової історії, історії конкретних родин» [128]. За приклад наводиться публікація на сайті «Історична правда», яка викликала неоднозначну реакцію читацької аудиторії: «Одна жінка розповідала про те, що її бабуся під час німецької окупації почувалася щасливою. Адже після голоду 30-х років вона вперше почала наїдатися» [128]. Тож цей випадок показав «неготовність українців сприйняти відмінність родинної пам’яті інших людей від їхньої власної» [128].

При цьому А. Рейгард зауважив: «Нелегко говорити про серйозні речі людям, які найправдивішим джерелом інформації вважають вікіпедію та гугл. Теперішнє суспільство цікавить кількість постів, лайків та коментарів, а не глибинна історія» [128]. Вихід із цієї ситуації вбачається саме в «олюдненні» історичних подій, коли замість сухих фактів читачам пропонують історії з

життя.

2. Проблема суб'єктивності в подачі історичних матеріалів. Сьогодні все частіше фахівці, серед яких й історик та редактор публіцистичного блоку «Zaxid.net» В. Расевич, говорять про те, що симбіоз медіа та історії є дещо шкідливим. Адже в українських ЗМІ на історичні теми дискутують політики або академічні історики з конкретними політичними позиціями. Для перших «гордість за героїв минулого» – найпростіший спосіб мобілізації електорату, щоб змістити акценти з нагальних соціальних проблем на питання історичної пам'яті [128]. З цього погляду мова про таке явище, як суб'єктивність подачі історичних фактів – чи в публікаціях, авторами яких є власне «заангажовані» історики, чи в журналістських матеріалах, де подано коментарі, інтерв'ю із «заангажованими» істориками. Оскільки історія постійно є інструментом політичної маніпуляції, журналісти також можуть «підлаштовувати» інтерпретацію історичної події під відповідні політичні тенденції.

Отже, основними проблемами історичної журналістики є потреба в олюдненні матеріалів цієї тематики та їх авторства, зокрема суб'єктивності подачі матеріалів.

## **2.2. Автура «Дзеркала тижня. Україна»: від сильного автора до сильного тексту**

Перш ніж перейти до встановлення взаємозв'язків між автором і текстом звернемося до теоретичного підґрунтя дослідження, з яким тісно пов'язана тема дослідження, зокрема зацентруємо увагу на таких аспектах роботи зарубіжних та українських дослідників: А. Бандура та ін. (агресивні моделі комунікації) [348], М. Брюггеманн (теорія спілкування) [350], Дж. Габермас (філософський дискурс сучасності) [357], Г. Гербнера та ін. (сучасні тенденції медійної комунікації) [354], Р. Генсона (взаємодія суспільства й медіа) [359], Т. Гобана-Класа (аналіз

медіаспільноти) [355], Е. Гріффіна та ін. (комунікативна теорія) [356], М. Еванс, Р. Ентман та ін. (комунікація в умовах міжнародних конфліктів) [353; 352], Н. Лумана (теорія комунікації) [169], М. Назарова (масова комунікація) [203], Л. Павлюк (текст і комунікація) [213], Дж. Пітерса (критичний аналіз комунікації ХХ ст.) [226], Г. Почепцова (теорія комунікації) [240–241], К. Серажим (дискурсологія) [284], А. Соколова (соціальна комунікація) [296], С. Холл (ідеологія та теорія спілкування) [358].

Упродовж аналізованого нами часового періоду 2004–2019 рр. авторський колектив «Дзеркала тижня. Україна», які працювали над підготовкою історико-культурного контенту зазнавав змін, проте не так часто: від 2004 року до 2010 року редактором відділу «Культура» був О. Кононенко, від 2010 року до 2019 року – О. Вергеліс.

За словами редактора відділу «Культура» О. Вергеліса, у видання є як журналісти-культурні оглядачі, які «не прив'язують себе до якогось одного напрямку, а готують тексти, виходячи з інформаційних потреб. Це, зокрема, спецкор, редактор, оперативний журналіст «ДТ» Катерина Константинова, спецкор у Львові Василь Худицький, у Хмельницькому – заслужений журналіст України Світлана Кабачинська» (Додаток Г).

З огляду на те, що видання з економічних причин не може собі дозволити належний штат, то активно практикує співпрацю з позаштатними кореспондентами. Зазвичай, кожен з них спеціалізується на якихось окремих вузьких тематиках, зокрема: на кіномистецтві – критик, журналіст Я. Підгора-Гвядовський, а також критикиня, яка мешкає у Венеції дописує про тамтешні фестивалі О. Клінгенберг; огляди, інтерв'ю та аналітику – співробітник Академії мистецтв І. Зубавіна й кіножурналіст А. Філатов; про кінематограф та культурну політику – С. Тримбач; про художнє життя, артсферу, виставки, музеї – арт-критик А. Параваткіна; про сучасну музику й балет – викладач в музики, фахівець з джазу О. Кізлова та викладач музики в музикадемії Г. Ставиченко; про літературу – літературний критик, головний редактор журналу «Всесвіт» Д. Дроздовський, а також відомі літератори, як С. Андрухович; про збереження

культурних цінностей – історик, що спеціалізується на історії м. Києва Т. Кіньков, про релігію – висококваліфікований фахівець К. Щоткіна (Додаток Г).

Як зазначає О. Вергеліс, сам він уже тривалий час спеціалізується на театральній тематиці: «Театральну проблематику висвітлюю, власне, я. Це мій професійний свідомий вибір... Театр західний, український, російський вже став для мене формою життя» (Додаток Г).

Автори інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» при поданні матеріалів історико-культурної тематики дотримуються таких основних принципів / способів подання :

1) аналогія з минулим та його актуалізація. У публікаціях на історико-культурну тематику журналісти видання завжди знаходять цікаві аналогії між минулим і сучасним, між діяльністю відомих історичних та / чи культурних діячів і діями чинної влади. За таким принципом автори і обирають теми своїх матеріалів: які аналогічні події, факти історії, історії культури є актуальними для сьогодення.

Так, журналіст С. Махун у публікації «Судетський сценарій: Чи готовий Захід іти стопами «миротворців» Чемберлена і Даладьє?» (№8, 2014 р.) проводить аналогію між тогочасними військовими конфліктами в Україні, анексією Криму і подіями 1938 року, які не тільки перекроїли карту Європи, а й стали прологом найстрашнішої трагедії в історії людства, адже саме тоді нацистська Німеччина, за повного потурання і згоди Франції та Великої Британії, розпочала свій спочатку тріумфальний рух до світового панування [186].

Іншим яскравим прикладом актуалізації подій, проведення аналогії з минулим є російськомовна публікація С. Махуна «“Мир” через уничтожение союзного государства» (№36, 2008 р.), де журналіст розповідає про те, як у 1938 р. «дала збій» світова система безпеки: канцлер Німеччини А. Гітлер, дуче Італії Б. Муссоліні, а також прем'єр-міністр Великобританії Н. Чемберлен і прем'єр-міністр Франції Є. Даладьє підписали смертний вирок Чехословаччині:



«І дуже швидко фюрер розтоптує гарантії територіальної цілісності, видані Чемберленом і Даладьє Празі. 15 березня 1939 року німецькі війська захоплюють паралізовану від жаху та відчаю столицю Чехо-Словаччини (так ця квазі-держава називалася після Мюнхена)» (переклад наш – А.М.) [185];

2) толерантність. В інформаційно-аналітичному тижневику «Дзеркало тижня. України» події та факти історико-культурної проблематики, незважаючи на різний ступінь гостроти дискусій, подають виважено, толерантно. Для прикладу, популярним на шпальтах тижневика є «дражливе» мовне питання, як воно вирішувалося в Україні в різні періоди: за царських часів, після революції, в період українізації тощо. Чи не найбільш гострою, дискусійною темою на шпальтах української періодики є проблема двомовності, надання російській мові статусу другої державної. Журналісти «Дзеркала тижня. України» розглядають явище двомовності обережно, як наслідок історичного минулого. Так, О. Медведєв у статті «Мовна евтаназія» веде мову: «Чим є така двомовність – здобутком чи втратою? Ясно, що відповідь на це питання залежить від того, з якого боку і хто погляне. Але хоч під яким кутом дивися, факт двомовності України є очевидним, позитивним чи негативним, але – незаперечним» (№35, 2010 р.) [187]. Залишаючись толерантним, В. Балушок у статті «Мова державна, мова офіційна й інформаційна безпека» (№20, 2014 р.) пропонує вирішувати найбільш дискусійні питання шляхом залучення до обговорення кваліфікованих фахівців: «А взагалі, так само як неполадки в комп'ютері чи автомобілі мають ліквідувати фахівці, закономірності функціонування мов в офіційному мовленні держави також повинні визначати фахівці. Для цього є наука соціолінгвістика. І Україна має блискучих учених у цій галузі... Саме фахівці повинні сказати останнє слово в суперечці з приводу державної мови в Україні, а разом і поставити крапку в цьому питанні, щоб надалі під час чергових виборів політики не намагалися з його допомогою дестабілізувати ситуацію в країні» [13].

Також принцип дотримання толерантності яскраво виражено на шпальтах видання під час висвітлення релігійної тематики, а особливо конфліктних

ситуацій у релігійних колах. У таких дражливих випадках необхідний високий професіоналізм журналіста для того, щоб всебічно дослідити певну ситуацію та прийти до неупереджених висновків. Наприклад, А. Бажал у статті «Три правди одного храму» (№7, 2006 р.) розслідувала проблему одночасного використання будинку Національного будинку органної та камерної музики у Києві двома організаціями – однойменною культурною установою та римо-католицькою парафією св. Миколая. Уважний аналіз журналістського матеріалу засвідчує його високопрофесійну підготовку слово надане обом конфліктним сторонам – як директору будинку музики, так і керівнику релігійної громади. Власне журналістський аналіз ситуації, що склалася, поданий у такими міркуваннями: «Як знайти компроміс між інтересами адептів віри і класичної музики? І ті, й другі приходять до костьолу св. Миколая по духовну поживу, і блюзнірством було б твердити, що інтересами когось із них можна пожертвувати. Гордіїв вузол, у який сплелися долі Будинку органної музики і парафії св. Миколая, не розрубати одним махом, не зачепивши при тому інтереси якоїсь зі сторін. Тож рішення у цій справі має бути дуже виваженим. І приймати його слід не під впливом хвилинних порухів душі, навіть найшляхетніших, а після об'єктивного всебічного вивчення ситуації на місці» [8].

Такі рядки свідчать про нейтральну, толерантну позицію А. Бажал, вона не стала ні на бік римо-католицької громади, ні на бік будинку музики;

3) об'єктивна критика. Автори «Дзеркала тижня. Україна» при написанні матеріалів історичної та культурної тематики сміливо піддають події, факти, особистостей критиці, намагаючись зробити це по-максимуму об'єктивно, неупереджено та справедливо. Таким чином реалізується одна із спеціальних функцій журналістики – соціальної критики.

Приміром, неодноразово на шпальтах видання порушують законодавчі питання щодо культури. На цю тематику є влучний памфлет О. Зиріна «Українське в Україні: скасувати, вилучити, зменшити» (№41, 2011 р.), де автор з певним сарказмом критикує Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про телебачення і радіомовлення», а саме щодо зменшення

кількості національного аудіовізуального продукту в ефірі. Журналіст досить сміливо розповідає про всі недоліки та «підводні камені» цього закону, розмірковує про недопрацювання чиновників та свідомі маніпуляції: «Подібне рішення призведе до зникнення з радіоефіру музичних творів українських авторів та виконавців. А отже, – вітчизняного аудіовізуального продукту. Попереду – безробітні випускники творчих вишів, втрата державою контролю і можливостей коректного впливу на низку культурних індустрій» [120].

При цьому О. Зирін досить наголошує на порушеннях та їх замовчуваннях: «Жодного слова про тотальну корупцію, яка роками примушує українських музик і продюсерів проплачувати вихід української музики в ефір (ротації)! Жодного слова про багаторічні порушення українського законодавства радіомовниками тощо» [120]. Наприкінці автор додає: «Ще один важливий та небезпечний факт. Навколо ухвалення та обговорення цього закону дуже багато маніпуляцій. На це вказали навіть у стінах парламенту під час пленарного засідання!» [120].

Принцип об'єктивної критики яскраво виражено і у матеріалах релігійної тематики, особливо там, де журналістом розглянуто конфліктні ситуації за участю владних структур – як, наприклад, у публікації К. Щоткіної «Пил століть – всього лиш пил?» (№4, 2011 р.). Тут автор розглядає проблему передачі Софії Київської УПЦ, а також про можливе підпорядкування цього заповідника Міністерству культури України. К. Щоткіна активно критикує діяльність тодішньої влади щодо цього питання і досить прямолінійно пояснює, чому проблема підпорядкування Софії Київської так схвилювала журналістів, музейчиків та церковників: «Мабуть, насамперед тому, що в плані гуманітарних, і особливо – церковно-гуманітарних, ініціатив від нинішньої влади ми підсвідомо очікуємо найбільш несподіваних і нестандартних рішень. Вона нас до цього встигла привчити за досить стислий час. Крім того, відсутність якихось офіційних повідомлень бо їх, на перший погляд, безневинність – зовсім не гарантія того, що нічого не відбувається» [340].

Наведемо ще кілька цитат з публікації К. Щоткіної, де чітко простежуємо наявність критичних міркувань, зокрема автор розмірковує над імовірністю укріплення в нашій державі ідеї «Русского мира», одним із кроків до чого і є, на думку К. Щоткіної, передача Софії Київської УПЦ: «А на неофіційному рівні поголос вже розмістив у відреставрованому митрополичому будинку київську резиденцію патріарха Московського. Бо й справді – де, як не тут, у самому серці історичної Русі, оселити батька-засновника “Руського світу”? Звісно, жодних “офіційних рішень” з цього приводу немає. Але спокою це не додає» [340].

«Адже те, що повернулося церкві – землі, споруди, – вже не умовна “канонічна”, а цілком зрима територія “Русского мира”... “І якщо я готова не замислюючись підтримувати пам’ятки архітектури, християнські храми і взагалі будь-яку християнську ініціативу з власної кишені, то я зовсім не впевнена, що готова підтримати матеріально “Русский мир” всередині власної країни» [340].

4) відповідь на виклики часу. Публікації історико-культурної тематики в «Дзеркалі тижня. Україна» подають у контексті соціальних, політичних подій. Автори тижневика ніколи не залишаються «осторонь» знакових суспільно-політичних явищ, дають відповіді на виклики часу. Так, у часи Помаранчевої революції, журналісти видання не обходили увагою, наприклад, фільми, які виходили на тлі помаранчевого майдану. Приміром, у статті «Залюбити по-українському» (№45, 2005 р.) Г. Пароваткіна з неприхованою критикою описує, яким чином в Україні триває робота відразу над кількома повнометражними стрічками, присвяченими навколореволюційній тематиці: «Сьогодні чіткого політичного замовлення в українському кінематографі немає. Як, до речі, не було його і при Кучмі. Зате художні повнометражні фільми про помаранчеву революцію є. Або, точніше, от-от з’являться...» [218]. При цьому вона емоційно ставить майже риторичні запитання: «“Аполітичне” кіно про революцію? “Труна” сухозлітних love story там, де усього лиш рік тому билися, розриваючи грудну клітину, небаченої інтенсивності щирі почуття?»... І ще один штрих для

повної картини щодо цієї публікації Г. Пароваткіної: «Щоправда, не дуже зрозуміло: чому все – настільки непрофесійно і, вибачте, хаотично? Адже хірурги і патологоанатоми не навчаються професії на близьких? Тоді чому можна українським кіномитцям-початківцям? У теорії потенційна шкода від їхнього навчання навіть більша» [218].

Так само і у 2013–2014 рр. під час подій Євромайдану автори «Дзеркала тижня. Україна» були «всередині подій», намагалися говорити про Євромайдан як про явище сучасного арту, його про виставкові майданчики, поетів і співаків. Як і у матеріалі О. Загакайло «Поезія і проза Євромайдану» (№ 46, 2013 р.), де автор збирає фольклорну творчість, поезію Євромайдану у вирі протестів та закликів. Журналіст зокрема розповідає про місцевого гітариста: «Обурений директор Будинку культури Коломийського району Василь Дідик... зрештою після численних перевірок подав заяву про звільнення. Проте продовжував творити українську культуру, співаючи під акомпанемент гітари: «Беги, мерседеси, кулуари, | Гроші, фігури, а народ терпить. | Вільними ми стали на папері, | А неспокій душу борознить» [111].

Також О. Загакайло наводить яскраві цитати із творчості протестувальників: «Ще хтось склав анекдот. Хоча всі розуміють, що це стовідсотково було б реальністю: “Пошта України випустила марку з портретом гаранта. Через деякий час пішли скарги, що не приклеюється. Як з’ясувалося, люди плювали не на той бік”» [111]. Інший приклад авторки: «А потім випадково побачила лист дитини до св. Миколая: “Принеси мені у подарунок нового президента. А тих двох забори собі в олені”» [111].

5) «Олюднення» публікацій. У матеріалах історичної та культурної проблематики тижневика «Дзеркало тижня. Україна» спостерігаємо тенденцію подання подій, явищ через опис людських долі, історій, фактів з життя героїв публікацій. Така ж ситуація простежується і в літературі та кінематографі, оскільки «будь-яка професійна діяльність неодмінно потребує олюднення. І чим складніше зробити це у реальному житті, тим популярнішими стають

книжки й фільми про халепи і перипетії професіоналів» [338]. Водночас у мережевих комунікаціях питання авторства, на думку дослідниці К. Афанасьєвої (Горської), набуває рис зовсім іншого характеру – деперсоналізації [6].

Це робить текст емоційно забарвленим, наближеним до читача і, за словами головного редактора видання В. Мостового, дозволяє «не робити журналістику дистильованою водою, мертвою, яка не зачіплює душевних струн» (Додаток Г). Для прикладу – матеріал В. Савченко «На все життя, що залишилось» (№16, 2013 р.), який подано у тижневику тематично – до Дня Перемоги [275]. Журналіст не просто розповідає про страхіття, плачевні події Другої світової війни, а робить це, подаючи життєву історію жінки-медика, яка пройшла всю війну, була поранена, нагороджена медалями та орденами – 90-річної Є. Павлової. Ось уривок із розповіді героїні: «Сотні тисяч загиблих. Поранені в госпіталі довго не затримувалися: тиждень-два – і вирушали хто в тил, хто на фронт. Привозили нових і нових. Адже неподалік Курськ – ви ж знаєте, яка точилася бійня на Курській дузі. Особливо багато в нашому госпіталі було хлопців без рук. Вони всю ніч кликали сестричок, просили зробити самокрутки з махоркою, підкурити їх. Так тоді “напідкурювалалася”, що сама почала палити» [275].

Принцип «олюднення публікацій» спостерігаємо і в матеріалі К. Константинової та Д. Саніна «Руслана: “На Майдані я провела більше двадцяти ночей поспіль... Новий рік і Різдво також збираюсь там зустрічати й святкувати”» (№49, 2013 р.). Автори, описуючи бурхливі події Євромайдану та участь у ньому представників творчої інтелігенції, подають інтерв'ю з відомою українською співачкою Р. Лижичко. Розмову поділено на два «блоки». Спочатку автори розпитують співачку, як вона разом з родиною святкує новорічні та різдвяні свята: «Можливо, пригадаєте для читачів і своїх шанувальників певні ритуали зустрічі різдвяних-новорічних свят на вашій малій батьківщині? — У дитинстві я завжди приїздила на Різдво в Карпати до бабусі. Як на мене, тільки в Карпатах Різдво можна зустріти по-справжньому!

Ми накривали багатий стіл, колядували. Згодом, уже коли я стала співачкою, проводила численні різдвяні проекти, знімала фільми, записувала альбоми з колядками» [147].

Другий «блок» інтерв'ю – розмова власне про будні Євромайдану: «На фото і в телерепортажах усі бачили вас на холодній бруківці разом з активістами, коли довелося ночувати на Майдані. Дехто розцінює це як революційну романтику, а дехто (ваші недоброзичливці) як піар. Чи справді була в цьому потреба – зважаючи на ризики для здоров'я? – Я людина імпульсивна й небайдужа. Завжди дуже щиро переживаю події і долучаюся, якщо маю таку можливість. Безперечно, мій чоловік, батьки всіма можливими способами мене відмовляли від нічної варті на Майдані. Але я в певний момент відчула – якщо залишу Майдан, не приїду, вважатиму себе зрадницею» [147].

Варто зазначити, що, за словами Л. Лисенко, у висвітленні подій Євромайдану спостерігалось в масмедіа превалювання візуального над вербальним, чому сприяли «соціокомунікаційні переформатування, постмодерний технологічний розвиток суспільства» [163, с. 121].

Названі вище принципи висвітлення історико-культурної проблематики на шпальтах «Дзеркала тижня. Україна» характеризують тижневик як якісне видання, що подає актуальну, об'єктивну інформацію оригінально, яскраво, наближено до читача, до того ж – толерантно і водночас із неупередженою критикою подій та фактів.

Також на сторінках тижневика «Дзеркало тижня. Україна» досить активно висвітлюють життя і діяльність особистостей – відомих вітчизняних та зарубіжних постатей історії та культури. Інформацію про них зустрічаємо і в аналітичних статтях, кореспонденціях, коментарях, есе тощо. Та найбільш повно та ґрунтовно журналісти висвітлюють життя і діяльність особистостей у жанрах інтерв'ю (для прикладу – «Композитор Ігор Стецюк: «Українська музика повністю виходить з-під влади професіоналів», Ольга Кізлова, №5, 2012 р., «Художник Ганна Криволап: «Батько мені допомагав тим, що лише

ускладнював творчі завдання», Дарина Фіалко, №1, 2013 р.) та портретних нарисах («Венесуельське сонце українського генія. Заокеанські береги художника Василя Кричевського», Катерина Кіндрась, №14, 2007 р., «Микола Олялін: дорога назад є», Олег Вергеліс, №45, 2009 р.).

За 2004–2019 рр. у «Дзеркалі тижня. Україна» надруковано 405 матеріалів теми «Постаті». Із них публікацій щодо історичних постатей – видатних особистостей вітчизняної та зарубіжної історії: політиків, державотворців, військових, громадських діячів тощо – 105, матеріалів, в яких йдеться про постаті культури – відомі особистості вітчизняної та зарубіжної культури: письменники, музиканти, художники та ін. – 300.

Поява будь-якої персони на сторінках «Дзеркала тижня. Україна» супроводжується таким підходом журналіста до роботи над портретним матеріалом:

- висвітлення найважливішого через спостереження за поведінкою героя;
- відзначення парадоксів долі;
- залучення образних асоціацій і наочних епізодів;
- актуалізація портретного матеріалу, проведення аналогій між життям, діяльністю особистості і сучасністю.

Варто відзначити, що деякі журналісти «Дзеркала тижня. Україна», зокрема ті, які пишуть власне про особистостей – відомих постатей історії та культури, видають на основі своїх публікацій у тижневику повноцінні авторські книги. Так, бібліотеку газети «Дзеркало тижня. Україна» поповнила монографія кандидата економічних наук, доцента кафедри періодичної преси Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка О. Підлуцького – «Лідери» [225]. Це зібрання портретних нарисів, надрукованих свого часу в «Дзеркалі тижня. Україна». О. Підлуцький знайомить читача саме з універсальними лідерами, діяльність яких не обмежувалася лише якоюсь конкретною сферою, а безпосередньо вплинула на еволюцію цілих країн і навіть континентів. Так, тут і незламний воїн, засновник Турецької Республіки М. Ататюрк; зразковий



президент і «головнокомандувач» холодної війни Г. Трумен; «великий кредитор» і реставратор Європи Дж. Маршалл; одна з найвизначніших жінок-політиків Г. Меїр; людина, яка, не маючи навіть середньої освіти, спромоглася забезпечити ОАЕ гідне місце в сучасному світі, З. Нахаян; король Іспанії, який приніс величезну особисту владу в жертву демократії, Хуан-Карлос I; священнослужитель, який створив теократичну державу Іран, Р. Хомейні; людина, яка не просто звільнила свій народ від гноблення, а й змогла перебороти спокусу ненависті й помсти, Н. Мандела [225].

До речі, тут також досить яскраво простежується принцип проведення аналогії між минулим та сучасністю. Автор детально й поетапно розписує схему дій кожного політичного гравця в тій чи іншій ситуації. Кожен хід на шахівниці ХХ ст., який зробили ці великі «гросмейстери», О. Підлуцький пояснює з позицій політичних, економічних, міжнародних і культурних. Читач цих портретних нарисів знайде стратегії боротьби багатьох лідерів і, проаналізувавши, може взяти їх собі за взірць [225].

Власне щодо авторів тижневика «Дзеркало тижня. Україна», видання досить плідно працює в історико-культурній галузі журналістики. У ньому публікуються, як і штатні кореспонденти, так і журналісти з інших популярних та рейтингових всеукраїнських видань, а також науковці, письменники тощо.

Серед авторів, які пишуть переважно на історичну тематику, виокремимо найбільш яскраві імена:

- Сергій Махун (редактор історичного відділу «Архіваріус», заслужений журналіст України. Спеціалізується на історії (всесвітній та України) XIV-XVIII століть; військовій тематиці (історія війн, біографії видатних володарів, політиків, воєначальників); нумізматиці тощо. Для прикладу – матеріали «Переяславська Рада-1654: політична поразка України чи День возз'єднання» (№2, 2014 р.), «Хотинська війна 1620-1621 років: «пам'ятати про всіх» (№48, 2011 р.).

- Володимир Газін (український історик, один із провідних германістів України, доктор історичних наук, викладач Кам'янець-

Подільського національного університету. Спеціалізується на Веймарській республіці, міжвоєнній Європі. Є автором публікацій «Фашизм-антифашизм: чого коштує гра?» (№29, 2013 р.), «Останній поділ: пролог катастрофи» (№20, 2014 р.).

- Сергій Шевченко (спеціаліст з теми репресій: автор публікацій «Микола Любинський і логіка червоного терору. Невідомі сторінки українського Розстріляного відродження» (№15, 2008 р.), «Випускник «соловецької академії»» (№6, 2014 р.) та ін.).

- Олеся Ісаюк (спеціалізується на портретних картинах про воїнів УПА, а також героїв війни з більшовиками часів національної революції. Для прикладу – публікації «Найживучіший, який так і не здався: Микола Твердохліб» (№19, 2014 р.), «Убивство Броніслава Перацького: міфи, версії і наслідки» (№21, 2014 р.).

- Євген Зарудний (фахівець зокрема у воєнній тематиці, також спеціалізується на Козацькій добі, Римській імперії та ін. Є автором матеріалів «Дивлячись на себе... З точки зору римської вічності» (№21, 2005 р.), «Як козаки Київ здавали» (№41, 2010 р.) тощо.).

- Юрій Шаповал (професор, доктор історичних наук, фахівець з політичної історії України ХХ ст., історії комуністичного тоталітаризму. Для прикладу – матеріали «Українська Друга світова» (№15, 2005 р.), «Правда подробиць» (№28, 2012 р.).

- Юрій Кирпичов (спеціалізується зокрема на історії військового флоту, європейській політиці ХVI-ХVII ст. Автор матеріалів «Ціна російського флоту» (№30, 2009 р.), «Загадки бою фрегата «Флора» (№3, 2012 р.) та ін.).

- Отець Юрій Мицик (доктор історичних наук із Києво-Могилянської академії, спеціалізується на політичній та військовій історії, Козацькій добі. Для прикладу – публікації «Нове чи призабуте старе?» (№4, 2009 р.), «Справжні конотопи» До 350-річчя Конотопської битви (№26, 2009 р.).

- Олекса Підлуцький (кандидат економічних наук, доцент кафедри періодичної преси Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, спеціалізується на портретних нарисах видатних державотворців різних часів. Автор матеріалів «Нельсон Мандела: людина, яка поєднала чорне з білим» (№46, 2013 р.), «Мустафа Кемаль Ататюрк: демократ-диктатор» (№12, 2014 р.) та ін.).

- Сергій Курбатов (кандидат філософських наук, старший науковий співробітник Інституту вищої освіти. Спеціаліст з історії філософії. Допишує у відділ «Архіваріус», також в інші рубрики шпальти «Людина». Для прикладу - матеріали «У пошуках втраченого марксизму: версія від «України модерної» (№25, 2009 р.), «Відчуття осмислення історії» (№1, 2011 р.).

- Андрій Топачевський (український письменник, кінодраматург, спеціалізується на історії та культурології, дописує і на історичну, і на культурну проблематику. Автор публікацій «Повітряні змії Норильська» (№19, 2009 р.), «Андрій Потебня: випити чашу долі до дна...» (№28, 2013 р.) та ін.).

Серед авторів, які дописують у відділ «Культура», – також цікаві, відомі фахівці – журналісти, мистецтвознавці, релігієзнавці, літературні, музичні і кінокритики тощо, наприклад:

- Галузь кіномистецтва у «Дзеркалі тижня. Україна» активно висвітлюють критик, журналіст, публіцист, прес-секретар Державного агентства України з питань кіно Я. Підгора-Гвядзовський («Італійці: секретна кіно місія в Україні», (№22, 2012 р.), «Хто розлютив українців?» (№13, 2013 р.) та ін.); кінокритик, яка живе у Венеції, О. Клінгенберг («Оскар» майстра боїться» (№8, 2013 р.), «Бієнале у Венеції: сміття Анголи і Папський престол» (№20, 2013 р.) тощо); співробітник Академії мистецтв України І. Зубавіна («Берлінські хроніки: кунг-фу, Карл Маркс і проблеми фермерського господарства» (№6, 2013 р.), «Фестивалі Німецька квота для Золотого лева» (№ 2, 2014 р.) та ін.), журналіст А. Філатов («Аніматор Хаяо Міядзакі: вигнання привидів, прощання з монстрами» (№33, 2013 р.), «Урок надії для українців від Анджея Вайди» (№15, 2014 р.) тощо.); голова Національної спілки

кінематографістів України С. Тримбач («Не бійтеся, літописці!» (№14, 2005 р.), «Німе кіно. Державну премію імені Довженка вирішили сховати під сукно?» (№8, 2011 р.) та ін.).

- Про образотворче мистецтво, артсферу, виставки, музеї у «Дзеркалі тижня. Україна» пише журналіст, артритик, кандидат філологічних наук, працівник газетно-журнального видавничого комплексу у Міністерстві культури України Г. Пароваткіна («По обидва боки Шевченка» (№42, 2013 р.), «Що трапилось з бієнале?» (№5, 2014 р.) тощо). Також тижневик запрошує публікувати свої матеріали авторитетних критиків, мистецтвознавців.

- Музичне мистецтво на сторінках «Дзеркала тижня. Україна» висвітлює музичний критик, фахівець з джазу, викладач в музичних школах О. Кізлова («Львів під прапором джазу» (№21, 2011 р.), «Віденський Брамс, мелодії на біс» (№15, 2013 р. тощо), а також викладач музики в музичній академії Г. Ставиченко («У містичному просторі Ріхарда Вагнера» (№25, 2013 р.), «Львів, осінні скрипки» (№43, 2013 р.) та ін.).

- Літературну гілку веде головний редактор журналу «Всесвіт», літературний критик, кандидат філологічних наук, перекладач, письменник Д. Дроздовський («Стежина» Малишка. Перший концерт французькою» (№ 41, 2012 р.), «Письменник Ярослав Мельник: “Справжній народ – це не сліпа юрба, охоплена масовими емоціями, а сукупність зрячих індивідуальностей”» (№18, 2014 р.) та ін.). Також «Дзеркало тижня. Україна» надає простір для розміщення публікацій відомим письменникам. Приміром, під окремою авторською рубрикою «Геопоетика» друкував свою есеїтку Ю. Андрухович («У потязі Базель – Берлін, 23.10.2006» (№42, 2006 р.), «У потязі Київ – Харків, 3.04.2007» (№15, 2007 р.) тощо).

- Театральну проблематику веде редактор відділу «Культура» тижневика, український театральний критик, мистецький оглядач, публіцист, заслужений журналіст України О. Вергеліс («Великий балет і маленькі капості» (№11, 2013 р.), «Український театр, виставка досягнень» (№10, 2014 р.) та ін.).

- Тему релігії на сторінках «Дзеркала тижня. України» висвітлює відомий український релігійний публіцист К. Щоткіна («Церковне кермо у надійних руках» (№1, 2007 р.), «Візит і місія» (№35, 2011 р.) тощо).

- Окрім авторів названих вище напрямів, «Дзеркало тижня. України» має ще кількох культурних оглядачів, які пишуть на різноманітні теми, виходячи з інформаційних потреб видання, зокрема, це спеціальний кореспондент, редактор К. Константинова («Весна... Французи тріумфують» (№ 11, 2013 р.), «Наш голос у «Ла Скала»: арія Петра» (№ 30, 2013 р.) та ін.), спеціальний кореспондент у Львові В. Худицький («Журба і пісня Квітки Цісик» (№ 13, 2013 р.), «Фатальна пісня Ігоря Білозіра» (№ 32, 2013 р.) та ін.), а також заслужений журналіст України, кавалер ордену княгині Ольги III ступеня, спеціальний кореспондент у Хмельницькому С. Кабачинська («Раб волі», (№ 9, 2007 р.), «Щоб і в тисячу років мати гарний вигляд» (№ 2, 2012 р.) та ін.).

Значна частина історико-культурних публікацій «Дзеркала тижня. Україна» відверто персоніфіковані, у них, окрім викладених фактів, аналізу подій, яскраво прочитується авторська позиція, ставлення, авторське «я». Науковець Л. Кройчик стверджує, що так виникає попит на власне ім'я автора, який, окрім усього, може подати новини в яскравій, емоційній формі: «Персоніфікація повідомлення призвела до значно частішої, аніж раніше, гри в “чуже слово”, до поширення оповідних інтонацій (іронічне письмо, жаргон, “новояз”, “стьоб”, сленг), до ускладнення композиційно-стилістичної структури матеріалів... Автор пропонує аудиторії текст, який перестає бути рівновеликим жанрові» [153]. Проте це російська вчена говорить щодо журналістики загалом.

Водночас на думку критика Ю. Володарського щодо питання авторства в суспільно-політичних виданнях, то попри «офіційну» установку не озвучувати власну думку автора, «до культури так підходити категорично не можна. Культура тим і відрізняється від звичайної журналістики, що в тексті повинна проглядатися особистість автора. Якщо ви пишете статті про культуру, і в цій статті вас немає – мені така стаття не цікава» [53, с. 148].

Як правило, читачі цінують авторів-знавців своєї проблематики, фахівців. Так, приміром, – публікації журналіста, музиканта за освітою О. Кізлової. Навіть у запитаннях, які вона ставить під час інтерв'ю своїм респондентам, яскраво виражено її знання з музики, що робить матеріал насиченим: «Нещодавно ви прекрасно виконали велике складне ефектне аранжування «Іспанії» Чіка Корія. Але моя улюблена композиція з вашого репертуару – пісня «Не метелиця лугом стелиться», витримана в кращих традиціях Леонтовича і Лисенка. А хто був ініціатором поп-проекту Білозір-ManSound? Чи є задум джазового альбому на українській основі, який був би подібний до вашого фірмового «Триптиху українських пісень» [136]. Також О. Кізлова впевнено висловлює особисту думку, власне професійне бачення подій: «Свідчу: технічна й звукова майстерність маестро Бронфмана прекрасні, й публіка провела артиста оваціями» [136]. За читачами вже залишається вибір: чи довіряти журналістові, чи ні. Але така дилема може постати лиш пере тим, хто бере до рук газету «Дзеркало тижня. Україна» вперше. Адже О. Кізлова вже має гучне ім'я в сфері музичної журналістики, а отже, користуючись цим, переконує читачів, що академічна музика у виконанні симфонічного оркестру – це величезне естетичне задоволення. Цим вона «окультурює» українців, що й має робити журналіст-фахівець з культурної проблематики.

Читацький запит на особистісно забарвлену журналістику в умовах конкурентної боротьби між масмедіа створив можливість вибору, і публіцист відгукується на це пропозицією власного імені. Відоме ім'я сприяє виникненню діалогу з аудиторією, а підтримання читацького інтересу спонукає засоби масової комунікації до пошуку і застосування нестандартних творчих ходів [304].

Отже, автори як загалом тижневика «Дзеркала тижня. Україна», так і рубрик «Культура» та «Історія» сповідують принцип «від сильного автора до сильного тексту». І попри невисоку фінансову спроможність, видання за рахунок свого авторитету як одного з найкращих українських якісних видань

має висококваліфікованих позаштатних журналістів, які забезпечують високий рівень історико-культурних матеріалів.

### **2.3. Історико-культурна тематика і проблематика «Дзеркала тижня. Україна» в умовах змінності влади**

Контент сучасних суспільно-політичних видань, до яких належить і «Дзеркало тижня. Україна», залежить від провладної політики, зокрема в сфері історії та культури. Значну роль зіграє й суспільство, в якому функціонують масмедіа. Теоретичною основою цього підрозділу є праці щодо видів комунікації в різних типах суспільства, моделей різних видів комунікацій, моделей медіаефектів, теорії порядку денного таких зарубіжних учених: В. Аліа [347], С. Леша [362], Д. Макквела [366], Д. Маршалла [365], Т. Нельсона та ін. [367], Е. Ноелле-Нойманна [368], Н. Руссея [370], К. Сей-Хілла [360], Р. Хенсона [359], Д. Шойфеле та ін. [372].

Нинішнє українське суспільство, за визначенням учених, є транзитивним, тобто перехідним. Як наголошує В. Горбатенко, «в Україні відбулася не тільки зміна державного ладу, а й зміна характеру та якості державно-політичного управління суспільством, що включає кілька одночасних сутнісних переходів: від соціалізму до капіталізму, від планової до ринкової економіки, від тоталітаризму до демократії, від масового до індивідуально-орієнтованого суспільства» [75, с. 105].

У соціології поняття «транзитивність» наповнюється новим змістом, зокрема тим, що «відображає сукупність ознак специфічного соціального явища. Його сутнісні характеристики полягають у тому, що в суспільство певного історичного типу переходять такі форми соціальної організація, які у темпоральному ракурсі є для цієї історичної доби архаїчними, рудиментарними. Ці форми існують у “несвоєму” історичному часі тільки у

межах і через дію особливих чинників» [12, с. 290]. Водночас дослідниця правничої сфери Л. Матвєєва зазначає, що немає усталеного тлумачення поняття «транзитивне суспільство» [184, с. 8].

Тож наша мета полягає у виявленні таких «рудиментів» в аналізованому нами матеріалі дослідження, зокрема в історико-культурному контенті тижневика «Дзеркало тижня. Україна». Варто також зазначити, що в нинішніх суспільних умовах до культурних процесів застосовують характерну транзитному суспільству постколоніальну теорію, що розцінюється як «шлях зруйнування стереотипів, що забезпечували розуміння імперського як значимого в розвитку національної культури, творення перспектив для нової ціннісної настанови, за якою колоніальний статус розумітиметься як “аморальне інше”, що потребує реінтерпретації, а встановлення ідентичності здійснюватиметься через виокремлення вагомості історичного доколоніального досвіду» [343, с. 261].

Письменниця І. Грабовська стверджує, що нині наша країна проходить другий постколоніальний етап та що «Україна таки мала статус колонії і в межах СРСР» [79]. Прихильники української постколоніальної теорії відзначають дві її небезпеки: по-перше, «підміна понять у постколоніальних умовах призводить до знецінення національних культурних знаків. У ситуації неосмисленого перейменування вони втрачають свою актуальність, набуваючи ознак реставрованого артефакту, непотрібного новій національній свідомості» [343, с. 260]; по-друге, «у постколоніальних дослідженнях важливе встановлення авторської позиції у тексті... Автор у тексті – обов’язково “у масці”, визначеній обраною ним ідеологічною стратегією (колоніальною, антиколоніальною чи постколоніальною). Автор “у масці” не тотожний авторові-біографічній особі. Маска – це трансформація авторської біографії, що вивільняє комплекси, породжені колоніальною ситуацією» [343, с. 261]. Тож варто пам’ятати про ці дві небезпеки – підміну понять, що призводить до знецінення національних культурних кодів, та зміну ролі автора, який одягає маску.



Крім того, близьким до теми дослідження є питання наративу, яке сьогодні широко вивчається українськими та зарубіжними науковцями, зокрема: Д. Боджом, який скрупульозно розглядає різні стадії розвитку наративу, виділяючи відповідні види, зокрема антенаратив [349], С. Вортхемом [375], А. Кондрико [144], М. Крайсвіртом [361], Г. Почепцовим [242], Дж. Прінсом, який акцентує увагу на часовому аспекті наративу [369, с. 185], Т. Сарбіним, який спирається на психологічні аспекти наративу [371], Дж. Стабберсфілдом, який говорить про два типи оповідей, що спираються на загальновідомі факти [374, с. 90–102], Г. Суріною [303], М. Штернбергом [373], О. Щурко [341].

Тож простежимо специфіку наративу як типу оповіді на тематичному рівні історико-культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна». Історико-культурна проблематика заявлена в однойменних рубриках аналізованого видання – «Історія» та «Культура». Водночас цей контент міститься в таких неспеціалізованих рубриках: «Наука», «Освіта», «Здоров'я», «Середовище існування», «Соціум», «Персоналії», «Сімейне коло», «Технології», «Туризм».

У результаті проведених підрахунків у межах контент-аналізу було з'ясовано, що упродовж 16 років, тобто в 2004–2019 рр., вийшло 712 номерів тижневика «Дзеркало тижня. Україна», загальна кількість опублікованих матеріалів – 37 737. Найбільше публікацій (більше 1000) було представлено в таких рубриках: «Внутрішня політика» – 7779, «Соціум» – 6987, «Культура» – 4607, «Міжнародна політика» – 2559, «Бізнес» – 2441, «Право» – 2230, «Енергоринок» – 1925, «Фінанси» – 1447, «Наука» – 1404, «Макрорівень» – 1369, «Здоров'я» – 1207. Загальна кількість матеріалів за 2004–2019 рр. представлена в Таблиці 1 (Додаток Б).

Згідно з наведеними вище даними, рубрика «Культура» посідає третє місце за кількістю матеріалів (4607) після рубрик «Внутрішня політика» (7779) та «Соціум» (6987). При цьому також потрібно враховувати, що і в цих двох неспеціалізованих рубриках є матеріали історико-культурного спрямування,

зокрема в межах внутрішньої політики – 32, а в межах суспільної тематики – значно більше, тобто 1101 (див. Таблицю № 2, Додаток Б).

Необхідно також звернути увагу на рубрики, які містять найменше матеріалів (менше 250) упродовж 2004–2019 рр., зокрема: «Історія» – 205, «Промисловість» – 206, «Персоналії» – 149, «Соціальний захист» – 131, «Економічна безпека» – 116, «Технології» – 99, «Сімейне коло» – 50, «Туризм» – 20, «Приватизація» – 7, «SOS» – 2 (див. Таблицю № 1, Додаток Б).

Як показують кількісні результати, спеціалізована рубрика «Історія» містить не так багато матеріалів, хоча водночас вона є першою серед нечисленних рубрик. Одна з причин – ця рубрику було створено виданням лише у 2013 році. Тож це одне з логічних пояснень того, що за загальною кількістю публікацій (205) «Історія» серед найменш численних рубрик «Дзеркала тижня. Україна».

Відносно загальної кількості матеріалів, надрукованих у «Дзеркалі тижня. Україна» у 2004–2019 рр., власне рубрики «Культура» та «Історія» охоплюють відповідно 12,2% та 0,5% (разом 12,7%) від усього числа публікацій (див. Таблицю № 3, Додаток Б).

Водночас, окрім «Культури» та «Історії», матеріали історико-культурної проблематики також містяться і в інших рубриках. У результаті проведених підрахунків з'ясовано, що таких матеріалів – 1400, зокрема, у рубриках «Соціум» – 1101, «Персоналії» – 111, «Середовище існування» – 74, «Наука» – 37, «Освіта» – 33, «Внутрішня політика» – 32, «Зарубіжна економіка» – 12 (див. Таблицю №2, Додаток Б).

У відсотковому співвідношенні матеріали історико-культурної тематики в інших рубриках інформаційно-аналітичного тижневика складають 3,7% від загальної кількості публікацій в аналізованому виданні (див. Таблицю №3, Додаток Б).

Враховуючи кількість матеріалів рубрик «Культура» та «Історія», а також публікації історико-культурної тематики в інших рубриках видання, загалом історико-культурний контент «Дзеркала тижня. Україна» складає

6212 публікацій, що становить 16,4 % загальної кількості публікацій тижневика (див. Таблицю № 3, Додаток Б)..

При цьому варто відзначити, що публікацій на культурну тематику було надруковано 4723 (див. Таблицю №6, Додаток Б), а це 76% від загальної кількості матеріалів історико-культурної проблематики. Власне історичних матеріалів надруковано 1489 (див. Таблицю №7, Додаток Б), що становить 24% від усього історико-культурного контенту. (див. Таблицю № 8, Додаток Б).

Перейдемо до аналізу тематики історичного контенту, опублікованого у спеціалізованій рубриці «Історія» упродовж окресленого періоду. Тут представлено такі теми (див. Таблицю №5, Додаток Б):

1. Війни: складні суспільно-політичні процеси, бойові дії, пов'язані із розв'язанням суперечностей між державами, народами, національними й соціальними групами: «Алжирська війна 1956-го: стратегічні уроки», Сергій Немирич, №2, 2014 р., «Змова диктаторів..." Переділ на тлі драми світу», Денис Ковальов, №21, 2019 р. Всього впродовж 2004–2019 рр. вийшло 14 матеріалів військової тематики.

2. Державний устрій: форми політичного устрою країн та держав. Система відносин суспільних та політичних інститутів – класів, прошарків, партій тощо. Прикладом є матеріали «Переяславська Рада-1654: політична поразка України чи День возз'єднання», Сергій Махун, №2, 2014 р., «Лев Бачинський: Життя на захисті ідеї соборності України», Лідія Шинкарук, №11, 2019 р. У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» впродовж 2004–2019 рр. вийшло 16 публікацій на тему «Державний устрій».

3. Економіка: історія господарства, організації та управління матеріальним виробництвом, історія національних економік тощо (наприклад, «І знову про гетьманські скарби», Павло Сацький, №7, 2014 р., «Злети й падіння Джона Ло, або Хто винайшов паперові гроші», Володимир Хасанов, №42, 2019 р. ). Упродовж 2004–2019 рр. вийшло 3 матеріали теми «Економіка».

4. Євроінтеграція: історія процесу політичної, юридичної, економічної, соціальної та культурної інтеграції європейських держав, у тому

числі й частково розташованих у Європі (для прикладу: «Магдебурзьке право на територіях Лівобережної України: уроки історії», Павло Сацький, Ігор Приянчук, №24, 2014 р., «Сто років тому в Парижі...», Олександр Сліпченко, №10, 2019 р.). Всього у тижневику «Дзеркало тижня. Україна» впродовж 2004–2019 рр. вийшло 15 публікацій на тему «Євроінтеграція».

5. Законодавство, право: історія становлення і функціонування законодавчої, правової системи України та у світі (приміром, «Радянська Україна 1920-х років: "безтілесний" суб'єкт міжнародного права», Павло Сацький, №3, 2014 р., «Невиправдане благородство?», Аріадна Войтко, №47, 2019 р.). Всього впродовж 2004–2019 рр. вийшло 13 матеріалів теми «Законодавство, право».

6. Історичні постаті: видатні особистості вітчизняної та зарубіжної історії: політики, державотворці, військові, громадські діячі тощо (наприклад, «У мороку напівзабуття», Роман Якель, №1, 2014 р., «Євген Сверстюк. Правда і совість», Андрій Топачевський, №4, 2019 р.). Всього впродовж 2004–2019 рр. вийшло 19 матеріалів теми «Історичні постаті».

7. Історія розвитку населених пунктів: різноманітні події, факти з історії розвитку міст та сіл, зокрема розвитку інфраструктури та засобів зв'язку (приміром, «Реанімація колективної відповідальності», Роман Якель, №11, 2014 р., «Українська Прага», Олена Горішнянська, №15, 2019 р.). У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» впродовж 2004–2019 рр. вийшло 14 публікацій на тему «Історія розвитку населених пунктів».

8. Наука, освіта: факти з історії розвитку, становлення вітчизняної і світової науки (для прикладу: «Скорозшивач історії», Ігор Смирнов, №9, 2014 р., «Стефан-Арпад Мадяр: "Ми поруч – понад тисячу років..."», Сергій Махун, №7, 2019 р.). У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» впродовж 2004–2019 рр. вийшло 14 матеріалів на тему «Наука, освіта».

9. Національна свідомість, пропаганда, доктрини: історія розвитку соціальних, економічних, політичних, моральних, етичних, філософських, релігійних поглядів, норм поведінки, звичаїв і традицій, ціннісних орієнтацій та

ідеалів, в яких виявляються особливості життєдіяльності націй та етносів; історія впровадження ідеологічно спрямованої діяльності партій для формування у конкретних верств населення певних поглядів і уявлень та ін. (наприклад, «Граблі української історії», Вадим Дишкант, №7, 2014 р., «Fakebook», Сергій Махун, №1, 2019 р.). У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» за 2004-2019 рр. вийшло 14 матеріалів на тему «Національна свідомість, пропаганда, доктрини».

10. Пам'ятні дати: знаменні, визначні дати, що стосуються відомих подій, історичних фактів, особистостей тощо («Червона Шапочка і бабуся з великими зубами», Сергій Махун, №1, 2014 р., «Століття єдності», Роман Якель, №3, 2019 р.). Загалом у тижневику «Дзеркало тижня. Україна» впродовж 2004–2019 рр. вийшло 19 матеріалів на тему «Пам'ятні дати».

11. Революції: фундаментальні структурні зміни існуючої природної, соціальної, політичної чи економічної системи, докорінні перевороти в соціально-економічному та політичному житті суспільства. Так, наприклад, «Майдан forever vs стоп майдан», Євген Зарудний, №49, 2013-2014 рр., «Помилка майора дю Буа», Олександр Сліпченко, №4, 2019 р. У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» впродовж 2004–2019 рр. вийшло 17 публікацій на тему «Революції».

12. Репресії, геноцид (голодомор, голокост): історія масових арештів, розстрілів, знищення народу; матеріали про цілеспрямовані дії з метою знищення повністю або частково окремих груп населення чи цілих народів за національними, етнічними, расовими або релігійними мотивами. Для прикладу – репресії сталінських часів («Голодомор у Харкові: коло життя, коло смерті, чорні нитки історії», Олександр Зінченко, №44, 2014 р., «Світова ціна українського Голоду», Ярослава Музиченко, № 45, 2019 р.). У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» впродовж 2004–2019 рр. вийшло 15 публікацій на тему «Репресії, геноцид (голодомор, голокост)».

13. Україногенез: історичний процес етнічного формування українського народу, походження, родовід українців (наприклад, «Руйнівники

міфів. Історичний фронт», Ольга Герман, №41, 2014 р., «"Етногенез" по-московськи, або Звідки й навіщо з'являється "старший брат"», Валентин Крисаченко, №19, 2019 р.). У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» впродовж 2004–2019 рр. вийшло 16 публікацій на тему «Україногенез».

14. Формування української нації: історія формування і розвитку політичних, соціально-економічних, культурних, духовних особливостей, характеристик української нації (наприклад, «Прочитайте вранці статтю в Радянській енциклопедії! Але до 1931 року...», Євген Зарудний, №7, 2014 р., «Уроки Тараса Шевченка: "Москва – москаль – московщина"», Валентин Крисаченко, №9, 2019 р.). У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» впродовж 2004–2019 рр. вийшло 16 матеріалів на тему «Формування української нації».

На сайті проєкту Medialab подано такий набір підтем культурної тематики: «музика, балет, кіно, візуальне мистецтво, література, театр, забуте минуле, серіали і комікси» [125]. Проте наш поділ матеріалів культурної тематики на тематичні підгрупи виконаний дещо інакше, що обґрунтовується наявністю матеріалів відповідних вузьких тематик. Тож культурну проблематику контенту тижневіка «Дзеркало тижня. Україна» представлена такими тематичними групами публікацій (див. Таблицю № 4, Додаток Б):

1) охорона історико-культурної спадщини – висвітлення пам'яткоохоронних ініціатив (335 матеріалів) [363]: «Круг містечка Берестечка» Олег Смаль, №6, 2004 р., «Президенти і завмерлий «літопис світу», Микола Жариков, №13, 2010 р., «Культурні цінності на лінії вогню», Ганна Пароваткіна, №3, 2014 р., «Як тебе захистити, "Києве" мій?», Катерина Константинова, №3, 2019 р.;

2) кіно (323 матеріали): «Знаменитий муратовський повтор», Марія Гудима, №1, 2004 р., «Оскар-2010»: перевірено — мін немає», Олег Вергеліс, №9, 2010 р., «Український прокат: маніяк, священник, брат», Дмитро Санін, №2, 2014 р., «Воля і смерть у повстанській республіці», Анастасія Канівець, №47, 2019 р.;

3) література, книговидання (304 публікації): «Українські сторінки в «Історії Франції», Петро Дідула, №1, 2004 р., «Оксана Забужко в «музеї» УПА», Віра Агеєва, №1, 2010 р., «Сергій Жадан вибирає "Месопотамію"», Леся Ільєнко, №6, 2014 р., «Книжка року-2019»: виклики і контексти», Катерина Константинова, №47, 2019 р.;

4) мода (146 публікацій): «Закрили груди. І шию», Оксана Приходько, №8, 2004 р., «Ukrainian Fashion Week: вечори на хуторі під назвою «Київ», Павлина Семиволос, №11, 2010 р.;

5) музейна справа (401 публікація): «Музей однієї книги», Олег Слепинін, №9, 2004 р., «Історія церкви у прихистку митрополичих палат», Роман Якель, №18, 2010 р., «Експонати в облозі», Олег Вергеліс, Катерина Константинова, №12, 2014 р., «Орнек – мистецтво кримських татар», Олена Горішнянська, №19, 2019 р.;

6) музика, шоу-бізнес (345 матеріалів): «Музика новорічна, святкова!..», Євгенія Морєва, №1, 2004 р., «На Євробачення від України поїде чоловік. Василь Лазарович: низький голос, класичний костюм та всенародно обрана пісня», Катерина Константинова, №1, 2010 р., «Сто музикантів приїдуть до Львова на джаз-фестиваль», Дмитро Санін, №15, 2014 р., «Названо хедлайнерів фестивалю ODESSA CLASSICS», Ольга Кізлова, №47, 2019 р.;

7) образотворче мистецтво (322 публікації): «Вишукані імпрізації Андрія Чебикіна», Олена Сом-Сердюкова, №6, 2004 р., «Про скульптуру велику і маленьку», Олег Смаль, №9, 2010 р., «Ремінісценції Любомира Медвідя», Роман Яців, №4, 2014 р., «Земля і краса Івана Марчука», Леся Ільєнко, №1, 2019 р.;

8) релігія (290 матеріалів): «Мандат небесний», Катерина Щоткіна, №37, 2004 р., «Диво, що творить дива», Світлана Кабачинська, №2, 2010 р., «Шевченкова ікона», Віктор Жадько, №8, 2014 р.;

9) театральне мистецтво (403 публікації): «Золоте весілля театру і міста», Марія Гудима, №28, 2004 р., «Драматург у законі». Неда Неждана – про актуальність театральної реформи», Катерина Константинова, №10, 2010 р.,

«Музи, пушки і "тітушки"», Дмитро Санін, №3, 2014 р., «Сезон полювання на "зайців" відкрито», Дмитро Левицький, №1, 2019 р.;

10) телебачення, реклама (188 публікацій): «Право реклами (на правах рецензії)», Юрій Чекан, №1, 2004 р., «Клаус Миколайович Мороз», Олег Козак, №1, 2004 р., «Якщо «Талант» запалюють...», Олег Вергеліс, №10, 2010 р., «Зураб Аласанія: “На Громадському ТБ потрібні смислові люди”», Олег Вергеліс, Катерина Константинова, №50, 2014 р., «Ало, ми знову шукаємо таланти!», Олег Вергеліс, Катерина Константинова, №35, 2019 р.;

11) традиції, свята (265 матеріалів): «Осінь – пора свят і весіль», Надія Гоцуєнко, №38, 2004 р., «Святий Миколай: на порозі зустрічай!», Ольга Недавня, №47, 2010 р., «Київське студентство і Кобзар: 100 років тому», Дмитро Стефанович, №8, 2014 р.;

12) історико-архівна культурна тематика: висвітлення культурної проблематики на основі історичних ретроспектив, зокрема документалістики, вперше опублікованих листів; розповіді про постаті культури, які не можна обмежити однією галуззю (наприклад, театром чи кіно), які поєднали комплекс різноманітних напрямів і стали частиною епохи (368 публікацій): «Таємниці підземель Чернігівщини», Олег Смаль, Ганна Смаль, №1, 2004 р., «Довга дорога з храму. Києво-Печерська лавра: велике переселення народів», Олеся Зоря, №29, 2010 р., «Культурні цінності: іноді вони повертаються», Леся Ільєнко, №48, 2019 р.;

13) культурна політика (в т. ч. мовне питання), зокрема висвітлення законодавчої, правової діяльності України та інших держав у галузі культури (332 матеріали): «Щоб у музеї ходила молодь», Зоя Столяр, №8, 2004 р., «Мовна відповідь Ющенка», Володимир Кулик, №45, 2004 р., «Міністр культури і туризму Михайло Кулиняк: «Сьогодні треба підтримувати мистецтво серйозне, а шоу-бізнес — і сам проб'ється», Олег Вергеліс, №14, 2010 р., «Мінкульт у заручниках», Олег Вергеліс, №10, 2014 р., «Процес обрання нового керівника Держкіно доведений до абсурду», Анастасія Канівець, №47, 2019 р.;



14) міжкультурні відносини: міжкультурне співробітництво, розробка програм і стратегій міжкультурного співробітництва в умовах глобалізації та становлення інформаційного суспільства; баланс між політикою загальноєвропейської ідентичності та дотриманням принципів багатокультурності, діалогу культур, цивілізацій і релігій; подолання культурних і мовних бар'єрів; формування механізму захисту європейського культурного та мовного простору; забезпечення прав національних меншин (163 матеріали), («Європа – це сплеск води», Юрій Андрухович, №25, 2004 р., «Оксана Пахльовська: «Нас очікує євро”інтеграція” українських чингісханів в альпійські курорти та швейцарські банки», Дмитро Дроздовський, №13, 2010 р., «Про європейську мовну Хартію та українську національну політику», Віталій Нахманович, №23, 2010 р., «Україна, Росія, культурний фронт», Леся Ільєнко, №8, 2014 р., «Шекспірівська Україна на угорській сцені», Наталія Мессойліді, №18, 2019 р.);

15) видатні постаті української та зарубіжної культури: письменники, музиканти, художники та ін. (422 публікації): «Веселий Василенко», Олег Смаль, №1, 2004 р., «Ох, не однаково мені», Олег Смаль, №12, 2010 р., «Поет Мирослав Лаюк: “Спочатку барикади Майдану ми сприймали як карнавал. Після вбивств прийшло відчуття тривоги”», Олег Вергеліс, №3, 2014 р., «Спадкоємиця Білокур», Олександр Абаринов, №3, 2019 р.).

Найбільш чисельною групою публікацій культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» є «Постаті» – 422. Найменш численна – це група «Мода» – 146. Тематичний діапазон культурного контенту представлено у Таблиці №8:

Найбільше матеріалів історико-культурної проблематики (див. Таблицю №3, Додаток Б) в тижневику «Дзеркало тижня. Україна» було надруковано у 2004 р. – у рік Помаранчевої революції – їхня частка склала 25,7% від загальної кількості публікацій, а також в 2019-му – у рік завершення президентської каденції Петра Порошенка і обрання Президентом України Володимира Зеленського – 27,2%. У 2005–2010 рр. кількість історико-культурної

проблематики поступово скоротилася з 20,5% у 2005-2006 рр. до 17,3% в 2007–2008 рр. та 10% в 2009–2010 рр. У 2011–2013 рр. відсоток історико-культурної проблематики почав помітно зростати: від 14,9% у 2011–2012 рр. до 21,2% у 2013 р. Після Євромайдану кількість історико-культурних публікацій зросла ще більше – до 22,3 % у 2014 р. Однак за президентства Петра Порошенка почала помітно падати: 12% у 2015–2016 рр. та лише 7,5 % у 2017–2018 рр.

Той факт, що кількість історико-культурних публікацій найбільша під час Помаранчевої революції, а також одразу після подій Євромайдану, є цілком вмотивованим. Адже саме ці сторінки в історії нашої держави максимально активізували розвиток національної ідеї, фокусування на історії у світлі подій в АТО, конфлікту з Росією тощо.

Тож у 2005–2010 рр. – за часів президентства В. Ющенка і з 2014 по 2018 рр. за президентства П. Порошенка – кількість історико-культурної проблематики на сторінках «Дзеркала тижня. Україна» помітно скоротилася, а у 2011–2013 рр. – під час президентства В. Януковича – навпаки зросла, що, на перший погляд, викликає подив. Адже В. Ющенко приділяв популяризації національної культури та історії посилену увагу. Одним із чотирьох пріоритетів гуманітарної політики Президента України В. Ющенка були «збагачення та розвиток культури і духовності українського суспільства», що включало «сприяння формуванню національної ідентичності, консолідації та розвитку української нації, її історичної пам'яті, утвердження поваги у суспільстві до національних та релігійних традицій і культурного надбання» [247]. Про вагому увагу до культурно-історичного складника тогочасної гуманітарної політики свідчить і Указ Президента України «Про першочергові заходи щодо збагачення та розвитку культури і духовності українського суспільства» № 160/2006 від 28.02.2006, підписаний 24.11.2005 В. Ющенком [309]. Проте цей документ був скасований Указом наступного Президента України Віктора Януковича «Про ліквідацію Національно ради з питань культури і духовності» № 487/2010, підписаний 2 квітня 2010 року [308]. Це досить промовистий факт,

який свідчить про відповідну гуманітарну політику за часів двох президентів В. Ющенка та В. Януковича.

Презентації історичної пам'яті в масмедіа часів різних президентів Т. Хітрова дає таку характеристику: «дискурс-аналіз медійних репрезентацій “історичної пам'яті”... за Л. Кравчука – як національно-романтичну, за Л. Кучми – територіально-державницьку, за В. Ющенка – національно-духовну» [318, с. 134].

Часи президентства В. Януковича Т. Хітрова визначає як «новий етап “модернізації” національного історичного наративу» [318, с. 134], якому були притаманні такі негативні чинники: ліквідація Інституту національної пам'яті, що відповідав за формування державної політики національної пам'яті; «згортання широких медійних дискусій навколо найбільш політизованих питань українського минулого, інформаційне замовчування регіональних розбіжностей різних версій історичної пам'яті, трактування окремих аспектів національнопатріотичного дискурсу як таких, що поляризують українську спорідненість» [318, с. 135]. На момент написання статті Т. Хітровою (вересень – жовтень 2012 р.), були «відхилені всі проекти, які стосувалися вшанування жертв масових репресій» [318, с. 135].

Як зазначено в аналітичному матеріалі ВВС, В. Ющенко «чи не найбільше запам'ятався гуманітарною політикою: відродженням пам'яті про Голодомор і побудовою меморіального комплексу у Києві, відродженням “Мистецького арсеналу” як центру культурного життя столиці та відродженням козацької столиці у Батурині» [328].

І навпаки – за президентства В. Януковича набрав обертів процес «радянзації» суспільно-політичного життя: за відсутності власної гуманітарної політики Віктор Янукович разом зі своєю командою крізь пальці дивилися на ініціативи комуністів з відродження елементів радянської доби, політика потурання ініціативам комуністів, взята на озброєння владою, лише збільшувала нестабільність і протистояння у суспільстві. Чітким сигналом зміни ставлення держави до радянського минулого стала заява Віктора

Януковича про невизнання Голодомору 1932–1933 рр. як акту геноциду українців, яку він оголосив під час засідання ПАРЄ ще навесні 2010 року.

Питання втілення гуманітарної політики в Україні за часів президентського правління В. Ющенка та В. Януковича було обговорено, зокрема у 2010 р. під час парламентських слухань на тему «Стратегія гуманітарної політики сучасної України». Вважаємо за доречне навести кілька цитат виступів доповідачів. Так, голова Комітету з питань культури і духовності В. Яворівський заявив, що за часів президентства Віктора Ющенка: «Україна залишилася законсервованою в її духовному стані як постколоніальна держава. Цього не міг зрушити з місця Кравчук, не будемо йому особливо докоряти, бо він займався дещо іншими питаннями та й не був готовий. Цим абсолютно не займався Кучма, бо був до цього не готовий, тільки десь на третій-четвертий рік для себе з'ясував, що він є Президентом саме України. Віктор Ющенко фактично розвів манну кашу, майже нічого не довівши до кінця, хоча були дуже добрі шанси» [217].

Водночас гуманітарну політику часів президентства Віктора Януковича влучно прокоментував тодішній заступник Голови Верховної Ради України М. Томенко: «Парадокс: більшість населення підтримує національну культуру і традиції, а представники влади – російсько-радянську. І цей парадокс переходить у конфлікт, бо суспільство переважно вважає себе українськими патріотами, а деякі керівники влади – російськими...» [217].

Звернемося до визначенні основних векторів культурного й історичного розвитку української держави за часів П. Порошенка. Надбаннями внутрішньої політики часів президентства П. Порошенка, спрямованої на консолідацію національної культури, є такі: по-перше, це утвердження української мови як державної: «За п'ять років президентства Петра Порошенка Верховна Рада ухвалила зміни до законодавства і встановила мінімальні квоти на українську мову на радіо та телебаченні» [117];

Друга заслуга тогочасного п'ятого Президента – це здобутки України в релігійній царині: «Петро Порошенко доклав максимальних зусиль, щоб

Вселенський патріарх визнав українську церкву та надав томос про автокефалію» [117].

За президентства П. Порошенка були також заборонені фільми, випущені в Росії як у державі-агресорі [238; 310], заборонені гастролі проросійських виконавців, заборонена книжкова продукція імперського змісту [238] та заборонені російські соціальні мережі, зокрема досить популярні на той час «Однокласники» та «В контакте», а також російські сервіси «mail.ru» та «yandex.ru» [238].

Щоправда, складно заборону називати особливим досягненням, тож можемо погодитися з думкою ВВС, що такими є лише перші два пункти – мовний аспект і томос [117].

Звернемося також до думки фахівців, які оцінили Президентство Петра Порошенка з історичної ретроспективи. Так, полтавським істориком А. Янком визначені такі основні позитивні зміни в історичній політиці України, що відбулися за безпосередньою участю п'ятого Президента України Петра Порошенка:

1) замість прорадянського вислову «Велика Вітчизняна війна» запропоновано концепт «Друга світова війна» (укази 24 березня і 29 квітня 2015);

2) замість дати 23 лютого – День захисника України, який відзначається на Покрову 14 жовтня (указ Президента від 14 жовтня 2014 року);

3) підписані так звані «декомунізаційні» та меморіальні закони, зокрема: «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» та «Про правовий статус та вшанування пам'яті борців за незалежність України у ХХ столітті»; у результаті виконання цих наказів на 23 серпня 2016 року в Україні було демонтовано 1,5 тис. пам'ятників вождя пролетаріату Володимира Леніна та, відповідно, перейменовано 987 населених пунктів та 26 районів [222];

4) відзначення на державному рівні визначних подій в історії України, зокрема: укази про відзначення Революції на граніті, про запровадження Ордена Небесної Сотні, а також пам'ятний день Небесної Сотні та ін. [222].

Окреслимо можливі причини таких амплітуд зменшення кількості історико-культурних публікацій на сторінках «Дзеркала тижня. Україна» за часів президентства В. Ющенка та П. Порошенка і збільшення цієї кількості під час президентства В. Януковича:

1. Особливості реалізації функції журналістики – «сторожового собаки» (соціальної критики) – боротьба журналістики з суспільними вадами чи хворобами, захист законності й правопорядку від тих, хто намагається їх порушувати, від корумпованого чиновництва тощо. Іншими словами, у межах цієї функції журналістика здійснює широкомасштабну соціальну критику, що відкриває шляхи до стабілізації чи поліпшення суспільного життя, стає необхідним елементом вдосконалення суспільства або захищає його від невиправданих соціальних експериментів. Цей термін виник в американській теорії журналістики, як образ сторожового собаки, що охороняє дім і голосно гавкає при наближенні небезпеки.

За часів президентського правління В. Ющенка та П. Порошенка, коли культурній політиці влада приділяли помітну увагу, журналісти послабили «оборонні» позиції, функція соціальної критики все більше почала займати позицію не захисту, а нейтралітету. І навпаки – під час президентства Віктора Януковича, коли журналісти усвідомили реальну загрозу для національної культури й історії, експансію російсько-радянських традицій, функція «сторожового собаки» помітно активізувалася, тижневик почав відстоювати права української національної історії та культури більш інтенсивно.

2. Економічний чинник – зменшення кількості газетних шпальт (зокрема і культурної та історичної проблематики) у тижневику «Дзеркало тижня. Україна». Редактор відділу «Культура» О. Вергеліс констатує: «Якщо раніше було 3 шпальти культури, то тепер 2, 1, ... Але так само мало шпальт, скажімо, на політику. Тому треба завжди враховувати формат газети. Головне, не скільки

заповнити сторінок, а на скільки це буде якісно. Коли не входимо в обсяг, є інтернет-версії публікацій» (Додаток Г).

3. Редакційна політика інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (оскільки завжди присутній суб'єктивний фактор).

Тижневик «Дзеркало тижня. Україна» є справді серйозним і авторитетним – одним із тих, який не піддається впливу таблоїдних видань та не користується принципом «попит породжує пропозицію». Хоча тут теж працює принцип залишковості культури та історії, як і у всіх інших українських ЗМІ, журналісти друкованого видання не втрачали ентузіазму та продовжували «окультурювати» населення України з надією на те, що вплинуть на формування громадської думки в суспільстві щодо історико-культурних питань. Отже, кількісно-якісні показники у висвітленні культурно-історичної проблематики знаходяться в прямій залежності від внутрішньої політики чинного на той час Президента України.

#### **2.4. Інтерв'ю як жанрова домінанта інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна»**

У сучасних суспільних умовах під впливом стрімкого розвитку комунікаційних технологій зазнає помітного впливу як жанрова палітра історико-культурного контенту, як і взагалі теорія журналістських жанрів, зокрема «змінилася і сама жанрова ієрархія преси: одні жанри (нарис, фейлетон, передова стаття, памфлет) стали менш поширеними, інші (інтерв'ю, журналістське розслідування та есей) – вийшли у лідери, до того ж дедалі виразніше почала проявлятися тенденція до взаємопроникнення жанрів» [170]. Про жанр нарису нещодавно додала своє слово в науці К. Валькова [38].

Традиційно медійні жанри прийнято поділяти на три групи: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. А, скажімо, один із співавторів

виданого у Санкт-Петербурзі посібника «Основы творческой деятельности журналиста» Л. Кройчик пропонує виокремлювати не три, а п'ять груп: оперативно-новинні (замітки у різних різновидах), оперативно-дослідницькі (інтерв'ю, репортаж, звіт), дослідницько-новинні (кореспонденція, коментар, рецензія), дослідницькі (стаття, лист, огляд), дослідницько-образні (нарис, есе, фейлетон, памфлет) [153].

Українські журналістикознавці, які ґрунтовно вивчали журналістські жанри, пропонують дотримуватися традиційного погляду на поділ жанрів [336]. Аналізуючи жанровий діапазон інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна», за основу візьмемо класифікацію журналістських жанрів, подану Г. Вартановим та В. Шклярем у навчальному посібнику «Основы теории журналистики: конспект лекций», в основу якої покладений традиційний поділ жанрів на інформаційні, аналітичні, художні та взяті до уваги публіцистичні ознаки як такі, що властиві будь-якому журналістському текстові [39].

Водночас сьогодні дослідники говорять про процес трансформації жанрів. Так, С. Шебеліст ще 2010 р. підкреслював, що «трансформаційні процеси, що відбулися у системі журналістських жанрів, пов'язані як з внутрішніми (індивідуальними, загальноредакційними творчими пошуками), так і з зовнішніми (політичними, економічними) чинниками. У сучасній журналістиці назріла потреба у реформуванні, переході від монологічних до діалогічних жанрів. Значний вплив на зміну жанрових пріоритетів справив соціально-політичний контекст, до якого журналістика особливо чутлива. Усунення цензури і зменшення пропагандистської спрямованості оновили систему жанрів, надавши журналістам більшу свободу у самовираженні та, відповідно, у жанротворенні» [333, с. 279].

Розглянувши теретичні аспекти жанрового питання в сучасних масмедіа, перейдемо до аналізу жанрових різновидів а аналізованому нами виданні. Упродовж досліджуваного періоду (2004–2019) історико-культурний контент



тижневика «Дзеркало тижня. Україна» було представлено такими жанрами (див. Таблицю №10, Додаток Б):

- 1086 інформаційно-публіцистичних жанрів (132 замітки, 193 репортажі, 737 інтерв'ю, 24 звіти);
- 1547 аналітико-публіцистичних жанри (535 кореспонденцій, 484 статті, 351 рецензія, 138 оглядів, 28 коментарів, 11 листів);
- 1733 художньо-публіцистичних жанрів (374 проблемних нариси, 353 подорожніх нариси, 454 портретних нариси, 169 фейлетонів, 83 памфлети, 89 етюдів, 211 есе);
- 1846 жанри-мікси (21 інтерв'ю-звіт, 198 інтерв'ю-портретних нарисів, 201 інтерв'ю-проблемний нарис, 127 інтерв'ю-рецензій, 324 статей-інтерв'ю, 99 статей-коментарів, 116 рецензій-оглядів, 69 портретних нарисів-коментарів, 177 портретних нарисів-оглядів, 107 проблемних нарисів-коментарів, 141 проблемний нарис-огляд, 177 есе-оглядів, 89 есе-репортажів).

Наведені кількісні показники яскраво свідчать про відсутність в історико-культурному контенті тижневика такого жанру, як огляд преси, а також про незначну увагу журналістів до заміток, звітів, оглядів, коментарів, листів, памфлетів та етюдів.

У відсотковому співвідношенні інформаційно-публіцистичні жанри склали 17,5%, аналітико-публіцистичні жанри – 24,9%, художньо-публіцистичні жанри – 27,9%, жанри-мікси – 29,7% історико-культурного контенту «Дзеркала тижня. Україна» (див. Таблицю №11, Додаток Б).

Пояснити найменший відсоток в історико-культурному контенті «Дзеркала тижня. Україна» власне інформаційно-публіцистичних жанрів можна періодичністю виходу газети тижневика (раз на тиждень) та його функціональним вектором – аналізувати, прогнозувати, з'ясовувати, коментувати. Відповідно, група інформаційно-публіцистичних жанрів найменше підходить для виконання цих завдань, на відміну від аналітико- та художньо-публіцистичних матеріалів, які й зайняли лідерські позиції [170].

Крім того в історико-культурному контенті «Дзеркала тижня. України»

спостерігаємо яскраво виражену тенденцію взаємопроникнення жанрів: унаслідок поєднання, ускладнення, синтезу традиційних жанрів виникають різноманітні гібридні форми (жанри-мікси). Зокрема це поєднання:

- інформаційно-публіцистичних жанрів між собою – і поява інтерв'ю-звіту;
- інформаційно- та аналітико-публіцистичних жанрів – і як результат – виникнення інтерв'ю-рецензії, статті-інтерв'ю;
- інформаційно- та художньо-публіцистичних жанрів, коли утворюються такі жанри-мікси, як інтерв'ю-портретний нарис, інтерв'ю-проблемний нарис, есе-репортаж;
- аналітико- та художньо-публіцистичних жанрів, у наслідок чого можемо говорити, про появу портретного нарису-коментаря, портретного нарису-огляду, проблемного нарису-коментаря, проблемного нарису-огляду, есе-огляду;
- мікс аналітико-публіцистичних жанрів – поява статті-коментаря, рецензії-огляду.

За відсотковим співвідношенням жанри-мікси займають 29,7% історико-культурного контенту тижневика, що перевищує кількість власне аналітико-публіцистичних жанрів (24,9%). Вагоме місце серед жанрових різновидів займають жанри-мікси на основі інтерв'ю. Так, у тижневику вийшло 871 такий матеріал: 21 інтерв'ю-звіт, 198 інтерв'ю-портретних нарисів, 201 інтерв'ю-проблемний нарис, 127 інтерв'ю-рецензій, 324 статей-інтерв'ю

Спочатку звернемося до аналізу найчисленнішого жанру-міксу «стаття-інтерв'ю» (324 публікації). Варто наголосити, що для написання статті необхідні не лише певні документи, статистичні дані, події, а й взяті інтерв'ю в посадових осіб, експертів, фахівців певної галузі [72]. Якщо ж у межах публікації поєднується аналітичний журналістський матеріал, наприклад у жанрі статті, а також розмова автора з певним експертом чи іншою публічною людиною, то це буде прикладом порівняно іншого й водночас більш якісного прикладу втілення журналістського задуму.

У публікації У. Глібчук та А. Охримовича «Чорний фашизм тебе розстріляє, а червоний каже: «...будеш на мене работать, пока не подохнеш...» [69] спостерігаємо саме таку послідовність. Перша частина матеріалу – стаття, у якій йдеться про борців за незалежність української держави в минулому столітті: «Поки що Верховна Рада ламає списи у політичних баталіях. А Закон, обговорення якого почалося задовго до опублікування, в тому числі й у ЗМІ, безумовно, чекає складна доля. На регіональному рівні вже давно розпочався контрнаступ: протягом жовтня – грудня минулого року Луганська, Харківська і Херсонська обласні ради прийняли рішення, які є антагоністичними Законові» [69].

У продовженні публікації – автори У. Глібчук та А. Охримович презентують матеріал С. Махуна – інтерв'ю із станичним УПА Ф. Палинським: «Ви були свідком того, що нині називають операція «Вісла», коли Сталін віддав Закерзоння полякам, а українців виселив... Виселення розпочалося ще 1944 року, а операція «Вісла» – то 1947 рік. В 1944 році почали виселяти, а в 1947-му – масово... Спротив УПА був великий. Усі комунікації, мости, дороги були підірвані... Розумієте... Бої йшли, горіли села, як вночі, так і вдень... Люди були в страху, і кожен чекав, коли то все до нього прийде... Всякими правдами і неправдами рятувалися... У нас було менше поляків, то ще обійшлося, ще півбіді, а де їх було більше, там цілі села вистрілювали, палили...» [69].

Загалом автори тижневика «Дзеркало тижня. Україна» сміливо експериментують із різноманітними формами подачі матеріалу. Наприклад, інколи уривки інтерв'ю чергуються з авторським текстом, як у публікації (жанр-мікс «інтерв'ю-портретний нарис») Н. Жовнір «Трійник» Гагаріна про нагородження полковника Юрія Олексійовича Гагаріна орденом першого космонавта також Юрія Олексійовича Гагаріна [108]. Матеріал розпочинається авторським текстом: «...На Байконур він прибув у серпні 1960 року після закінчення радіофакультету Харківського вищого авіаційного інженерно-військового училища. Незадовго перед тим, як 19 серпня здійснили формальний запуск космічного корабля» [108].

Далі подано інтерв'ю із ветераном космодрому «Байконур» Ю. Гагаріним: «Які спогади залишилися у вас про Полтаву? – Світлі, дитячі. Хоча коли ми приїхали в Полтаву після її визволення, там були суцільні руїни. Але коли все почали відбудовувати, місто гарнішало з кожним днем. Навіть після Москви я вважав, що Полтава — це місто моєї мрії» [108].

Після розмови – знову авторський текст: «Нинішнього року ветерана космодрому «Байконур» Юрія Олексійовича Гагаріна нагороджено... орденом Юрія Олексійовича Гагаріна. Йому дістався 92-й – і поки що останній – серійний номер почесної нагороди імені першого космонавта Землі. Нагорода цілком заслужена – адже спеціаліст із ракетної техніки Юрій Олексійович Гагарін особисто брав участь у запуску в космос першого космонавта Землі» [108].

Отож, названі вище прийоми надають публікаціям динамічності та оригінальності, урізноманітнюють форми подачі матеріалів, є цікавим журналістським ходом. І це, в свою чергу, свідчить про активні взаємозбагачувальні та взаємокореляційні процеси жанротворення.

Жанр у журналістиці є концептуально значущою категорією: жанровою формою і жанровим змістом обумовлюється не тільки спосіб реалізації фактичного матеріалу, а й роль журналіста, ступінь прояву його авторського бачення життя і людини [170]. Жанровий підхід до висвітлення історико-культурної проблематики в засобах масової інформації дає можливість простежити динаміку проникнення її елементів в ті чи інші структури журналістського тексту, а також виявити особливості інтерпретації історико-культурної проблематики у масмедіа.

У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» панівну позицію при поданні інформації історико-культурної проблематики посідає інтерв'ю. Так, за 2004–2019 рр. вийшло 737 інтерв'ю, а це 67,9% від усіх інформаційно-публіцистичних жанрів та 11,9 % від усього жанрового арсеналу історико-культурного контенту видання. Це свідчить про сприймання цього жанру у різних аспектах: як основного методу збирання та викладу матеріалу, як вимоги

аудиторії отримувати відомості з перших рук, як потреба публічних осіб постійно займатись власним позиціонуванням, як наслідок відкритості мас-медійного простору після демократичних зрушень 90-х рр. ХХ ст. [72]. Популярність зазначеного жанру зумовлена не тільки тією інформаційною функцією, яку реалізує інтерв'ю, не тільки зручною для сприйняття формою подачі матеріалу, але й можливістю дізнатися або отримати додаткові відомості, в тому числі про особу респондента.

Оскільки в основі інтерв'ю закладено психологічний вербально-комунікативний підхід, цей жанр має можливість розкрити образ співрозмовника з різних ракурсів: вийти за межі професійної діяльності респондента, показавши інші сторони життя, характеру, способу мислення людини. Так, дослідниця В. Антонова відзначає, що жанр інтерв'ю «дозволяє охарактеризувати внутрішній світ людини, її переконання, звички» [4, с. 67]. Ця жанрова особливість інтерв'ю (а також отримання відомостей з «перших вуст», що підвищує ступінь достовірності інформації, робить ефект відкритості співрозмовника) має унікальну можливість формувати або змінювати вже сформовану раніше думку і ставлення аудиторії до головного героя діалогу і відповідно до тієї інформації (історико-культурної проблематики), яку надає герой інтерв'ю.

Інтерв'ю відведено особливу роль у системі журналістських жанрів щодо репрезентації національних історико-культурних цінностей. У цьому контексті доречно згадати визначення жанру інтерв'ю, подане М. Лукіною у книзі «Технологія інтерв'ю»: «Інтерв'ю – це міжособистісне вербальне спілкування для отримання інформації та виробництва нового знання з метою задоволення інформаційних потреб суспільства» [168]. Як бачимо, дослідниця акцентує увагу на принципі отримання за допомогою інтерв'ю нового знання про подію, явище або людину. Під поняттям «нове знання» ми розуміємо власне факти з історії та культури (про релігію, звичаї, національну спадщину народу тощо). Саме нове знання необхідно зараз суспільству для складання образу нації, вільного від стереотипів, забобонів [168].

Отже, ми приходимо до висновку, що жанр інтерв'ю володіє не тільки здатністю розкрити образ респондента як носія національних цінностей свого народу, носія знань історико-культурної проблематики, а й є унікальним «організмом» зберігання та передачі історико-культурних знань.

В історико-культурному контенті інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна», окрім традиційної форми подачі інтерв'ю (питання журналіста чергуються із відповідями респондента), виділено п'ять різновидів цього жанру: інтерв'ю-монолог; блиц-опитування; колективне інтерв'ю (бесіда); комплексне інтерв'ю; інтерв'ю-п'єса, на яких зупинимося більш детально:

1) Інтерв'ю-монолог зазвичай демонструє діалогічну взаємодію комунікаторів через згорнуті діалогічні цикли (діалог автора з реципієнтом згорнутий у монологічну форму). Тобто публікація являє собою монолог респондента, часто структурований у підрозділи, але власне запитання журналіста відсутні. Прикладом цього різновиду жанру є матеріал Н. Чекалюк «Зимові пригоди Олега Скрипки» (№52, 2004 р.). Публікація розпочинається словами журналіста: «Новий рік – свято, на яке чекають практично всі. Хтось вірить у диво. Для когось це можливість побути в сім'ї, відпочити, помандрувати. У світі шоу-бізнесу дещо по-іншому – там новорічні свята це передусім робота. Олег Скрипка на Новий рік теж звичайно дає концерти, але іноді й подорожує. Олег ділиться враженнями з читачами «ДТ» [327].

Далі йде монолог респондента, структурований у підрозділи. При цьому коментарі чи запитання журналіста уже відсутні: «Ех, було, було під Новий рік... Пам'ятаю, ми з батьком і його товаришами напередодні Нового року поїхали на полювання. Прямо в лісі, на засекреченій військовій базі (друг батька був там командиром), розтопили розкішну лазню. Приготували холодець і смаженину з убитого ведмедя. Мені дісталася лапа. А як упіймали звіра – історія просто комічна» [327].

Прикладами цього різновиду інтерв'ю є також матеріали «Встать! Шут идет, народный!» Олександр Каневський: п'ять розповідей про Тарапуньку

(Катерина Константинова, №25, 2009), «Олександр Дубовик: художник починається з концепції» (Катерина Константинова, №12, 2013 р.) тощо.

2) Особливої уваги заслуговує такий жанровий різновид інтерв'ю як бліц-опитування. Разом з колективним інтерв'ю (бесідою) його прирівнюють до модифікацій інтерв'ю, які різняться між собою лише кількістю запитань та учасників розмови. Окрім того, цю модель можна розглядати як вид коментарю, але при цьому слід зважати на наявність аналізу в сказаному. Бліц-опитування перебуває на межі жанрів інтерв'ю, адже воно побудовано на діалогічній основі запитання-відповідь, та коментарю, якщо у словах опитуваного міститься аналіз, прогноз, а не просто факти, враження, емоції тощо [72].

Наведемо яскравий приклад використання «Дзеркалом тижня. Україна» бліц-опитування: « – Чи не вважаєте ви, що державне регулювання гастрольної діяльності може призвести до розпалювання міжнаціональної ворожнечі? Юрій Рибчинський, поет: – Вважаю, що держава вправі розпоряджатися як своєю територією, так і тією духовною територією, котра також є частиною держави... Святослав Вакарчук, лідер гурту «Океан Ельзи»: – Будь-яке державне регулювання гастрольної діяльності може призвести до короткострокового поліпшення ситуації. Але стратегічно це може згубно вплинути на конкурентоспроможність...» ()

На бліц-опитування також натрапляємо в матеріалах «Рік Шевченка і “Німфоманки”: “культ” очікувань 2014-го» (Д. Санін, №49, 2013 р.), «Галопом по конотопах» (О. Вергеліс, №1, 2012 р.) тощо.

3) Колективне інтерв'ю (бесіда). Жанр бесіди за традиційною вітчизняною системою ЗМІ не виділяють окремо, а вважають різновидом інтерв'ю, коли у розмові беруть участь більше, ніж двоє осіб. Приміром, у матеріалі О. Кізлової «У джазі тільки... шестеро. «Насаджувати українську культуру не можна... Потрібно так змоделювати ситуацію, щоб людина зрозуміла, що саме вона краща», – вважають учасники джазового чоловічого вокального секстету ManSound» [136] журналіст веде розмову одразу із

кількома учасниками київського джазового чоловічого вокального секстету «ManSound»: «— Але ж він, напевно, дуже дорогий? Толмачов. Батьки одноразово вносять 10 тис. дол., дитина навчається 10 років, і після закінчення школи вони отримують їх назад. А все навчання відбувається на відсотки від капіталу. — Тоді про гроші. Ви заробляєте концертами... Але в кожного є друга робота: хор «Дзвіночок» і консерваторія у Толмачова, Рубель теж викладає в консерваторії, а одесит Роменський в одеському музучилищі? Навіщо вам це? Роменський. Це катастрофа! Викладачі, які працюють щодня з 9 ранку до 7 вечора, одержують зовсім смішну зарплату. Проте! Є ще такі, і це тому, що любиш музику по-справжньому. Хоча, коли так кажуть про свою справу, звучить затерто...» [136].

Також цей різновид інтерв'ю представлено у матеріалах «Ця маленька ваша «згряя» (Любов Журавльова, №48, 2005 р.), «Аватар»: Україна наносит ответный удар. Последователи Джеймса Кемерона обнаружены в Днепропетровске» (Ольга Клінгенберг, №3, 2010 р.);

4) комплексне інтерв'ю – це різновид жанру інтерв'ю, який передбачає наявність в одному журналістському матеріалі одразу кількох окремих повноцінних інтерв'ю автора з різними людьми. При цьому тексти об'єднано в межах однієї теми-проблеми, інтерв'ю подають послідовно, часто під окремими підзаголовками. Для прикладу звернемося до публікації О. Вергеліса та К. Константинової «Експерсія музеєм (де пристрасті вирують)» [198]. Тема публікації – обговорення проблем та підсумків роботи Національного художнього музею України. У матеріалі послідовно, під окремими підзаголовками подано інтерв'ю з чотирма респондентами. Відзначимо, що кожна частина матеріалу (кожне інтерв'ю) має окремий лід. Наведемо, для ілюстрації, уривки такої розмови: «Мене звільнили після скандалу із картинами Глуценка». – Коли я прийшов у Національний художній музей, існувало всього чотири видання, що представляли нашу багату колекцію, а коли йшов звідти, їх налічувалося майже сорок, – розповідає экс-директор музею Анатолій Мельник. – Хто сьогодні повинен формувати політику великого державного



музею – науковець чи активний арт-менеджер? – У роботі музею є кілька напрямів. Але переважає – наукова діяльність. Менеджер, напевно, більше придасться галереям, для окремих арт-проектів, де більше “руху”. А музей – інститут фундаментального характеру» [49];

5) Також автори тижневика «Дзеркало тижня. Україна», свідомо намагаючись розхитати сталість внутрішніх традиційних жанрів, додають у свої публікації певні ігрові моменти. Саме так твориться такий різновид інтерв'ю, як інтерв'ю-п'єса – більш дотичний до художньо-публіцистичної стилістики. Яскравим прикладом цього різновиду інтерв'ю є матеріал О. Вергеліса «Львівський ВРАМА». Нова драма» [44]. Журналіст вирішив зробити інтерв'ю з молодим львівським драматургом, сценаристом Сашком Брамою досить незвично – у формі своєрідної «гри». Як зазначає О. Вергеліс у ліді, респондент взяв на себе роль молодого драматурга, який «буцімто на “сповіді” в академічному театрі. А я (зі свого боку) граю підступного завліта-єзуїта одного з національних театрів, котрий розглядає можливість постановки ще нереалізованої на сцені його дивної п'єси “Свиняча печінка”» [44]. Тож журналістський матеріал набуває рис п'єси з усіма її складовими – словами акторів, ремарками. Наведемо уривок з інтерв'ю-п'єси: «Тиша завлітського кабінету. Пахощі гіркої кави. На столі текст його п'єси. Триває розмова різних людей. ЗАВЛІТ. Тут мені вчора повідомили зі Львова, напередодні нашої зустрічі, буцімто ви особистість – скандальна... І навіть дійшло до того, що одну з п'єс заборонили грати полякам! А взагалі, ви знаєте, що сьогодні в них, у поляків, – один із найпросунутіших європейських театрів! ДРАМАТУРГ. (Певний час мовчить. Потім підводить голову. Дивиться в один кут) Просто на певному етапі по закінченні роботи над текстом у мене відбулась переоцінка всього сказаного там. І прийшло розуміння, що цю п'єсу не варто виводити в люди через її деструктивний характер» [44].

Наприкінці матеріалу журналіст подає додаткову інформацію про творчість Сашка Брама, оформлюючи це під заголовком «Необхідні додатки»: «Два реальних проекти, над якими сьогодні реально працює автор нашої п'єси,

– “ДИПЛОМ” і “Лорелей”. Останній – це короткий метр, історія про дружбу. Акторами задіяні студенти. Власне, сценарій створювався під певні типажі, а в масовці були задіяні львівські неформали. Затрати на цей кінопроект мінімальні. Самі пишуть, самі знімають, самі шукають реквізит» [44].

Отже, всі перелічені вище різновиди інтерв'ю як форми подання інформації є досить динамічними, що певним чином додає жвавості та створює ефект присутності. Важливо підкреслити, що прагнення сучасного суспільства до якісної комунікації та плідного діалогу вимагає від історико-культурної публіцистики невгамовної журналістської творчості, професійного пошуку, коректного використання журналістикознавчого та діалогічного комплексу інструментів. При цьому автори «Дзеркала тижня. Україна» виявляють високий ступінь прояву їхнього авторського бачення життя, людини, проблеми. У інтерв'ю журналісти займають активну позицію, подають запитання з ґрунтовними фактами і ведуть розмову із респондентами на рівних.

## **Висновки до розділу 2**

1. На основі моніторингу думок журналістів-культурників зі значним професійним досвідом, висловлених в особистих інтерв'ю та під час заходів, спрямованих на з'ясування проблем української культурної журналістики, а також самостійно проведеного експертного опитування редакторів та журналістів тижневика «Дзеркало тижня. Україна», з'ясовано, що основна проблема сучасної української культурної журналістики – її функціонування за залишковим принципом, тобто матеріали історико-культурної тематики зазвичай знаходяться на маргінесі видання. Відповідно до методу «дерева проблем» встановлено наслідки такої проблеми для конкретного видання (несерйозного ставлення до «культурки» та підміна матеріалів культурної тематики їхніми симулякрами – гламуром, шоу-бізнесом, світським життям), а

такое наслідки більш широких масштабів – це спрощення загальнокультурних смаків та зниження інтелектуального рівня читацької аудиторії аж до процесу зміни ціннісних орієнтирів та назрівання світоглядних конфліктів (Додаток Б).

При цьому виділено дві системні причини наболілої проблеми функціонування культурно-історичної тематики за залишковим принципом – це застаріла редакційна політика, в основі якої лежать дві інші, більш конкретні проблеми – застарілі стандарти, як відсутність авторської позиції в журналістському тексті, а також жанрово-тематичні «рудименти», як описи подій чи подання культурної тематики лише в новинах. Друга системна причина – це некваліфіковані журналісти-культурники, чому сприяє непрестижність та неприбутковість професії журналіста-культурника.

Водночас в історичній журналістиці виділено два аспекти: позитивний – «олюднення» публікацій, коли замість сухих фактів читачам пропонують історії з життя, та негативний – суб'єктивність подачі матеріалів історичної тематики, що полягає в «підлаштовуванні» інтерпретації історичних подій до відповідних політичних тенденцій.

Редакція видання досить плідно працює над підбором авторів для продукування історико-культурного контенту: в тижневику «Дзеркало тижня. Україна» публікуються як штатні спеціальні кореспонденти, так і журналісти з інших популярних та рейтингових всеукраїнських видань, а також науковці, письменники тощо.

Значна частина історико-культурних публікацій «Дзеркала тижня. Україна» відверто персоніфіковані, тобто окрім викладених фактів, аналізу подій, яскраво прочитується авторська позиція, власне авторське «я». Читацький запит на особистісно забарвлену журналістику в умовах конкурентної боротьби між масмедіа створив можливість вибору, і публіцист відгукується на це пропозицією власного імені. Відоме ім'я сприяє виникненню діалогу з аудиторією, а підтримання читацького інтересу спонукає засоби масової комунікації до пошуку і застосування нестандартних творчих ходів.

У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» досить активно висвітлюється життя та діяльність особистостей – відомих українських та зарубіжних історичних та культурних діячів – політиків, державотворців, військових та громадських діячів, письменників, музикантів, художників.

Поява будь-якої персони на сторінках «Дзеркала тижня. Україна» супроводжується таким підходом журналіста до роботи над портретним матеріалом: висвітлення найважливішого через спостереження за поведінкою героя; відзначення парадоксів долі; залучення образних асоціацій і наочних епізодів; актуалізація портретного матеріалу, проведення аналогій між життям, діяльністю особистості і сучасністю.

Історико-культурна тематика й проблематика «Дзеркала тижня. Україна» досить чітко відповідає типу суспільно-політичного видання: рубрика «Культура» посідає третє місце за кількістю опублікованих матеріалів (4607) – після рубрик «Внутрішня політика» (7779) та «Соціум» (6987). Окрему рубрику «Історія» було створено в тижневику лише в 2013 році, тому за кількісним показником вона є найменш численною (205).

Тож рубрики «Культура» та «Історія» у виданні «Дзеркало тижня. Україна» охоплюють 12,7% від загального числа публікацій, проте, окрім цих спеціалізованих рубрик, матеріали історико-культурної проблематики також містяться і в інших рубриках. За досліджуваний період у тижневику «Дзеркало тижня. Україна» було надруковано 1132 власне історичних матеріалів, що становить 24,7% від усього історико-культурного контенту. Публікацій на культурну тематику – 3452, а це 75,3% від загальної кількості матеріалів історико-культурної проблематики.

Загалом за досліджуваний період у тижневику «Дзеркало тижня. Україна» було надруковано 4723 публікацій на культурну тематику, а це 76% від загальної кількості матеріалів історико-культурної проблематики. Власне історичних матеріалів надруковано – 1489, що становить 24% від усього історико-культурного контенту. Найбільш численними історичними темами спеціалізованої рубрики «Історія» тижневика «Дзеркало тижня. Україна» є

«Історичні постаті» – 19, та «Пам'ятні дати» – 19. Найбільш численною групою публікацій рубрики «Культура» є тема «Постаті» – 422 матеріали.

Кількість історико-культурних публікацій найбільша під час Помаранчевої революції, подій Євромайдану, президентських виборів 2019 року. Виявлена амплітуда зменшення кількості історико-культурних публікацій в тижневику «Дзеркала тижня. Україна» за часів президентства В. Ющенка, збільшення цієї кількості за президентства В. Януковича й значне зменшення за президентства П. Порошенка, чому є такі причини: реалізація такої функції журналістики як соціальна критика, редакційна політика тижневика (суб'єктивний чинник).

У тижневику «Дзеркало тижня. Україна» при поданні інформації історико-культурної проблематики лідером є жанр інтерв'ю, в основі якого закладений психологічний вербально-комунікативний підхід, який допомагає не тільки здатністю розкрити образ респондента як носія національних цінностей свого народу, носія знань історико-культурної проблематики, а й є унікальним «організмом» зберігання та передачі історико-культурних знань. Жанр інтерв'ю є родзинкою історико-культурного контенту попри те, що найменший відсоток припадає саме на інформаційно-публіцистичні жанри, причиною чого є періодичність виходу газети тижневика – раз на тиждень та його основним призначенням – аналізувати, прогнозувати, з'ясовувати, коментувати.

В історико-культурному контенті інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна», окрім традиційної форми подачі інтерв'ю (питання журналіста чергуються із відповідями респондента), є ще п'ять різновидів цього жанру: інтерв'ю-монолог, бліц-опитування, колективне інтерв'ю (бесіда), комплексне інтерв'ю та інтерв'ю-п'єса. Ці форми подання інформації є досить динамічними, що певним чином додає жвавості та створює ефект присутності. В жанрі інтерв'ю журналісти займають активну позицію, подають запитання з ґрунтовними фактами і ведуть розмову із респондентами на рівних.

Отримані кількісні результати також яскраво свідчать про відсутність в історико-культурному контенті тижневика такого жанру, як огляд преси, а також про незначну кількість заміток, звітів, коментарів, листів, памфлетів та етюдів.

### РОЗДІЛ 3

## КОНЦЕПТОСФЕРА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО КОНТЕНТУ ТИЖНЕВИКА «ДЗЕРКАЛО ТИЖНЯ. УКРАЇНА»

### 3.1. Пам'яткоохоронна тематика в історико-культурному контенті тижневика «Дзеркало тижня. Україна»

Окреслена в назві підрозділу пам'яткоохоронна тематика є актуальною нині в культурно-історичній сфері, якої безпосередньо вона й стосується. Так, значна увага дослідниками приділяється поняттям «національна пам'ять», «історична пам'ять» та «культурна пам'ять», а також в руслі міждисциплінарного підходу – «студії пам'яті» [135], управлінським [113], законодавчим [157] та методологічним аспектам охорони та вивчення української культурної спадщини [158], історичній пам'яті в різних дискурсах і системах цінностей [202], становленню державної системи охорони історико-культурної спадщини [272], напрямкам роботи реставраторів [197]. Крім того, О. Титова приділяє увагу «наявності в Україні значного масиву об'єктів історико-культурної спадщини та чисельних проблемах їх збереження в сучасних умовах» [306], О. Трухачов – «різноаспектному впливові державно-виконавчих установ на засоби масової комунікації» [307], К. Поливач – вплив культурної спадщини на регіональний розвиток України [229].

Теоретико-концептуальний підхід до вивчення предмета дослідження простежуємо за допомогою таких логічно пов'язаних і взаємодоповнювальних ключових понять: інформаційна пам'ять – національна пам'ять – історична пам'ять та культурна пам'ять, що безпосередньо пов'язані з культурно-історичним контентом періодичного видання.

В основі історико-культурного складника нашого предмета дослідження лежить «інформаційна пам'ять», яку український вчений В. Буряк кваліфікував як «поняття системне..., оскільки інформаційна системність визначає свідомість як макросистему, що володіє процесами ієрархічності, багаторівневості, в якій наявна передача інформації й керування» і поділив на два типи – художню (образну, почуттєву) та логічну (інтелектуальну) [34, с. 37]. Досить складне для розуміння теоретичне поняття «інформаційна пам'ять» цікаве нам з погляду передачі інформації, зокрема в історичному ракурсі йдеться про рух у часі, з культурного – рух у просторі.

Поняття інформаційної пам'яті розвиває й деталізує запорізька дослідниця Т. Хітрова таким чином: «інформаційну пам'ять медіа складають фактографічна та семантична пам'ять, закладені у медіаповідомленні» [319, с. 17]. На наш погляд, фактографічна пам'ять пов'язана з подіями та/чи їх наслідками, а семантична – зі значенням цих подій для суспільства загалом та кожного громадянина зокрема.

При цьому Т. Хітрова відзначає, що добре «організованою системою інформаційного обміну є медіа, які мають широкий інструментарій до зовнішніх (форма, жанр) та змістових кодувань інформації, як засобів адаптації для масової трансляції та сприйняття» [319, с. 17]. Тобто в нашому випадку йдеться про жанри історико-культурних матеріалів, а також закодовану інформацію, що реалізується, зокрема, за допомогою міфологем та ідеологем.

Медіаповідомлення як транслятори інформаційної пам'яті водночас передають й інші види пам'яті. З цього погляду показовою є думка політолога Ю. Ганжурова: «Сучасний дискурс українського державотворення останнім часом помітно збагачується категоріями міждисциплінарної еволюції суспільних наук, для якої характерні форми адаптації гносеологічного досвіду до реальних проблем гармонізації суспільства. Саме такою можна вважати проблему формування атрибутивних ознак поняття “національна пам'ять”. Визначення його основних класифікаторів ґрунтується на споріднених

категоріях історичної, соціальної, колективної, культурної, групової, індивідуальної, біографічної пам'яті» [62].

Таким чином від інформаційної пам'яті як основи переходимо до її надбудови – національної пам'яті, що частково акумулює історичну й культурну пам'ять поруч з іншими її видами. Зупинимося на тлумаченні поняття «національна пам'ять», яке, за словами Ю. Ганжурова, «у вузькому розумінні... відбиває процес формування досвіду конкретного етносу, особливості формування культурних традицій та ціннісних орієнтацій» [62]. Тобто ще раз підтверджується тісний зв'язок поняття «національна пам'ять» з історичною та культурною пам'яттю народу.

Переходячи до від теоретичних понять до практичного їх застосування звертаємося до питання охорони історико-культурної спадщини у контексті соціальних комунікацій. Передусім важливо конкретизувати, що саме ми маємо на увазі під термінами «культурна спадщина», «об'єкт культурної спадщини» та «охорона культурної спадщини». Вважаємо за доцільне керуватися визначеннями, поданими у загальних положеннях Закону України «Про охорону культурної спадщини» (2000 р.). Так, відповідно до цього Закону, культурна спадщина – це «сукупність успадкованих людством від попередніх поколінь об'єктів культурної спадщини» [116]. Далі потрібно з'ясувати значення ключового поняття цього визначення. Тож об'єкт культурної спадщини – це «визначне місце, споруда (витвір), комплекс (ансамбль), їхні частини, пов'язані з ними рухомі предмети, а також території чи водні об'єкти (об'єкти підводної культурної та археологічної спадщини), інші природні, природно-антропогенні або створені людиною об'єкти незалежно від стану збереженості, що донесли до нашого часу цінність з археологічного, естетичного, етнологічного, історичного, архітектурного, мистецького, наукового чи художнього погляду і зберегли свою автентичність» [116]. Як бачимо, в Законі досить широко прописано поняття об'єкту культурної спадщини й наголошено на різноаспектних його цінностях.

Також необхідно зупинитися на понятті «охорона культурної спадщини»,



яке визначено як «систему правових, організаційних, фінансових, матеріально-технічних, містобудівних, інформаційних та інших заходів з обліку (виявлення, наукове вивчення, класифікація, державна реєстрація), запобігання руйнуванню або заподіяння шкоди, забезпечення захисту, збереження, утримання, відповідного використання, консервації, реставрації, ремонту, реабілітації, пристосування та музеєфікації об'єктів культурної спадщини» [116]. Уважне прочитання цього визначення дає можливість з'ясувати, що масмедіа стосується саме інформаційні заходи, які сприяють «запобігання руйнування..., забезпечення, захисту, збереження... об'єктів культурної спадщини» [116].

Пам'яткоохоронна діяльність є невід'ємною частиною єдиного загальноєвропейського культурного процесу. Від того, наскільки дбайливим буде ставлення українців до свого історико-культурного надбання, значною мірою залежатиме і авторитет України як держави у світі, а також темпи реальної євроінтеграції. При цьому варто зазначити, що історико-культурний потенціал нашої країни вражає. Так, за даними Міністерства культури України сьогодні на державному обліку перебуває понад 150 тис. пам'яток культурно-історичної спадщини. З таким потужним «багажем» наша держава взяла напрям до світового товариства.

Часом великих концептуальних і організаційних змін у пам'яткоохоронній практиці стала друга половина ХХ ст. 12 травня 1954 р., Україна стала членом ЮНЕСКО і відтоді ратифікувала ряд міжнародних конвенцій з охорони культурної спадщини. Особливо помітно поживавився інтерес до національної історії, духовних цінностей, традицій після розпаду СРСР і здобуття незалежності – в той час, коли наша держава суттєво змінила фарватер багатьох політичних, економічних, соціальних і культурних процесів. А отримавши незалежність, Україна набуває статусу члена Ради Європи – міжнародної організації держав-членів в європейському просторі. Саме ці організації відіграють провідну роль у формуванні міжнародних засад пам'яткоохоронної справи. До речі, не може не тішити той факт, що на сьогодні у списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО від України налічується вже сім об'єктів:

цілісний майновий комплекс Національного заповідника «Софія Київська» (1990 р.), «Ансамбль історичного центру Львова» (1998 р.), транскордонний об'єкт, що проходить територіями 10 країн Європи, «Геодезична дуга Струве» (2005 р.), транскордонний українсько-словацький об'єкт «Букові праліси Карпат» (2007 р.), «Резиденція митрополитів Буковини і Далмації» (м. Чернівці, 2011 р.), а в 2013 році до переліку увійшли ще дві визначні пам'ятки – «Стародавнє місто Херсонес Таврійський та його хора (V ст. до н.е. – XIV ст. н.е)» і «Дерев'яні церкви Карпатського регіону України і Польщі».

З кожним роком в Україні стає все більш помітним поглиблення інтересу до історичного минулого нашого народу, проблем охорони історико-культурного надбання. Однак таке пожвавлення зацікавленості зумовлено далеко не єдиним прагненням відповідати вимогам сучасних європейських країн. А, перш за все, необхідністю порятунку національних пам'яток історії та культури. Фахівці, науковці і пересічні громадяни дедалі більше стають свідомими того, що насправді пам'яткоохоронна сфера України сьогодні перебуває просто у катастрофічній ситуації. Багато пам'яток опинилися на межі зникнення, багато вже зруйновано. Регулярні випадки вандалізму, розкрадання музейних фондів, контрабанди культурних цінностей, недбалості посадовців, свавілля бізнесменів та руйнування пам'яток архітектури стали повсякденною темою на шпальтах газет і телеекранах.

Громадяни нашої країни дуже чутливі до засобів масової інформації. Так, згідно з дослідженнями, які провела Українська асоціація видавців періодичної преси: «...українські засоби масової комунікації за рівнем довіри населення поступаються лише церкві... Згідно з результатами дослідження, українським ЗМІ довіряють 66 % населення, церкві – 69 %...» [28]. Так, з одного боку, рівень довіри громадян до масмедіа досить суттєвий. З іншого – постає питання, наскільки повно і ґрунтовно ЗМІ задовольняють потреби населення в інформації, а головне – чи преса подає пам'яткоохоронну тематику достатньо повно і вичерпно. Науковець О. Усенко у дисертаційному дослідженні «Державно-правове регулювання відносин у сфері охорони культурної спадщини» (2011 р.)

наголошує на недоліках інформаційної політики нашої держави, а саме на недостатньому інформуванні населення щодо питання історико-культурної спадщини: “На сучасному етапі в Україні нерозуміння проблем щодо охорони та збереження пам’яток, а також небажання їх вирішувати, свідчать про низький рівень інформованості суспільства, законодавчих та адміністративних органів. Засоби масмедіа звертають увагу на проблеми захисту пам’яток лише тоді, коли відбуваються випадки цинічного вандалізму, що обурюють громадськість” [314].

У контексті цієї проблеми логічно постає ще одна: на скільки об’єктивно українські ЗМІ мають змогу висвітлювати питання охорони історико-культурної спадщини? Адже неодноразово науковці та журналісти-практики обговорюють питання «співжиття» медіа з великим капіталом, коли бізнесмени можуть купувати ЗМІ та формувати потрібну громадську думку. Яскравий приклад, що констатує наявність цієї проблеми, – матеріал у мистецькому альманасі «АРТЕС», присвячений питанню збереження від руйнування архітектурних перлин Львова та області, зокрема дерев’яних храмів. В інтерв’ю голова Львівської обласної організації Українського товариства охорони пам’яток історії та культури А. Салюк розповів про проблему, яка пов’язана з мережею ресторанів «Фест»: «Начальник управління охорони культурної спадщини області сказав, що треба закрити “Криївку”, “Копальню кави”, бо вони дещо там поруйнували. Питання не в закритті ресторану, а в притягненні до відповідальності власників чи орендарів. Нас має найменше цікавити, що це за заклад. Маємо факт руйнування пам’ятки... Кав’ярні і ресторан побудуть років десять-двадцять, а будинок стоїть усі 400. Пройде кілька десятиліть і у тому місці з’явиться щось інше, але об’єкт вже знищили назавжди» [54].

Отож, як бачимо, у ЗМІ можуть надходити різні позиції, думки, в тому числі від людей «зацікавлених», пов’язаних із різними бізнесовими елементами. Причина одна і при тому класична – великі гроші. Влучно з цього приводу висловився журналіст, біолог, еколог, експерт Центру охорони дикої природи, Наукового центру заповідної справи, консультант громадських організацій та

ЗМІ у справі екологічних проблем України О. Листопад: «Це для культурних людей пам'ятки архітектури – культурна спадщина. А для наших нуворишів – будівлі, які заважають освоювати вигідний будівельний майданчик. Прибутковість будівельного бізнесу в Україні сягає 300 %. Навіть з урахуванням гігантських хабарів, які забудовники змушені виплачувати за відведення земельної ділянки і дозвіл на проведення робіт, прибутки – величезні, й ніяка «спадщина» капіталістів тут не зупиняє» [164]. І зовсім не дивує той факт, що люди, в яких підіймається рука зруйнувати пам'ятку архітектури, роблять все можливе, аби обмежити доступ журналістів до будь-якої інформації. Приміром, часто працівникам ЗМІ не так просто потрапити на судові засідання стосовно окресленої проблеми. Наведемо яскравий приклад: 17 листопада 2011 р. в Чернівцях пройшло судове засідання – слухання справи за позовом організації «Справа Кольпінга» до начальниці відділу охорони культурної спадщини міської ради О. Пушкової [110]. Пані Пушкову звинувачували у перевищенні своїх повноважень під час прийняття рішення щодо призупинення будівництва на вулиці Гонти, 20. Підтримати чиновницю прийшли мешканці цієї вулиці, які борються із забудовниками за припинення будівництва. Їх впустили на судове засідання не одразу. А от працівникам преси і зовсім відмовили. За словами О. Калмикової, депутата Чернівецької міської ради від ВО «Свобода», яка прийшла підтримати чернівчан, саме забудовники наполягли, щоб ЗМІ не допустили до судової зали: «Мабуть, у організації не все так чудово, якщо вони побоялися присутності журналістів» [110].

Розглянемо ще один важливий аспект – співпрацю ЗМІ із вченими-пам'яткоохоронцями. Для прикладу, у 2007 р. в Луганській області було реалізовано проект «Археологи проти корупції» («Протидія корупції в галузі охорони пам'яток історії та культури в Луганській області»), який здійснив Східноукраїнський центр громадських ініціатив у співпраці з громадськими організаціями «Східноукраїнський центр громадських ініціатив «Тотальна акція на підтримку прав людини та демократії» (СЦГІ) та «Луганська археологічна спілка» (ГО ЛАС). Усі напрацювання розмістили в однойменній книзі авторів

О. Бритюка, Ю. Ращупкіна, В. Щербаченка. Велику увагу фахівці приділили власне питанню взаємодії археологів із масмедіа. Оскільки саме преса допомагає привернути увагу громадськості і правоохоронців до порушень, які здійснюють посадові особи, а значить допомагає і запобігти їм. Справді, згідно із даними національного опитування «Стан корупції в Україні», яке проводив Київський міжнародний інститут соціології у лютому 2007 р., найбільш поширеним джерелом інформації про корупцію для українських громадян є ЗМІ. Більше третини респондентів отримують інформацію про корупцію завдяки телебаченню та радіо, а 25,2% – з друкованих видань [31]. Керуючись такими даними, учасники проекту «Археологи проти корупції» розпочали у місцевих та загальноукраїнських ЗМІ потужну інформаційно-просвітницьку кампанію з метою донести до громадськості інформацію про стан пам'яток історії і культури на Луганщині та можливі вияви корупції у цій сфері. Археологи використовували найрізноманітніші підходи до поширення інформації:

1. Публікації у місцевих та національних ЗМІ («Україна молода», «Київські відомості», «Вечірній Луганськ», «Молодогвардієць», «Ракурс»), численні виступи на радіо й телебаченні.

2. Проведення прес-конференцій, поширення прес-релізів.

3. Нестандартні форми інформування (прес-тур для журналістів «Слідами злочинів корупціонерів: зруйнованими історичними пам'ятками», демонстрація результатів діяльності чиновників-корупціонерів на фотовиставці та ін.).

Поширення інформації про наслідки корупційних дій у сфері охорони пам'яток історії та культури, як наголосили учасники проекту, «надає підґрунтя для громадських дискусій і стає у певному сенсі голосом для німих. Без публічного оприлюднення такої інформації пам'ять розсіюється (існуючі підтверджуючі документи можуть бути сховані або «покладені під сукно» у шухляди бюрократів)» [31]. Інформаційно-просвітницька кампанія археологів дала хороші результати. Фахівцям вдалося не лише донести до свідомості громадян, зокрема до представників влади та ЗМІ, інформацію про теперішній

жалюгідний стан історико-культурної спадщини в області. Численні публікації у національних та місцевих ЗМІ змусили органи влади відреагувати на дії громадськості: керівництво Луганської ОДА розпочало інвентаризацію археологічних пам'яток у Луганській області. Отож, часто ЗМІ можуть зіграти важливу, а часом і вирішальну роль у запобіганні корупційним проявам і для розвитку правозахисної роботи в цілому [31].

Проте, у діяльності преси є ще й інший «бік медалі». Неодноразово, намагаючись донести громадськості актуальну, правдиву інформацію, масмедіа несвідомо допомагають правопорушникам. Як, скажімо, у випадку із висвітленням теми пошуку скарбів і розграбування пам'яток археології. Н. Рудика у дисертації «Становлення та розвиток нормативної бази охорони пам'яток археології в Україні (1991–2011 рр.)» (2012 р.) доходить висновку, що преса, інформуючи громадян про колективні заходи скарбошукачів, виставки колекцій, отриманих незаконним шляхом тощо, тим самим популяризує розграбування пам'яток історико-культурної спадщини. Тому вчена пропонує на законодавчому рівні встановити заборону на поширення інформації про незаконні археологічні розкопки [274].

Розглянуті вище проблеми пам'яткоохоронної тематики концентруються у тезу, що лише правильна державна інформаційна політика, особливо у ситуації, коли медіа знаходяться під впливом бізнесу, здатна створити умови для справді об'єктивної та незалежної подачі матеріалів.

Як ми вже зазначали, «сьогодні у медіапростір України необхідно вводити ідеї щодо створення оптимальної концепції пам'яткоохоронних заходів, розбудови розгалуженої і, головне, дієвої мережі інституцій зі збереження, охорони, дослідження, використання та популяризації пам'яток культурної спадщини. Насправді досвід доводить, що за умови належної державної підтримки ці питання знаходять відгук широкої громадськості. Засоби масової інформації, у свою чергу, повинні висвітлювати питання, що стосуються історико-культурної спадщини України максимально об'єктивно, правдиво, оперативно та незалежно» [172, с. 380]. Так, в аналітичній записці

«Проблеми актуалізації українських пам'яток культури» окреслено такі цілі внутрішньої та зовнішньої політики щодо актуалізації питання збереження культурно-історичних пам'яток: першочергове завдання – консолідація українців з метою «подолання або гармонізації внутрішніх соціокультурних відмінностей», щоб уникати конфліктів або запобігти їх виникненню [248]. Друге завдання – створити «єдиний український культурний простір як систему взаємоузгоджених та взаємодоповнюючих знаково-символічних комплексів», що відображають ціннісні орієнтири українського народу [248]. По-третє, необхідно сформувати «українську політичну націю на основі спільних політичних, моральних та духовних цінностей громадян України» [248]. І четверте, завершальне, завдання – сформувати таким чином «імідж України на міжнародній арені як країни з давніми культурними традиціями, в яких поєдналися різноманітні впливи інших, як західних, так і східних, культур, країни з багатою духовністю і великим потенціалом розвитку» [248].

Тож основними тенденціями висвітлення в українській періодиці пам'яткоохоронної тематики є такі: «недостатнє інформування населення щодо питання охорони та збереження історико-культурної спадщини; “співдружність” медіа з великим капіталом, коли бізнесмени можуть купувати ЗМІ та формувати вигідну їм громадську думку» [175, с. 307]; спроби недопущення журналістів на судові засідання, де розглядають справи щодо проблем охорони та збереження історико-культурного надбання, в тому числі руйнування пам'яток архітектури; налагодження співпраці преси із пам'яткоохоронцями, зокрема проведення археологами антикорупційних інформаційно-просвітницьких кампаній у ЗМІ.

З усієї історико-культурної тематики саме проблема охорони історичного та культурного надбання охоплює чи не найбільший спектр суспільно значимих питань: має зв'язок з політикою, про що свідчать дискусії довкола пам'яткоохоронного законодавства; бізнесом, оскільки актуальними є питання рейдерства, руйнування архітектурних пам'яток і зведення на їхньому місці сучасних бізнес-споруд; криміналом, причиною чого є контрабанда,

розкрадання музейних фондів, а також іншими важливими соціально-економічними темами. Тому в історико-культурному контенті тижневика «Дзеркало тижня. Україна» ми виокремимо власне пам'яткоохоронну проблематику, саме вона викликає помітно велику кількість дискусій науковців, журналістів та політиків.

У 2004–2019 рр. в інформаційно-аналітичному тижневику «Дзеркало тижня. Україна» вийшло 335 публікацій на тему «Історико-культурна спадщина, охорона історичного і культурного надбання». З них матеріалів власне пам'яткоохоронної тематики – 310 (див. Таблицю №12, Додаток Б).

У відсотковому відношенні матеріали власне пам'яткоохоронної тематики складають 5% від загальної кількості матеріалів історико-культурного контенту і 6,6% від загальної кількості публікацій власне культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (див. Таблицю №12, Додаток Б).

Стосовно жанрового діапазону пам'яткоохоронних матеріалів, тут переважають аналітичні жанри – стаття (33,8%) та кореспонденція (20%), дещо рідше зустрічаємо подорожній (10%) та проблемний нарис (9,5%), інтерв'ю (10,5%). І лише зрідка з'являються репортаж (4,8%) та фейлетон (5,7%). Також присутні жанрові «мікси»: наприклад, звіт-інтерв'ю (3,3%), стаття-інтерв'ю (1,4%) та стаття-коментар (1%) (див. Таблицю №13, Додаток Б).

Публікації пам'яткоохоронної тематики у тижневику «Дзеркало тижня. Україна» класифікуємо за двома напрямками: 1) за видами об'єктів культурної спадщини, 2) відповідно заходів, що стосуються історико-культурної спадщини.

Класифікація матеріалів пам'яткоохоронної тематики за видами об'єктів культурної спадщини (див. Таблицю №14, Додаток Б):

археологічні пам'ятки (городища, кургани, залишки стародавніх поселень, стоянок, укріплень, військових таборів, виробництв, шляхів, могильники, культові місця та споруди тощо) – 11 % («Кому відкрис свої скарби підводна «Троя»?», Сергій Зеленко, №24, 2006 р.);



- історичні пам'ятки (будинки, споруди, їх комплекси (ансамблі), окремі поховання та некрополі, місця бойових дій, місця загибелі бойових кораблів, морських та річкових суден, визначні місця, пов'язані з важливими історичними подіями, з життям та діяльністю відомих осіб, культурою та побутом народів та ін.) – 14% («Биківня: матеріалізація історичної пам'яті», Юрій Шаповал, №19, 2007р.);

- об'єкти монументального мистецтва (твори образотворчого мистецтва: як самостійні (окремі), так і ті, що пов'язані з архітектурними, археологічними чи іншими пам'ятками або з утворюваними ними комплексами (ансамблями) – 9% («Художня палітра Львова початку минулого століття», Людмила Носарева, №31, 2005 р.);

- об'єкти архітектури (окремі будівлі, архітектурні споруди, що повністю або частково збереглися в автентичному стані і характеризуються відзнаками певної культури, епохи, певних стилів, традицій, будівельних технологій або є творами відомих авторів) – 10% («Зберегти шедеври дерев'яної архітектури», Володимир Грипась, №42, 2013 р.);

- об'єкти містобудування ( історично сформовані центри населених місць, вулиці, квартали, площі, комплекси (ансамблі) із збереженою планувальною і просторовою структурою та історичною забудовою, у тому числі поєднаною з ландшафтом, залишки давнього розпланування та забудови, що є носіями певних містобудівних ідей) – 10% («Одеса, яку ми втрачаємо», Ніна Перстньова, №17, 2011 р.);

- об'єкти садово-паркового мистецтва (поєднання паркового будівництва з природними або створеними людиною ландшафтами) – 10,6% («Паломництво по-українськи», Михайло Калініченко, №32, 2010 р.);

- ландшафтні об'єкти (природні території, які мають історичну цінність) – 14,5% («Розширення заповідників: чи здійсненна місія?», Андрій Чижов, №18, 2010 р.);

- об'єкти науки й техніки (унікальні промислові, виробничі,

науково-виробничі, інженерні, інженерно-транспортні, видобувні об'єкти, що визначають рівень розвитку науки і техніки певної епохи, певних наукових напрямів або промислових галузей) – 8% («Засвітка небом», Валентина Самар, № 3, 2013 р.);

- комплексні матеріали (де згадано різні види об'єктів культурної спадщини) – 12,9% («Культурні цінності на лінії вогню», Ганна Пароваткіна, №3, 2014 р.).

2) класифікація заходів, що стосуються історико-культурної спадщини (див. Таблицю №15, Додаток Б):

А) пам'яткоохоронні заходи, законодавство:

- облік (виявлення, наукове вивчення, класифікація, державна реєстрація), питання підпорядкування – 9,7% («Пил століть – всього лиш пил?», Катерина Щоткіна, №4, 2011 р.);

- законодавча база – 10,6% («Нездоровий переділ забутої культурної спадщини», Богдан Радченко, №19, 2011 р.);

- запобігання руйнуванню або заподіяння шкоди об'єктам культурної спадщини – 11,6% («Дзвони вже ридують. Андріївська церква: земля тікає з-під ніг», Михайло Дегтярьов, №30, 2008 р.);

- забезпечення захисту, збереження, утримання, відповідного використання, консервації, реставрації, ремонту, реабілітації, пристосування, музеєфікації та повернення об'єктів культурної спадщини – 11,9% («Початок епілогу: Дунай не терпить помилок», Богдан Данилишин, №48, 2005 р.);

- світовий досвід пам'яткоохоронної діяльності, співпраця з міжнародними організаціями – 9,4% («Марина Громова: «Розмови про вилучення лаври зі списку ЮНЕСКО пусті», №22, 2010 р.).

Б) протиправні дії

- незаконні археологічні розкопки – 10,3% («Сірі «щасливчики», Ігор Храпунов, №2, 2004 р.);

- рейдерство – 10,6% («З речами на вихід! НП «районного» масштабу:

бібліотеку й театр просять на вулицю», Катерина Константинова, №9, 2008 р.);

- викрадення, контрабанда історико-культурних цінностей, в т. ч. розкрадання музейних фондів – 13,3% («Полювання за надбанням республіки», Наталя Вареник, №18, 2006 р.);

- руйнування, заподіяння шкоди об'єктам історико-культурної спадщини –12,6% («Базиліка зникне в морі?», Валентина Гаташ, №21, 2007 р.).

Відзначимо кілька особливостей подачі матеріалів пам'яткоохоронної тематики на сторінках тижневика «Дзеркало тижня. Україна»:

1) однією з характерних рис інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» є оперативність публікування матеріалів пам'яткоохоронної проблематики. Наприклад, це одне із перших видань, хто почав писати і закликати Міністерство культури реагувати відповідним чином на те, як руйнують, розкрадають історико-культурні пам'ятки в анексованому Криму. Так, у матеріалі О. Вергеліса та К. Константинової «Експонати в облозі» (№ 12, 2014 р.) автори розмірковують над подальшою долею історико-культурної спадщини Криму після виведення української техніки та українських військових із території півострова [50]. Жанр публікації – мікс «стаття-інтерв'ю». Окремим підрозділом подано власне інтерв'ю, де перший заступник міністра культури О. Островська-Люта розповіла, що може і що повинна зробити українська влада для забезпечення збереженості національних цінностей, у тому числі й на території Криму.

Окрім інтерв'ю, публікація містить і аналітичний матеріал (статтю), в якому автори порушують численні проблеми, що стосуються долі історико-культурних цінностей півострова. Зокрема, тут згадано про виставку експонатів чотирьох кримських музеїв «Крим: золото і секрети Чорного моря», яка проходила у Нідерландах. Коли ж Крим анексували, постало питання, куди повернуть цінності – на півострів чи в Україну. «Дзеркало тижня. Україна» констатує: «Отже, назріває серйозний міжнародний музейний скандал. І з урахуванням того, що Нідерланди не визнають приєднання Криму до РФ. І з урахуванням того, що “золото скіфів”, виставлене в Європі, навіть нерозумно

якось оцінювати, бо ці реліквії – неоціненні. А отже, ціна музейного конфлікту – досить висока» [50]. Також журналісти взяли коментарі керівників кількох кримських музеїв, на основі яких проаналізували: 1) можливе переформатування деяких музеїв у зв'язку зі зміною ситуації; 2) прийняття-неприйняття правового поля РФ музейними інституціями; 3) діяльність-бездіяльність українського Мінкульту, який прямо чи опосередковано повинен відповідати навіть за музеї, які перебувають на регіональних балансах. Отже, журналістами досить оперативно було піднято ряд суспільно важливих проблем, що стосуються збереження та порятунку історико-культурних цінностей нашої держави;

2) об'єктивна критика повинна бути суттєво врахована при написанні матеріалів на пам'яткоохоронну тематику, особливо коли йде мова про конфліктну ситуацію. Приміром, «Дзеркало тижня. Україна» розгорнуло на своїх сторінках жваву дискусію щодо питання реконструкції у Києві Контрактової площі. Так, у статті «Контрактову площу перетворять на потворний комікс?» (№4. 2011 р.) журналістка І. Костенко досить критично відгукується щодо планів чиновників Київської міської державної адміністрації створити на Контрактовій площі величезний торговий центр, що має нагадувати історичний магістрат, тобто стати сумнівною копією дуже давньої споруди: «І питається, задля чого столична влада вляпується в таке беззаконня, лобіюючи відбудову магістрату? Причина традиційна – задля примноження в місті торгових площ. Бо під прикриттям красивого слова «магістрат» древній площі насправді всучать черговий базар» [150]. Автор дозволяє собі вживати і сатирично-негативні вислови, наприклад: «Історична перлина Києва – Контрактова площа – вже найближчим часом може нагадати киянам і гостям міста такий собі «рагульський муляж» або ж: «Впарюючи» столиці цей архітектурний комікс, маститі архітектори вкупі з іменитими пам'яткоохоронцями незмінно запевняють громадськість у тому, що всі їхні проекти перетворюють Київ на «справжню європейську столицю» [150]. Вважаємо подібну критику доречною і об'єктивною, адже саме так «Дзеркало

тижня. Україна» підкреслює свою принципову позицію: стояти на варті охорони, збереження історико-культурних цінностей (у даному випадку – історичної забудови м. Києва);

3) персоніфікація журналістських текстів [171, с. 82]. Усе помітнішим процес персоніфікації української періодики почав ставати з кінця 1980-х – початку 1990-х рр. Як підкреслює С. Шебеліст, «відоме ім'я автора сприяє виникненню діалогу з аудиторією, а підтримання читацького інтересу спонукає ЗМІ до пошуку і застосування нестандартних творчих ходів» [333, с. 275].

Ця тенденція не оминула й «Дзеркало тижня. Україна». Автори публікацій пам'яткоохоронної проблематики часто пишуть від свого «я», тим самим передаючи власну позицію та власні переживання. Зазвичай, цю тенденцію спостерігаємо в художньо-публіцистичних матеріалах «Дзеркала тижня. Україна», а саме у фейлетонах і подорожніх нарисах. Так, у фейлетоні «Вороги залізли в хату. В Україні – нова хвиля “культурних зачисток”»? (№38, 2008 р.) журналіст О. Вергеліс пише від першої особи, причому дещо сатирично, чим підкреслює свої переживання стосовно забудови та «спотворення» історичного центру Києва: «І ось ворожу на кавовій гущі: а що б виявили наївні інопланетні створіння вже на наших пагорбах і в наших долинах?»... «Я, як і ви, інколи часто й подовгу гуляю по Києву, «логову змиеву» (як писав про це місто М. Гумільов). Гуляю – й часом (у буквальному сенсі) ридаю! Фашисти, й ті свого часу так не розбомбили місто, як познущалися над ним теперішні “змії” підколодні» [45]. Інший приклад – В. Грипась у подорожньому нарисі «Україна втрачає архітектурну спадщину» (№12, 2013 р.) описує стан архітектурних пам'яток Слобожанщини спочатку від свого «я»: «Вперше зіткнувся із жалюгідним станом колишніх палаців під час подорожі Слобожанщиною у березні 2009 р.». Далі автор веде мову від першої особи множини: «Яким він був, можна дізнатися з фотографій. А ми побачили лише обгорілі руїни»... «Триденну подорож колишніми дворянськими садибами Житомирщини ми розпочали з Ружина – містечка, розташованого на півдні області» [86].

Отже, необхідно підсумувати, що пам'яткоохоронна проблематика в історико-культурному контенті тижневика «Дзеркало тижня. Україна» є одним з пріоритетних напрямів і успішних «родзинок» сучасної історичної та культурної журналістики, яка заслуговує на подальше опрацювання. І попри те, що в кількісному співвідношенні їй належить лише 6% від усього культурного контенту видання, вона охоплює досить широкий тематичний і жанровий спектр пам'яткоохоронної проблематики.

### **3.2. Трансформації концепту «національна ідея» в історико-культурному контенті «Дзеркало тижня. Україна»**

Публікації історико-культурної проблематики в «Дзеркалі тижня. Україна» не лише порушують наболілі для громадян проблеми, а й формують суспільну думку, зокрема щодо одного з найважливіших націєтворчих питань – формуванні концепту «національна ідея». Як констатує О. Ромашко, «українська національна ідея є сьогодні однією з провідних тем, навколо якої розгортається публічне обговорення найбільш значущих суспільних проблем» [270].

Проблеми комунікаційного впливу на суспільство, зокрема роль преси у формуванні національної ідентичності та самосвідомості громадян упродовж всіх років незалежності залишаються актуальними. Водночас ці питання набувають особливого значення під час знакових суспільних подій, які залишають вагомий слід в історичному розвитку держави [25, с. 223]. У галузі соціальних комунікацій над проблемою національного утвердження, власної ідентичності українців загалом та в масмедіа працювали С. Андрусів [3], О. Гриценко [87], Н. Желіховська [106], М. Козловець [140], В. Лизанчук [162], І. Михайлин [192], В. Шкляр [87], над авторською свідомістю в журналістському творі – В. Дроботенко [99], над концептосферою національної

ідентичності – Л. Василик [42–43], над концептом «держава» – Л. Супрун [й], над концептами української публіцистики – Н. Желіховська [105], над національною свідомістю – М. Женченко [107], над творенням стереотипів у масмедіа – М. Бутиріна [36].

Саме публікації історико-культурної проблематики є одним з головних носіїв національної ідентичності, засобом утвердження українства, займають одне з провідних місць у пресовому дискурсі. Виступи авторів об'єднані важливішими духовно-центровими для національного буття пресовими кодами. Вони є константами смислового навантаження, навколо яких концентрується філософська заглибленість у проблему національно-духовного утвердження, складають концептосферу – макросистемність побудови націєтворчого дискурсу.

На думку І. Михайлина, проблема національної ідентичності актуалізувалася й через глобалізаційні процеси, тому «національна ідентичність з розряду без заперечних, природних, визначальних вартостей переведена в розряд дискурсивних, інформаційних понять» [192, с. 103].

За словами Л. Василик, «метатекст публіцистики формується за допомогою цих окремих мікроструктур – концептів, що несуть основні національно-духовні смислові акценти. Ключові наскрізні поняття – концепти – засвідчують не статику у розгляді проблеми, а її розвиток. Вони стають системоутворюючим чинником у формуванні ідеї національного ствердження, оприявлення буття нації як екзистентної, повноцінної, закладають підвалини побудови українського тексту буття в таких вимірах, як дім, держава, нація, батьківщина» [41, с. 19]. Крім того, вчена підкреслює, що «теоретичне осмислення і практичне застосування концепту в журналістикознавчих дослідженнях, інтерполяція його основних положень на сферу публіцистики видаються потрібними та перспективними. Необхідність системного підходу до семіотики ключових концептів та їхня інтерпретація актуальна також для літературознавців, культурологів, політологів, тобто має широке

прагмакультурне значення, що, на наше переконання, у перспективі викличе не одну наукову розробку проблеми» [41, с. 20].

Концепт як елемент концепції публіцистичного тексту виокремлює український дослідник В. Буряк, пишучи про мініконцепцію (концепт) як свідомісну вершину айсберга, яка підпорядковує своєму вираженню всю систему зображально-виражальних засобів [35, 23]. Серед внутрішньо-концептуальних критеріїв авторського публіцистичного бачення він помічає здатність до концептуальної новизни та розбудову національної самосвідомості, відтворення національної ментальності як інформсистеми [35]. Соціопросторовий вимір концептів вивчає в наукових розвідках Л. Чернявська [329–330], гендерну концептосферу – М. Чорнодон [331].

Близький концепт майбутнього української нації розглядає в монографії політолог О. Рафальський [257]. Тож на сьогодні виокремилося кілька напрямів дослідження, у яких розглядають поняття концепту та методів його дослідження під різними кутами зору. Концепт розуміємо як втілення ментальних і психологічних ресурсів людської свідомості, оперативну змістову одиницю пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи мови та мовної картини світу, що відображена в людській психіці [174].

Концепт не є статичним поняттям, він мислиться в його потенційній динаміці, в контексті можливих інтелектуальних дій з ним [326]. Беручи до уваги концептуальний аналіз, слід враховувати роль контексту, смислове навантаження концептуального слова, єдність концепту і жанрової специфіки публіцистики, роль концепту в індивідуально авторському публіцистичному стилі. Ідучи від концепту, можна охопити цілісність задуму, через концепт як основний код, через його словесне єство простежити цей задум [176]. Концептуальна система публікацій історико-культурної тематики перебуває в постійному становленні, зазнає певних трансформацій під впливом суспільно-політичних ідей, змін у економічній, соціальній, культурній сферах.

На сьогодні дослідники проаналізували різні національно спрямовані концепти. Так, Ю. Біловол у публіцистиці українських письменників виділила



такі: «національної гідності й самосвідомості українців; утвердження й повноцінного розвитку української мови; духовного й культурного відродження української нації; збереження навколишнього середовища й екологічної безпеки Української держави; існування українців за межами батьківщини та проживання національних меншин на території України» тощо [25, с. 13].

У загальному масиві газетних матеріалів історико-культурної проблематики, які містяться в електронних архівах «Дзеркала тижня. Україна», за ключовими словами («національна ідея» та її змістовими еквівалентами – «консолідуєча ідея», «українська ідея» тощо) було відібрано тексти 1716 публікацій, що становить 27,6% від усього історико-культурного контенту тижневика (див. Таблицю № 16, Додаток Б):

В історико-культурних публікаціях, в яких порушено питання про українську національну ідею, виокремимо найбільш поширені типи інтерпретацій концепту «національна ідея» як чинника об'єднання нації, зокрема: культура, ідеологія, європейський вибір, об'єднання нації, історична пам'ять, традиції, державність, соціальна справедливість, економічний чинник (див. Таблицю №16, Додаток Б).

Кількісний розподіл типів інтерпретацій концепту «національна ідея» за роками представлено у Таблиці №16, Додаток Б.

Згідно з даними таблиці, найбільш поширеним типом інтерпретації є концепти «культура» (231 матеріал) і «об'єднання нації» (226 публікацій), найменш поширені – «соціальна справедливість» (150 контекстів) і ототожнення національної ідеї з економічним піднесенням країни – «економічний чинник» (145 матеріалів).

Однозначно, що названі типи інтерпретацій не покривають всього поля значень концепту «національна ідея». Деякі висловлювання, враховані під час дослідження, відзначаються двоїстістю або розмитістю змістових інтерпретацій. Якщо контекст не давав можливості скласти однозначну картину уявлень авторів щодо висвітлення національної ідеї, то ці варіанти

інтерпретації не враховувалися. Проте окреслені типи інтерпретацій дають змогу простежити загальну картину функціонування концептів, які є основою публікацій історико-культурної проблематики – що важливо під час вивчення історико-культурного контенту тижневика як формотворчого чинника національної свідомості.

Безумовно, кожен з дев'яти типів інтерпретацій потребує більш детального розгляду, оскільки погляди окремих авторів, наприклад, щодо державницького чи ідеологічного аспектів національної ідеї можуть значно відрізнятись як за змістом, так і за оцінкою.

У концептосфері історико-культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» такі етапи трансформаційних процесів концепту «національна ідея» [364]:

1. 2004 – перша половина 2005 рр. – тенденція до зростання активності дискусії навколо національної ідеї. Перш за все, пояснити її можна збуренням суспільної думки під час тогочасної президентської виборчої кампанії. Події Помаранчевої революції можна вважати об'єктивним наслідком завершення початкового етапу пострадянського розвитку України. Восени та взимку 2004–2005 рр. у центрі суспільної уваги опинилися ті проблеми соціокультурного та інших розколів, які постали у вигляді реальної загрози громадянському миру й державному суверенітету. Наведемо уривки, які віддзеркалюють концепт «національна ідея»:

«Не сказав би, що фальсифікація стала підґрунтям для формування національної ідеї. Швидше, своєрідним приводом для об'єднання. На мою думку, національна ідея як така існувала й існуватиме, бо українці як нація – повноцінна, новочасна нація – сформувалися досить рано» (№49, 2004).

«Зате поволі зникає слово «народ», публіцистика і пафос якого себе девальвували, – це щось звичне, чим можна маніпулювати. Слово «народ» сьогодні частіше вживають консервативні політики. А от слово «нація» раніше не вживалося. І саме в ньому, на мою думку, міститься національна ідея» (№50, 2004).

«Про стратегії розвитку та різні там «національні ідеї» краще взагалі не згадувати – такі «неконкретні» речі вже, здається, зовсім перестали цікавити нинішніх можновладців. Сказали, що національна ідея – це євроінтеграція, і край. Як раніше – комунізм. Тішить, що на цей час для режиму залишаються актуальними, принаймні на рівні риторики, установка Ющенка на формування «чесної влади» і теза Тимошенко про деолігархізацію влади та відділення її від великої власності» (№17, 2005).

2. Друга половина 2005–2009 рр. – укріплення, розвиток розуміння національної ідеї, зростання впевненості громадської думки, що Україна як незалежна держава вже відбулася. Велику роль у цьому відіграла інтенсивна проукраїнська культурна політика часів президентства Віктора Ющенка, за якої пріоритетними стали такі напрями, як європейська інтеграція, піднесення світоглядної, політичної, громадянської культури, демократизація українського суспільства на основі формування толерантності, атмосфери суспільного діалогу, взаємної довіри тощо. Яскравими прикладами такого тлумачення концепту «національна ідея» на той час є такі: «Сьогодні ми бачимо, що національна ідея ототожнюється з ідеєю українського народу. Причому поняття «український народ» тлумачиться не як «люди, які живуть в Україні», а як «українці». Це було відбито в одному з гасел виборчої кампанії нинішнього року: «Україна для українців» (№34, 2006).

Заклик до нового тлумачення ключових для українців концептів, серед яких і визначального для нашого дослідження «національна ідея» простежуємо в такому прикладі: «Потрібно по-новому прочитати такі базові для суспільства поняття, як громадянськість, патріотизм, національна ідея, національні інтереси, національна стратегія та відповідальна політика. Тільки так це може мати суспільно значимий резонанс і зможе дати хоч якийсь результат. Влада має не лише слухати громадян, а й прислухатися до них» (№ 45, 2006).

Ототожнення національної культури з національною ідеєю з власним тлумаченням способу їх втілення на державному рівні спостерігаємо в такому прикладі: «Національна культура – це і є національна ідея! Саме в ній

закодовано підвалини нашої культурної та загальнонаціональної стратегії. Ми вже виконали перший етап нашої національної ідеї – маємо незалежну державу. Проте чи «пануємо ми, браття, у своїй сторонці», як заповів у тексті Гімну України Павло Чубинський? Тепер настав час навести лад у своїй хаті, вибудувати систему в усвідомленні своїх цілей, завдань, можливостей, механізмів і ресурсів» (№27, 2008).

3. 2010 – кінець 2013 рр. – відстоювання національної ідеї як опозиційна реакція на експансію російсько-радянських традицій, активні спроби квітчизації національної культури, які впроваджувала тодішня влада – за президентства Віктора Януковича, про що свідчать і наведені нижче уривки з журналістських матеріалів:

«Але реалізацію Євро-2012, євроінтеграції та багатьох інших чудових і не дуже проектів можна розглядати лише як засіб досягнення головної мети, до якої нині, можливо, в деколи суто інтуїтивно прагне наш народ, – це громадянське суспільство... Середній клас як фундамент нації, – тобто все, що є основою громадянського суспільства, і зможе зрештою як національна ідея поєднати всіх нас від Тиси до Сіверського Дінця, від хутора Михайлівського до острова Зміїного і позбавити нас синдрому ідеології заздрості...» (2010. №1).

«Національна ідея – абстрактне поняття. Вона включається, коли країна переживає якусь дуже небезпечну для неї подію. Агресію, наприклад. Але, коли більш-менш мирний час, вона дремає всередині. Важко сказати, чим можна зараз об'єднати країну» (2012, №11).

«Не хочеться прорікати банальних істин докторів історичних наук, для якого авторитетами є такі російські націоналісти, як О. Проханов, втовкмачувати в голову аксіому, що трохи вагітним бути не можна. І все ж слід чітко визначитися: або є український народ, його національна ідея, його історична пам'ять, його пріоритет на цій частині земної кулі, де існує Українська держава, — або його немає, і на всьому просторі від Курил до Карпат панує російська національна ідея, Росія, її історична пам'ять. Третього не дано» (2012, №47).

4. Кінець 2013 – 2014 рр. – конкретизація та активна популяризація національної ідеї. Події Євромайдану стали початком перезавантаження системи згідно з новою суспільно-політичною угодою, коли громадяни чітко конкретизували і ще більш активно популяризували національну ідею, основою якої стало прагнення українців до встановлення європейських цінностей. Так, «Дзеркало тижня. Україна» представляє Майдан у тісному взаємозв'язку з духовністю українців та втіленням національної ідеї в практичному житті: «хай як дивно, але саме на Майдані наша національна ідея реалізовується практично: об'єднавчого значення набувають національні символи – ми співаємо гімн, за стрічками кольорів національного прапора впізнаємо однодумців, демонструємо солідарність із постраждалими під час кривавого побоїща» (2013, № 49). Також видання презентує концепт «національна ідея» як новий проєвропейський спосіб мислення молодого покоління: «Сучасна українська молодь у своїй більшості вирізняється передусім високим освітнім рівнем, вона є виразником нового способу мислення, євроінтеграційних уподобань і пов'язаного з цим соціального динамізму, найактивнішим прибічником зміцнення незалежності й суверенітету Української держави, утвердження національної ідеї та національних пріоритетів» (№1, 2014). Деякі автори чітко конкретизують навіть «слоган» національної ідеї: «Країні все ще потрібна об'єднавча національна ідея. «Героям слава!» не стане цією ідеєю. Бо, як не крути, у Сходу й Заходу – різні герої» (2014, №7)

5. 2015–2019 рр. – зміцнення і захист національної ідеї від спроб реваншу та зовнішньої агресії. Україна після Революції Гідності зіткнулася з новими викликами як внутрішнього, так і зовнішнього походження. Постала гостра необхідність у захисті головних досягнень Євромайдану, збереженні курсу на євроінтеграцію. Головними перешкодами зовнішнього походження став конфлікт з Російською Федерацією.

Сьогодні навколо концепту «національна ідея» розгортається публічне обговорення найбільш значущих суспільних проблем. Він є важливим фактором реалізації функції історико-культурного контенту видання як

формотворчого чинника національної свідомості. Якщо зважати, що журналістика покликана розвивати національне життя, формувати національну свідомість, уникати тиску ідеологічних стереотипів та сприяти національній консолідації суспільства, його трансформації в громадянське ціле, то власне історико-культурний контент видання сьогодні надає унікальну можливість ведення багатоаспектного діалогу з національної проблематики.

Концепт «національна ідея» у вербальній формі міститься в буденній свідомості та має когнітивно значущий смисл. Проникаючи у свідомість, це ментально-мовне утворення наповнюється змістом усвідомленого досвіду й реалізується у міфологемах та ідеологемах, розгляд яких розпочнемо з міфу.

Міф на сьогодні є предметом вивчення дослідників з різних галузей, серед яких доклали особливих зусиль: Р. Барт (природа міфу) [15], Ю. Гайдук та В. Зінчук (політичні міфи масмедіа) [59], А. Гребенюк (міф у сучасній масовій культурі) [80], С. Гуцол (психологія творення міфів у сучасній культурі) [90], М. Закіров (вплив міфу в політичній комунікації) [115], К. Каренї та К. Юнг (сутність міфології) [131], О. Нестайко (міфи імперій) [208], А. Майданов (міф як джерело знання) [177], О. Максимчук та С. Бондар (формування політичних міфів у масмедіа) [178], Л. Павлюк (міф у масовій комунікації) [212], Г. Суріна (міфологізація буденної політичної свідомості) [302–303].

Міфологеми як терміни політичної філософії вперше в 1941 р. використали К. Юнг та К. Каренї, на думку яких, це водночас і міфологічний матеріал, і його підґрунтя: «Основна маса... матеріалу, що зберігалася традицією з незапам'ятної давнини, утримувалася в оповіданнях про богів і богоподібних істот, героїчних битвах і подорожах у підземний світ – оповіданнях («міфологема» – це давньогрецьке слово для їхнього позначення), які всім відомі, але які далекі від остаточного оформлення й продовжують служити матеріалом для нової творчості. Міфологія є рухом цього матеріалу» [131, с. 13].

Сьогодні міфологему розуміємо як відображення реальності у стійкій словесній конструкції. У сучасній науці міфологему визначають як специфічний гносеологічний образ, відмінною рисою якого є безпосередня єдність двох планів – предметного й символічного, як константу міфологічного мислення, мінімальну одиницю міфологічного дискурсу, що зберігає якість міфу. Міфологеми «можна назвати образами-символами. Але ці символи не формальні, не абстрактні, як, наприклад, символи у фізиці або математиці, а змістовні, оскільки одночасно є образами» [177, с. 104].

У дослідженні С. Гуцол міфологема інтерпретується як одна «з основних форм відносин людини зі світом, втілених в образах» [90, с. 17]. Попри значну відмінність сучасного постмодерністського мислення від традиційного міфологічного, хоч воно «активно декларує тотальне повалення міфологічних систем попередніх епох, спрямованість на остаточне руйнування будь-яких метаконструктів, фактично виявилось нездатним подолати міфологічність своїх власних засад» [90, с. 18]. Як зазначає С. Гуцол, «серед характерних ознак наближення ситуації постмодерну і «міфологічної архаїки» виокремлено кількісне зростання циркулюючих у соціокультурному просторі міфологем, а також збільшення їхнього рівня значущості й впливовості. Визначено, що однією з базових міфологем сучасної культури є космогонічна ідея» [90, с. 19].

За словами М. Павлюх, міфологема – це «усталений образ громадської свідомості, який живе у національній пам'яті, передається нацією генетично. ...цей процес регулюється політичними подіями, історичною необхідністю, національними кризами. Характер міфологеми залежить також від шляхів досягнення нацією свого утвердження. Українці бачили ідеал свого утвердження в національній державі, яку б очолював харизматичний лідер» [215]. У контенті тижневика «Дзеркало тижня. Україна» концепт «національна ідея» реалізується зокрема у міфологемах, що створюють образ сильної особистості, здатної об'єднати народ навколо ідеї і готової віддати життя за неї.

Розрізняють кілька типів національно-політичних міфологем, властивих кожній нації. Серед них – правитель-воїн-політик, дуже поширена міфологема,

що існує в національній творчості. Український народ завжди творив образ мужнього, славного й справедливого воїна, якого вирізняли розум і розважливість. Ясним сонечком Руської землі, – називали князя Володимира русичі, мудрим називали князя-книголюба Ярослава. Під час Визвольної війни української нації 1648 р. склалася інша міфологема, яка жива й донині, – образ харизматичного лідера, лідера від Бога, в якому поєдналися войовниче, духовне й національне начала. Українським Мойсеєм назвав народ свого улюбленця Богдана Хмельницького [215].

Міфологеми спостерігаємо і в сучасній державі. Народ створює навколо певних осіб ореол слави, сприймає їх мало не месією. Перш за все тут домінує духовний аспект. Згадаймо бодай студентську революцію на граніті, яка також відбувалася на Майдані. Спочатку покладали надію на першого президента, потім носили на руках дисидентів. Декого з них вважали ледь не святими: для народу вони – герої, які постраждали за національну ідею. Міфологема сильного лідера помітно увиразнилася під час Помаранчевої революції. Народ скликав Майдан, обрав свого "президента" [215].

Тож міфологема «сильний лідер», що активізувалася в часи Помаранчевої революції, в аналізованому нами виданні «Дзеркало тижня. Україна» представлена такими видами:

1. Лідер як уособлення демократичних підходів і чесного вибору. Так, у міфотворчості української нації є один історичний парадокс: з одного боку, вона вимагає сильного гетьмана, а з іншого – ненавидить будь-яке приниження й рабство, прагне до становлення демократії та можливості чесного вибору очільника держави, що й засвідчує такий приклад: «Усвідомлення того, що чинний Президент може у кращий спосіб гарантувати своє майбутнє і майбутнє свого оточення, якщо виступить в очах західної спільноти гарантом проведення чесних і демократичних виборів (а за логікою на таких виборах мав би перемогти В. Ющенко), спонукає керівників відповідних груп активно налагоджувати формальні і неформальні контакти з відомими західними політиками» (№26, 2004 р.).



Народний лідер апріорі повинен бути чесним і справедливим захисником демократії, підтвердження чого вбачаємо в таких рядках: «Я тут, щоб підтримати народного президента Ющенка, – каже кожен зі студентів і поспішно додає, – і щоб відстояти справедливість, демократію, чесний вибір. Ми хочемо правди. Хочемо, щоб влада нарешті побачила свій народ і врахувала його рішення, щоб визнала свою провину за масові фальсифікації й обман» (№48, 2004 р.).

Міфологема нового президента як народного героя набирає масового характеру, відголосок чого знаходимо і в «Дзеркалі тижня. Україна»: «Люди приїхали, і цілком серйозно мали намір стояти до переможного кінця. Я розмовляв з хлопчиком із Житомирської області, він показав мені листа матері, в якому є такі слова: «Тебе відправляло все село. Без Ющенка додому можеш не повертатися» (№50, 2004 р.).

## 2. Лідер, який поведе Україну до Європи.

Масмедіа як посередник між народом і владою передають сподівання, які покладають на омріяного, але поки що не обраного президента: «Якщо президентом стане Віктор Ющенко, то, як запевняють нас наші європейські джерела, Україні варто очікувати від Євросоюзу ентузіазму в розвитку відносин і політичної підтримки. У цьому разі дуже швидко відбудуться знакові візити в Україну вищих посадових осіб Євросоюзу, наша країна нарешті отримає статус країни з ринковою економікою, буде внесено позитивні зміни в План дій, збільшено технічну допомогу» (№47, 2004 р.)

«І, зрештою, грандіозного свята на найвищому рівні заслужив не лише Ющенко, а й ми з вами. Адже високі закордонні гості приїдуть вшанувати не тільки нового президента, а й народ України, який примусив весь світ поглянути на свою країну іншими очима. І це буде інавгурація не лише президента Ющенка, а насамперед нової європейської нації» (№53, 2004 р.).

## 3. Лідер як протидія «режиму Путіна».

«І тепер перемога Ющенка сприйматиметься як нищівна поразка Путіна. Ще одне і найголовніше. Для хворобливого самолюбства Володимира

Володимировича це буде нелегким випробуванням. Питання в тім, що для нього буде більшим злом: визнання власної поразки чи ж подальше погіршення іміджу як Росії, так і його власного» (№47, 2004 р.).

«Операція «крах Ющенка» у цьому разі повинна буде завершитися ще до закінчення другого строку Володимира Путіна, бо інакше питання про продовження строків чи наступника може виявитися вже не таким просто вирішуваним. Але це – ще не найбільш неприємне в сформованій ситуації. Найнеприємніше, що у разі нелегітимного – із російської точки зору – приходу опозиції до влади мова йтиме вже не про крах Ющенка, а про крах України» (№48, 2004 р.).

«Останнім часом в Україні багато хто говорив про те, як важливо для нашої країни та її відносин із Росією, щоб перемога Ющенка на виборах не трактувалася і не сприймалася як особиста поразка Путіна. Звісно, є велика спокуса позлортватися, що в Путіна знову нічого не вийшло на чужих виборах, незважаючи на всі вкладені кошти, зондер-команду кремлівських політтехнологів і особисту підтримку одного з кандидатів» (№52, 2004 р.).

Поряд з функціонуванням 2004 р. національної міфологеми сильного лідера – народного президента, який готовий протистояти «режиму Путіна» та привести Україну в Європу, під час Помаранчевої революції набуває значущості міфологема Майдану як «місця національної згуртованості українського народу, символу духовності й дієвості національної ідеї» [364].

Саме на Майдані національна ідея реалізовується практично: об'єднавчого значення набувають національні символи – люди співають гімн, за стрічками кольорів національного прапора впізнають однодумців тощо. Майдан об'єднав усіх – громадян, духовенство, ЗМІ, політиків... Як підсумовує М. Павлюх, «це вже високий рівень прояву громадянського суспільства» [215].

Цей процес набуття суспільної значущості міфологеми Майдану яскраво спостерігаємо в тижневику «Дзеркало тижня. Україна». Поступово міфологема сильного лідера здає свої сильні позиції в суспільній свідомості українців, а відповідно, і в масмедіа. Натомість найбільшим пріоритетом для українського

народу стає правда, демократія і закон, що почали асоціюватися саме з Майданом. А якщо сильний лідер порушить ці критерії, народ готовий повстати проти нього: «Типова киянка запитувала вуйка Василя: «Чоловіче, що вам принести поїсти?» А він відповідав: «Їжі в нас досить». «А що вам принести попити?» «Пити в нас досить». «Чоловіче, а що ж вам потрібно?» «Вогнегасник і килим, якщо є». Сміх сміхом, але ці люди в разі потреби були готові залишитися на Хрещатику і пікетувати навіть президента Ющенка за недосконалі укази про підвищення пенсій» (№50, 2004 р.).

«Але велика зрада – це в тому випадку, якщо новий політичний режим – персонально Віктор Ющенко, Юлія Тимошенко, Олександр Зінченко, Анатолій Кінах та інші «фронтмени» Революції зрадять те, що було послане з неба і розпорядниками чого вони, за збігом обставин, є. Мабуть, вони вважають себе творцями подій, але це, м'яко кажучи, перебільшення» (№52, 2004 р.).

На сторінках «Дзеркала тижня. Україна» Майдан є середовищем творчим, сакральним, формою демократії й національної свідомості. Ця міфологема уособлює велику потребу українців у національному катарсисі – національному підйомі. Доведена до розпачу нація, стомлена й розчарована, потребує нового відродження, нових національних патріотичних емоцій, нових ідей і героїв [215]. За часів Помаранчевої революції центральний майдан української столиці перестав бути звичайним географічним поняттям. Майдан став явищем, яке змусило переосмислити український народ власну роль у долі країни:

«Нині кажуть не лише «на Майдані», а й «під час Майдану», «учасник Майдану», «закони Майдану». У тритижневому проміжку часу спресувалася така кількість подій, емоцій і доль, що їх вистачило б на добрий десяток років життя іншої благополучної європейської країни. Майдан перевернув життя і душі багатьох із нас, примусивши переосмислити власну роль у долі країни. А багатьом просто довів, що в них взагалі є така роль» (№50, 2004 р.).

А що як Майдан – це народження чогось масштабнішого, ніж просто українське громадянське суспільство? Що як це онтологічна революція, а не лише політичний переворот? Що як це сонячна містерія вогненного кольору, а

не просто карнавал помаранчевих шарфіків? Адже в Стародавній Русі-Україні “помаранчист” архистратиг Михаїл вважався небесним покровителем великокнязівської фамілії й навіть усієї нової людської спільноти – народу Божого» (№52, 2004 р.).

Майдан створив національну міфологему, яка житиме в нашій національній пам'яті та історії. У 2013 році міфологема Майдану трансформувалася у міфологему Євромайдану і уособила національно-патріотичні протестні акції, передусім проти корупції, свавілля правоохоронних органів, сил спецпризначення, а також на підтримку європейського вектору зовнішньої політики України:

«Євромайдан демонструє готовність суспільства до якісних змін, а також готовність Старого Світу рахуватися з нами. Живемо у тяжкий час – час очищення, коли прагнемо позбутися рабської психології. А Майдан – у нашому єстві, він живий... Майдан – національна форма суспільного діалогу, яка притаманна тільки нашій нації. Євромайдан – не тільки наша сучасність, це вже наша історія» (№49, 2013 р.).

«Майдан дійсно можна назвати "школою", яка виховує волю й витривалість. На Євромайдані народжуються свідомі українці, які є і залишатимуться основою нашої держави (№49, 2013 р.).

Також у тижневику «Дзеркало тижня. Україна» виділяємо ідеологеми, у яких реалізується концепт «національна ідея». Звернемося спочатку до розгляду терміна «ідеологема». Дослідниця Н. Купіна визначає ідеологему як світоглядний припис певної мовної форми [155, с. 43]. Вчена О. Малишева пропонує розуміти під ідеологемою особливий багаторівневий концепт, у складі якого актуалізуються «ідеологічно марковані концептуальні ознаки, що об'єднують у собі колективне, часто стереотипне і навіть міфологізоване уявлення носіїв мови щодо влади, держави, нації, громадянського суспільства, політичних та ідеологічних інститутів» [179, с. 35].

Визначальними характеристиками ідеологем у публіцистиці є заданість певної ідеї, її звернення в майбутнє, тобто ідеологема – це запропонована ідея,

що утверджується, елемент публіцистичної картини світу; стереотип свідомості, що лише складається, проте вже має ідеологічну конотацію. Ідеологеми з часом неминуче стають стереотипами свідомості, оскільки саме в цьому і полягає завдання автора-публіциста – «вставити» в мовну картину світу адресата й закріпити в ній як ментальний стереотип необхідну задану ідею [176].

Виділяють два види ідеологем – соціальні (чи соціально-політичні) й особистісні. Зупинимося на соціальних ідеологемах. Вони відображають установки й орієнтири суспільства на певному часовому відрізку.

Переваги ідеологем: вони легко завойовують масову свідомість, формуючи єдиний ідеологічний і культурний процес в державі.

Недоліки ідеологем: завдяки властивості спрощувати процес пізнання та формувати досить примітивну свідомість ідеологеми в публіцистиці стають маніпулятивною складовою управління суспільною свідомістю [176].

В інформаційно-аналітичному тижневику «Дзеркало тижня. Україна» виокремимо такі соціальні ідеологеми, актуальні для українського суспільства:

1) «Україна – це Європа» – перспективна й нині актуальна соціальна ідеологема, яка «вказує і буде вказувати в майбутньому напрямок руху української держави» [364]. Як відзначає Я. Прихода, «у контексті України концепт Європа як ідеологема розгортається у таких напрямках: орієнтир, вибір, вимір, вектор, курс, стратегія, шанс [245], що свідчить про багатовекторність цього визначального для України концепту.

Варто зазначити, що концепт «Європа» в сучасній українській науці неодноразово був предметом дослідження й тісно пов'язаний з такими філософсько-політичними поняттями, як: «європейство, європейскість, європейська ідентичність... проблема європеїзації, європеїзму, визначення поняття “європеєць”» [245].

2004 р. За словами авторки дисертаційної праці, присвяченої дослідженню концепту «Європа» в українській публіцистиці, Я. Приходи, «особливо потужним “концептоносієм” лексеми Європа є преса.

Виокремлено три періоди актуалізації європейської тематики в пресі: 1991–1995, 1995–1998, 1998–2003 роки», що зумовлено основними історичними подіями, «пов'язаними з організаційними засадами європейського вибору України» [246, с. 8]. При цьому дослідниця виділяє такі тематичні лінії в розвитку аналізованого концепту в пресі: «декларативна (Україна – це Європа), настановна (Європа – це спільний дім), стратегічна (Європа, ЄС – мета України)» [246, с. 8]. На думку Я. Приходи, для «Дзеркала тижня» ця тематика стала пріоритетною [246, с. 8]. Більше того, дослідниця вбачає завданням преси «розвивати концепт Європа як метаідею для України і, отже, інтегруватися в європейсько-світовий інформаційний простір» [246, с. 9].

2010 р. концепт «Європа» був розглянутий В. Кравченко в межах євроінтеграційного дискурсу на матеріалі «англомовних текстів, розташованих на Інтернет-сайтах Євросоюзу та британських періодичних видань (у їхньому електронному вигляді) за останні 5 років» [152, с. 62]. Дослідниця приходить до висновку про те, що спектр атрибутів аналізованого концепту значно розширився, зокрема йдеться про географічні, політичні та часові ознаки, провідну роль у світовому просторі, ментальна та ірреальну сутності, а також ознаки конфігурації [152, с. 63–64]. Проте попри очевидні переваги, це має і свої недоліки: «Раніше просторова референція Europe визначалася межами Європейського континенту, а нині вона окреслюється змінними та остаточно не визначеними просторовими рамками ЄС» [152, с. 64]. Тобто йдеться про те, що чим ширшими стають межі концепту, тим вони є більш розмитими.

Наведемо уривки з контексту тижневика, у яких простежуємо вживання ідеологеми «Україна – це Європа» та її інтерпретацій «ми – європейці», «європейська Україна» тощо: «Аналізуючи цінності та інтереси Європи і України, ми сміливо можемо говорити про їхню спорідненість. Європейські цінності: відданість демократії, свободі, визнання свободи совісті. Вони близькі й Україні» (№34, 2006 р.).

У 2004 році Україна продемонструвала готовність до визначення власної ідентичності, власної історії. І, отже, саме тоді вперше Європа заговорила про генетично європейську Україну» (№25, 2007 р.). «Головна його ідея, гасло й водночас надзавдання – європейський вибір України: «Україна – це Європа» (№48, 2013 р.). «В усіх моїх книжках – дух Карпат. Вони безмежні. Глибинність їх невичерпана. Тут формувалися племена, котрі йшли в Європу. Ми – європейці давно, ще раніше, ніж Європа була створена. І чомусь весь час це обстоюємо на генетичному рівні» (№48, 2013 р.).

2) «Схід і Захід – разом». Ця ідеологема набула значної ваги ще в часи Помаранчевої революції. Проте й сьогодні вона не втратила для українського суспільства своєї ваги. На сторінках «Дзеркала тижня. Україна» ідеологема «Схід і Захід – разом» уособлює ідею консолідації, об'єднання громадян різних куточків країни – перш за все з метою протистояти свавіллю чиновників і бізнесових груп. Для прикладу – уривки:

«Ідеологи союзу із «синьо-білими» обґрунтовують його необхідність тезою «Схід і Захід – разом!», що звучала на Майдані. Але насправді мова йде лише про об'єднання бізнес-інтересів видних представників нової влади з бізнес-інтересами «донецької опозиції» (№43, 2005 р.).

«Ви не задумувалися, що об'єднує Схід і Захід, Донецьк і Львів, Сімферополь і Житомир в одних кордонах?»... «Лише одне: відчуття спільного ворога. І цим ворогом для них є Українська Держава. Держава як апарат насильства. Держава як гвардія чиновників. Держава як система законів і тарифів» (№7, 2008 р.).

Зрозуміло також: якщо політика влади не зміниться (при зростанні цін на квартплату, газ, продукти) ... «Чиновники команди президента продовжують багатіти), протестні настрої в масах зростуть. До речі, саме на цьому ґрунті дуже швидко настане «злука» між «непримиренними» Заходом і Сходом. Адже погано всім» (№2, 2011 р.).

«Тільки у 2004-му публічно пролунало гасло «Схід і Захід – разом!». На жаль, на тлі решти сказаного тоді його не почули й не оцінили. Але, на щастя,

за 22 роки жителі Донбасу прийняли Україну як константу суспільного буття. Не полюбили, але визнали. Сепаратизм і проросійська риторика залишилися маргінальним оперетковим організаціям» (№30, 2013 р.).

3) «Україна без «йолки», Різдво без Януковича». Цей приклад соціальної ідеологеми цікавий тим, що він проіснував досить недовго – кілька місяців. Наводимо цитати з тижневика, у яких подано інтерпретації цієї ідеологеми:

«І це стовідсотково підтвердилось подіями на Євромайдані. Замість Угоди та діалогу з людьми – кийки і кров. Замість народної влади – антинародні дії. Натомість – Йолка, з якою весело прощатися з цим поганим минулим» (№49, 2013 р.).

«Але не можна двічі залізити на ту ж саму політичну «йолку». Тоді мета була реальнішою принаймні через фактичну відсутність легітимної влади. Опозиція триєдина, що ускладнює координацію дій і вплив на електорат. Янукович – не Кучма. Гасло «Міліція з народом!» після нічного розгону міг сприйматися хіба що як кепський жарт» (№46, 2013 р.).

Крім того, згодом ця ідеологема втілилася в життя в трансформованому вигляді – «Україна без Януковича!»: Ми потребуємо зміни всієї системи, аби вона не могла більше народжувати нових януковичів і захарченків. А елементом цієї системи, який має змінитися, є й ми самі. Тривала ненасильницька боротьба змінює не лише владу, а й людей, вчить їх відповідальності й солідарності» (№5, 2014 р.).

Серед сучасних соціальних ідеологем у «Дзеркалі тижня. Україна» є як глобальні, розраховані на тривалу перспективу – «Україна – це Європа», «Схід і Захід – разом!», так і досить короткотривалі – «Україна без «йолки», Різдво без Януковича».

Отже, міфологеми та ідеологеми, у яких реалізується концепт «національна ідея» у виданні «Дзеркала тижня. Україна», є одним із суттєвих чинників, що визначає роль історико-культурного контенту тижневика у формуванні національної свідомості.



### **3.3. Історико-культурний контент «Дзеркала тижня. України» як формотворчий чинник національної свідомості українців**

«Дзеркало тижня. Україна» можна назвати демократичним суспільно-політичним виданням, що пробуджує опозиційні настрої та системно, програмно формує національну свідомість українців – на політичному, культурному та історичному рівнях. Причому за 20 років свого існування інформаційно-аналітичний тижневик жодного разу не ставав «пресою на замовлення», завжди мав авторитет справді якісної, незалежної преси, чим і здобув повагу та довіру багатьох тисяч освічених людей, інтелігенції України. Ще на початку свого життєвого шляху, коли вийшов сотий номер видання, редакція нагадала читачам свою принципову позицію: «Ми чітко усвідомлюємо: у справі розбудови незалежної України незалежна газета так само важлива, як і незалежний громадянин, незалежний власник, незалежна гривня. Оскільки залежне «Дзеркало» – це вже й не дзеркало зовсім, а так – «кімната сміху», в якій можна побачити своє «замовне» відображення: хочеш – зменшене, хочеш – непомірно збільшене...» («ДТ» від 31.08.96) [93].

«Дзеркало тижня. Україна» гідно підтримує репутацію професійної, якісної преси, яка користується довірою аудиторії. Саме тому видання неодноразово ставало лауреатом багатьох відомих конкурсів та програм. Зокрема: тричі (у 1997, 1999, 2000 рр.) тижневик «Дзеркало тижня» був переможцем загальнонаціональної програми «Людина року» у номінації «Газета року». У 1999 році став володарем титулу «Всенародне визнання» на всеукраїнському фестивалі журналістики, а в 2000 році отримав вищу нагороду в галузі журналістики «Золоте перо» на всеукраїнському конкурсі ЗМІ. У 2001 році Фонд «Цайт-Штіфунг» присвоїв тижневику премію імені Герда Буцериуса «Молода преса Східної Європи. У 2005 газету нагороджено спеціальним призом НСЖУ та Асамблеї ділових і творчих кіл України – «Вища

проба». У 2014 р. НСЖУ також відзначила здобутки видання і з нагоди 20-річчя нагородила почесною відзнакою «За відданість журналістським стандартам і бездоганну репутацію» [93].

За період свого існування тижневик не піддавався ні тиску, ні спокусам, залишившись вірним своєму читачеві. Проте за 20 років існування «Дзеркало тижня. Україна» пройшло чимало серйозних випробувань. Так, на ім'я редактора завжди надходило чимало листів, у яких читачі висловлювали невдоволення фактами, викладеними у публікаціях. На кожне таке зауваження редакція відповідала, наводила аргументи, документи, які підтверджували правдивість опублікованих матеріалів. До того ж дуже часто деякі герої публікацій – переважно політики, фінансисти, підприємці – подавали на тижневик до суду, вимагаючи відшкодування моральної шкоди та матеріального збитку. Так у середньому за рік проти видання висували близько 15 серйозних обвинувачень. Претензії про завдання непоправної школи своїй репутації бездоганно чесних і порядних політиків, фінансистів, підприємців до «Дзеркала тижня. Україна» пред'являли свого часу Леонід Кучма і майор його охорони Микола Мельниченко, Павло Лазаренко, Раїса Богатирьова, більшість членів політради Соціалістичної партії України й окремо Микола Рудьковський, Леонід Черновецький, Олександр Турчинов та ін. А також юридичні особи: Тендерна палата України, «Євроконсалтинг», «Турбоатом» тощо [102].

Автори матеріалів історико-культурної проблематики ніколи не ховалися від проблем, від часу і намагалися, звичайно, зі своїх об'єктивних позицій, говорити чесно – у будь-яких політичних, соціально-економічних ситуаціях. Як зазначає редактор відділу «Культура» Олег Вергеліс: «Це навіть не якась умисна критика культурної позиції влади, а своєрідне інтелектуальне дисидентство – не руйнація, не заперечення всього, а намагання полемізувати і знаходити саме в полеміці, в дискусії щось суттєве, праведне. Ми намагаємося у політизованому сьогодні все-таки бути на позиціях етики, об'єктивності, не ханжества, гідно відповідати на виклики часу» (Додаток Г).

Так, наприклад, після Помаранчевої революції, у часи президентства В. Ющенка (2005–2010 рр.) публіцисти, коментатори «Дзеркала тижня. Україна» були досить відвертими, щирими, коли говорили про так звану «хуторянську культуру», «поплавщину» – констатували, що це підміна понять, яка шкодить справжній культурній парадигмі. «Бо культурна парадигма – це все-таки не шансон, не те, що у ті часи нав'язували ЗМІ, – говорить Олег Вергеліс. – Справжня культурна парадигма – зовсім інший художній вимір, осмислення, тематика: симфонічна музика, живопис, високі зразки театрального мистецтва тощо. Українська культурна парадигма – це зокрема гуманізм. Тобто видання стоїть на позиціях не деструкції, а гуманізму» (Додаток Г).

Прикладом розвінчування тижневиком ідеалів «поплавщини» є матеріал О. Рожена «Сплеск культури» (№2, 2004 р.), в якому автор аналізує контент новорічних програм українського телебачення і з неприхованою емоційністю критикує виступ ректора Київського національного університету культури і мистецтв, співака Михайла Поплавського на телеканалі СТБ: «І хоча Михайло Михайлович був у броньованому костюмі, проте здавався абсолютно голим. За крапельками поту, які мимоволі виступали на чолі співаючого ректора, відчувалося: оголені сіднички стриптизерок ставили його в позиції, в яких немолодій уже людині нелегко...» [266]. О. Рожен піддає серйозним сумнівам якість і моральність таких виступів: «Хотілося б запитати у прес-служби “співаючого ректора”, чому вона не викупила в каналу цей дивертисмент і не стерла майстер-касету? Чи ректор вважає, що йому вже втрачати нічого? Чи, може, виступ “співаючого ректора” – прелюдія до певного законодавчого акта, що легалізує проституцію? А може... промайнула й така скажена думка – у КНУКіМ відкриється кафедра стриптизу й еротики, де порнографію читатимуть як факультатив для особливо обдарованих? Не здивуюся, якщо в нас невдовзі з'являться кандидати еротичних наук, доктори науки повільного роздягання...» [266].

За приклад критики гіперактивної популяризації «хуторянської культури» можна навести публікацію К. Константинової «Арт-відступ. Чому держава стала пропагандистом кітчу» (№46, 2008 р.). Авторка розповідає про так звану «кітчизацію» влади, тобто про популяризацію чинною владою мистецтва дуже низької якості. У публікації подано матеріали з круглого столу, що проходив у редакції «Дзеркала тижня. Україна», де зустрілися знавці мистецтва, яким небайдужі художні процеси в Україні. Так, мистецтвознавець А. Ревенко наголосила: «Ми знову повторюємо шлях, який торували на початку ХХ століття. Курбас застерігав проти хуторянства в мистецтві. Що маємо тепер? Те ж таки хуторянство. Що зробила недавно наша влада? Видала указ, яким відтворила те, що було у 1918-му: зняття пам'ятників “царям і слугам”. Так, тепер зносять майже всі пам'ятники комуністичного режиму. А що ставлять натомість? Монументи сумнівної художньої якості. Знову повторюється план «монументальної пропаганди». При цьому багато говорять про національну ідею... Очевидно, не треба шокроку зводити пам'ятник Шевченку, як колись це було із монументами вождям. Не треба девальвувати справжнє» [146].

У 2011–2013 рр., за президентства В. Януковича, тижневик «Дзеркало тижня. Україна» був одним з небагатьох видань в Україні – «розумно-критичним, аргументованим, але ніколи не істеричним. І продовжував закликає, щоб влада, культура повернула очі від низькопробного кітчу, який став ще більш популярним за можновладців Януковича» (Додаток Г). Для прикладу – матеріал О. Вергеліса «Хороша “Russia”, та не наша» (№37, 2011 р.), де журналіст коментує засилля «низькопробного гумору» на українському телебаченні і бездіяльність у цьому плані Національної експертної комісії з питань моралі, яка, на думку автора, могла б продуктивно поповнити державну казну, якби справедливо штрафувала «кітчеві» телепрограми: «У тій-таки “Russia” – улюбленій прокладці українського телефіру – із засобами комічного не церемоняться від початку. Останнім часом особливо. Тут у них спеціальне телевізійне “раблезіанство”, адаптоване

авторами й виконавцями в затребуваний похитливими телемасами “кітч за межами”. Уже новий сезон представляє типовий зразок “туалетного гумору”. Місце якому, природно, у відхожих місцях, а не на громадському телебаченні в найкращий час... І коли б якийсь “спеціаліст” (від М. Азарова) засів із пультом у вихідні, то не одну “бюджетну дірку” вдалося б залатати після стягнення умовного “штрафу”» [48].

В іншій публікації «Народне волевиявлення» (№21, 2013 р.) О. Вергеліс порушує проблему заповнення телевізійних талант-шоу «кітчевими» артистами, а також питання відсутності попиту в телевізійних шоу на справді якісне, професійне мистецтво: «Сотні разів доводиться нагадувати: технології отаких форматів – це (всього лише) “ігри на гроші”. Та ігри на рейтинг. І з якої радості мільярдерам-трудоголікам, котрі утримують свої телеканали, додатково упривати і напружуватися, просуваючи на сцени (в ефіри) десятки аматорів, які засвітилися у тій чи іншій програмі? Це ж усе – метелики. Кумири на мить. Гвинтики-гаєчки ненаситного шоу-агрегату... Який щосезону потребує нових жертв» [46].

Автор наводить приклад перемоги в одному із таких талант-шоу жіночого ансамблю «Лісапетний батальйон»: «Адже репертуар та образи дванадцяти трудівниць – саме “те”. Для найширших верств. Це кітчуха, перелита за краї гранчаків. Це дуркування, з претензією на лубок. І, як правильно зауважила одна людина, це просто – зведений хор з дванадцяти вірок сердючок. Хто ще потрібен народу в телевізорі, крім масок, що кривляються?» [46]. Свідомо критикуючи артистів, що є улюбленцями тисяч глядачів таких проєктів, автор розкриває читачам «Дзеркала тижня. України» справжню сутність таких талант-шоу, а головне – піднімає серйозну проблему виховання у громадян поганого мистецького смаку. Журналіст закликає: «ряд наших розумних учених знову засісти за праці на тему: «Кітч як смислотвірний стрижень естетичного самовизначення сучасного українського суспільства». Тож маємо те, що маємо. Кітчем затикаємо всі діри. Кітчем виправдуємо навіть те, що потребує не виправдання, а бичування» [46].

Перейдемо до аналізу матеріалів інакшої тематики. Від початку подій Євромайдану, тобто з кінця 2013 р., відділи «Культура» та «Архіваріус» «Дзеркала тижня. Україна» не залишилися осторонь важливих для українського народу подій. Тодішні публікації історико-культурної проблематики містили прозорі ідеї згуртування, єднання громадян. Так, місію лідерів думок, поводитирів національних поглядів виконували на сторінках тижневика відомі постаті культури – артисти, співаки, письменники, музиканти, які справді жили з народом на Майдані. Наведемо до прикладу матеріал К. Константинової «Голос Майдану» Євген Нищук: «Дві революції на одне життя – це багато» (№1, 2014 р.), де журналістка подає інтерв'ю з відомим українським актором Є. Нищуком, чий голос у 2004 р. озвучував різноманітні акції та заходи під час Помаранчевої революції, а у 2013–2014 рр. став традиційним і на Євромайдані. В інтерв'ю актор чітко озвучує настрої громадян і дає варіанти вирішення конфлікту: «...у 2004-му була якась “картина”, був суд, другий термін виборів. Тепер цього немає. Люди поки не мають визначальної точки, до якої потрібно рухатися. Якщо йти до рубежу планових президентських виборів 2015 р., – то це ще півтора року випробувань і трати часу. Звісно, люди втомлюються як фізично, так і психологічно. Треба знайти “момент виходу”. З іншого боку, цей Майдан не приносить розчарування... Далі – народ хоче євроінтеграції. А уряд “чогось” там не підготував. Отже, є проблема уряду. Потрібна реакція на те, чого вимагають мільйони людей. Ви або реагуєте, або як? Ще 2004 р. мене запитували, чи буде ще один Майдан? Казав: буде, але вже з кров'ю. На жаль, це сталося».

Ще одним яскравим прикладом реалізації матеріалів культурної проблематики як формотворчого чинника національної свідомості, коли лідером думок виступає людина мистецтва, є публікація фронтмена гурту «Океан Ельзи» С. Вакарчука «Звернення до молодих» (№46, 2013 р.), яку співак написав після приголомшливих подій 30 листопада 2013 р. (побиття «Беркутом» студентів на Майдані Незалежності). Артист закликає молодь до єднання, висловлення активної життєвої позиції та рішучих дій, зокрема: «Поки

Ваші батьки в кухонних розмовах нападають одне на одного, Ваших ровесників б'ють палицями на вулицях... Я не знаю, що би роз'єднувало Вас сьогодні. Студентів Харкова і Львова, курсантів Києва і Севастополя. Шанувальників музики з Донецька і Тернополя... У Вас одна Батьківщина – Україна! Ви просто не маєте іншої Батьківщини... Я бачив Ваші очі!!!! В кожному місті України!!! Вони яскраві! І усмішки Ваші щирі! Ваша енергія — це те, що об'єднує нас по-справжньому! Візьміть відповідальність на себе просто зараз – і Ви перетворите цю землю на діамант. Безмежно твердий і невимовно сяючий. В ЦЕ Я ВІРЮ! Тільки не мовчіть, заради Бога, не мовчіть!» [37].

Виокремимо основні підходи, на основі яких реалізується місія історико-культурного контенту «Дзеркала тижня. України» як формотворчого чинника національної свідомості українців.

1. Матеріали історичної та культурної тематики на сторінках видання оснований на патріотичних підходах, але «не в шароварах, а в нормальному європейському костюмі», – зауважує голова Комісії з журналістської етики, співзасновник газети «Дзеркало тижня. Україна» В. Мостовий (Додаток Г). Автори тижневика сповідують поважне ставлення до національної історії, до матеріальних і духовних надбань українського народу, а також мають гаряче бажання зберегти визначні характеристики української історії та культури. Питанню патріотизму приділено значну увагу на сторінках видання і зокрема досліджено трансформацію цього поняття у свідомості українців.

Так, у матеріалі В. Гриневича «П'ятирічка патріотизму у відсотках» (№8, 2012 р.), автор піднімає питання формування національної свідомості, державної пропаганди: «за 20 років незалежності сприйняття громадянами України слова “патріотизм” пройшло всі стадії розвитку та деградації. Причому не один раз – від захопленого до агресивно-заперечливого; від абсолютно щирого для більшості – хоча й короткочасного – притискання правої руки до серця під час виконання Державного гімну, до майже цілковитої байдужності, що супроводжується скептичною посмішкою» [84]. При цьому В. Гриневич стверджує, що кожна нова влада робить спробу спрямувати розуміння

українцями поняття «патріотизм» у потрібне їй русло, створюючи різні концепції та програми виховання в населення патріотичного духу: «Елементи етнічного націоналізму В. Ющенка простежуються в назві документа, який з'явився під час його президентства, – Концепція національно-патріотичного виховання молоді на 2009–2015 рр. А у вересні 2011 р. з'являється розроблений низкою міністерств і відомств проект Концепції загальнодержавної цільової соціальної програми патріотичного виховання населення на 2013–2017 рр. У громіздкій словесній конструкції назви тепер відсутній навіть натяк на національне, зате з'явилося “загальнодержавне”. І відразу спливає у пам'яті: “Мы, советский народ...”» [84].

«Дзеркало тижня. України» подає в приклад патріотично налаштованих представників української діаспори. Так, в інтерв'ю В. Худицького з одним із засновників Нью-Йоркської групи Ю. Тарнавським читаємо: «Не хочу, аби країну розривали на шматки» (№20, 2011 р.). Поет, відповідаючи на запитання журналіста, аргументує свою свідому, патріотичну позицію: «Я ніколи не перестану бути українцем... Тепер я пишу англійською мовою, але не перестаю бути українцем – як Набоков, пишучи англійською, залишився російським письменником... Потрібно, щоб між Сходом і Заходом, Півднем і Північчю країни існувала толерантність – щоб люди різних поглядів мали бажання бути разом, творити одну гомогенну українську націю. Цього в Україні я, на жаль, не бачу. Тут існує різний патріотизм: люди, які є патріотами насправді, і ті, що вважають себе патріотами, проте ними не є. Вони, радше, обстоюють своє бачення чи думки, а потрібно бути патріотами всієї країни» [324].

2. Відродження та розвиток опозиційності. Тижневик «відродив і продовжує розвивати в свідомості читачів опозиційні настрої, прагнення жити в цивілізованому суспільстві та пишатися своєю країною, її історією та культурою» [176]. Саме така преса потрібна Україні на сучасному етапі розвитку, адже журналістика – найвпливовіший важіль, який може регулювати формування тієї чи іншої громадської думки.



Одним з варіантів відродження та розвитку опозиційних настроїв є подання в приклад «Дзеркалом тижня. Україна» розповідей про історичних персонажів, які не побоялися виступити проти радянського режиму. Так, у публікації О. Григор'євої «Він був ворогом Сталіна» (№25, 2013 р.) описує життєвий шлях наркома внутрішніх справ УРСР М. Скрипника, якому закидали «ворожі, чужі, петлюрівські погляди», наслідком чого начебто стала перекручена лінія партії, всілякі шкідливі елементи в мовознавстві, а також буржуазний націоналізм, зокрема: «Куди поспішали вельможні більшовицькі мужі, чому бажали мерщій знищити навіть згадку про Миколу Скрипника? Пояснюється все до болю просто – страх. Страх того, що знайдуться послідовники “злісного націоналіста” Скрипника, що почне давати збої імперська машина, яка невтомно перемелює людський матеріал, що небезпечні одиниці цього «матеріалу» почнуть вибиватися зі слухняної маси...» [83]. Наприкінці публікації автор констатує, що історія завжди все розставляє на свої місця, відзначає, що М. Скрипник відіграв значну роль в історії українського народу, а народ завжди пам'ятає своїх патріотів: «Бумеранг історії повертається. Невдовзі у сталінських катівнях та перед розстрільними командами зів'яне швидкоплинна слава вчорашніх парткомівців, але крок у безсмертя буде дано зробити одиницям. Йосип Сталін і Микола Скрипник – постаті одного часу й однієї системи, проте подзвін по них лунає в Україні по-різному. А тим, хто воліє бачити в суперечливій пам'яті про Скрипника лише негатив, мусить знати: потрібен час, щоб осів пил. Ця історична копиця занадто велика, щоб одразу знайти в ній усі голки» [83].

Іншим прикладом опозиційного підходу «Дзеркала тижня. України» до історико-культурної тематики є подання інтерв'ю з відомими культурними діячами, в яких переважають опозиційні настрої. Так, у матеріалі К. Константинової «Андрій Кокотюха: “Українці мислять не головами, а серцями. Саме тому все у нас так, як є, через одне місце...”» (№21, 2013 р.), де сучасний український письменник А. Кокотюха емоційно й аргументовано розповів про видавничі справи в Україні та про байдуже ставлення до цього

питання представників тодішньої влади, членів Партії регіонів: «Керівникам та багатьом рядовим членам нинішньої партії влади гуманітарна сфера в Україні – непотрібна взагалі! Вони скидаються на такі собі “племена”, яких ошчасливилює інше... Наприклад, булгаковський Шаріков був щасливий, граючи на балалайці і працюючи начальником “подотдела очистки”. Душив котів. І сидів на своїх 16 квадратних аршинах. Якщо винести “регіоналів” за дужки, всім іншим книжка потрібна. Але для виправлення ситуації книжковий ринок теж має бути ринком, а не благодійною діяльністю. А письменник повинен писати книжки, орієнтуючись на читацький попит, а не вважати себе месією» [145].

Отже, тижневик ставить за приклад опозиційні настрої відомих сучасників та історичних осіб, які в цьому випадку відіграють роль лідерів думок.

3. Сповідування толерантності та виваженості. При поданні матеріалів історико-культурної проблематики автори «Дзеркала тижня. Україна» не йдуть на провокації, крайнощі та радикалізм і спонукають до цього читача. Як наголошують журналісти видання, «журналістське розслідування, взагалі публіцистика передбачає обговорення гострих тем, але тижневик намагається не зіштовхувати дійових осіб конфліктних ситуацій, а скоріш – вивести на чисту воду» (Додаток Г).

Чи не найяскравішим прикладом такого толерантного, виваженого підходу є матеріали релігійної проблематики, як, наприклад, публікація П. Зуєва «“Політичне православ’я” відокремили від церкви» (№1, 2008 р.), у якій йдеться про проведення в умовах «облоги» архієрейського собору Української православної церкви в Києві 2007 р., що призвів до значних змін у церковному житті цієї церкви. Основною перешкодою до корпусу Києво-Печерської лаври, де проходив Собор, був «блокпост» з православних фундаменталістів, які виступали проти помісної церкви та автокефалії. При чому, як зауважує П. Зуєв, більшість протестувальників навіть не знали, що на засідання винесені питання, які стосувалися не канонічного статусу Української православної церкви, а інших аспектів: ставлення Церкви до політики й

«політичного православ'я», а також про внесення поправок до чинного статуту управління Української православної церкви [121].

Варто відзначити, що «Дзеркало тижня. Україна» трактує ці події досить виважено й толерантно, враховуючи релігійні погляди громадян різних регіонів України, намагаючись вгамувати конфлікт і спонукаючи читачів не довіряти цим провокаціям: «Канонічний статус УПЦ узагалі не був предметом розгляду Собору УПЦ. І це легко пояснити. Адже з цього питання в сучасній УПЦ не існує єдиної думки ані на рівні єпископату, ані на рівні священників і мирян. І це зрозуміло. Сучасна УПЦ так само “багатовекторна”, як і країна, в якій ми живемо. Південь і Схід традиційно орієнтуються на Росію. Віряни в Західній Україні психологічно ближчі до Європи. Єпархії в центральному регіоні схильні до компромісного варіанта, який міг би примирити “східняків” і “западенців”. Словом, усе як скрізь...» [121].

Тож такий толерантний підхід журналістів тижневика до висвітлення подій релігійної тематики заслуговує не лише схвалення, але й наслідування.

Інший приклад – публікація О. Вергеліса «Посол Польщі в Україні Генрик Літвін: «З приводу шедеврів Альтомонте не повинно бути спекуляцій, вони належать Україні» (№30, 2012). Тут описано конфліктну ситуацію, яка серед спільних українсько-польських культурних проєктів викликала у суспільстві особливо жваву полеміку, запитання та емоції. Ідеться про безцінні батальні картини відомого італійського художника XVII ст. Мартіно Альтомонте (з фондів Львівської національної галереї мистецтв), які експонувалися в Олеському та Золочівському замках на Львівщині. Тим часом польська сторона запропонувала відновити історичну справедливість і повернути шедеври на їхнє первинне місце – в римо-католицький костел Святого Лаврентія у Жовкві, для якого свого часу й були написані картини на замовлення польського короля Яна III Собеського (1674–1696), і саме з цим сакральним живописним сюжетом поляки пов'язують своє особливе почуття гордості за історичні перемоги Речі Посполитої [47]. На сторінках «Дзеркала тижня. Україна» цю проблему вже було частково висвітлено раніше (див.

«Батальні сцени навколо скарбів Возницького», №21 від 08 червня 2012 р.). Продовження теми – ексклюзивне інтерв'ю посла Польщі в Україні пана Г. Літвіна. Тижневик толерантно, з повагою та розумінням, ставиться до обох учасників конфлікту і, подаючи розмову з послом, робить спробу розставити всі крапки над «і», зокрема: «Польська сторона пропонує свій варіант – повернення до витоків, тобто у місто Жовква. – Не може бути навіть мови про те, аби шедеври Альтомонте, які є власністю Львівської галереї, якимось “непередбаченим” чином опинились у Польщі... Ці живописні шедеври належать Україні. І саме в Україні вони повинні експонуватися. Мається на увазі містечко Жовква. Територія України. Львівська область. Римокатолицький костел Святого Лаврентія... І з цього приводу не повинно бути ніяких спекуляцій. Картини Альтомонте, повторюю, культурна власність України. Водночас – це наша спільна культурна, історична цінність» [47].

4. Інтелігентна подача матеріалів. Для інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна» характерною є його якісна складова: «Інтелігентним виданням стати (із цією журналістською командою!) зовсім неважко, бо інтелігентність – лише відсутність явної вульгарності, літаючих тарілок, диво-цілителів, гороскопів, чорнухи, екстрасенсів та іншої “масової культури” бульварних газет і журналів. Іще Сковорода вважав, що людина, “яка мислить глибоко й водночас піднесено”, неодмінно має “бадьорити владу”, вимагати від неї “не бути пупом землі”. Така модель існувала здавна» [101].

Також відзначимо, що «Дзеркало тижня. Україна» завжди намагається подавати не лише факти, а й різні концепції. Як, скажімо, у статті О. Кендюхова «Суспільство споживання як національна трагедія України» (№1, 2011 р.). Тут автор висуває концепцію «суспільства споживання» як одного з головних чинників суспільної свідомості. У публікації подано різноманітні класифікації – принципів філософії маркетингу, ознак суспільства споживання тощо. О. Кендюхов стверджує, що в умовах існування суспільства споживання активно функціонують такі явища, як духовна деградація та втрата економічної незалежності: «Духовна деградація на пні знищує саму можливість формування

української нації як самобутньої соціально-економічної, культурно-політичної і духовної спільноти. Втрата економічної незалежності за навальної духовної деградації суспільства – найбільша національна трагедія, породжена суспільством споживання, яку саме суспільство навряд чи спроможне осмислити. Але якщо згадати світову історію, то для жодного суспільства життя у світі ілюзій не закінчувалося добре» [134].

Або ж у матеріалі «Без милості до падких» (№7, 2012 р.) О. Покальчук розглядає поняття елітотворення. Автор подає чітку концепцію, згідно з якою «українські протоелітні групи є. Тільки вони не українські, а містечкові. У всіх сенсах. Оскільки кожна з них “морозилася” від початку в окремих умовах, то політична питома вага, щільність, опір матеріалу та швидкість танення в них абсолютно різні. Відлиги у вигляді різних виборів, та й загальне потепління після холодної війни примушує ці соціальні крижини якось рухатися вперед. Але щойно черговий політичний режим загальмує, знизить швидкість реформ у країні, як вони налазять одна на одну й завмирають непрохідними торосами. А отже, комусь доведеться їх підривати» [228]. О. Покальчук пояснює читачам причини, умови та процес творення еліти, зокрема й української, подає факти аргументовано, інтелігентно й водночас чітко та зрозуміло: «У пострадянському просторі є об’ємна історія наукових розмірковувань на тему елітотворення. Із захопливими дискусіями, наприклад про те, чим “компетентність” відрізняється від “компетенції”, а “лідер” – від “вождя” і “керівника”. Тим часом є цілком пристойно розроблені методики HR, досить ефективні техніки “хедхантингу” і різного якісного відбору менеджерів, наприклад грейдингування» [228].

5. Спонування до свідомого, аналітичного підходу щодо оцінки стану справ з відповідного гострого питання. Як стверджує головний редактор видання Ю. Мостова, «своїм головним завданням “Дзеркало тижня” і його автори завжди вважали не точкові розслідування, а встановлення точного діагнозу та пошук оптимальних варіантів лікування системи» [143]. За словами В. Дружбинського, автори тижневика завжди намагаються «писати без брехні,

працювати без халтури, займатися культурною політикою без істерик. Щоб допомогти людям не повторювати колишніх помилок та очиститися від залишків скверни, підозрливості, упередженості, секретності, фальші. А головне – допомогти їм твердо засвоїти істину, що вони не раби і раби – не вони» [101].

За приклад наведемо публікацію Л. Капелюшного «Біс пам'яті» (№ 29, 2007 р.), де описується конфліктна ситуація, що виникла в Одесі довкола встановлення пам'ятника Катерині II. У ній взяли участь представники різних сторін – місцева влада, комуністи, музейники та патріотично налаштоване населення. Журналіст підкреслює, що склалася класична ситуація, коли «в кожного своя правда»: «Прибираючи пам'ятник матросам із Катерининської площі, міська влада тиснула на те, що треба відновити її історичний образ. І історичну справедливість. Катерина II стояла тут? Стояла. Більшовики в 1920 році знесли пам'ятник? Знесли. Справедливість повинна восторжествувати? Справедливість – це дія, яка узгоджується з правдою, відповідає правді. І тут у кожній з трьох сторін конфлікту – міської влади, комуністів і українських патріотів – своя версія правди. Але оскільки істина одна, то дві з трьох правд – помилка» [130]. Саме тому Л. Капелюшний закликає читачів завжди оперувати фактами і наводить різні епізоди часів правління Катерини II, які спростовують її заслуги перед одеситами, як-от: «Катерина II повеліла будувати при завойованій фортеці Хаджибей купецьку гавань у 1794 році. Жодного указу про заснування Одеси цариця не видавала – це міф. Жодних свідчень заступництва й особливої уваги вінценосної до міста, яке будувалося, історики не виявили... Через два роки після заснування порту, у 1796-му, Катерина померла. Новозбудованому і невідомому порту було два роки. Особливі заслуги імператриці й особлива спорідненість з Одесою – теж міф» [130].

Також автор подає позицію музейників – розширеної реставраційної ради Одеського історико-краєзнавчого музею після відомого рішення, прийнятого Одеською міськрадою щодо відновлення пам'ятника: «На відміну від пікетників, музейники стурбовані не тим, кому й навіщо пам'ятник, а цілістю

експонатів – чотирьох статуй фаворитів і голови цариці. Навіть у сприятливих умовах музейного експонування бронзове лиття столітньої давності, перенесене на площу, приречене. Гібрид новоствореного з історичним матеріалом стане копією неіснуючого оригіналу – який не має ні художньої вартості, ні історичної» [130]. Зрештою, автор підводить читача до висновку, що «важко собі уявити для “української України” дзвінкіший привселюдний ляпас, ніж повернення у світ цариці, яка знищувала її вищі вартості. Це своєрідний тест – стерплять чи не стерплять? Історична пам’ять і історична справедливість – зона особливої відповідальності держави. Не смаку, переконань окремих громадян або чиновників, а політичного керівництва. Досі воно публічно підтверджувало відданість національним святиням. Тепер настав час перевірки справою і дією» [130].

Ще один яскравий приклад спонукання до мудрості, аналізу, міркувань є матеріал Д. Саніна «Путін грає в хокей» (№16, 2013 р.), де розповідається про широкий прокат в Україні нового російського фільму «Легенда №17», присвяченого радянському хокеїсту В. Харламову. Автор спонукає читача оцінювати цю стрічку не лише як чергову прем’єру, але і як прямий доказ активної, неприкритої російської пропаганди. Мовляв, непрохідна російська прем’єра ніби залпом виконала кілька важливих завдань, поставлених перед кіногалуззю В. Путіним: «Нарешті за багато років у цьому кіно першим номером виведено на екран героя позитивного. Ніби зразок для наслідування. Хіба погано наслідувати хороше? Свідомо залишаючи “за кадром” багато розбіжностей у фільмі з подіями реальними (наприклад, не було в СРСР прямої трансляції першого матчу Суперсерії, а був тільки запис увечері того самого дня!)... Отже, друзі, кіно – це не тільки мистецтво, це, повторімося, ще й знаряддя пропаганди. І якщо розумний ВВП сходить на лід, воскрешаючи легенду №17, – отже, це справді комусь потрібно» [278].

6. «Дзеркало тижня. Україна» популяризує на своїх шпальтах глибоку національну самосвідомість і водночас велику повагу до представників різних національностей, культур, віросповідань. Приміром, В. Нахманович у

публікації «Про європейську мовну Хартію та українську національну політику» (№23, 2010 р.) розповідає про узгодження сучасної концепції етнонаціональної політики України й ухвалення низки законодавчих актів, пов'язаних з практичним функціонуванням Європейської хартії регіональних мов або мов меншин. Автор виступає за взаєморозуміння між представниками усіх національних меншин, що є важливою умовою єдності та миру в нашій державі. В. Нахманович розпочинає такими словами: «Нещодавно глибоко шанований мною Мирослав Маринович звернувся із закликом до свідомого українства: “Проти нас налаштовують Схід України і національні меншини? Доведемо, що братання на Майдані не було випадковістю, що людинолюбство і є справжнім обличчям модерної України”» [205]. Водночас автор стурбований ситуацією щодо мов національних меншин і надає читачам чіткі схеми вирішення важливих питань, пропонує застосовувати диференційований підхід, зокрема закликає владу замість того, щоб надавати двом десяткам мов сумнівні преференції, відповідально підійти до відбору тих мов, які справді потребують державної опіки; визначити регіони, де така опіка справді потрібна, а також обрати щодо кожної мови те коло заходів, яке найбільше сприятиме її подальшому розвитку, а також інтеграції її носіїв у сучасне європейське суспільство: «Наприклад, очевидно, що зникаючі кримчацька чи урумська мови потребують не так розгалуженої мережі шкільного навчання, як вивчення майбутніми спеціалістами-філологами в університетах. Так само немає потреби запроваджувати на Харківщині професійно-технічну освіту угорською чи болгарською мовою, але треба дати можливість дітям цих національностей отримувати середню освіту рідною мовою паралельно з українською, відповідно, на Закарпатті та Одещині» [205].

Про національну свідомість і толерантність між різними релігійними конфесіями йдеться у матеріалі «Проект «українська церква»: своє і Христове» (№23, 2007 р.). Тут «Дзеркало тижня. Україна», говорячи про можливість наближення об'єднання православних в Україні, закликає не нехтувати чинником регіональних ментальних та культурних відмінностей у сучасній



Україні: «Ні УПЦ КП, ні УГКЦ, ні УАПЦ не мають своїх повноцінних структур на сході та півдні України. І це не випадково. Річ у тому, що через культурну близькість цих регіонів до Росії там ідея української національної Церкви не сприймається, а поодинокі громади автокефалістів або греко-католиків складаються з вихідців із Західної України. З огляду на це, автору даної статті здається, що сьогодні церковному життю в Україні як ніколи необхідно прийти до правильного співвідношення національного і світового начал» [250].

«Дзеркало тижня. Україна» робить наголос саме на зв'язку церкви з національною ідеєю. Як стверджується в публікації, церква повинна стати універсальною, багатонаціональною, яка б уміщувала в себе все багатство культурних традицій України. Водночас тижневик переконує читачів, що не варто відмовлятися від національного – українських церковних традицій, української мови богослужіння, традицій українського церковного мистецтва. До того ж видання формує в читачів думку про те, що церква не може бути заручницею «національної ідеї»: «Вона національна й водночас наднаціональна... УАПЦ має вийти з регіонального «гетто» і знайти культурно органічні форми своєї присутності на Сході та Півдні. Церква може молитися про національне відродження, поширення української мови і культури. Але вона не повинна бути інструментом українізації, адже їй потрібно об'єднувати в собі не лише тих, хто почувався людьми української культури, а й тих, хто ототожнює себе з іншою етнічною традицією» [250].

Отже, «Дзеркало тижня. Україна» – це одне із найпотужніших якісних видань нашої держави, яке утрималось у часи випробувань, яке незалежно від амплітуд зміни політичної та соціально-економічної ситуації в країні, чітко стоїть на позиціях гуманізму, плюралізму та демократизму. При цьому історико-культурний контент тижневика справді є вагомим формотворчим чинником національної свідомості. Журналісти «Дзеркала тижня. Україна» намагаються донести до читачів справжні національні ідеї, патріотичні настрої, виховати почуття взаємоповаги до самих себе і до представників різних

культур та віросповідань, прагнення жити у цивілізованій, європейській державі Україні і пишатися власною культурою та історією.

### **Висновки до розділу 3**

Пам'яткоохоронна проблематика в історико-культурному контенті тижневика «Дзеркало тижня. Україна» охоплює чи не найбільший спектр суспільно значимих питань: має зв'язок з політикою (дискусії щодо пам'яткоохоронного законодавства), бізнесом (рейдерство, руйнування архітектурних пам'яток і зведення на їхньому місці сучасних бізнес-центрів), криміналом (контрабанда, розкрадання музейних фондів) та іншими важливими соціально-економічними темами.

За кількісними підрахунками в тижневику «Дзеркало тижня. Україна» впродовж 2004–2019 рр. опубліковано 335 публікацій на тему «Історико-культурна спадщина, охорона історичного і культурного надбання», з яких матеріалів власне пам'яткоохоронної тематики – 310, що становить 5% від загальної кількості матеріалів історико-культурного контенту та 6,6% від загальної кількості публікацій власне культурного контенту «Дзеркало тижня. Україна».

Серед жанрів пам'яткоохоронних матеріалів переважають аналітичні – стаття (33,8%) та кореспонденція (20%), дещо рідше – подорожній (10%) та проблемний (9,5%) нариси, інтерв'ю (10,5%).

Публікації пам'яткоохоронної тематики у тижневику «Дзеркало тижня. Україна» було класифіковано за двома напрямками: 1) за видами об'єктів культурної спадщини, 2) за заходами, що стосуються історико-культурної спадщини. Матеріали пам'яткоохоронної тематики за об'єктами культурної спадщини поділяються на такі види: археологічні пам'ятки (11%), історичні пам'ятки (14%), об'єкти монументального мистецтва (9%), об'єкти архітектури

(10%), об'єкти містобудування (10%), об'єкти садово-паркового мистецтва (10,6%), ландшафтні об'єкти (14,5%), об'єкти науки й техніки (8%), комплексні матеріали (12,9%).

Публікації пам'яткоохоронної тематики щодо заходів, які стосуються історико-культурної спадщини, поділено на дві групи:

1) пам'яткоохоронні заходи, законодавство: облік (9,7%), законодавча база (10,6%), запобігання руйнуванню або заподіяння шкоди об'єктам культурної спадщини (11,6%), забезпечення захисту, збереження тощо (11,9%), світовий досвід пам'яткоохоронної діяльності, співпраця з міжнародними організаціями (9,4%); 2) протиправні дії: незаконні археологічні розкопки (10,3%), рейдерство (10,6%), викрадення, контрабанда історико-культурних цінностей, в т.ч. розкрадання музейних фондів (13,3%), руйнування, заподіяння шкоди об'єктам історико-культурної спадщини – (12,6%).

В історико-культурних публікаціях з концептом «національна ідея» виокремлено такі його складники – типи інтерпретацій поняття національної ідеї як чинника об'єднання нації: «культура», «ідеологія», «європейський вибір», «об'єднання нації», «історична пам'ять», «традиції», «державність», «соціальна справедливість», «економічний фактор». Найбільш поширеним типом інтерпретації є концепти «культура» (231 матеріал) та «об'єднання нації» (226 публікацій), найменш поширені – «соціальна справедливість» (150 контекстів) і ототожнення національної ідеї з економічним піднесенням країни – «економічний чинник» (145 матеріали).

З'ясовано, що в інформаційно-аналітичному тижневику «Дзеркало тижня. Україна» за 2004–2019 рр. було виявлено 1716 матеріалів (27,6% усього історико-культурного контенту тижневіка), у яких домінує концепт «національна ідея». Концепт «національна ідея» у вербальній формі міститься в буденній свідомості і має когнітивно значущий смисл, проникаючи у свідомість, він реалізується в ідеологемах та міфологемах; психологічне підґрунтя останніх детально дослідила З. Карпенко [132].

Під час Помаранчевої революції на сторінках «Дзеркала тижня. Україна» помітно увиразнилася міфологема сильного лідера, яку представлено трьома видами: лідер як уособлення демократичних підходів і чесного вибору; лідер, який поведе Україну в Європу; лідер як протидія «режиму Путіна».

Поруч з національною міфологемою сильного лідера, яка в 2004 р. сконцентрувалася в образі сильного президента, який готовий протидіяти «режиму Путіна» й вести Україну в Європу, під час Помаранчевої революції на перший план виходить міфологема Майдану як означення місця національної згуртованості українців, символу духовності й дієвості національної ідеї.

Встановлено, що в тижневику «Дзеркало тижня. Україна» простежується тенденцію до переважання міфологеми Майдану над міфологемою сильного лідера. У 2013 році міфологема Майдану трансформувалася у міфологему Євромайдану й уособила національно-патріотичні протестні акції, передусім проти корупції, свавілля правоохоронних органів, сил спецпризначення, а також на підтримку європейського вектору зовнішньої політики України.

Крім того, в інформаційно-аналітичному тижневику «Дзеркало тижня. Україна» виокремлено такі актуальні соціальні ідеологеми: 1) «Україна – це Європа» та її інтерпретації «ми – європейці», «європейська Україна» – вказує напрямок руху української держави; 2) «Схід і Захід – разом» – уособлює ідею консолідації, об'єднання громадян різних куточків країни з метою протистояти свавіллю чиновників і бізнесових груп; 3. «Україна без «йолки», Різдво без Януковича» – вказує на бажання народу змінити президента і ситуацію в країні. Згодом ця ідеологема втілилася в життя в трансформованому вигляді – «Україна без Януковича!» Тож міфологеми та ідеологеми, у яких реалізується концепт «національна ідея» у виданні «Дзеркала тижня. Україна», визначають роль історико-культурного контенту тижневика як формотворчого чинника національної свідомості.

Виокремлено основні підходи, на основі яких реалізується місія історико-культурного контенту «Дзеркала тижня. України» як формотворчого чинника національної свідомості українців:

1) патріотизм: автори тижневика сповідують поважливе ставлення до національної історії, гордість за матеріальні та духовні досягнення української історії та культури, прагнення зберегти її культурне надбання та захистити інтереси як своєї громади, так і народу загалом;

2) опозиційність: тижневик віродив і продовжує розвивати в свідомості читачів опозиційні настрої, прагнення жити у цивілізованому суспільстві та пишатися своєю країною, її історією та культурою;

3) толерантність та виваженість: уникнення провокацій, крайнощів та радикалізму, до чого спонукають і читачів;

4) інтелігентне подання матеріалів: відсутні вульгарність, літаючі тарілки, диво-цілителі, гороскопи, «чорнуха», екстрасенси та інша «масова культура» бульварних газет і журналів;

5) спонукання до аналізу й міркувань: спонукання до пошуку оптимальних варіантів лікування системи; намагання писати без брехні, працювати без халтури, займатися культурною політикою без істерик.

Отже, інформаційно-аналітичне видання «Дзеркало тижня. Україна» сповідує глибоку національну самосвідомість та водночас значна повагу до представників різних національностей, культур, віросповідань.

## ВИСНОВКИ

1. З огляду на те, що історико-культурний матеріал у ЗМІ неодноразово вивчався як на рівні дисертаційних досліджень, так і окремих наукових статей дослідниками в галузі соціальних комунікацій та близьких галузей – історичної та філологічної, здійснена вибірка таких праць та їх класифікація на шість тематичних груп. Встановлено, що серед дисертаційних праць з журналістикознавства та соціальних комунікацій, які пов'язані з темою, об'єктом і предметом дослідження й захищені впродовж 1996–2020 рр., третина припадає на дослідження регіональних пресодруків в історичній ретроспективі, чверть – на жанрологію, а далі в порядку спадання розмістилися дисертації споріднених тематик, серед яких переважає релігійна; з ключовими словами «культура», «література», «мистецтво»; з ключовим словом «національний» та похідними від нього; з окремим друкованим виданням як об'єктом дослідження.

Проведений аналіз назв дисертацій дає підстави для таких висновків: історико-культурна тематика представлена значною кількістю дисертаційних праць, серед яких переважають такі, що розкривають історичні особливості пресодруків окремого регіону чи його частини впродовж певного часового періоду. Зазвичай, такі дослідження охоплюють історико-культурну тематику цих пресодруків як органічну частину суспільно-політичного видання.

Тематично найближчими до об'єкта нашого дослідження є дисертація О. Ільченко «Всеукраїнська загальнополітична газета 1998–2006 рр. (в контексті утвердження суспільної моралі в Україні)», а до предмета нашого дослідження – дисертаційне дослідження Ю. Мірошніченко «Культурно-мистецька проблематика провідних якісних газет України та світу», яка вивчала культурну проблематику, хоча зовсім не торкалася історичної та лише згадувала про жанровий аспект.

2. З'ясовано, що поняття «культурна журналістика» може вживатися в широкому значенні, тобто включати й питання прав людини, як у спеціалізованому онлайн-журналі «Korydor», та і в порівняно вузькому значенні. Іншомовне поняття «арт-журналістика» також вживається як у широкому значенні та є, по суті, абсолютним синонімом до поняття «культурна журналістика», так і в більш вузькому значенні як синонім до вузького поняття «мистецька журналістика». З огляду на те, що термін «арт-журналістика» не набув поширення ні в колах журналістів-практиків, ні в наукових колах українських дослідників із соціальних комунікацій, тож запропоновано використовувати термін «культурна журналістика», а інші поняття – «театральна журналістика», «мистецька журналістика» – як її складники. Не викликає дискусій поняття «історична журналістика», яка охоплює матеріали історичної тематики; хоча ці матеріали можуть друкуватися і в розділах під назвою «Культура».

3. За допомогою методу «дерева проблем» та на основі моніторингу опублікованих думок українських редакторів та журналістів, які працюють з історико-культурною тематикою, та проведеного первинного експертного опитування редакторів та журналістів тижневика «Дзеркало тижня. Україна» з'ясовано, що основна проблема культурної журналістики – її функціонування за залишковим принципом, тобто матеріалам історико-культурної тематики не приділяють належної уваги.

Стосовно висвітлення історичного контенту в українських масмедіа простежується дві тенденції – позитивна тенденція до «олюднення» матеріалів, тобто подання історичних та культурних подій через історії з життя окремих особистостей – як публічних, так і пересічних; та негативна тенденція до яскраво вираженої суб'єктивної позиції в описі певних подій.

4. На основі жанрово-тематичного аналізу історико-культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» було встановлено, що висвітлення історичної та культурної проблематики перебуває в постійній кореляції з визначальними суспільно-політичними подіями в українській державі.

Найбільш інтенсивно історико-культурні матеріали в тижневику друкувалися в 2014-му – у рік Помаранчевої революції (25,7% від загальної кількості публікацій), а також в 2019-му – у рік завершення президентської каденції П. Порошенка та обрання Президентом України В. Зеленського (27,2%). Натомість під час президентства В. Ющенка у 2005–2010 рр. кількість історико-культурної проблематики поступово скоротилася від 20,5% до 17,3% (2007–2008 рр.) та до 10% (2009–2010 рр.).

Проте за президентства В. Януковича відсоток історико-культурної проблематики почав помітно зростати: від 14,9% (2011–2012 рр.) до 21,2% у 2013 р. Після Євромайдану кількість історико-культурних публікацій зросла ще більше – до 22,3 % у 2014 р. Однак за президентства П. Порошенка кількісні показники почали помітно падати: від 12% (2015–2016 рр.) до 7,5 % (2017–2018 рр.).

Максимально зросла кількість історико-культурних публікацій під час Помаранчевої революції та подій Євромайдану, а також президентських виборів 2019 року, адже саме ці сторінки історії української держави найбільш яскраво демонструють розвиток національної ідеї через призму подій АТО/ООС, конфлікту з Російською Федерацією, складною для України міжнародною ситуацією [173, с. 8].

5. Встановлено, що безумовним лідером історико-культурного контенту за якісними показниками є жанр інтерв'ю. І хоча за кількісними показниками цей жанр не посідає лідерських позицій: за 2004–2019 рр. опубліковано 737 інтерв'ю, що становить 67,9% від загальної кількості інформаційно-публіцистичних жанрів та 11,9% від усього жанрового арсеналу історико-культурного контенту видання, проте саме за допомогою цього жанру автори тижневіка «Дзеркало тижня. Україна» активно використовували персоніфікацію героя як один з аспектів актуальної нині «олюдненої журналістики».

Загалом жанрова палітра матеріалів історико-культурного спрямування представлена в тижневику таким чином: у відсотковому співвідношенні



інформаційно-публіцистичні жанри склали 17,5%, аналітико-публіцистичні жанри – 24,9%, художньо-публіцистичні жанри – 27,9%, жанри-мікси – 29,7%. Попри те, що інформаційно-публіцистичні жанри кількісно поступаються решті жанрових форм, однак власне інформаційний жанр інтерв'ю є безумовним лідером. Також було встановлено активні взаємозбагачувальні та взаємокореляційні процеси жанротворення.

Автори тижневика намагаються подавати інформацію максимально динамічно та оригінально, урізноманітнюючи форми подачі матеріалів, що, у свою чергу, ініціює тенденцію до взаємопроникнення жанрів: унаслідок поєднання, ускладнення, синтезу традиційних жанрів виникають різноманітні гібридні форми (жанри-мікси). За відсотковим співвідношенням жанри-мікси посіли 29,7% від історико-культурного контенту тижневика, а, отже, перевищили кількісні показники аналітико-публіцистичних жанрів (24,9%).

6. Особливості редакційної політики тижневика «Дзеркала тижня. Україна» щодо персоналізації авторів в історико-культурному контенті полягають у такому: досвідчені редактори ретельно добирають авторів, виходячи з їх вузької спеціалізації, що ґрунтується на професійних навичках, доступу до відповідних джерел інформації, практичній діяльності. Водночас видання має досвідчених спеціальних кореспондентів, які готують матеріали з будь-якої історико-культурної тематики. І позаштатні журналісти, і спецкори пишуть матеріали з культурно-історичної тематики, актуально, об'єктивно, оригінально, яскраво, наближено до читача, і разом з тим – толерантно й неупереджено. Основними принципами донесення історико-культурної проблематики до аудиторії є аналогія з минулим та актуалізація, толерантність, об'єктивна критика, відповідь на виклики часу, «олюднення» публікацій.

Вагомою складовою історико-культурного контенту тижневика є висвітлення життя і діяльності особистостей – відомих українських та зарубіжних історичних та культурних діячів. Перш за все, це стосується жанрів інтерв'ю та портретних нарисів. За 2004–2019 рр. у «Дзеркалі тижня. Україна» надруковано 555 матеріалів теми «Постаті».

На підставі проведеного дослідження встановлено, що інформаційно-аналітичний тижневик «Дзеркало тижня. Україна» справді є зразковим прикладом якісного історико-культурного контенту на рівні редакційної політики щодо авторів і героїв, тематики й жанрів. Проте досить помітним є слабкий бік цього якісного видання – мультимедійність, що особливо стало помітним з переходом видання в онлайн-формат.

7. Метатекст публікацій історико-культурної тематики формується за допомогою концептів як окремих мікроструктур, що акумулюють основні національно-духовні смислові акценти. Концепти засвідчують розвиток певної ідеї та стають системоутвірним чинником у формуванні концепту вищого рівня.

У процесі трансформаційних етапів концепт «національна ідея» реалізується в міфологемах та ідеологемах. Одними з найбільш визначальних міфологем на сторінках тижневика є міфологема Майдану (пізніше трансформована у міфологему Євромайдану), а також міфологема сильного лідера, яку представлено трьома основними видами: лідер – уособлення демократичних підходів і чесного вибору, лідер, який відстоює європейський вибір України, лідер, який протидіє зовнішнім і внутрішнім антидемократичним посяганням.

Встановлено, що міфологеми Майдану та Євромайдану виявилися ідейно більш міцними та стабільними, ніж міфологема сильного лідера, оскільки найбільшим пріоритетом для українського народу стає правда, демократія і закон. А якщо сильний лідер порушить ці критерії, народ готовий повстати проти нього. Серед соціальних ідеологем у «Дзеркалі тижня. Україна» є як глобальні, розраховані на тривалу перспективу – «Україна – це Європа», «Схід і Захід – разом!», так і досить короткотривалі – «Україна без “йолки”, Різдво без Януковича» (була актуальна лише кілька місяців).

Перспективи подальших досліджень полягають у порівнянні історико-культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» після переходу в онлайн-формат, а також дослідження читацької аудиторії рубрик «Культура» та «Історія» нинішнього інтернет-видання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Айтов С. Ш. Українська історіографія та журнал «Основа» в контексті культурно-національного відродження України : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.06 / Дніпропетр. нац. ун-т. Дніпропетровськ, 2001. 14 с.
2. Аналітичний звіт за результатами проведення з ініціативи Британської Ради в Україні “круглого столу” “Чим живе культурна журналістика” / Британська Рада, 2010. URL: <http://www.britishcouncil.org/uk/ukraine-press-room-media-discussion-report-ukr.pdf> (дата звернення: 25.03.2015).
3. Андрусів С. М. Модус національної ідентичності: Львівський текст 30-х років ХХ століття. Львів ; Тернопіль : Джура, 2000. 340 с.
4. Антонова В. И. Информационные жанры газетной публицистики : учеб. пособ. Саранск : Изд-во Морд. ун-та, 1996. 63 с.
5. Арт-журналістика-2020. URL: <http://num.kharkiv.ua/art-zhurnalistika-2020> (дата звернення: 05.03.2015).
6. Афанасьєва К. Деперсоналізація автора в умовах розвитку мережних комунікацій. *Вісник Книжкової палати*, 2011. Вип. 8. С. 11–13.
7. Афанасьєва К. Майбутнє медіаконтенту в тенденціях сучасного ринку. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. №4. С. 3–7.
8. Бажал А. Три правди одного храму. *ZN, UA*. 2006. 24 лютого (№7). URL: [https://zn.ua/ukr/ART/tri\\_pravdi\\_odnogo\\_hramu.html](https://zn.ua/ukr/ART/tri_pravdi_odnogo_hramu.html) (дата звернення: 05.09.2016).
9. Базака Р. В. Преса Кіровоградщини (1874–1921 рр.): історико-функціональний аспект, типологічна характеристика : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Класичний приватний ун-т. Запоріжжя, 2015. 20 с.
10. Баканурский А. Г. Современный театрально-драматический словарь. Одесса : Негоциант, 2007. 334 с.

11. Баковецька О. О. Проблеми культурного життя півдня України на сторінках періодичної преси (90-ті рр. ХХ століття) : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Одеськ. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2005. 21 с.
12. Балановський Я. Явище соціальної транзитивності – чинник соціальної маргінальності суспільства. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України*. 2018. Т. 7. С. 289–297.
13. Балужок В. Мова державна, мова офіційна й інформаційна безпека. *ZN, UA*. 2014. 6 червня (№20). URL : <https://zn.ua/ukr/SOCIUM/mova-derzhavna-mova-oficiyna-y-informaciyna-bezpeka-.html> (дата звернення: 05.09.2016).
14. Баранецька А. Д. Роль соціокультурних чинників у сприйманні емоційно-експресивної структури газетних текстів (на матеріалі інтерв'ю) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 20 с.
15. Барт Р. Миф сегодня. Избранные работы: Семиотика: Поэтика / пер с фр., сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. Москва : Прогресс, 1989. С. 54–90.
16. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ : Довіра, 2007. 205 с.
17. Бездрабко В. В. Журнал «Краєзнавство» та його роль у розвитку історичних регіональних досліджень 1920–1930 рр. : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.06 / НАН України; Ін-т укр. археогр. та джерелозн. ім. М.С. Грушевського. Київ, 2000. 20 с.
18. Белькова С. В. Жанр сучасного нарису : інваріант і модифікації (на матеріалі українських газетних видань початку ХХІ ст.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Класичний приватн. ун-т. Запоріжжя, 2012. 20 с.
19. Березовський О. М. Українська преса Наддніпрянщини: пропаганда та відстоювання національних домагань українства (1905–1907 рр.) : автореф.

дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2004. 16 с.

20. Бессараб А. О. Висвітлення книжкової тематики на сторінках газети «Дзеркало тижня. Україна». *Соціальні комунікації: теорія і практика*. 2018. Т. 6. С. 24–28.

21. Бессараб А. О. Соціально-комунікаційні технології формування інтересу до читання української книги : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2016. 360 с.

22. Белінська І. В. Тематична модель сучасного регіонального видання (на матеріалі друкованої газетної періодики Кіровоградщини за 1991–2003 рр.) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2004. 19 с.

23. Бикова О. М. Комунікаційно-жанрові модифікації репортажу в сучасній українській пресі (за матеріалами періодичних видань 2000–2012 рр.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2015. 20 с.

24. Бідзіля Ю. М. Преса як засіб етноідентифікації у мультикультурному інформаційно-комунікаційному середовищі Закарпаття : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2016. 36 с.

25. Біловол Ю. Мотиви державотворення в письменницькій публіцистиці кін. ХХ – поч. ХХІ ст.: еволюція, поетика, прагматика: автореф. дис. ... канд. соц. комунікацій : 27.00.04 / Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2010. 20 с.

26. Богуславський О. В. Інформаційно-пресова діяльність Центральної Ради та українських урядів 1917–1920 рр. : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2002. 20 с.

27. Богуславський О. В. Преса міжвоєнної української еміграції в Європі 1919–1939 рр. : національно-патріотична дискусія : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 22.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка. Київ, 2008. 38 с.

- 28.Бойко А. Преса православної церкви в Україні. Культура. Суспільство. Мораль. Дніпропетровськ, 2002. 306 с.
- 29.Бойко А. А. Преса православної церкви в Україні кінця XIX – початку XX століття: тематика і проблематика : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2002. 31 с.
30. Ботанова К. Думати – розуміти – писати. *Семінар культурної критики та репортажу “Культура 3.0”*. CSM, 2014. С. 5–12. URL: <http://issuu.com/csmart.org.ua/docs/culture-3.0> (дата звернення: 25.03.2015).
31. Бритюк О. О., Ращупкіна Ю. В., Щербаченко В. В. Археологи проти корупції. Протидія корупції в галузі охорони культурної спадщини. Луганськ : Східноукраїнський центр громадських ініціатив : Янтар, 2007. 127 с.
32. Бурдіна О. Персоналізація та персоніфікація як ознаки інфотейнменту: розмежування понять. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. Вип. 7–8. С. 79–83.
33. Буряк В. Інформаційна пам'ять – базова домінанта свідомості. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2010. №4. С. 37–42.
34. Буряк В. Інформаційний кайф чи світоглядно-інформаційна катастрофа? (Філософія жанровотворення у контексті інформаційного впливу). *Культура народів Причорномор'я*. 2007. №101. С. 14–17.
35. Буряк В. Системна та концептуальна структура сучасного публіцистичного мислення. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2002. Вип. 22. Ч. 1. С. 19–30.
36. Бутиріна М. В. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіасередовищі : монографія. Дніпропетровськ : Слово, 2009. 368 с.
37. Вакарчук С. Звернення до молодих. *ZN, UA*. 2013. 6 грудня (№46). URL : [https://zn.ua/ukr/personalities/zvernennya-do-molodih-1-\\_.html](https://zn.ua/ukr/personalities/zvernennya-do-molodih-1-_.html) (дата звернення: 03.06.2015).

38. Валькова К. Г. Жанрово-комунікаційні особливості книги подорожніх нарисів Іллі Ільфа і Євгена Петрова «Одноповерхова Америка» : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2017. 16 с.
39. Вартанов Г. І., Шкляр В. І. Основи теорії журналістики : конспект лекцій. Київ : МЛП, 1996. 56 с.
40. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : автореф. дис. ... д-ра філол. наук : 10.01.08. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2007. 36 с.
41. Василик Л. Концептосфера національної ідентичності у публіцистиці сучасних літературно-художніх видань. *Вісник Львівського ун-ту. Серія: Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. Ч. 2. С. 16–21.
42. Василик Л. Парадигма Україна-Європа в публіцистиці сучасних літературно-художніх видань. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Літературознавство. Соціальні комунікації*. 2008. №1. С. 22–30.
43. Василик Л. Є. Світоглядна публіцистика сучасних літературно-художніх видань: концептосфера національної ідентичності : монографія. Чернівці, 2010. 416 с.
44. Вергеліс О. «Львівський ВРАМА». *Нова драма* 2013. 22 серпня (№30). <https://zn.ua/ukr/ART/lvivskiy-brama-nova-drama-.html> (дата звернення: 24.10.2015).
45. Вергеліс О. Вороги залізли в хату. В Україні – нова хвиля «культурних зачисток»? *ZN, UA*. 2008. 10 жовтня (№38). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/vorogi\\_zalizli\\_v\\_hatu\\_v\\_ukrayini\\_\\_nova\\_hvilya\\_kultur\\_nih\\_zachistok.html](https://zn.ua/ukr/ART/vorogi_zalizli_v_hatu_v_ukrayini__nova_hvilya_kultur_nih_zachistok.html) (дата звернення: 25.10.2015).
46. Вергеліс О. Народне волевиявлення. *ZN, UA*. 2013. 14 червня (№21). URL : <https://zn.ua/ukr/ART/narodne-voleviyavlennya-.html> (дата звернення: 21.10.2015).
47. Вергеліс О. Посол Польщі в Україні Генрик Літвін: «З приводу шедеврів Альтомонте не повинно бути спекуляцій, вони належать Україні». *ZN,*

UA. 2012. 31 серпня (№30). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/posol\\_polschi\\_v\\_ukrayini\\_genrik\\_litvin\\_z\\_privodu\\_shedevriv\\_\\_altomonte\\_\\_ne\\_povинно\\_buti\\_spekulyatsiy\\_.html](https://zn.ua/ukr/ART/posol_polschi_v_ukrayini_genrik_litvin_z_privodu_shedevriv__altomonte__ne_povинно_buti_spekulyatsiy_.html) (дата звернення: 21.09.2015).

48. Вергеліс О. Хороша “Russia”, та не наша. *ZN, UA*. 2011. 14 жовтня (№37). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/horosha\\_russia,\\_ta\\_ne\\_nasha.html](https://zn.ua/ukr/ART/horosha_russia,_ta_ne_nasha.html) (дата звернення: 20.10.2015).

49. Вергеліс О., Константинова К. Експерсія музеєм (де пристрасті вирують). 2012. 22 червня (№23). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/ekskursiya\\_muzeem\\_de\\_pristrasti\\_viruyut\\_\\_\\_natsional\\_niy\\_i\\_hudozhniy\\_perebudova\\_ta\\_restavratsiya\\_.html](https://zn.ua/ukr/ART/ekskursiya_muzeem_de_pristrasti_viruyut___natsional_niy_i_hudozhniy_perebudova_ta_restavratsiya_.html) (дата звернення: 20.03.2015).

50. Вергеліс О., Константинова К. Експонати в облозі. *ZN, UA*. 2014. 4 квітня (№ 12). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/eksponati-v-oblozi-\\_.html](https://zn.ua/ukr/ART/eksponati-v-oblozi-_.html) (дата звернення: 26.06.2015).

51. Вільчинський О. К. Преса Тернопільщини 1985–1991 років: структурнозмістовий аспект : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2012. 16 с.

52. Волобуєва А. М. Становлення і розвиток преси Києва (1835–1917): типологія, проблематика, національна спрямованість : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2008. 20 с.

53. Володарский Ю. Существование несуществующего, или происки жанра. *Семінар культурної критики та репортажу “Культура 3.0”*. CSM, 2014. С. 141–149.

54. Ворон Б. Андрій Салюк: «Охорона культурної спадщини — це менеджмент старіння». *Мистецький альманах «АРТЕС»*. URL : [http://artesan.almanac.in.ua/art/articles/andriy\\_saluk.html](http://artesan.almanac.in.ua/art/articles/andriy_saluk.html) (дата звернення: 05.12.2016).

55. Ворона А. Г. Візуальні концепти невербальної комунікації українського журналу (на прикладі культурно-освітніх журналів 1991–2013 рр.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 17 с.



56. Воронова М. Ю. Особистість у публіцистичному портреті: пізнання й вираження в слові. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ, 2011. Т. 43. С. 106–110.
57. Вялкова І. О. Преса Донецької області періоду незалежності України (1991–2012 рр.): проблематика, типологія : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2018. 32 с.
58. Габор В. В. Закарпатська україномовна преса 20–30-х років ХХ століття у контексті національного відродження краю : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 1997. 20 с.
59. Гайдук Ю., Зінчук В. Мас-медіа як творці сучасних політичних міфів. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку*. 2007. Вип. 19. С. 72–76.
60. Галацька В. Драматична домінанта авторського мислення в сучасній театральній публіцистиці України. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*. 2019. Вип. 2(42). С. 176–180.
61. Гандзюк В. О. Часописи Поділля періоду національно-визвольних змагань (1917–1920 рр.) у відстоюванні ідей державності : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2008. 20 с.
62. Ганжуров Ю. С. До питання актуалізації концептів національної пам'яті. *Український інститут національної пам'яті*. URL : <https://old.uinp.gov.ua/publication/do-pitannya-aktualizatsii-kontseptiv-natsionalnoi-ram-yati> (дата звернення: 05.10.2015).
63. Гарматій О., Кісіль С. Тема культури в українських ЗМІ: основні тенденції подання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія : *Журналістські науки*. 2018. №896. С. 18–25.
64. Гдакович М. С. Літературні періодичні видання 20–30-х рр. ХХ ст. на західноукраїнських землях у суспільно-політичному і духовному контексті

доби : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2003. 20 с.

65. Георгієвська В. В. Соціальнокомунікаційний потенціал партійної преси України (кінець XIX – початок XXI ст.): типологічно-структурний і проблемно-тематичний аспекти : автореф. дис. ... д-ра. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2020. 36 с.

66. Георгієвська В. В. Становлення та розвиток рекламно-довідкової преси на території Східної України XIX – початку XX століть : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 18 с.

67. Герасимчук Н. Г. Трансформація фейлетону на шпальтах київської преси другої половини XIX – початку XX ст.: призначення, жанрова сутність, стилістика : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2013. 20 с.

68. Герман І. С. Запорізька преса 20–40-х рр. XX ст.: жанрово-стильові особливості : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2003. 20 с.

69. Глібчук У., Охримович А. Чорний фашизм тебе розстріляє, а червоний каже: «...будеш на мене работать, пока не подохнеш...». *ZN, UA*. 2008. 25 січня (№3). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/chorniy\\_fashizm\\_tebe\\_rozstrilyae,\\_a\\_chervoniy\\_kazhe\\_budesh\\_na\\_menya\\_rabotat,\\_roka\\_ne\\_podohnesh.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/chorniy_fashizm_tebe_rozstrilyae,_a_chervoniy_kazhe_budesh_na_menya_rabotat,_roka_ne_podohnesh.html) (дата звернення: 03.12.2015).

70. Глушкова Т. В. Ідіостиль газетного видання : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2008. 20 с.

71. Голік О. В. Взаємкореляція та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 17 с.

72. Голік О. В. Жанровий арсенал газети “Дзеркало тижня” (2004–2005). URL : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1972> (дата звернення: 15.10.2018)
73. Голованова Н. Олег Вергеліс: «Мрію про світлий час, коли наше ТБ покаже нарешті людину розумну». *Детектор медіа*. 2011. URL : <https://detector.media/withoutsection/article/66750/2011-10-27-oleg-vergelis-mriyu-pro-svitlyu-chas-koly-nashe-tb-pokazhe-nareshti-lyudynu-rozumnu> (дата звернення: 09.11.2015)
74. Голубєва О. Є. Соціально-психологічне поле медіакомпетентності: спитай у Google. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2011. Вип. 29. С. 319–332.
75. Горбатенко В. П. Стратегія модернізації суспільства: Україна і світ на зламі тисячоліть : монографія. Київ : Академія, 1999. 240 с.
76. Горевалов С. І. Військова журналістика України: історія та сучасність. Львів. 1998. 387 с.
77. Горська К. О. Термінологічні концепти медіаконтенту в теорії масової комунікації. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2016. Vol. IV(12). Iss. 76. С. 50–53.
78. Гоцур О. Зовнішньополітична дилема «Схід чи Захід?» на сторінках періодичних видань «2000» і «Дзеркало тижня» (2010–2013 роки). *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2014. Вип. 39. С. 214–222.
79. Грабовська І. Український постколоніалізм – не лише українська проблема. *День*. 2018. 30 жовтня. URL : <https://day.kyiv.ua/uk/blog/polityka/ukrayinskyu-postkolonializm-ne-lyshe-ukrayinska-problema> (дата звернення: 25.01.2019)
80. Гребенюк А. В. Міф у сучасній масовій культурі : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.04 / Ін-т філос. ім. Г. С. Сковороди. Київ, 2019. 220 с.
81. Гречанюк А. Ю. Роль газети «Буковина» в загальноукраїнському літературному процесі кінця ХІХ – початку ХХ століття : автореф. дис. ... канд.

філол. наук : 10.01.01 / Чернівецьк. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці, 2003. 20 с.

82. Гребцова І. С. Періодична преса в суспільному розвитку Південного степового регіону Російської імперії (1820–1865) : автореф. дис. ... д-ра іст. наук : 07.00.02 / Одеськ. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2002. 32 с.

83. Григор'єва О. Він був ворогом Сталіна. *ZN, UA*. 2013. 5 липня (№25). URL : <https://zn.ua/ukr/HISTORY/vin-buv-osobistim-vorogom-stalina-80-rokiv-tomu-tragichno-obirvalosya-zhittya-mikoli-skripnika-.html> (дата звернення: 20.10.2015).

84. Гриневич В. П'ятирічка патріотизму у відсотках. *ZN, UA*. 2012. 2 березня (№8). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/pyatirichka\\_patriotizmu\\_u\\_vidsotkah.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/pyatirichka_patriotizmu_u_vidsotkah.html) (дата звернення: 23.04.2015).

85. Гринівський Т. С. Часопис «Книгарь» як осередок вивчення видавничої справи в Україні періоду визвольних змагань (1917–1920 рр.) : автореферат дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.05 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2008. 20 с.

86. Грипась І. Україна втрачає архітектурну спадщину. *ZN, UA*. 2013. 29 березня (№12). URL : <https://zn.ua/ukr/HISTORY/ukrayina-vtrachaye-arhitekturnu-spadschinu-.html> (дата звернення: 05.10.2015).

87. Гриценко О., Кривошея Г., Шкляр В. Основи теорії журналістської діяльності. Київ : НВЦ МІЛП, 2000. 204 с.

88. Гула Р. В. «Киевлянин» та суспільно-політичні рухи в Україні: 1900–1914 роки : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Дніпропетровський нац. ун-т. Дніпропетровськ, 2003. 20 с.

89. Гутковський В. В. Українська преса Наддніпрянщини в національнокультурному та державотворчому процесі (друга половина ХІХ ст. – 1920 р.) : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Львів, 2002. 18 с.

90. Гуцол С. Ю. Психологія міфотворення в сучасній культурі : автореф. дис... д-ра. психол. наук : 19.00.05 / Ін-т психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. Київ, 2015. 39 с.
91. Дацишин Х. Фразеологізми в заголовках друкованих видань: проблема мовно-культурної ідентифікації. *Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. Ч. 2. С. 200–204.
92. Джаггі М. Курс із культурної журналістики. Лекція 1. Що таке культурна журналістика. URL : <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/cultural-journalism-course/lecture-13-1> (дата звернення: 05.02.2015).
93. Дзеркало тижня. Україна. 2004–2019. URL : <https://zn.ua> (дата звернення: 05.10.2016).
94. Дзьобань О. П., Прудникова О. В. Інформаційна та національна культури українського соціуму: проблеми кореляції. *Інформація і право*. 2019. №3(30). С. 16–27.
95. Дмитриевская М. О природе театральной критики. *Петербургский театральный журнал*. 2012. №1(67). URL : <http://ptj.spb.ru/archive/67/memory-of-profession-67/o-prirode-teatralnoj-kritiki/> (дата обращения: 12.10.2020).
96. Дорош М. Історичний наук-поп-шани на виживання. *Media Sapiens*, 2012. URL : <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/7334/2012-04-30-istorychnyy-nauk-pop-shansy-na-vyzhyvannya> (дата звернення: 24.04.2015)
97. Дорош М. Культурна журналістика: як вбудуватися у формат. *Media Sapiens*. 2013. URL : [http://www.osvita.mediasapiens.ua/print/1411980811/kulturna\\_zhurnalistika\\_yak\\_vbuduvatisya\\_u\\_format](http://www.osvita.mediasapiens.ua/print/1411980811/kulturna_zhurnalistika_yak_vbuduvatisya_u_format) (дата звернення: 15.06.2017)
98. Дорошук Е. С. Новые форматы цифрового театрального дискурса: журналистика о театре в пространстве инновационных технологий. *Международный научно-исследовательский журнал. Филологические науки*. 2020. №11(101). Ч. 3. С. 32–36.

99. Дроботенко В. Авторська мова як прояв власної позиції. *Стиль і текст*. 2011. Вип. 2. С. 43–47.
100. Дроздовська О. Р. Українська преса повітових міст Галичини 20–30-х рр. ХХ ст.: особливості становлення та розвитку, система текстових публікацій : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2002. 20 с.
101. Дружбинський В. Зберегти добре ім'я в недобрі часи! П'ятнадцять років – за свободу. *ZN, UA*. 2009. 3 липня (№25). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/zberegti\\_dobre\\_imya\\_v\\_nedobri\\_chasi\\_pyatnadtsyat\\_rokiv\\_\\_za\\_svobodu.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/zberegti_dobre_imya_v_nedobri_chasi_pyatnadtsyat_rokiv__za_svobodu.html) (дата звернення: 17.06.2016).
102. Дружбинський В. Феміда ля комедія. *ZN, UA*. 2009. 11 вересня (№34). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/femida\\_lya\\_komediya.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/femida_lya_komediya.html) (дата звернення: 17.11.2018)
103. Дудченко Л. М. Ділова преса України : монографія. Суми: СумДУ, 2019. 154 с.
104. Дяченко М. Д. Преса запорізького регіону другої половини ХХ – початку ХХІ ст.: типологія, характеристика, жанрові домінанти : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2010. 20 с.
105. Желіховська Н. С. Концептуально-тематичні особливості української публіцистики другої половини 80-х років ХХ століття (на матеріалах журналів «Київ» і «Вітчизна») : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2008. 16 с.
106. Желіховська Н. С. Питання української національної ідентичності на сторінках журналу «Київ». *Культура народів Причорномор'я*. 2007. №101. С. 255–258.
107. Женченко М. Роль правничих часописів Галичини кінця ХІХ–початку ХХ ст. у формуванні національної самосвідомості українського народу. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2007. Т. 26. С. 249–251.

108. Жовнір Н. «Трійник» Гагаріна. Полковника Юрія Олексійовича Гагаріна нинішнього року нагороджено... орденом першого космонавта Землі Юрія Олексійовича Гагаріна. Двох Гагаріних доля звела на космодромі «Байконур». *ZN, UA.* 2009. 20 листопада (№45). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/triynik\\_gagarina\\_\\_polkovnika\\_yuriya\\_oleksiyovicha\\_gagarina\\_ninishnogo\\_roku\\_nagorodzhenom\\_ordenom\\_pers.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/triynik_gagarina__polkovnika_yuriya_oleksiyovicha_gagarina_ninishnogo_roku_nagorodzhenom_ordenom_pers.html) (дата звернення: 13.10.2017)
109. Журналістика : словник-довідник / авт.-уклад. І. Л. Михайлин. Київ : Академвидав, 2013. 320 с.
110. Журналістів не пустили на судове засідання. *Буковинська правда.* 2011. URL : <http://www.bukpravda.cv.ua> (дата звернення: 08.09.2015)
111. Загакайло О. Поезія і проза Євромайдану. *ZN, UA.* 2013. 6 грудня (№46). URL : <https://zn.ua/ukr/ART/poeziya-i-proza-uevromaydanu-.html> (дата звернення: 15.07.2018)
112. Загорулько Р. О. Газети Києва 1905–1914 рр. як джерело вивчення українського питання : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.06 / Держ. ком. арх. України, Укр. НДІ арх. справи та документознав. Київ, 2013. 16 с.
113. Задихайло О. А. Організація управління культурою в Україні (адміністративно-правовий аспект) : дис... канд. юрид. наук : 12.00.07 / Нац. юрид. ак-я України ім. Ярослава Мудрого. Харків, 2005. 208 с.
114. Зайни Р. Способы выражения эстетической оценки в татарской арт-журналистике. *Арт-журналистика в современном медиа-пространстве.* Казань : Изд-во Казанского университета, 2016. С. 69–75.
115. Закіров М. Міф як засіб інформаційного впливу та інструмент політичної комунікації. *Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ.* URL : [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3527:mif-yak-zasib-informatsijnogo-vplivu-ta-instrument-politichnoji-komunikatsiji&catid=81&Itemid=415](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3527:mif-yak-zasib-informatsijnogo-vplivu-ta-instrument-politichnoji-komunikatsiji&catid=81&Itemid=415) (дата звернення: 16.08.2015).
116. Закон України «Про охорону культурної спадщини», від 13.04.2020 №554-IX. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text>

117. Зануда А., Червоненко В. 5 років Порошенка у цифрах і фактах: яку країну лишає президент. *BBC News Україна*. 2019. 24 квітня URL : <https://www.bbc.com/ukrainian/features-48011503> (дата звернення: 05.06.2019).
118. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. Львів : ПАІС, 2000. 180 с.
119. Зикун Н. І. Сатирична публіцистика Наддніпрянщини в інформаційному просторі України: становлення, розвиток, жанрово-тематичні форми : автореф. дис. ... д-ра. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Класичний приват. ун-т. Запоріжжя, 2016. 36 с.
120. Зирін О. Українське в Україні: скасувати, вилучити, зменшити. *ZN, UA*. 2011. 11 листопада (№ 41). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/ukrayinske\\_v\\_ukrayini\\_skasuvati,\\_viluchiti,\\_zmenshiti\\_\\_\\_sche\\_raz\\_pro\\_kvoti\\_ta\\_parlamentsku\\_muziku.html](https://zn.ua/ukr/ART/ukrayinske_v_ukrayini_skasuvati,_viluchiti,_zmenshiti___sche_raz_pro_kvoti_ta_parlamentsku_muziku.html) (дата звернення: 05.09.2014).
121. Зуєв П. «Політичне православ'я» відокремили від церкви. *ZN, UA*. 2008. 11 січня (№1). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/politichne\\_pravoslavuya\\_vidokremili\\_vid\\_tserkvi.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/politichne_pravoslavuya_vidokremili_vid_tserkvi.html) (дата звернення: 12.04.2015).
122. Информационная політика : учебник / под общ. ред. д-ра филол. наук, проф. В. Д. Попова). Москва : РАГС, 2003. 154 с.
123. Іванова О. А. Преса про літературу: номінація, дефініція, методологія. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2008. Т. 33. С. 29–33.
124. Іванова О. А. Літературно-мистецька періодика в соціальнокомунікаційному просторі України початку ХХІ століття : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2010. 31 с.
125. Іванців А. Дев'ять видань про культуру, які варто читати. *Medialab*. 2018. 24 жовтня. URL : <https://medialab.online/news/9prokulturu> (дата звернення: 12.12.2018).



126. Ігнатуша А. Є. Протестантська періодика України як суспільнополітичне явище 20-х рр. ХХ ст. : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Запоріз. нац. ун-т. Запоріжжя, 2009. 20 с.
127. Ільченко О. І. Всеукраїнська загальнополітична газета 1998–2006 рр. (в контексті утвердження суспільної моралі в Україні) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2007. 19 с.
128. Історична дискусія у ЗМІ: будувати ідентичність чи просто писати правду? *Історична правда*, 2013. 3 червня. URL : <http://www.istpravda.com.ua/ukr/columns/51ac85d84c136> (дата звернення: 05.12.2016).
129. Каленич В. Медіафразеологія в газеті «Дзеркало тижня». *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2019. Вип. 48. С. 148–158.
130. Капелюшний Л. Біс пам'яті. *ZN, UA*. 2007. 10 серпня (№29). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/bis\\_pamyati.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/bis_pamyati.html) (дата звернення: 16.04.2015).
131. Кареньи К., Юнг К. Г. Введение в сущность мифологии. Юнг К. Г. *Душа и миф: шесть архетипов*. Киев : Гос. б-ка Украины для юношества, 1997. 384 с.
132. Карпенко З. С. Психолого-історична реконструкція соціальних міфологем як метод протидії маніпулятивним медіатехнологіям. *Проблеми політичної психології*. 2015. Вип. 2. С. 361–370.
133. Карпова Е. В. Арт-журналистика региона: публикации сетевых СМИ в сфере культуры (на примере Республики Марий Эл). *Арт-журналистика в современном медиа-пространстве*. Казань: Изд-во Казанского университета, 2016. С. 115–119.
134. Кендюхов О. Суспільство споживання як національна трагедія України. *ZN, UA*. 2011. 14 січня (№1). URL : [https://zn.ua/ukr/internal/suspilstvo\\_spozhyvannya\\_yak\\_natsionalna\\_tragediya\\_ukrayini.html](https://zn.ua/ukr/internal/suspilstvo_spozhyvannya_yak_natsionalna_tragediya_ukrayini.html) (дата звернення: 26.03.2015).

135. Киридон А. М. «Memory studies» в Україні: статусність та особливості процесу становлення. *Національна та історична пам'ять*. 2012. С. 96–106.
136. Кізлова О. «У джазі тільки... шестеро. “Насаджувати українську культуру не можна... Потрібно так змоделювати ситуацію, щоб людина зрозуміла, що саме вона краща”, – вважають учасники джазового чоловічого вокального секстету ManSound». *ZN, UA*. 2005. 9 грудня (№48). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/u\\_dzhazi\\_tilki\\_shestero\\_nasadzhuvati\\_ukrayinsku\\_kulturu\\_ne\\_mozhna\\_potribno\\_tak\\_zmodelyuvati\\_situatsi.html](https://zn.ua/ukr/ART/u_dzhazi_tilki_shestero_nasadzhuvati_ukrayinsku_kulturu_ne_mozhna_potribno_tak_zmodelyuvati_situatsi.html) (дата звернення: 05.10.2015).
137. Кобинець А. В. Газета – соціотворча структура й підприємство : навчальний посібник. Запоріжжя : КПУ, 2011. 264 с.
138. Кобинець А. В. «Громадська думка» / «Рада» (1905–1914 рр.) – перша щоденна українськомовна газета Наддніпрянської України: утвердження національної ідеї : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2005. 20 с.
139. Ковальова Т. В. Розвиток жанру подорожнього нарису в українській журнальній періодиці 20–30-х рр. ХХ ст. : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 / Дніпропетр. нац. ун-т імені О. Гончара. Дніпропетровськ, 2014. 19 с.
140. Козловець М. А. Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації : монографія. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. 558 с.
141. Колесніченко У. О. Домінантні мотиви у християнських дитячих журналах сучасної України : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 19 с.
142. Коломийцева Е. Ю. Журналистика в сфері культури: вызовы XXI века. *Вестник МГУКИ*. 2012. №3(47). С. 76–81.
143. Кондратенко У. «Дзеркало тижня» святкує 20-річчя. *ZN, UA*. 2014. 8 жовтня. URL : [https://zn.ua/ukr/UKRAINE/dzerkalo-tizhnya-svyatkuye-20-richchya-153199\\_.html](https://zn.ua/ukr/UKRAINE/dzerkalo-tizhnya-svyatkuye-20-richchya-153199_.html) (дата звернення: 04.08.2015).

144. Кондрико А. Новітні тенденції функціонування особистісних наративів у сучасному мас-медійному дискурсі. *Образ*. 2014. Вип. 15. С. 29–35.
145. Константинова К. Андрій Кокотюха: «Українці мислять не головами, а серцями. Саме тому все у нас так, як є, через одне місце...». *ZN, UA*. 2013. 14 червня (№21). URL : <https://zn.ua/ukr/ART/andriy-kokotyuha-ukrayinci-mislyat-ne-golovami-a-sercyami-same-tomu-vse-u-nas-tak-yak-ye-cherez-odne-misce-.html> (дата звернення: 14.06.2015).
146. Константинова К. Арт-відступ. Чому держава стала пропагандистом кітчу. *ZN, UA*. 2008. 5 грудня (№ 46). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/art-vidstup\\_chomu\\_derzhava\\_stala\\_propagandistom\\_kitchu.html](https://zn.ua/ukr/ART/art-vidstup_chomu_derzhava_stala_propagandistom_kitchu.html) (дата звернення: 11.02.2015).
147. Константинова К., Санін Д. Руслана: «На Майдані я провела більше двадцяти ночей поспіль... Новий рік і Різдво також збираюсь там зустрічати й святкувати». *ZN, UA*. 2013. 27 грудня (№49). URL : <https://zn.ua/ukr/personalities/ruslana-na-maydani-ya-provela-bilshe-dvadcyati-nochey-pospil-noviy-rik-i-rizdvo-takozh-zbirayus-tam-zustrichati-y-svyatkuvati-.html> (дата звернення: 14.06.2015).
148. Коркодим О. Юрій Рибачук: Світська хроніка і «зіркове життя» стали кармою культурної журналістики. *Detector.media*. 2012. 4 травня. URL : <https://detector.media/community/article/69165/2012-05-04-yuriy-rybachuk-svitska-khronika-i-zirkove-zhyttya-staly-karmoyu-kulturnoi-zhurnalistyky> (дата звернення: 11.10.2017).
149. Корчагіна О. В. Преса Ворошиловградської області 1938–1956 рр.: історико-типологічні та структурно-функціональні аспекти : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2011. 16 с.
150. Костенко І. Контрактову площу перетворять на потворний комікс? *ZN, UA*. 2011. 4 лютого (№4). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/kontraktovu\\_ploschu\\_peretvoryat\\_na\\_potvorniy\\_komiks.html](https://zn.ua/ukr/ART/kontraktovu_ploschu_peretvoryat_na_potvorniy_komiks.html) (дата звернення: 11.02.2015).

151. Костенко Н., Іванов В. Досвід контент-аналізу: моделі та практики : монографія. Київ : Центр вільної преси, 2003. 200 с.
152. Кравченко В. Концепт Європа як семантичний актант у сучасному євроінтеграційному дискурсі. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Філологічні науки*. 2010. Вип. 89(3). С. 61–65.
153. Кройчик Л. Е. Публицистический текст как дискурс. Акценты: новое в массовой коммуникации: альманах. Воронеж, 2005. Вып. 3–4. С. 11–17.
154. Культура і медіа: вийти з зачарованого кола. URL : [https://lb.ua/culture/2015/06/25/309324\\_kultura\\_i\\_media\\_viyti\\_z.html](https://lb.ua/culture/2015/06/25/309324_kultura_i_media_viyti_z.html) (дата звернення: 10.09.2017).
155. Купина Н. А. Тоталитарный язык : Словарь и речевые реакции. Екатеринбург ; Пермь : Изд-во Урал. ун-та, ЗУУНЦ, 1995. 144 с.
156. Куранова С. І. Соціальні та когнітивні особливості замітки в українській періодиці початку ХХІ ст. : автореф. дис. ... канд. з соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2010. 15 с.
157. Курило Т. В. Становлення і розвиток законодавства про охорону культурної спадщини в Україні: історико-правове дослідження : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2003. 18 с.
158. Левченко А. М. Методологічні причини взаємодії культури і масової комунікації. URL : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1562> (дата звернення: 01.03.2017).
159. Левчук М. А. Висвітлення морально-етичної проблематики на шпальтах преси Православної Церкви Волині (1867–2006 рр.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2008. 18 с.
160. Лекція: «Історична журналістика з Галиною Терещук» URL : <https://2event.com/ru/events/1274264#> (дата звернення: 02.12.2017).

161. Леськова М. П. «Літературно-науковий вісник» як культурологічне джерело духовного відродження української нації (20–40-ві роки ХХ ст.): автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 1996. 18 с.
162. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 420 с
163. Лисенко Л. І. Візуальні дослідження медійного образу Євромайдану. *Журналістика. Філологія. Медіаосвіта*: збірник наукових праць. Полтава, 2014. С. 118–122.
164. Листопад О. «Людина така тварюка – не хоче вірити тому, що їй не подобається». *Український журнал*. 2008. № 9.  
URL : <http://ukrzurnal.eu/ukr.archive.html/290> (дата звернення: 07.02.2014).
165. Литвишко Є. С. Представлення конституційних цінностей у щотижневику «Дзеркало тижня. Україна» (вересень – листопад 2019 р.): типологічний аспект. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. 2019. № 15.  
URL : <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15104> (дата звернення: 16.12.2019).
166. Ломоносова К. С. Функціонально-комунікаційна система малих текстових форм у мас-медіа: структура і типологія (на матеріалі пресових та інтернет-видань) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2016. 20 с.
167. Лотман Ю. Типология культуры. Взаимное воздействие культур. Москва : ТГУ, 1982. 414 с.
168. Лукина М. М. Технология інтерв'ю : учеб. пособ. для вузов. Москва : Аспект Пресс, 2003. 191 с.
169. Луман Н. Что такое коммуникация? *Социологический журнал*. 1995. №3. С. 114–127.

170. Мадей А. С. Жанровий діапазон історико-культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна». *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. №2. С. 99–104.
171. Мадей А. С. Сучасні тенденції висвітлення пам'яткоохоронної тематики в українських ЗМІ. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. №4. С. 80–84.
172. Мадей А. С. Тема охорони історико-культурної спадщини України у контексті соціальних комунікацій. *Діалог: Медіастудії*. 2014. Вип. 18–19. С. 374–382.
173. Мадей А. С. Тижневик «Дзеркало тижня. Україна» як соціальний і культурний феномен: тематичний діапазон та змістове наповнення історико-культурного контенту. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 4. С. 8–13.
174. Мадей А. С. Охорона історико-культурної спадщини України у контексті соціальних комунікацій: історіографія проблеми. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 11. С. 46–49.
175. Мадей А. С. Питання охорони історико-культурної спадщини України у сучасній періодиці. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 57. С. 305–309.
176. Мадей А. С. Роль історико-культурного контенту українських ЗМІ у формуванні національної свідомості (на прикладі інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна»). *The European development trends in journalism, PR, media and communication : International scientific and practical conference (Wloclawek, Poland, 27–28 November 2020)*. Wloclawek : Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2020. P. 102–105.
177. Майданов А.С. Миф как источник знания. *Вопросы философии*. 2004. №9. С. 91–105.
178. Максимчук О. В., Бондар С. С. Роль мас-медіа у формуванні політичних міфів. *Актуальні проблеми політики*. 2020. Вип. 65. С. 49–54.

179. Малышева Е. Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен : определеие и классификация. *Политическая лингвистика*. 2009. №4(30). С. 32–40.
180. Мамченкова О. Пишемо про культуру якісно. Поради британської журналістки. *Medialab*. 2017. 21 березня. URL : <https://medialab.online/news/pyshemo-pro-kul-turu-yakisno-porady-bry-tans-koyi-zhurnalistky> (дата звернення: 29.08.2017).
181. Мар'їна Л. Сучасна журналістика і культура: спільність генезису. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2012. Вип. 36. С. 73–78.
182. Маркова О. Засоби образної мовної експлікації концепту патріотизм у текстах газет «День», «Дзеркало тижня». *Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти: XIII Всеукраїнська науково-практична конференція (м. Суми, 11–12 травня 2017 р.)*. Суми: СумДУ, 2017. С. 119–121.
183. Маркова О. І. Антропометафора як засіб вербалізації концепту «патріотизм» у мові газети «Дзеркало тижня». *Одеський лінгвістичний вісник*. 2016. Вип. 8. С. 109–113.
184. Матвеева Л. Г. Транзитивне суспільство та транзитивна держава як категорії сучасного суспільствознавства. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2015. №2. С. 6–9.
185. Махун С. «Мир» через уничтожение союзного государства. *ZN, UA*. 2008. 26 вересня (№ 36). URL. : [https://zn.ua/SOCIUM/mir\\_cherez\\_unichtozhenie\\_soyuznogo\\_gosudarstva.html](https://zn.ua/SOCIUM/mir_cherez_unichtozhenie_soyuznogo_gosudarstva.html) (дата звернення: 26.09.2018)
186. Махун С. Судетський сценарій: Чи готовий Захід іти стопами «миротворців» Чемберлена і Даладьє? *ZN, UA*. 2014. 5 березня (№8). URL. : <https://zn.ua/ukr/columnists/sudetskiy-scenariy-chi-gotoviy-zahid-iti-stopami-mirotvorciv-chemberlena-i-daladye-.html> (дата звернення: 15.08.2018)

187. Медведєв О. Мовна евтаназія. *ZN, UA*. 2010. 24 вересня (№35). URL : [https://zn.ua/ukr/internal/movna\\_evtnaziya.html](https://zn.ua/ukr/internal/movna_evtnaziya.html) (дата звернення: 05.07.2015)
188. Мединська О., Синоруб Г. Мова ворожнечі у виборчому дискурсі (за матеріалами онлайн-видань «Українська правда», «Дзеркало тижня», «Вільне життя плюс» та інформаційного агентства «Рубрика»). *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: Мовознавство*. 2018. Вип. II(30). С. 55–61.
189. Мелещенко О. К. Журналістикознавчі уявлення про світовий і національний інформаційний простір, його безпеку: вступна стаття, матеріали до бібліографії (українськомовні та російськомовні джерела). Київ : Задруга, 2006. 120 с.
190. Мельничук Ю. Г. Дискурс релігійної проблематики в газеті «Буковина» кінця XIX – початку XX століття : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2018. 20 с.
191. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. 5-те вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
192. Михайлин І. Національна ідентичність українців і журналістика. *Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору* : зб. наук. праць. Тернопіль ; Львів : Піраміда, 2008. Т. 1. С. 103–107.
193. Михайлюта О. Різновид розважального компонента преси: тексти культурно-просвітницької журналістики (на прикладі журналу «Український тиждень»). *Журналістика*. 2015. Вип. 14(39). С. 130–138.
194. Мірошніченко Ю. П. Культурно-мистецька проблематика провідних газет України та світу : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 16 с.
195. Мірошніченко Ю. П. Культурно-мистецька проблематика провідних якісних газет України та світу : дис. канд. ... наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 183 с.



196. Мірошніченко С. В. Становлення та розвиток періодичного друку на Слобожанщині та його вплив на освітньо-культурні процеси у регіоні в ХІХ – на початку ХХ століття : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Харк. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2011. 20 с.
197. Могитич І. Напрямки роботи реставраторів у незалежній Україні. *Охорона історико-культурної спадщини: історія та сучасність* : тези доповідей наук.-практ. конф., присвяч. 30-річчю Укр. т-ва охорони пам'яток історії та культури (18 груд. 1996 р., м. Київ). Київ, 1996. 127 с.
198. Моїсеєва Т. О. Українська преса Австралії (1949–2007) як чинник збереження національно-духовних цінностей : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 19 с.
199. Мониц Л. М. Жанровий контент літературно-художніх журналів України : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 18 с.
200. Москаленко А. Вступ до журналістики : підручник. Київ : Школяр, 1997. 300 с.
201. Москаленко А. З. Теорія журналістики : навч. посібник. Київ, 2002. 334 с.
202. Нагорна Л. Історична пам'ять: теорії, дискурси, рефлексії. Київ : ІПіЕНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2012. 328 с.
203. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. Москва : Едиториал УРСС, 2003. 240 с.
204. Наумова С. ЗМІ в Україні – що відбувається і чи варто очікувати змін. *Семінар культурної критики та репортажу “Культура 3.0”*. CSM, 2014. С. 169–174.
205. Нахманович В. Про європейську мовну Хартію та українську національну політику. *ZN, UA*. 2010. 18 червня (№23). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/pro\\_evropeysku\\_movnu\\_hartiyu\\_ta\\_ukrayinsku\\_natsionalnu\\_politiku.html](https://zn.ua/ukr/ART/pro_evropeysku_movnu_hartiyu_ta_ukrayinsku_natsionalnu_politiku.html) (дата звернення: 21.04.2015).

206. Наш читач. *ZN, UA.*  
 URL : <http://web.archive.org/web/20070208053745/www.zn.kiev.ua/nn/service/4/>  
 (дата звернення: 02.12.2020)
207. Непийвода Н., Скотникова Т. Психолінгвістичні методи аналізу текстів. *Стиль і текст.* 2003. №4. С. 244–248.
208. Нестайко О. В. Великі міфи імперії: втеча від власної. Львів : Афіша, 2003. 128 с.
209. Олійникова К. Г. Літературно-естетична еволюція журналу «Слово і час» : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.01 / Дніпропетровський держ. ун-т. Дніпропетровськ, 2000. 18 с.
210. Орлова Т. Д. Театральная журналистика: становление, развитие и особенности функционирования в современных СМИ : автореф. дисс. ... д-ра. філол. наук. Минск, 2002. 42 с.
211. Ославська С. Як вижити культурним медіа? *Коридор.* 2015. 9 вересня. URL : <http://www.korydor.in.ua/ua/ideas/yak-vizhiti-kul-turnim-media.html> (дата звернення: 05.05.2016).
212. Павлюк Л. Знак, символ, міф у масовій комунікація. Львів : ПАІС, 2006. 120 с.
213. Павлюк Л. Текст і комунікація : основи дискурсного аналізу. Львів : ПАІС, 2009. 76 с.
214. Павлюк І. З. Українськомовна легальна преса Волині, Полісся, Холмщини та Підляшшя 1917–2000 рр. як структурна частина загальнонаціонального інформаційного простору : автореф. дис... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 40 с.
215. Павлюх М. Феномен українського Майдану: історична й генетична пам'ять. *ZN, UA.* 2013. 27 грудня (№49).  
 URL : <https://zn.ua/ukr/HISTORY/fenomen-ukrayinskogo-maydanu-istorichna-y-genetichna-ram-yat-.html> (дата звернення: 25.06.2017)

216. Паримський І. С. Національна преса – суспільна домінанта інформаційного простору демократичної держави : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2013. 32 с.

217. Парламентські слухання «Стратегія гуманітарної політики сучасної України». 2010.  
URL : [http://static.rada.gov.ua/zakon/sk16/11session/par\\_sl/sl0610110.htm](http://static.rada.gov.ua/zakon/sk16/11session/par_sl/sl0610110.htm) (дата звернення: 13.12.2014)

218. Пароваткіна Г. Залюбити по-українському. *ZN, UA*. 2005. 18 листопада (№45). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/zalyubiti\\_po-ukrayinskomu.html](https://zn.ua/ukr/ART/zalyubiti_po-ukrayinskomu.html) (дата звернення: 25.06.2017)

219. Пасова Т. О. Публіцистичний дискурс журналу «Культура» (1947–2000) у контексті українсько-польського порозуміння : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2014. 19 с.

220. Перевалов В. В. Культуроформирующие функции, состав, структура и место в системе функций журналистики. *Вестник Московского университета*. 1999. №5. С. 3–21.

221. Перехейда В. В. Тижневик «Освіта» як чинник християнського виховання молоді: соціально-комунікативний аспект (1992–2005 рр.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 20 с.

222. Петров А. Цінності, які утверджує Президент Петро Порошенко, варто зберегти і примножити, не допустити чвар і руїни. 14.03.2019.  
URL : <https://poltava.to/news/50248>.

223. Пирогова К. Арт-журналістика в системі комунікаційного простору на прикладі видання «Телекритика». *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2014. Вип. 39. С. 92–97.

224. Піддубний О. Чи варто плакати за «Дзеркалом тижня»? 26.11.2019. URL : <https://pidubny.com/chy-var-to-plakaty-za-dzermalom-tyzhnia> (дата звернення: 17.01.2020)
225. Підлущкий О. Г. Лідери : монографія. Київ : НТУУ «КПІ», 2014. 154 с.
226. Пітерс Д. Д. Слова на вітрі : історія ідеї комунікації. Київ : Києво-Могилянська академія, 2004. 302 с.
227. Подобна Є. В. Контент періодичних видань Полтавської губернії (1838— 1917 рр.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2017. 18 с.
228. Покальчук О. Без милості до падших. *ZN, UA*. 2012. 24 лютого (№7). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/bez\\_milosti\\_do\\_padshih.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/bez_milosti_do_padshih.html) (дата звернення: 17.05.2015).
229. Поливач К. А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України. Київ : Інститут географії НАН України, 2012. 208 с.
230. Поліщук Н. Мистецька термінологічна лексика в газетному тексті (на матеріалі газет «Дзеркало тижня», «Газета по-українськи», «Високий замок», «Скриня»). *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Проблеми української термінології*. 2012. №733. С. 216–222.
231. Полумисна О. Прецедентні висловлювання в українських мас-медіа (на прикладі сайтів «Українська правда», «Дзеркало тижня», «Україна молода»). *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. 2016. №9. С. 16–20.
232. Полумисна О. О. Журнал «Украинская жизнь» і літературний процес початку ХХ століття : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.01 / Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2009. 19 с.
233. Полякова А. І. Релігійна тематика в суспільно-політичних часописах (на матеріалі тижневиків «Кореспондент», «Український тиждень»,

«Фокус», «Главред») : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2013. 18 с.

234. Пономаренко Л. Г. Біблія у сучасних друкованих нерелігійних ЗМІ (порівняльний аналіз ступеня її представлення у виданнях «Дзеркало тижня», «День», «Україна молода»). *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадського. Серия: Филология. Социальная коммуникация.* 2008. Т. 21. №1. С. 294–301.

235. Пономаренко Л. Г. Морально-етичний дискурс сучасних ЗМІ : монографія. Запоріжжя. 233 с.

236. Попіль Д. Ю. Національна специфіка реценції постмодернізму в українській та польській пресі : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Дніпропетр. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. Дніпропетровськ, 2014. 20 с.

237. Попович Ю. О. Преса Північної Буковини у формуванні концепції національної соборності (1885–1930-ті рр.) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2018. 20 с.

238. Порошенко підписав Закон про заборону російських фільмів. 21.04.2016. URL : <https://www.pravda.com.ua/news/2016/04/21/7106231> (дата звернення: 17.10.2016).

239. Почапська О. І. Українська сатирична публіцистика Наддніпрянщини періоду національно-визвольних змагань 1917–1921 рр. : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Львівськ. нац. універ. імені Івана Франка. Львів, 2009. 15 с.

240. Почепцов Г. Г. Теория и практика коммуникации (от речей президентов до переговоров с террористами). Москва, 1998. 352 с.

241. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. Київ : Київський університет, 1999. 308 с.

242. Почепцов Г. Наратив як інструментарій: від літературознавства до боротьби з тероризмом. *Політичний менеджмент.* 2008. №4. С. 3–11.

243. Прилюк Д. М. Теорія і практика журналістської творчості. Проблеми майстерності. Київ : Вища школа, 1983. 280 с.

244. Приступенко Т. О. Теорія журналістики. Етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 351 с.
245. Прихода Я. І. Моделювання концепту Європа в сучасному науково-публіцистичному дискурсі. URL : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1618> (дата звернення: 12.11.2020)
246. Прихода Я. Концепт Європа в українській публіцистиці: когнітивно-лінгвістичні аспекти : автореф. дис... канд. філол. наук : 10.01.08 / Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2004. 16 с.
247. Пріоритети гуманітарної політики Ющенко. 21.04.2006. URL : <https://www.unian.ua/society/3135-prioriteti-gumanitarnoji-politiki-yuschenka.html> (дата звернення: 05.12.2016).
248. Проблеми актуалізації українських пам'яток культури. *Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень*, 2012. URL : <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/gumanitarniy-rozvitok/problemi-aktualizacii-ukrainskikh-pamyatok-kulturi-analitichna> (дата звернення: 07.11.2015)
249. Проведуть семінар: «Навзаєм: розмови про журналістику та культуру». URL : <https://chytomo.com/provedut-seminar-navzaiem-rozmovy-pro-zhurnalistyku-ta-kulturu> (дата звернення: 22.12.2020)
250. Проект «українська церква»: своє і Христове. *ZN, UA*. 2007. 15 червня (№23). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/proekt\\_ukrayinska\\_tserkva\\_svoe\\_i\\_hristove.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/proekt_ukrayinska_tserkva_svoe_i_hristove.html) (дата звернення: 21.02.2015).
251. Процак Х. У Львові назвали фіналістів премії «Високі стандарти журналістики – 2017». 14.12.2017. URL : <https://city-adm.lviv.ua/news/society/public-sector/244592-u-lvovi-nazvaly-finalistiv-premii-vysoki-standarty-zhurnalistyku-2017> (дата звернення: 11.06.2015).
252. Прудникова О. В. Феномен інформаційної культури: онтологічний статус та соціоантропологічні детермінанти : монографія / за заг. ред. О.П. Дзьобаня. Харків : Право, 2017. 496 с.

253. Радченко Я. Студенти факультету журналістики взяли участь у тренінгу від MediaLab «Як розповідати про локальну культуру». 20.11.2020. URL : [https://www.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view\\_details&news\\_id=52382&lang=ukr&news\\_code=u-znu-proveli-XII-mizhnarodnu-naukovu-konferentsiyu-----nozemna-filologiya-u-khkh---stolitti---v-rezhimi-onlajn](https://www.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view_details&news_id=52382&lang=ukr&news_code=u-znu-proveli-XII-mizhnarodnu-naukovu-konferentsiyu-----nozemna-filologiya-u-khkh---stolitti---v-rezhimi-onlajn) (дата звернення: 23.04.2015).
254. Радчик Р. В. Аналітичні жанри : навч. посіб. Київ : Дніпро, 2019. 236 с.
255. Радчик Р. В. Журналістський фах: інформаційні жанри : навч. посіб. Київ : Київський університет, 2015. 272 с.
256. Расулова О. Як розповідати про локальну культуру. *Medialab*. 2020 23 листопада. URL : <https://medialab.online/news/pro-lokalnu-kulturu> (дата звернення: 12.12.2020)
257. Рафальський О. О. Консолідація українського суспільства: етнополітичний вимір. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2018. 400 с.
258. Революція Гідності 2013–2014 рр. та агресія Росії проти України : наук.-метод. матер. / В. Головка та ін. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. 36 с.
259. Римашевський Ю. Лексична сполучуваність терміна «національна ідея» (на матеріалі суспільно-політичного тижневика «Дзеркало тижня» за 2006–2008 рр.). *Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. Ч. 2. С. 308–318.
260. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнеєв В. М. Лінгвістика впливу. Київ : Київський університет, 2005. 148 с.
261. Різун В. В., Скотникова Т. В. Методи наукових досліджень у журналістикознавстві : навч. посіб. Київ : Преса України, 2008. 144 с.
262. Різун В. В. Нариси про текст : теоретичні питання комунікації і тексту. Київ : Київський університет, 1998. 335 с.
263. Різун В. В. Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій. *Психолінгвістика*. 2012. Вип. 10. С. 305–314.

264. Різун В. В., Скотникова Т. В. Методи соціальнокомунікаційних досліджень. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 52. С. 49–53.
265. Роговая Т. Арт-журналистика: европейские тенденции методов в образовательном процессе. *Международная журналистика-2017: идея интеграции и медиа* : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф.: сб. науч. тр. Минск, 2017. С. 460–465.
266. Рожен О. Сплеск культури. *ZN, UA*. 2004. 16 січня (№2). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/splesk\\_kulturi.html](https://zn.ua/ukr/ART/splesk_kulturi.html) (дата звернення: 11.01.2015).
267. Романюк М. М. Українська преса Північної Буковини як джерело вивчення суспільнополітичного життя краю (1870–1940 рр.) : автореф. дис... д-ра іст. наук : 07.00.06 / НАН України, Ін-т укр. археогр. та джерелозн. ім. М. С. Грушевського. Київ, 2000. 36 с.
268. Ромах О. В. Кваліфікація проблем у дискурсі наукових досліджень. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2018. Т. 1. С. 24–32.
269. Ромах О. В. Настільний посібник з методології досліджень соціальних комунікацій. Львів : ПАІС, 2020. 404 с.
270. Ромашко О. Українська національна ідея в дзеркалі преси. *Політичний менеджмент*. 2006. №2. С. 115–126.
271. Рудий Г. Я. Періодика України як об'єкт джерелознавчого дослідження української культури (1917–1920 рр.) : автореф. дис... д-ра іст. наук : 07.00.06 / Ін-т укр. археогр. та джерелозн. ім. М. С. Грушевського. Київ, 2004. 33 с.
272. Рудий Г. Я. Становлення державної системи охорони історико-культурної спадщини в Україні (1918–1920 рр.). *Краєзнавство*. 2001. №1–4. С. 95–102.
273. Рудик М. С. Науково-публіцистична спадщина Володимира Здоровеги: історіографія, проблематика, концептуальні засади : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Львів. нац. ун-т імені Івана Франка. Львів, 2015. 238 с.



274. Рудика Н. М. Становлення та розвиток нормативної бази охорони пам'яток археології в Україні (1991–2011 рр.) : дис... канд. іст. наук : 26.00.05 / НАН України, Укр. т-во охорони пам'яток історії та культури, Центр пам'яткознавства. Київ, 2012. 212 с.
275. Савченко В. На все життя, що залишилось. *ZN, UA*. 2013. 26 квітня (№ 16). URL : [https://zn.ua/ukr/personalities/na-vse-zhittya-scho-zalishilos-\\_.html](https://zn.ua/ukr/personalities/na-vse-zhittya-scho-zalishilos-_.html) (дата звернення: 22.03.2015).
276. Сагдуллаев К. К. Театральная журналистика сегодня: вопросы идентичности. *Theoretical & applied science*. 2015. №7(27). С. 147–150.
277. Садівничий В. О. Типи, види та особливості подачі контенту кросмедіа. *Кросмедіа: контент, технології, перспективи* : колективна монографія. Київ, 2017. С. 40–47.
278. Санін Д. Путін грає в хокей. *ZN, UA*. 2013. 26 квітня (№16). URL : [https://zn.ua/ukr/ART/putin-graye-v-hokey-\\_.html](https://zn.ua/ukr/ART/putin-graye-v-hokey-_.html) (дата звернення: 14.03.2015).
279. Сашук Т. І. Аспекти реалізації актуальної соціальної проблематики в аналітичних публікаціях всеукраїнських суспільно-політичних видань «День» та «Дзеркало тижня». *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 1–2 (38). С. 130–134.
280. Сашук Т. І. Висвітлення соціальної проблематики загальнонаціональних друкованих мас-медіа комунікації : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2015. 16 с.
281. Семенко С. В. Журнал «Рідний край» і літературний процес початку ХХ століття : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.01 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2000. 20 с.
282. Семінар культурної критики та репортажу “Культура 3.0”. *CSM*. 2014. URL : <http://issuu.com/csmart.org.ua/docs/culture-3.0> (дата звернення: 05.10.2015).

283. Сенкевич Г. А. Міська газета: творчо-соціальна парадигма функціонування : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2010. 16 с.
284. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище : методологія, архітектоніка, варіативність. Київ : Київський університет, 2002. 392 с.
285. Сергеева Т. С. Арт-журналистика и современная российская культура: ценностно-смысловые доминанты и проблема сохранения человека. *Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология. Искусствоведение*. 2013. №22(313). Вып. 81. С. 152–156.
286. Сидоренко Н. Жіночий сегмент української преси для родини. *Образ*. 2017. Вип. 2. С. 6–14.
287. Сидоренко Н. М. Українська таборова преса першої половини ХХ ст.: проблеми національно-духовного самоствердження : автореф. дис... д-ра філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2000. 34 с.
288. Сидякина А.А. Художественно-просветительские периодические издания (арт-журналистика). *Журналистика сферы досуга* / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. Санкт-Петербург : Высш. школа журн. и мас. коммуникаций, 2012. 304 с.
289. Симбирцева Н. Метамарфозы памяти: культурологическая интерпритация. *European Social Science Journal*. 2011. №8. С. 20–27.
290. Сипченко І. В. Преса Сумщини 20–30-х рр. ХХ століття (типологічна характеристика та жанрово-стильові особливості) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Дніпропетр. нац. ун-т ім. Олеся Гончара. Дніпропетровськ, 2014. 19 с.
291. Скібан О. І. Книжкова преса в Україні 1990-2000-х рр.: тематико-типологічні та промоційні аспекти : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Класичний приватн. ун-т. Запоріжжя, 2020. 16 с.
292. Скленар І. М. Сучасна релігійна преса України: типологія, характеристика, домінанти : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2008. 16 с.

293. Сніцарчук Л. В. Пресознавча публіцистика української преси Галичини (1919–1939 рр.) як профетизм сучасної медіакритики. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2011. №4. С. 183–194.
294. Сніцарчук Л. В. Українська преса Галичини (1919–1939): політико-правові умови функціонування, тенденції розвитку, організаційножурналістська практика : автореф. дис. ... д-ра з соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2010. 32 с.
295. Сніцарчук Л. В. Українська сатирично-гумористична преса Галичини 20–30-х рр. ХХ ст.: історико-функціональний аспект та інтерпретаційні особливості : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2002. 20 с.
296. Соколов А. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2002. 461 с.
297. Специфіка висвітлення журналістами сфери культури. URL : <https://www.aup.com.ua/specifika-visvittlennya-zhurnalistami>
298. Спирчагова Т. А. Развитие музейной интернет-коммуникации в системе арт-журналистики. *Арт-журналистика в современном медиа-пространстве*. Казань : Изд-во Казанского университета, 2016. С. 34–41.
299. Суворова А. Ю. Арт-журналистика в России: особенности типологизации и жанрово-тематическое своеобразие. *Массовая коммуникация в современном мире: вызовы и перспективы* : материалы Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов (16 декабря 2014 г., Курск). Курск : Юго-Зап. гос. ун-т., 2014. С. 149–150.
300. Супрун Л. Концепт «державна» як ключовий у мовній ментальності Д. Донцова-вісниківця. *Стиль і текст*. 2011. Вип. 2. С. 30–42.
301. Супрун Л. В. Комунікаційна система «Літературно-Наукового Вістника» («Вістника»): мовноментальні детермінанти : автореф. дис. ... д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2013. 32 с.

302. Суріна Г. Міфологізація буденної політичної свідомості в українському соціумі. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2015. Вип. 3. С. 155–160.
303. Суріна Г. Функціонування міфу і наративу в сучасній масовій свідомості. *Грані*. 2016. №3. С. 6–10.
304. Текст у масових комунікаціях: множинність інтерпретацій : колективна монографія / гол. ред. Н. Ф. Баландіна. Харків : Експрес-книга, 2018. 275 с.
305. Тимчишин О. І. Становлення і розвиток західноукраїнської молодіжної преси 1900–1939 рр. : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 19 с.
306. Титова О. М. Деякі актуальні питання збереження культурної спадщини України. *Праці Центру пам'яткознавства* : зб. наук. пр. 2009. Вип. 16. С. 5–10.
307. Трухачов О. І. Соціокультурні та ідейно-політичні аспекти впливу державно-виконавчих установ на засоби масової комунікації : монографія. Київ : Університет економіки та права «КРОК», 2012. 200 с.
308. Указ Президента України «Про ліквідацію Національно ради з питань культури і духовності» від 02.04.2010 р. № 487/2010. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/487/2010#Text> (дата звернення: 03.10.2018)
309. Указ Президента України «Про першочергові заходи щодо збагачення та розвитку культури і духовності українського суспільства» від 28.02.2006 р. № 160/2006. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1647/2005#Text> (дата звернення: 03.10.2018)
310. Указ Президента України від 15.05.2017 р. № 133/2017 (заборона фільмів). URL : <https://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850> (дата звернення: 03.10.2018)

311. Українські письменники-журналісти – про роботу в двох сферах. URL : <https://wisecow.com.ua/zhurnalistika/zhurnal%D1%96stika-z-mikoloyu-veresnem-ta-yur%D1%96%D1%94m-makarovim/6-pismennikiv-zhurnalistiv-pro-robotu-v-dvokh-sferah.html> (дата звернення: 05.12.2017).
312. Ульянова К. М. Преса Луганщини 1917–1938 рр.: становлення та основні тенденції розвитку : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2009. 20 с.
313. Усачова О. Олег Вергеліс, театральний критик: Цікавий текст народжується як настрій. *Інтерв'ю з України*. 2018. 8 вересня. URL : <https://rozmova.wordpress.com/2018/09/08/oleh-verhelis-2> (дата звернення: 03.10.2018)
314. Усенко О. В. Державно-правове регулювання відносин у сфері охорони культурної спадщини : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 / Нац. акад. Внутрішніх справ. Київ, 2011. 232 с.
315. Учасники ініціативи «Культура-2025» сформулювали основні проблеми української культури. 2015. 2 березня. URL : [https://lb.ua/culture/2015/03/02/297267\\_uchastniki\\_initsiativi.html](https://lb.ua/culture/2015/03/02/297267_uchastniki_initsiativi.html) (дата звернення: 05.02.2016).
316. Хацінський Б. Як писати про культуру і бути культурним журналістом? URL : <http://elekcii.org/ref-lekcyi/jak-pisac-pra-kulturu-i-buskulturnickim-zhurnalistam.html> (дата звернення: 05.12.2017).
317. Хашук В. Культура за «залишковим принципом». *Lb.ua*. 2013. 7 лютого. URL : [http://blogs.lb.ua/vadym\\_khaschuk/188466\\_kultura\\_zalishkovim\\_printsipom.html](http://blogs.lb.ua/vadym_khaschuk/188466_kultura_zalishkovim_printsipom.html) (дата звернення: 08.10.2017)
318. Хітрова Т. В. Медійні засоби репрезентації дискурсу “історична пам'ять” в концепції реалізації державної політики пам'яті. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2012. №4. С. 133–137.
319. Хітрова Т. В. Пам'ять як інформаційно-комунікаційна основа медіа. *Образ*. 2015. №1(16). С. 14–20.

320. Хітрова Т. В. Типологічні особливості періодичної преси Запорізького краю (1904–1920 рр.) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2007. 20 с.

321. Хобта О. І. Мистецька періодика Одеси другого десятиріччя ХХ століття: історико-функціональний аспект та інтерпретаційні особливості : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2005. 18 с.

322. Хомінський С. Й. Взаємозв'язок релігійної та економічної проблематики в системі соціальних комунікацій (на матеріалі природоохоронної, релігієзнавчої і релігійної преси) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 17 с.

323. Хотюн Л. В. Типологічні особливості «часопису новин» на сучасному етапі (світовий досвід та українські реалії) : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2013. 16 с.

324. Худицький В. «Український класик» Юрій Тарнавський: «Не хочу, аби Україну розривали на шматки». *ZN, UA*. 2011. 3 червня (№20). URL: [https://zn.ua/ukr/ART/ukrayinskiy\\_klasik\\_yuriy\\_tarnavskiy\\_ne\\_hochu,\\_abi\\_krayinu\\_rozrivali\\_na\\_shmatki.html](https://zn.ua/ukr/ART/ukrayinskiy_klasik_yuriy_tarnavskiy_ne_hochu,_abi_krayinu_rozrivali_na_shmatki.html) (дата звернення: 04.06.2015).

325. Цветаєва О. В. Сучасна колумністика як складова персонального журналізму в українській та американській пресі : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04 / Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2013. 20 с.

326. Цьмух О. Поняття «концепт» у сучасному лінгвістичному дискурсі. *Лінгвістичні студії*. 2011. Вип. 22. С. 326–330. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/lingst\\_2011\\_22\\_67](http://nbuv.gov.ua/UJRN/lingst_2011_22_67) (дата звернення: 20.07.2015)

327. Чекалюк Н. Зимові пригоди Олега Скрипки. *ZN, UA*. 2004. 24 грудня (№52). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/zimovi\\_prigodi\\_olega\\_skripki.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/zimovi_prigodi_olega_skripki.html) (дата звернення: 05.05.2015).

328. Червоненко В. П'ять президентів України: чим вони запам'ятались. *BBC News Україна*. 2019. 21 травня.

URL : <https://www.bbc.com/ukrainian/features-48188256>

(дата

звернення: 08.08.2019)

329. Чернявська Л. В. Соціопросторові концепти мас-медійного дискурсу. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 1–2. С. 150–154.

330. Чернявська Л. В. Концептуалізований простір мас-медіа. *Молодий вчений*. 2016. № 3. С. 658–662.

331. Чорнодон М. Сучасна гендерно маркована періодика: особливості гендерної концептосфери. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика*. 2018. Вип. 44. С. 82–89.

332. Чубрей А. В. Український театр у медіапросторі міжвоєнної Галичини: проблеми видавничого супроводу : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.05 / Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ, 2020. 16 с.

333. Шебеліст С. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів. *Вісник Львівського ун-ту. Серія: Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 274–280.

334. Шебеліст С. В. Особливості розвитку сучасної української есеїстики в системі журналістських жанрів : автореф. дис. ... канд. наук з соц. комунікацій : 27.00.04 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 18 с.

335. Шевченко М. І. Роль громадських медіа в переформатуванні культурної політики: український досвід. *Вісник національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2018. №4. С. 189–193.

336. Шкляр В. І. Теорія і методика журналістської творчості : конспект лекцій. Київ, 1999. 44 с.

337. Шкільна О. Д. Становлення та розвиток системи періодичної преси Катеринославської губернії 1838–1917 рр. : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08 / Київ. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 1997. 17 с.

338. Штефан А. Життєписи професіоналів, або Кожному потрібна Франческа і своя фрігідейра. *Читомо*. 2018. 13 серпня.

URL : <https://chytomo.com/zhyttiepysy-profesionaliv-abo-kozhnomu-potribna-francheska-i-svoia-frihidejra> (дата звернення: 28.09.2018)

339. Щорічний науковий студентський семінар «Актуальні проблеми журналістики». *Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка*. 2020. 29 квітня URL : <http://pnpu.edu.ua/news/shhorichnij-naukovij-studentskij-seminar-aktualni-problemi-zhurnalistiki.html> (дата звернення: 17.06.2020).

340. Щоткіна К. Пил століть – всього лиш пил? *ZN, UA*. 2011. 4 лютого (№4). URL : [https://zn.ua/ukr/SOCIUM/pil\\_stolit\\_\\_vsogo\\_lich\\_pil.html](https://zn.ua/ukr/SOCIUM/pil_stolit__vsogo_lich_pil.html)

341. Щурко О. Роль і значення наративу у сучасних гібридних конфліктах. *S.P.A.C.E.* 2017. №7. С. 13–16.

342. Юлія Мостова очолила нове «Дзеркало тижня. Україна». *Телекритика*. 2011. 14 січня. URL : <https://web.archive.org/web/20110117154020/http://www.telekritika.ua/news/2011-01-14/59168> (дата звернення: 05.12.2017).

343. Юрчук О. О. Українські постколоніальні студії. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2015. Вип. VII. С. 255–262.

344. Яких магістрів ми готуємо? URL : <http://www.journ.knu.ua/abit/yakix-magistriv-mi-gotuyemo> (дата звернення: 06.09.2018).

345. Яковлева О. В. Символьна мова газети (на матеріалі українського суспільно-політичного тижневика «Дзеркало тижня»). *Молодий вчений*. 2018. №9.1(61.1). С. 157–160.

346. Ярмиш Ю. Ф. Жанри сатиричної публіцистики : навч. посіб. Київ, 2003. 156 с.

347. Alia V. *Media Ethics and Social Change*. Edinburg: Edinburg University Press, 2004. 229 p.

348. Bandura A., Ross D., Ross S. Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1961. №63. P. 575–582.



349. Boje D. What is antenarrative?  
URL : [business.nmsu.edu/~dboje/papers/what\\_is\\_antenarrative.htm](http://business.nmsu.edu/~dboje/papers/what_is_antenarrative.htm) (дата обращения: 28.12.2015).
350. Brüggemann M. Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames. *Communication Theory*, 2014. Vol. 24. P. 61–82.
351. Dudchenko L. In the Travelogue Genre. *Філологічні трактати*. 2017. Т. 9. №1. С. 136–141.
352. Entman R. M. Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11. *Political Communication*, 2003. Vol. 20. P. 415–432.
353. Evans M. Framing international conflicts: Media coverage of fighting in the Middle East. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 2010. Vol. 6. №2. P. 209–233.
354. Gerbner G., Gross L., Morgan M. Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process. *Perspectives on Media Effects*. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, N.J. / J. Bryant and D. Zillmann (eds.), 1986. P. 17–40.
355. Goban-Klas T. Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu. Warszawa-Krakow : Wydawnictwo naukowe PWN, 2006. 340 s.
356. Griffin E. A First Look at Communication Theory. New York : McGraw-Hill, Inc., 1996. 536 p.
357. Habermas J. Der Phisophische Diskurs der Moderne. Frankfurt am Mein, 1985. 430 p.
358. Hall S. Ideology and Communication Theory. *Rethinking Communication Theory* / B. Dervin, et al. (eds.). Sage, Newbury Park, California, 1989, Vol. 1. P. 40–52.
359. Hanson R. E. Mass Communication: Living in a Media World. CQ Press, 2011. 660 p.

360. Kim Sei-Hill, Carvalho J. P., Davis A. G. Talking About Poverty: News Framing of Who is Responsible For Causing and Fixing the Problem. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 2010, Vol. 87, №3–4. P. 563–581.
361. Kreiswirth M. Trusting the Tale: the Narrativist Turn in the Human Sciences. *New Literary History*. 1992. Vol. 23 №3: History, Politics and Culture. John Hopkins University Press. P. 629–657.
362. Lash S. Introduction. Post-Structuralist and Post-Modernist Sociology. Aldershot, Eng.: Edward Elgar, 1991. P. IX–XV.
363. Madei A. Specificity of coverage of the topic of protection of historical and cultural heritage of Ukraine in modern media space. *European Applied Sciences*. 2014. № 7. P. 3–5.
364. Madei A. Transformation of historical and cultural concepts in the information media space of Ukraine. *East European Scientific Journal*. 2020. № 12 (64). P. 7–9.
365. Marshall D. P. New Media Cultures. London ; New York : Arnold, 2004. 120 p.
366. McQuail D. Mass Communication Theory. An Introduction. London : Sage, 1994. 416 p.
367. Nelson T., Oxley Z. Clawson R. Toward a Psychology of Framing Effects. *Political Behavior*, 1997. Vol. 19. № 3. P. 221–246.
368. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 1974. Vol. 24. №2. P. 43–51.
369. Prince G. Narratology: the form and functioning of narrative. Mouton Publishers. Berlin-New York-Amsterdam, 1982. 185 p.
370. Russell N. W., Guggenheim L., Jang S. Mo. The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data. *Journal of Communication*, 2014. №64. P. 193–214.
371. Sarbin T. R. Narratology as a root metaphor in psychology. *Narrative psychology: The storied nature of human conduct*. 1986. P. 3–21.

372. Scheufele D. A., Tewksbury D. Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 2007. №57. P. 9–20.
373. Sternberg M. Telling in Time (I): Chronology and Narrative Theory. *Poetics Today*. 1990. Vol. 11(4). P. 901–948.
374. Stubbersfield J. Expect the Unexpected? Testing for Minimally Counterintuitive (MCI) Bias in the Transmission of Contemporary Legends: *A Computational Phylogenetic Approach*. *Social Science Computer Review*. 2013. №31(1). P. 90–102.
375. Wortham S. Narratives in action. A strategy for research and analysis. New York : Teachers College Press, 2001. 274 p.

## ДОДАТКИ

Додаток А

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

*Статті в наукових фахових виданнях України*

1. Мадей А. С. Охорона історико-культурної спадщини України у контексті соціальних комунікацій: історіографія проблеми. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 11. С. 46–49.
2. Мадей А. С. Питання охорони історико-культурної спадщини України у сучасній періодиці. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 57. С. 305–309.
3. Мадей А. С. Тема охорони історико-культурної спадщини України у контексті соціальних комунікацій. *Діалог: Медіастудії*. 2014. Вип. 18–19. С. 374–382.
4. Мадей А. С. Сучасні тенденції висвітлення пам'яткоохоронної тематики в українських ЗМІ. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2014. № 4. С. 80–84.
5. Мадей А. С. Жанровий діапазон історико-культурного контенту інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна». *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2015. № 2. С. 99–104.
6. Мадей А. С. Тижневик «Дзеркало тижня. Україна» як соціальний і культурний феномен: тематичний діапазон та змістове наповнення історико-культурного контенту. *Держава і регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 4. С. 8–13.

*Статті у виданнях,**внесених до міжнародних наукометричних баз даних*

7. Madei A. Specificity of coverage of the topic of protection of historical and cultural heritage of Ukraine in modern media space. *European Applied Sciences*. 2014. № 7. P. 3–5.
8. Madei A. Transformation of historical and cultural concepts in the information media space of Ukraine. *East European Scientific Journal*. 2020. № 12 (64). P. 7–9.

*Опубліковані праці апробаційного характеру*

9. Мадей А. С. Специфіка висвітлення питання охорони історико-культурного надбання України у сучасній періодиці. *Журналістика. Філологія. Медіаосвіта* : зб. наук. пр. Полтава, 2014. С. 129–133.
10. Мадей А. С. Тема охорони історико-культурного наследия Украины в контексте социальных коммуникаций. *Актуальные проблемы журналистики* : сборник трудов молодых ученых. Томск : Изд-во НТЛ, 2014. Вып. IX. С. 56–57.

11. Мадей А. С. Специфіка висвітлення теми охорони історико-культурної спадщини України у вітчизняній пресі: проблеми та перспективи. *Вплив нових медіа: міждисциплінарний підхід* : матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 28–28 квітня 2014 р.). Одеса : Нац. ун-т «Одеська юридична академія», 2014. С. 104–106.

12. Мадей А. С. Тема охорони історико-культурної спадщини України у вітчизняних загальнонаціональних газетах. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень* : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і аспірантів (м. Луцьк, 14–15 травня 2014 р.) : у 3 т. Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2014. Т. 3. С. 102–104.

13. Мадей А. С. Проблеми та перспективи висвітлення теми охорони історико-культурної спадщини України у вітчизняному медіа-просторі. *Перспективні напрямки світової науки* : зб. статей учасників Двадцять сьомої міжнар. наук.-практ. конф. «Інноваційний потенціал світової науки – XXI сторіччя» (м. Запоріжжя, 20–25 травня 2014 р.). Запоріжжя : Вид-во ПГА, 2014. Т. 1. Науки гуманітарного циклу. С. 44–45.

14. Мадей А. С. Роль історико-культурного контенту українських ЗМІ у формуванні національної свідомості (на прикладі інформаційно-аналітичного тижневика «Дзеркало тижня. Україна»). *The European development trends in journalism, PR, media and communication* : International scientific and practical conference (Wloclawek, Poland, 27–28 November 2020). Wloclawek : Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2020. P. 102–105.

15. Мадей А. С. Специфіка і тенденції висвітлення історико-культурної проблематики в українському медіа-просторі. *Інструменти і механізми модернізації наукових та освітніх процесів* : матеріали II наук.-практ. конф. (м. Полтава, 18–19 грудня 2020 р.). Херсон: Вид-во «Молодий вчений», 2020. С. 95–98.

### **Відомості про апробацію результатів дисертації**

1. «Українська журналістика в двохсотлітній ретроспективі» (з нагоди 200-річчя першої в Східній Україні газети «Харьковский еженедельник») (м. Харків, 2012 р.), (заочна участь).
2. «Дослідження вербального і невербального компонентів контенту ЗМК» (м. Київ, 2014 р.), (очна участь).
3. «Критерії діагностики та методики розрахунку впливу медіа» (м. Київ, 2014 р.), (очна участь).
4. «Мова. Суспільство. Журналістика» (присвячується 180-літтю Київського національного університету імені Тараса Шевченка) (м. Київ, 2014 р.), (очна участь).
5. «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (м. Луцьк, 2014 р.), (заочна участь).
6. «Вплив нових медіа: міждисциплінарний підхід» (м. Одеса, 2014 р.), (заочна участь).
7. «Інноваційний потенціал світової науки – XXI сторіччя» (м. Запоріжжя, 2014 р.), (заочна участь).
8. «Журналістика. Філологія. Медіаосвіта» (м. Полтава, 2014 р.), (очна участь).
9. «Українські медіа в європейському інформаційно-комунікаційному просторі: історія, стан, перспективи» (м. Ужгород, 2014 р.), (заочна участь).
10. «Актуальные проблемы журналистики» (м. Томськ, 2014 р.), (заочна участь).
11. «Європейські тенденції розвитку журналістики, PR, медіа і комунікації» (м. Влоцлавек, Республіка Польща, 2020 р.), (заочна участь).
12. «Інструменти і механізми модернізації наукових та освітніх процесів» (м. Полтава, 2020 р.), (заочна участь).

Таблиця №1 «Кількість матеріалів у рубриках тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (за 2004–2019 рр.)»

Рубрики	2004	2005 2006	2007 2008	2009 2010	2011 2012	2013	2014	2015 2016	2017 2018	2019	Всього
<b>Влада</b>											
Внутрішня Політика	315	525	1356	1655	852	416	440	864	840	516	7779
Міжнародна політика	162	329	317	451	309	144	130	305	308	104	2559
Право	189	299	432	349	288	32	30	312	264	35	2230
<b>Гроші</b>											
Макрорівень	18	44	112	255	182	141	120	180	182	135	1369
Фінанси	72	165	278	238	132	131	58	120	142	111	1447
Промисловість	-	-	32	28	31	21	12	24	38	20	206
Енергоринок	90	178	270	241	252	138	124	240	262	130	1925
Бізнес	207	354	305	340	305	120	110	330	260	110	2441
Економіка регіонів	36	116	69	59	22	4	10	24	20	5	365
Сільське господарство	32	30	60	31	33	5	4	41	42	6	284

Конфлікт інтересів	47	47	70	23	52	9	24	46	56	8	382
Економічна безпека	35	56	12	-	5	1	1	4	2	-	116
Соціальний захист	6	12	13	23	34	4	-	24	10	5	131
Зарубіжна економіка	79	50	123	29	19	20	10	23	8	27	388
Приватизація	-	-	-	-	2	2	-	1	1	1	7
SOS	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	2
<b>Людина</b>											
Наука	198	274	312	154	90	45	46	60	80	145	1404
Освіта	54	200	128	172	93	37	40	48	85	37	894
Здоров'я	90	314	252	175	40	19	28	124	116	49	1207
Середовище існування	75	76	82	123	45	11	8	25	20	19	484
Культура	597	799	807	379	412	215	251	442	190	515	<b>4607</b>
Соціум	711	1358	1226	700	546	88	104	1276	870	108	6987
Персоналії	-	-	-	-	-	70	52	8	7	12	149
Історія	-	-	-	-	-	90	78	11	6	20	<b>205</b>
Сімейне коло	-	-	-	-	-	20	14	-	4	12	50
Технології	-	-	31	26	16	2	7	5	11	1	99
Туризм	-	-	-	-	-	6	8	-	-	6	20
<b>Всього</b>	3013	5226	6287	5451	3760	1792	1709	4537	3824	2138	<b>37737</b>



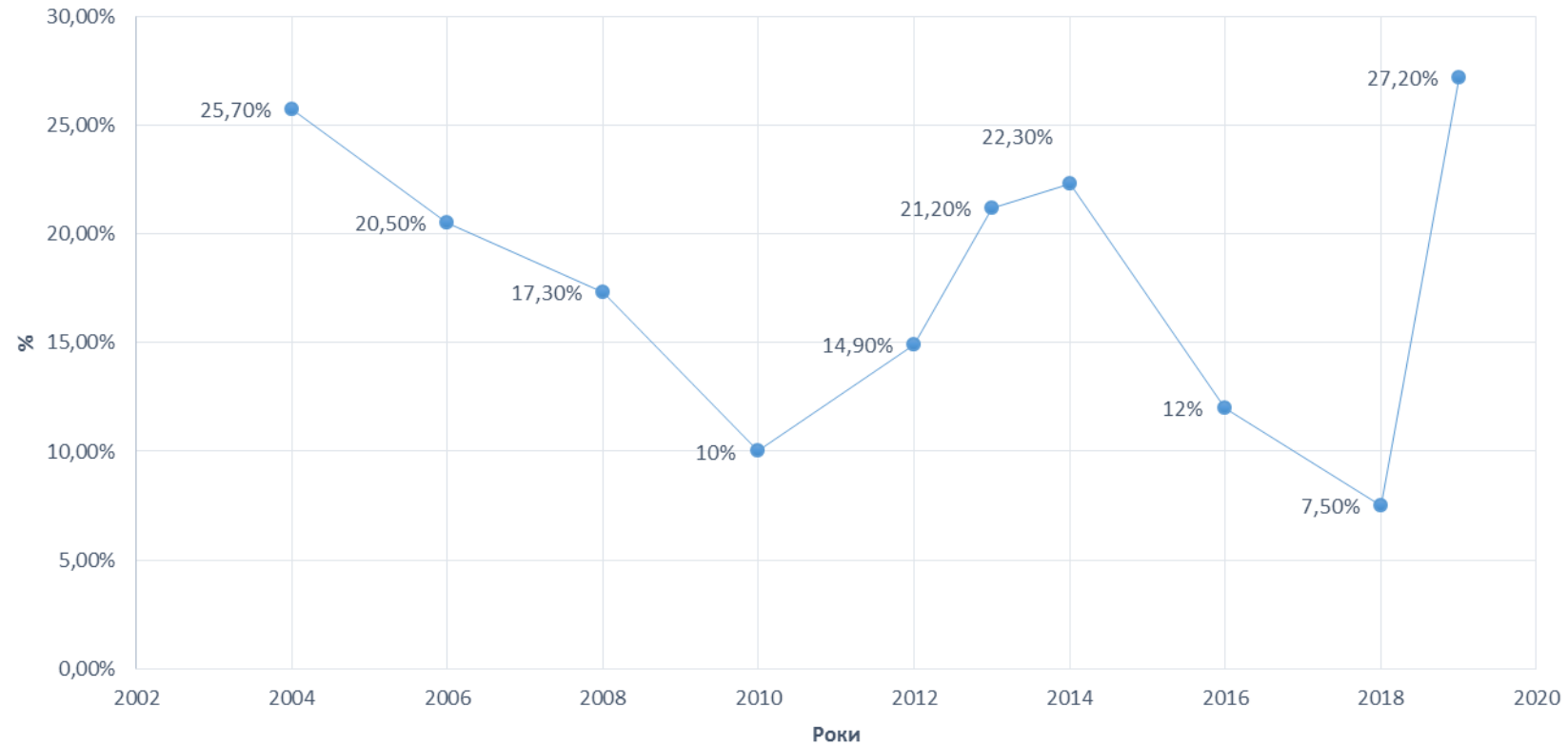
Таблиця № 2 Матеріали історико-культурної тематики в інших рубриках тижневика «Дзеркало тижня. Україна».

Рубрики	2004	2005 2006	2007 2008	2009 2010	2011 2012	2013	2014	2015 2016	2017 2018	2019	Всього
Внутрішня політика	2	5	3	2	5	3	4	3	2	3	32
Зарубіжна економіка	2	1	2	2	-	1	1	-	2	1	12
Наука	4	5	8	4	5	2	2	1	4	2	37
Освіта	7	5	3	5	5	1	1	2	3	1	33
Соціум	153	247	257	132	125	20	22	80	45	20	1101
Середовище існування	10	11	8	16	6	2	3	3	13	2	74
Персоналії	-	-	-	-	-	46	16	8	20	21	111
Всього	178	274	281	161	146	75	49	97	89	50	<b>1400</b>

Таблиця №3 Історико-культурний контент тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (кількість публікацій та %)

Тематика	2004		2005 2006		2007 2008		2009 2010		2011 2012		2013		2014		2015 2016		2017 2018		2019		Всього	
	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%	Кількість	%
Культура	597	19,8	799	15,3	807	12,8	379	7	412	11	215	12	251	14,7	442	9,7	190	5	515	24	<b>4607</b>	<b>12,2</b>
Історія	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	90	5	78	4,7	11	0,2	6	0,2	20	0,9	<b>205</b>	<b>0,5</b>
Інші рубрики з історико-культурною тематикою	178	5,9	274	5,2	281	4,5	161	3	146	3,9	75	4,2	49	2,9	97	2,1	89	2,3	50	2,3	<b>1400</b>	<b>3,7</b>
Історико-культурний контент	775	25,7	1073	20,5	1088	17,3	540	10	558	14,9	380	21,2	378	22,3	550	12	285	7,5	585	27,2	<b>6212</b>	<b>16,4</b>

### Динаміка висвітлення історичної та культурної проблематики в "Дзеркалі тижня. Україна"



## Історико-культурний контент "Дзеркала тижня. Україна"



**Таблиця №4** Тематичний діапазон культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (матеріали спеціалізованої рубрики «Культура»)

Тематичний діапазон	2004	2005	2007	2009	2011	2013	2014	2015	2017	2019	Всього
		2006	2008	2010	2012			2016	2018		
Охорона історико-культурної спадщини	44	55	56	29	27	20	19	47	20	18	335
Кіно	42	48	69	31	31	21	12	33	16	20	323
Література, книговидання	36	48	64	29	31	20	14	22	21	19	304
Мода	25	26	32	14	12	9	0	10	18	0	146
Музейна справа	40	68	70	44	35	21	18	47	41	17	401
Музика, шоу-бізнес	46	56	59	20	21	20	16	27	51	29	345

Образотворче мистецтво	45	52	55	21	20	21	18	23	41	26	322
Релігія	41	65	58	22	16	15	10	31	32	0	290
Театральне мистецтво	64	88	82	26	29	25	19	20	29	21	403
Телебачення, реклама	29	35	40	15	15	7	5	21	14	7	188
Традиції, свята	41	54	62	16	17	9	10	12	44	0	265
Історико-архівна культурна тематика	33	45	57	30	45	46	0	44	41	27	368
Культурна політика (в т. ч. мовне питання)	27	49	53	28	30	21	23	42	38	21	332
Міжкультурні відносини	11	20	18	16	21	11	14	21	20	11	163
Постаті	33	47	62	38	52	35	19	40	61	35	422
<b>Всього</b>	<b>557</b>	<b>756</b>	<b>837</b>	<b>379</b>	<b>402</b>	<b>301</b>	<b>197</b>	<b>440</b>	<b>487</b>	<b>251</b>	<b>4607</b>

**Таблиця №5** Тематичний діапазон історичного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (матеріали спеціалізованої рубрики «Історія»)

Тематичний діапазон	2013	2014	2015 2016	2017 2018	2019	Всього
Війни	5	3	2	2	2	14
Державний устрій	7	7	-	-	2	16
Економіка	1	1	-	-	1	3
Євроінтеграція	6	6	2	-	1	15
Законодавство, право	5	7	-	-	1	13
Історичні постаті	5	6	4	-	4	19
Історія розвитку населених пунктів	3	7	-	-	4	14
Наука, освіта	3	7	2	1	1	14

Національна свідомість, пропаганда, доктрини	6	5	1	-	2	14
Пам'ятні дати	7	9	1	1	1	19
Революції	6	6	2	1	2	17
Репресії, геноцид (голодомор, голокост)	7	5	1	1	1	15
Україногенез	6	7	1	-	2	16
Формування української нації	7	5	1	1	2	16
<b>Всього</b>	<b>74</b>	<b>81</b>	<b>17</b>	<b>7</b>	<b>26</b>	<b>205</b>

**Таблиця №6** Тематичний діапазон культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (матеріали у спеціалізованій рубриці «Культура та в інших рубриках)»

Тематичний діапазон	2004	2005	2007	2009	2011	2013	2014	2015	2017	2019	Всього
		2006	2008	2010	2012			2016	2018		
Охорона історико-культурної спадщини	44	55	56	29	27	20	19	47	20	18	335
Кіно	42	48	69	31	31	21	12	33	16	20	323
Література, книговидання	36	48	64	29	31	20	14	22	21	19	304
Населенні пункти, місцевості	6	14	15	12	15	8	8	16	15	7	116
Мода	25	26	32	14	12	4	5	10	18	0	146
Музейна справа	40	68	70	44	35	21	18	47	41	17	401



Музика, шоу-бізнес	46	56	59	20	21	20	16	27	51	29	345
Образотворче мистецтво	45	52	55	21	20	21	18	23	41	26	322
Релігія	41	65	58	22	16	15	10	31	32	0	290
Театральне мистецтво	64	88	82	26	29	25	19	20	29	21	403
Телебачення, реклама	29	35	40	15	15	7	5	21	14	7	188
Традиції, свята	41	54	62	16	17	9	10	12	44	0	265
Історико- архівна культурна тематика	33	45	57	30	45	27	19	44	41	27	368
Культурна політика (в т. ч. мовне питання)	27	49	53	28	30	21	23	42	38	21	332
Міжкультурні відносини	11	20	18	16	21	11	14	21	20	11	163
Постаті	33	47	62	38	52	35	19	40	61	35	422
<b>Всього</b>	<b>563</b>	<b>770</b>	<b>852</b>	<b>391</b>	<b>417</b>	<b>285</b>	<b>229</b>	<b>456</b>	<b>502</b>	<b>258</b>	<b>4723</b>

**Таблиця №7** Тематичний діапазон історичного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (матеріали у спеціалізованій рубриці «Історія» та в інших рубриках)

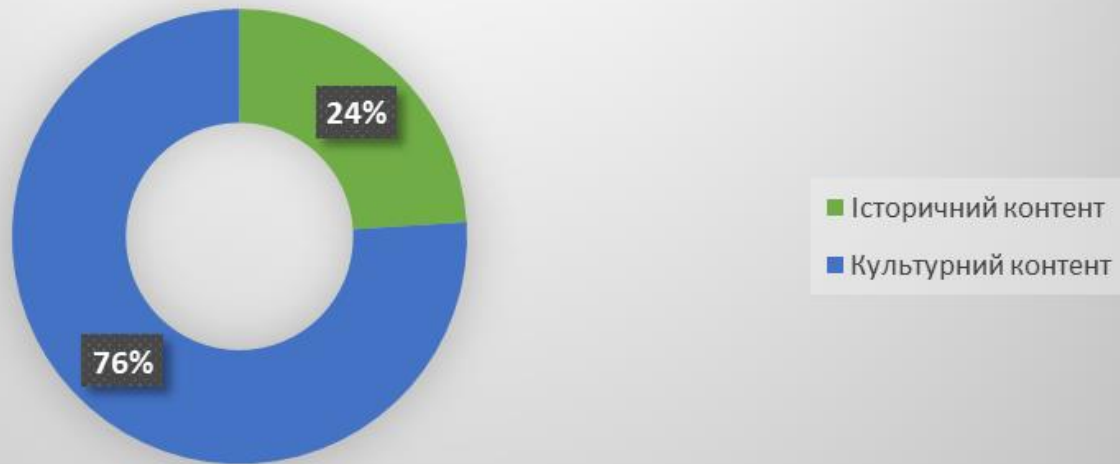
Тематичний діапазон	2004	2005 2006	2007 2008	2009 2010	2011 2012	2013	2014	2015 2016	2017 2018	2019	Всього
Війни	17	24	21	12	14	5	3	14	13	10	133
Державний устрій	15	26	18	6	9	15	7	2	8	6	112
Економіка	2	1	1	2	-	1	1	1	1	1	11
Євроінтеграція	13	19	19	12	12	6	6	7	6	5	105
Законодавство, право	7	9	9	8	7	5	7	6	8	6	72
Історичні постаті	16	24	17	17	17	11	6	8	10	7	133
Історія розвитку населених пунктів	6	10	7	7	7	3	8	7	6	4	65
Наука, освіта	11	11	13	10	6	3	7	5	7	4	77
Мовне питання	9	22	14	12	11	5	8	6	8	10	105

Національна свідомість, пропаганда, доктрини	10	19	14	14	11	10	6	8	7	10	109
Пам'ятні дати	12	21	15	10	12	8	14	6	6	5	109
Революції	18	27	22	13	11	5	2	3	3	2	106
Репресії, геноцид (голодомор, голокост)	16	25	20	16	11	10	10	9	7	5	129
Україногенез	8	15	8	7	7	6	8	7	6	8	80
Формування української нації	18	21	19	15	11	10	13	11	14	11	143
<b>Всього</b>	<b>178</b>	<b>274</b>	<b>217</b>	<b>161</b>	<b>146</b>	<b>103</b>	<b>106</b>	<b>100</b>	<b>110</b>	<b>94</b>	<b>1489</b>

**Таблиця №8** Співвідношення історичної тематики та культурної проблематики у тижневику «Дзеркало тижня. Україна»

Тематика	Кількість	%
Історичний контент	1489	24
Культурний контент	4723	76
Історико-культурна тематика (всього)	6212	100

## Співвідношення історичного та культурного контенту "Дзеркала тижня. Україна"



Таблиця №9. Поділ жанрів за В. Шклярком та Г. Вартановим

Інформаційно-публіцистичні	Аналітико-публіцистичні	Художньо-публіцистичні
Замітка	Кореспонденція	Нарис
Репортаж	Стаття	Фейлетон
Інтерв'ю	Рецензія	Памфлет
Звіт	Огляд	Етюд
	Огляд ЗМІ	Есе
	Коментар	
	Лист	

Таблиця № 10. Жанровий діапазон історико-культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна» (матеріали спеціалізованих рубрик «Культура», «Історія» та в інших рубриках)

Жанри	2004	2005	2007	2009	2011	2013	2014	2015	2017	2019	Всього
		2006	2008	2010	2012			2016	2018		
<b>Інформаційно-публіцистичні жанри</b>											
Замітка	16	21	23	7	14	7	6	17	13	8	132
Репортаж	19	34	33	19	20	8	12	13	17	18	193
Інтерв'ю	83	110	106	52	69	51	36	86	73	71	737
Звіт	4	2	-	5	3	1	2	1	2	4	24
<b>Разом</b>	122	167	162	83	106	67	56	117	105	101	1086
<b>Аналітико-публіцистичні жанри</b>											

Кореспонденція	77	65	97	42	47	41	29	43	54	40	535
Стаття	65	50	109	33	42	32	20	44	58	31	484
Рецензія	25	61	61	42	37	14	11	40	37	23	351
Огляд	21	30	20	13	16	8	6	9	7	8	138
Огляд ЗМІ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
Коментар	4	4	2	3	3	3	1	1	4	3	28
Лист	-	3	1	1	2	1	-	2	-	1	11
<b>Разом</b>	192	213	290	134	147	99	67	139	160	106	1547
<b>Художньо-публіцистичні жанри</b>											
<b>Нарис</b>											
<i>Проблемний нарис</i>	46	45	73	35	30	25	36	40	27	17	374
<i>Подорожній нарис</i>	35	35	56	28	31	27	34	39	42	26	353
<i>Портретний нарис</i>	45	45	98	48	46	15	20	49	63	25	454
Фейлетон	20	21	33	23	18	8	9	11	17	9	169
Памфлет	10	11	16	6	4	5	3	12	11	5	83
Етюд	18	15	9	7	11	3	2	16	5	3	89
Есе	32	42	42	22	18	6	5	10	18	16	211
<b>Разом</b>	206	214	327	169	158	89	109	177	183	101	1733
<b>Жанри-«мікси»</b>											

Інтерв'ю-звіт	5	2	3	3	1	2	2	-	1	2	21
Інтерв'ю-портретний нарис	15	20	39	21	19	19	14	22	17	12	198
Інтерв'ю-проблемний нарис	14	25	36	14	16	15	20	22	14	25	201
Інтерв'ю-рецензія	-	15	29	15	8	14	12	18	5	11	127
Стаття-інтерв'ю	20	35	48	35	33	30	19	36	37	31	324
Стаття-коментар	6	13	14	9	9	6	4	16	15	7	99
Рецензія-огляд	8	20	16	20	10	6	3	14	12	7	116
Портретний нарис-коментар	9	2	10	10	7	4	2	8	8	9	69
Портретний нарис-огляд	20	25	27	25	12	9	11	19	21	8	177

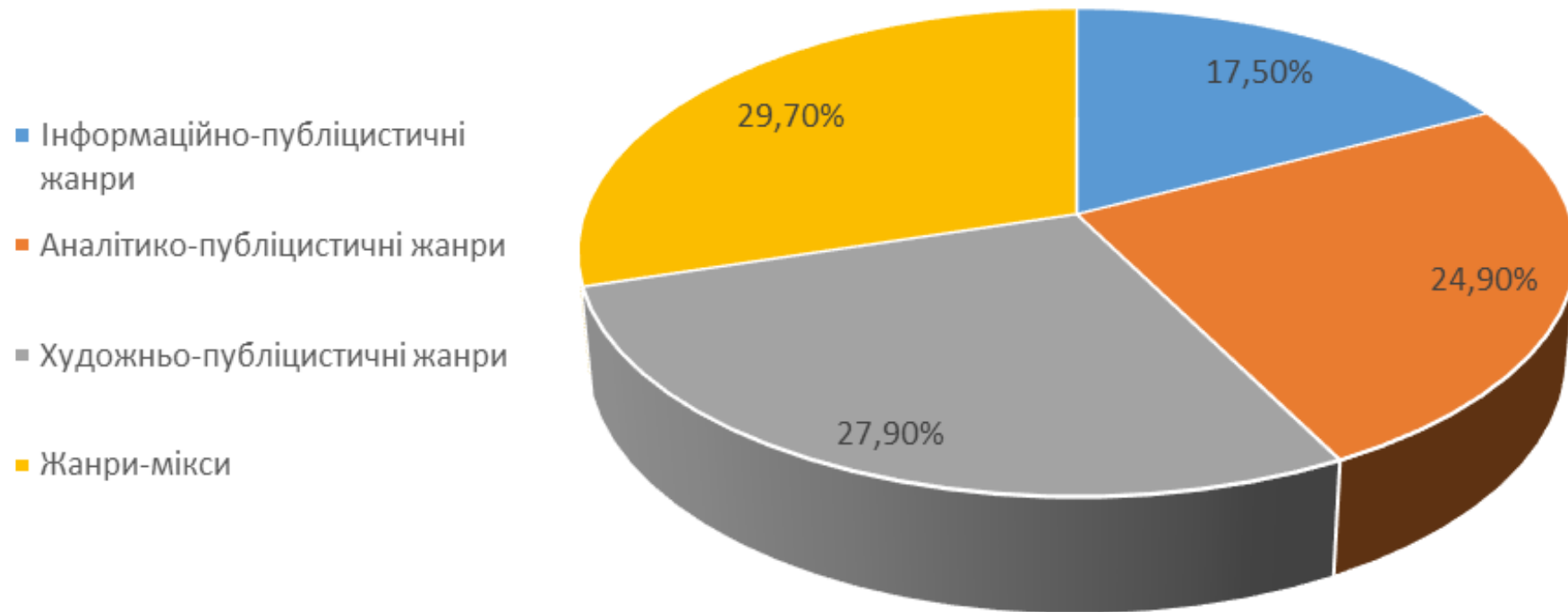
Проблемний нарис- коментар	10	22	19	9	3	10	8	13	6	7	107
Проблемний нарис- огляд	17	32	24	30	-	10	4	11	8	5	141
Есе-огляд	31	48	28	6	11	10	4	13	18	8	177
Есе-репортаж	-	22	3	5	18	8	2	10	14	7	89
<b>Разом</b>	155	281	296	202	147	143	105	202	176	139	1846
<b>Всього</b>	675	875	1075	588	558	398	337	635	624	447	6212

**Таблиця №11.** Кількість і відсоткове відношення жанрів історико-культурного контенту тижневика «Дзеркало тижня. Україна»

<b>Жанри</b>	<b>Кількість</b>	<b>%</b>
Інформаційно-публіцистичні	1086	17,5
Аналітико-публіцистичні	1547	24,9
Художньо-публіцистичні	1733	27,9
Жанри-мікси	1846	29,7
<b>Всього</b>	6212	100



Співвідношення жанрів історико-культурного контенту  
"Дзеркала тижня. Україна"



**Таблиця №12** Пам'яткоохоронна проблематика у тижневику «Дзеркало тижня. Україна» - у співвідношенні до культурного та історико-культурного контенту (матеріали спеціалізованих рубрик «Культура», «Історія» та в інших рубриках).

Пробле матика	2004	2005 2006	2007 2008	2009 2010	2011 2012	2013	2014	2015 2016	2017 2018	2019	Всього	% До культ. контенту (4723)	% До іст.-культ. контенту (6212)
Історико - культур на спадщин а, охорона історичн ого і культур ного надбанн я	44	55	56	29	27	20	19	47	20	18	335	7	5,4
Кількіст ь матеріал ів власне пам'ятко - охоронн ої тематик и	33	50	49	26	24	19	16	25	29	39	310	6,6	5

**Таблиця №13.** Жанровий діапазон пам'яткоохоронної тематики тижневика «Дзеркало тижня. Україна»

Жанри	Кількість матеріалів	%
Інтерв'ю	32	10,5
Мікс «звіт-інтерв'ю»	17	3,3
Репортаж	20	4,8
Кореспонденція	52	20
Стаття	81	33,8
Мікс «стаття-інтерв'ю»	13	1,4
Мікс «стаття-коментар»	12	1
Подорожній нарис	31	10
Проблемний нарис	30	9,5
Фейлетон	22	5,7
<b>Всього</b>	<b>310</b>	<b>100</b>

**Таблиця №14.** Класифікація матеріалів пам'яткоохоронної тематики за видами об'єктів культурної спадщини

Назва	Кількість матеріалів	%
Археологічні пам'ятки	34	11
Історичні пам'ятки	42	14
Об'єкти монументального мистецтва	28	9
Об'єкти архітектури	31	10
Об'єкти містобудування	32	10
Об'єкти садово-паркового мистецтва	33	10,6
Ландшафтні об'єкти	45	14,5
Об'єкти науки і техніки	25	8
Комплексні матеріали	40	12,9
<b>Всього</b>	<b>310</b>	<b>100</b>

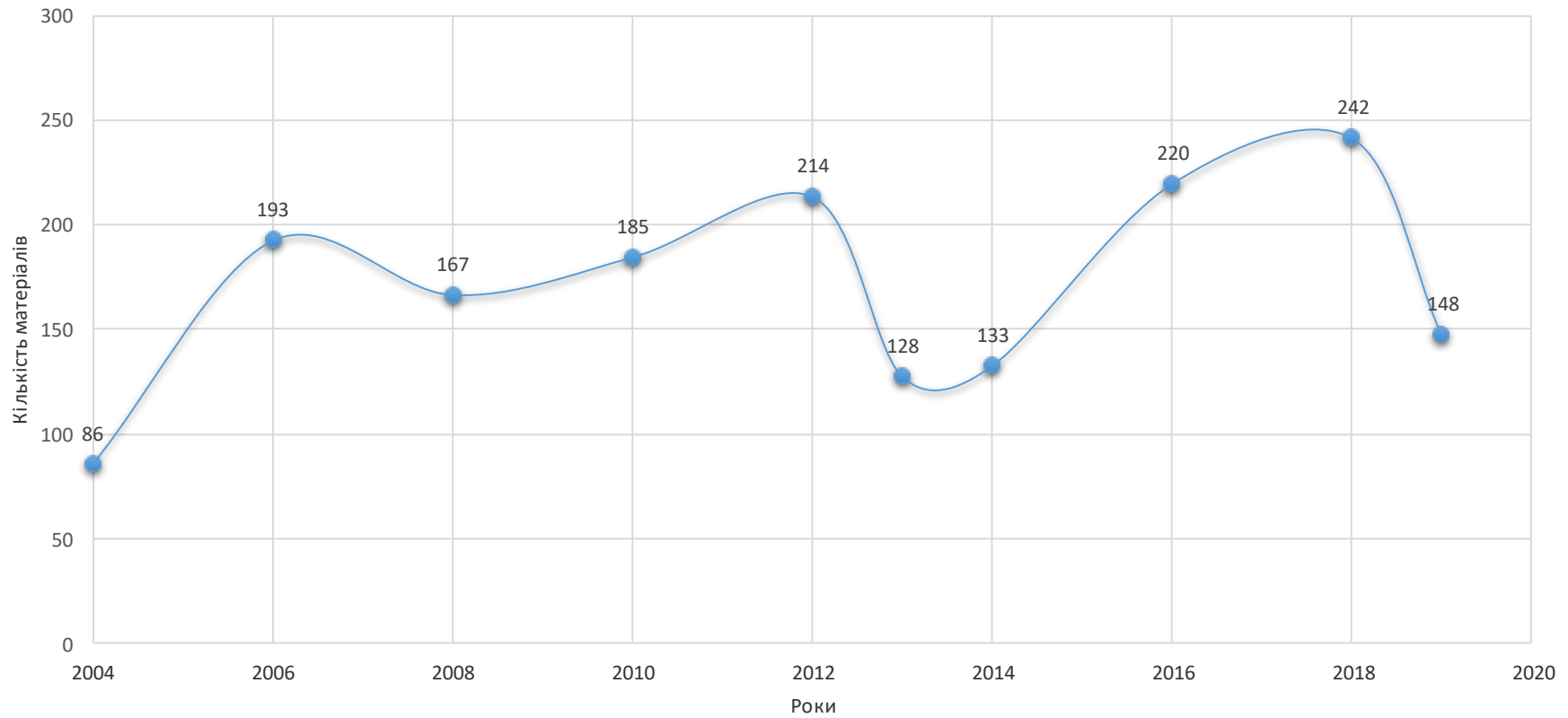
Таблиця №15. Класифікація заходів, що стосуються історико-культурної спадщини

Назва	Кількість матеріалів	%
<b>Пам'яткоохоронні заходи, законодавство</b>		
Облік, питання підпорядкування	30	9,7
Законодавча база	33	10,6
Запобігання руйнуванню або заподіяння шкоди	36	11,6
Забезпечення захисту, збереження, утримання та ін.	37	11,9
Світовий досвід пам'яткоохоронної діяльності, співпраця з міжнародними організаціями	29	9,4
<b>Протиправні дії</b>		
Незаконні археологічні розкопки	32	10,3
Рейдерство	33	10,6
Викрадення історико-культурних цінностей	41	13,3
Руйнування, заподіяння шкоди	39	12,6
<b>Всього</b>	<b>310</b>	<b>100</b>

**Таблиця №16.** Розподіл типів інтерпретацій концепту «національна ідея»: кількість та відсоткове відношення публікацій до загальної кількості матеріалів історико-культурної тематики (матеріали спеціалізованих рубрик «Культура», «Історія» та в інших рубриках).

<b>Концепт-інтерпретація</b>	<b>2004</b>	<b>2005 2006</b>	<b>2007 2008</b>	<b>2009 2010</b>	<b>2011 2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015 2016</b>	<b>2017 2018</b>	<b>2019</b>	<b>Разом</b>
Культура	14	26	26	27	29	18	16	28	30	17	231
Ідеологія	7	20	18	26	25	16	15	25	29	18	199
Євро-пейський вибір	8	18	21	26	24	15	17	27	29	15	200
Об'єднання нації	10	28	22	25	29	17	15	30	32	18	226
Історична пам'ять	11	24	18	21	26	15	14	26	29	16	200
Традиції	9	20	17	19	23	14	15	22	25	17	181
Державність	10	19	18	15	24	13	19	21	24	21	184
Соціальна справедливість	9	21	13	13	17	10	11	22	20	14	150
Економічний чинник	8	17	14	13	17	10	11	19	24	12	145
<b>Всього матеріалів</b>	<b>86</b>	<b>193</b>	<b>167</b>	<b>185</b>	<b>214</b>	<b>128</b>	<b>133</b>	<b>220</b>	<b>242</b>	<b>148</b>	<b>1716</b>
<b>% матеріалів</b>	<b>1,4</b>	<b>3,1</b>	<b>2,7</b>	<b>3</b>	<b>3,4</b>	<b>2</b>	<b>2,1</b>	<b>3,5</b>	<b>3,9</b>	<b>2,4</b>	<b>27,6</b>

### Інтерпретації концепту "національна ідея" в "Дзеркалі тижня. Україна"



## «ДЕРЕВО ПРОБЛЕМ» УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ



**Інтерв'ю 1. Головний редактор «Дзеркала тижня. Україна» (1994–2010 рр.) Володимир Мостовий**

- Сьогодні в українських медіа історико-культурна тематика висвітлюється за залишковим принципом. «Дзеркало тижня. Україна» не оминула ця тенденція?

- На жаль, недалеко ми втекли від цієї загальної тенденції. Проте, в першу чергу, я завжди підкреслюю, що сьогодні з медіапростору витісняється людина. І це суперечить призначенню журналістики. Кажуть, зараз людям ніколи читати нариси... З іншого боку, наша доба підкидає масу сюжетів для фейлетонів, для памфлетів. Але їх немає... Це те, що розкриває долю, що дозволяє людині подивитися у дзеркало. А зараз править бал аналітика, інформація і відповідні жанри, на шпальтах стаття, інформація, замітка, коментар, огляд. Ми збіднюємо журналістику. І тим самим не даємо своїм читачам, глядачам, і в тому числі у аспекті історико-культурному, харч для роздумів.

Як на мене, від цього журналістика тільки програє. Однак темп життя, насиченість інформацією диктують саме такий шлях. Але, мені здається, що з часом журналісти дійдуть висновку, що журналістика існує для людей. І людські долі, як в аспекті сучасному, так і в аспекті історичному, культурному не можуть не хвилювати і не бути тією основою, ґрунтуючись на якій ми аналізуємо всі грані нашого буття – політика, економіка і т. д.

Я був редактором 21 рік (17 у «ДТ», 4 – у «Хрещатику»), але за 21 рік я так і не знайшов людину, яка б могла писати судові нариси – це те, що дає авторові дзвінке ім'я, популярність. Ми засипані фактами насилля, правопорушень. Але дуже мало аналізу психологічного – як людина дійшла до цього.

Якщо говорити, як ми починали цю газету, вона виходила на 32 шпальтах перших 10 місяців. Такого ж формату. Ми певною мірою брали собі за зразок



«Литературную газету», де теж порушували політичні, економічні й інші теми, але там все йшло через оцінку, призму людини, людських долі.

Тоді, як і нині, газета складалася з 3 розділів – «Влада», «Гроші», «Людина». Ну і, власне, підкоротилися всі, коли газета перейшла спочатку на 24 сторінки (так виходили кілька років), далі почала видаватися на 16 сторінках. Але це було зроблено не через голод матеріалів, а суто з економічних причин. Розділ «Людина» займав 6 сторінок. Спочатку тут розміщували матеріали персоналістики, потім по 2 сторінки науки, освіти, екології, медицини, далі йшли культура, історія, потім сімейне коло.

Моя суб'єктивна точка зору, що нині краще знайти політичного, економічного оглядача, а ось того, хто писав би про людські долі... Завжди існував вираз: «Журналіст – це професійний дилетант». І якщо економічний оглядач, приміром, може спеціалізуватися на фінансах, банківській діяльності, приватизації, то фахівець, що пише про людські долі, він якраз має бути спеціалістом дуже широкого профілю. Це має бути людина, яка і відчуває свого співбесідника, і мудро дає оцінку його діям.

- За яким принципом відбувається підбір для тижневика тем історико-культурної проблематики?

- Ми ставили за мету, щоб наші публікації стимулювали читачів до роздумів, аналізу і вироблення власних висновків, позиції. Ми завжди робили акцент на тому, щоб редактор відділу, оглядач були насамперед генераторами ідей. Ми тривалий час у розділі «Людина» заповнювали шпальти матеріалами історичної персоналістики, з дня народження, смерті... викладалося як розширена енциклопедична довідка. Але, мабуть, не для того ми існуємо і не того чекає від медіа читач. Медіа має давати читачам поживу для роздумів, аналізу і висновків. Найцінніше тут було б про наших сучасників. Це складніше, бо якщо про історичних персонажів вже усталена думка, підходи, то давати оцінки сучаснику, коли «він іде на базар, а не з базару», щоб з одного боку не передати куті меду, а з іншого боку, якщо є в його житті, в його долі, діях те, що може допомогти іншим людям у побудові свого життєвого шляху,

то в такому аспекті це набагато вдячніша річ, ніж перелицьовувати матеріали про вже давно відомих. Про історичних персонажів слід писати, це іде на сторінці «Архіваріус». Але я за те, щоб там також не просто фіксувався фактаж з діяльності історичного персонажа. А через його долю, погляди, висвітлювалися і факти з біографії.

Одне з головних завдань, яке ставить редактор, – перекидати місток до сучасності, проводити аналогії. Головне – навчити робити власні висновки. Тому підбираємо такі теми. Наприклад, «Як пройти з Червоноармійської на Велику Васильківську?» Здавалося б, дуже просто - це та сама вулиця. Але ми 23 роки не можемо пройти на Васильківську. Я ще був редактором «Хрещатика», коли Київрада прийняла рішення про перейменування. Було рішення перейменувати Горького на Антоновича. Пройдіть – всюди Горького. Було рішення Артема перейменувати на Січових стрільців – і близько цього немає. Тоді питання – навіщо взагалі такі рішення приймати? Звичайно, там змінювати вказівники, на будинках, печатки людям робити з тощо. Але коли перейменовували Брестлитовський проспект на проспект Перемоги, а це найдовша наша вулиця в Києві 18,5 км. То буквально за 2 тижні все було поміняно. Це наша історія. І пам'ятники Леніну – це наша історія. Вибачте, Ленін при владі був 6 років – з 1917 по 1923 рр. Гітлер був 12 років, є в Німеччині хоч одна вулиця чи пам'ятник Гітлеру? Муссоліні в Італії був ще довше, ніж Гітлер при владі, є хоч один пам'ятник чи вулиця йому?

Історію треба завжди пов'язувати із сучасністю і робити певні висновки.

- Чи відбиваються на «Дзеркалі тижня. Україна» зміни у політичній та соціально-економічній ситуації?

- На «Дзеркалі тижня. Україна» - ні. У нас свої незалежні підходи. Якби ми були залежними від певних політичних сил, партій чи олігархів, ми б робили: «скачи, враже, як пан скаже». Але в нас ніколи цього не було. Приписували нам багато – начебто, то ми Юліні, то ми Львовчкіна, то ми ще когось. Колись давно мені сказав Рабінович: «Вы хотите сказать, что Ваша не продается? Я б ее запросто купил, только она мне не нужна, она никогда не будет прибыльной».

А я смотрю на газету как на коммерческий продукт, как на бизнес». Тут він мав рацію, що вона ніколи не буде приносити золоті яйця.

- Розкажіть про авторів тижневика.

- У нас взагалі плинність кадрів не дуже висока. Колись хотіли стати щоденною газетою, збільшили штат... але вдарив 2008 рік – економічна криза. Довелося третину людей скоротити.

Ми завжди прагнули аналізу, сповідували критичні підходи. Пам'ятаю, ми виходили вже років 5... як одне інформаційне агентство проводило опитування київських журналістів – на яких казкових героїв схоже те чи інше видання. Хтось на Дуремара, хтось на Незнайку і т. д. А «ДТ» - це віслучка Іа з «Вінні Пуха» – все йому не так, все викликає сумніви. Я думаю, мало що змінилося з того часу. Нас часто звинувачують у песимістичних підходах, часто називають опозиційною газетою. Але ми не газета опозиції. Ми опозиційні, так! І взагалі журналістика апріорі має бути опозиційною. Але ми не газета опозиції, тому що опозиція завтра буде владою. Ми вже звикли... Тому давати оцінки високі, лобіювати перед громадськістю опозицію заради епатажу... це ні.

До речі, тривалий час був єдиний наш промоплакат, на якому було зображено лавровий вінець, потім терновий вінок і потім арештантська шапочка і напис: «Ми знаємо ціну влади». Тому підходити треба «з примруженим оком».

- Яка роль «ДТ», зокрема історико-культурного контенту тижневика, у формуванні національної свідомості?

- Колись писали, що «ДТ» - це жидомоскальська газета. Взагалі наш перший видавець – Юрій Орліков, який, можна сказати, заснував газету, дав гроші на це. Американець, але він з Одеси. Пан Юрій хотів робити на 32 шпальтах дайджест нью-йоркської газети «Новое русское слово». Ми з Юлею Мостовою були співзасновниками видання і не погодилися з таким рішенням, сказали, що українському читачеві це не буде цікаво. Так як дайджест робиться за технологією «папа режет, мама клеєт», то він дав нам чотири журналістських одиниці – заробітну плату для 4 журналістів. Юлія Мостова - редактор відділу

політики, Наталка Яценко – редактор відділу економіки, Лідія Суржик – редактор відділу «Наука, медицина, освіта, екологія», і Олексій Кононенко – редактор відділу «Культура». Юрій Орлік сказав: «Та хоч всю пишіть про Україну, але я на жодну одиницю більше грошей не дам, лише на ці чотири позиції».

А в самому «Новом русском слове» тоді змінювалися редактори. Якось мені подзвонив редактор Георгій Вайнер і каже: «Ми слідкуємо за вашою газетою. Ми думали, «ДТ» буде «жовтою». А ваша газета серйозна, аналітична, навіть занадто серйозна. Проте є єдиний недолік – «ДТ» занадто націоналістична». Я кажу: «Розумієте, не може бути один кут зору на одну і ту ж подію із Москви, Києва і Нью-Йорка. У нас своє бачення, своя оцінка». Після цього він згорнув усі контакти з «ДТ». Обмін закінчився – і вони у нас, і ми у них не передруковували більше матеріалів.

Звичайно, ми за патріотичні підходи. Але не в шароварах, а у нормальному європейському костюмі. І немає оцих оцінок «взахльоб» діям влади і опозиції. Тим більше нині ви знаєте, яка опозиція.

Ми сповідуємо європейські стандарти журналістики. А вони нині навіть дещо суперечливі. З одного боку, в журналістиці не може бути мови ворожнечі, з іншого боку, я кажу, що не ненавидячи ворога, не можна його перемогти. Навіщо з ним тоді воювати, якщо ти його не ненавидиш? І що ми будемо торочити завжди, що це брати, брати, брати... А тут нам наступають на горло і кажуть: «Ні, не можна так». Кілька тижнів тому я був у штаб-квартирі у Відні, там були присутні і російські журналісти. Я з цією тезою виступив. Кажу: «Ви називаєте це конфліктом. Конфлікт у мене може бути з дружиною, з колегою і т. д. А це не конфлікт, це війна». А вони кажуть: «Вибачте, але ваш уряд не називає це війною, то що ж ви від нас хочете?». Розумієте, яка війна, така і журналістика. Гібридна війна – гібридна журналістика. Те, що роблять спічрайтери міністерства оборони – це не журналістика, це статистика вбитих, поранених, звільнених, одиниць техніки.

Багато пишуть про тих, хто в АТО був, хто зараз там... але немає долі людей. Є епізоди з життя тих, хто перебуває там. Але це не доля, це не те, що кличе покинути усе і піти на війну, обороняти Україну. Тому дуже тонка грань: з одного боку, не вдаритися в пропаганду. З іншого – не робити журналістику дистильованою водою, мертвою, яка не зачіплює душевних струн. У таких речах саме культура й історія. Причому не просто згадати – о, то було Берестечко чи ще якась битва. Тут все набагато глибше. Потрібні концептуальні підходи до життя, до своєї країни, розуміння необхідності боронити свою родину.

Коли «ДТ» було дуже суцільно економічно і ми вже хотіли переходити на вісім сторінок, то ми подивилися, як в Інтернеті на нашому сайті читають матеріали різних розділів. І виявилось, що матеріали блоку «Людина» читає близько 40% людей... (2004-2005 рр.) а скорочувати мали саме за рахунок цього... мовляв, вистачить політики і економіки. А ми із газетних видань найбільше приділяємо увагу і освіті, і науці, культурі й історії.

Свого часу за рахунок чого ми виживали, коли мали чотирьох штатних журналістів? За рахунок друзів і друзів наших друзів із журналістики. «ДТ» був своєрідним островом свободи. У себе вони ні на телебаченні, ні в газетах не могли писати те, що писали у нас. Так сюди пішли Портніков, Вересень, Клименко, Мартиненко і багато інших кращих пер.

Зараз у нас гонорар нижчий, ніж у багатьох виданнях. Але ж пишуть. Це престижно – виступити у «ДТ».

## **Інтерв'ю 2. Редактор відділу культури (до 2019 р.), заслужений журналіст України Олег Вергеліс**

- Розкажіть про тематичне і жанрове різноманіття рубрики «Культура»?

- Насправді спектр тем рубрики культури дуже різноманітний. Починаючи від західного, східного мистецтва, оперативної інформації – рецензій, експрес-новини з культурного життя України, обов'язково історичний аспект. Останнім часом намагаємось приділити більшу увагу явищам сучасного мистецтва.

Незважаючи на певний консерватизм газети, її інколи суворо аналітику, ми не можемо бути майданчиком лише для якоїсь цільової аудиторії одного віку. Це має читати і молодь, і фахівці різних напрямів.

У рубриці «Культура» є три основні лінії:

- напрями культурного життя (жанрово-видова лінія): театральне мистецтво, кіно, живопис, музейна справа, національна спадщина, телебачення, література, релігія тощо;

- культурна політика;

- історико-архівні теми-проблеми: на основі документалістики, вперше опублікованих листів. Наприклад, мої матеріали «Діва Марія (забуті листи)» – до ювілею Марії Заньковецької, «Остання жертва. «Перша українська радянська актриса» Наталя Ужвій — сценарій прихованої долі» та ін. Бо є особистості, які належали до різних галузей – і театр, і кіно... їх не можна обмежити однією галуззю, це епоха, це вже історичний контекст. Якщо перші дві лінії більше передбачають висвітлення сучасних темпів мистецтва, то третя тема – це повернення до минулого.

Зазвичай автори культурної рубрики пишуть у жанрах рецензії, інтерв'ю, також є аналітичні, оглядові матеріали, есеїстика, творчі портрети, опитування, репортажі з виставок тощо, колонки, журналістські розслідування, фейлетон.

Намагаємось трішки розхитати сталість цих внутрішніх жанрів, з'являються певні ігрові моменти. Так, скажімо, ми робили такий жанр, як інтерв'ю у вигляді п'єси. Наприклад, «"Львівський ВРАМА". Нова драма». Це більше до художньо-публіцистичного стилю.

- Як відображаються на контенті «ДТ» зміни у політичній, соціально-економічній ситуації в країні?

- У цьому контексті журналістика, художня критика, публіцистика мають бути на передовій. І велике щастя, що «ДТ» ніколи не ховалося від проблем, від часу, і намагалося, звичайно, зі своїх об'єктивних позицій говорити чесно. Навіть у тих складних політичних умовах, які були. І це навіть не якась умисна критика культурної позиції влади, це таке інтелектуальне дисидентство – не

руйнація, не заперечення цього всього, а намагання полемізувати й знаходити саме в полеміці, у дискусії щось суттєве, праведне.

Ми намагаємося в політизованому сьогодні все-таки бути на позиціях етики, об'єктивності, не ханжества, гідно відповідати на виклики часу. Так, наприклад, у 2004–2005 рр. ми почали активно писати про русифікацію українського телеб'єфіру. Ніколи не залишали тему відродження українського національного кінематографу. У 2004 р., у часи Помаранчевої революції, звичайно, більше всі ці події висвітлювалися в політичному відділі. А ми не обходили увагою, скажімо, фільми, кінострічки, які виходили, ніби пиріжки пекли, на тлі помаранчевого майдану. Ми були критичними до кон'юктури, яка завжди має місце, коли відбуваються масові події.

При Ющенку наші публіцисти, коментатори були досить відвертими, щирими, коли говорили про, так би мовити, хуторянську культуру, поплавщину (ми були критичними до цього, говорили, що це підміна понять, яка шкодить справжній культурній парадигмі). Бо культурна парадигма – це все-таки не шансон, не те, що в ті часи нав'язували ЗМІ. Справжня – зовсім інший художній вимір, осмислення, тематика – симфонічна музика, живопис, високі зразки театрального мистецтва тощо. Українська культурна парадигма, зокрема, – це гуманізм. Тобто наша газета «ДТ» стоїть на позиціях не деструкції, а гуманізму.

Коли прийшов до влади Віктор Янукович, «ДТ» була однією з небагатьох газет в Україні – розумно-критичною, аргументованою, але ніколи не істеричною. Ми закликали, щоб влада, культура відвернула очі від низькопробного кітчу, який став панувати за можновладців Януковича.

Євромайдан як явище, як ілюзія насправді ще не закінчився. Це історія з продовженням... Якщо подивитись на тексти, ми не були десь збоку, ми були всередині. Герої публікацій грудня 2013 – січня 2014 рр. – це люди, які там були, жили – і Вакарчук, і Нищук, і Руслана (героїня новорічного номеру). Ми намагалися говорити про Євромайдан як про явище сучасного арту, він же був і великим виставковим майданчиком, скільки там було малюнків... навіть, я б

сказав, трагічний перформанс. Ми знаходили імена, людей, намагалися не пропустити людей, які творять культуру зараз. Наприклад, про художника Володимира Кузнєцова – настінний розпис замалювала керівник «Мистецького арсеналу» Заболотна, там зробив карикатуру на владу, на церкву, був великий скандал. Але чи лишився цей художник як художній феномен поза скандалом? Художня вартість визначається часом.

Часто нас можуть критикувати, що ми пишемо ретросюжети з минулого. Вважаю, якщо в тому минулому є гідні зразки, імена, вчинки, треба завжди пам'ятати. Бо молодше покоління сьогодні знає лише соціальні мережі і масову культуру, яку йому підсунули.

- Значну увагу «ДТ» приділяє, зокрема, темі охорони культурних цінностей?

- Так, для прикладу, «ДТ» – перша з газет, яка стала писати, як руйнуються і розкрадаються пам'ятки культури у Криму, коли була анексія. Під час подій на Донбасі ми одними із перших написали, що Міністерство культури повинно реагувати. Коли люди почали тікати, ми підняли питання в своїй газеті про те, що ті митці зі сходу України мали б знайти захист і хоча б тимчасову роботу. Нас почули і Міністерство культури стимулювали програму – багато фахових митців знайшли прихисток і працевлаштувалися, зокрема в Києві, Рівному, Черкасах. Це приклад корисної, прикладної журналістики. Завжди моя позиція була така, що журналістика лише тоді має цінність, коли вона корисна людині.

- Розкажіть більш детально про авторський штат рубрики «Культура»?

- Ми не можемо собі дозволити великий штат, тому в нас багато позаштатних авторів. Тему кіномистецтва висвітлює критик, журналіст, публіцист Ярослав Підгора-Гвяздовський – прес-секретар Держкіно, писав в «Українському тижні». Також чудовий критик, який живе у Венеції і часто буває на тамтешніх фестивалях, Ольга Клінгенберг. Чудові огляди, інтерв'ю та аналітику пише співробітник Академії мистецтв Ірина Зубавіна і кіножурналіст Антон Філатов. Про кінематограф та культурну політику час від часу просимо писати голову Спілки кінематографістів України Сергія Тримбача. Про



художнє життя, артсферу, виставки, музеї дописує Анна Параваткіна –кандидат наук, філолог, артритик, яка працює у газетно-журнальному видавничому комплексі Мінкульту. Про сучасну музику і балет пише музичний критик, викладач в музичних школах Ольга Кізлова (фахівець з джазу), а також викладач музики в музикадемії Ганна Ставиченко. Тему літератури висвітлює кандидат наук, літературний критик, головний редактор журналі «Всесвіт» Дмитро Дроздовський. Даємо можливість писати Софії Андрухович та іншим відомим людям. Тему збереження культурних цінностей висвітлює фахівець з історії Києва Тарас Кіньков, його стаття в кінці року наробила багато галасу, називалася: «Запущений план перетворення Києва в пекло». Також у нас пише прекрасний фахівець з теми релігії Катерина Щоткіна. Театральну проблематику висвітлюю, власне, я. Це мій професійний свідомий вибір – ще з часів викладання у вузі Драгоманова, на кафедрі світової літератури, де спеціалізувався на площині світової драматургії. Це свого часу і стало точкою відліку. Театр західний, український, російський вже став для мене формою життя.

Крім цього, у нас є журналісти-культурні оглядачі, які не прив'язують себе до якогось одного напрямку, які готують тексти, виходячи з інформаційних потреб. Це, зокрема, спецкор, редактор, оперативний журналіст «ДТ» Катерина Константинова, спецкор у Львові Василь Худицький, у Хмельницькому – заслужений журналіст України Світлана Кабачинська.

- Яка, на Вашу думку, роль «ДТ» у формуванні національної свідомості?
- «ДТ» – це практично одна із 3-4 видань, які більшою-меншою мірою цим займаються. Тижневик системно, програмно займається висвітленням питань національної свідомості – на політичному, культурному, історичному рівнях.

Не примушує читачів, а просить звернути увагу на важливі речі. Люди відкривають для себе невідомий світ, пов'язаний з іменами лідерів національного руху.

«ДТ» завжди залишається на позиції гуманізму, плюралізму, демократизму і дає імпульс до усвідомлення, як жити, як розрізнити. На наших

шпальтах немає радикалізму, крайнощів. Це завжди інтелігентна подача, повага до людей – різних національностей, конфесій. Бо Україна – як велика красива мозаїка.

- Чим «ДТ» відрізняється від інших вітчизняних видань?

- «ДТ» відрізняється від інших видань: своєю суттєвою, якісно, інтелектуальною складовою, тижневик подає не лише факти, а й різні концепції. Толерантністю і виваженістю. Не йде на провокацію, аби жбурнути гранату. Звичайно, можна сказати, що журналістське розслідування, публіцистика – це теж гострі речі, але там ніколи немає провокативності, бажання когось із кимось зіткнути – зате, звичайно, є бажання вивести на чисту воду. Спонукає до мудрості, аналізу, міркувань.

У «ДТ» - глибока національна самосвідомість і водночас надзвичайна повага до представників різних національностей, культур, віросповідань.

Я вважаю, що це найкраща газета, яка утрималась в часи випробувань. Іноді хтось дорікає, що це видання занадто розумне, складно написані тексти. Ми в культурі намагаємось говорити про високі й серйозні речі. Але сьогодні, мені здається, ми не повинні занадто ускладнювати лексику та стиль. Потрібно балансувати... не писати кожного номера огляди на 30 сторінок про симфонії Вагнера... має бути і гостра публіцистика, і персоналії тощо.

Якщо раніше було три шпальти культури, тепер дві – півтори. Але так само мало шпальт на політику, треба виходити з того формату газети. Головне, не скільки заповниш сторінок, а на скільки це буде якісно. Коли не входимо в обсяг, є інтернет-версії.

На прикладі нашого видання ми намагаємось заперечити справедливі слова, що культурна журналістика – це те, чого немає або майже немає (залишковий принцип), тому що для культурної журналістики має бути простір.

Культурна журналістика переживає далеко не найкращі часи. Ринок іде в бік бульваризації, політизації... а серйозних, інтелектуальних видань меншає.

**Інтерв'ю 3. Редактор відділу історії (до 2019 р.), заслужений журналіст України Сергій Махун.**

- Пане Сергію, за яким принципом обирають теми для матеріалів історичної рубрики «Дзеркала тижня. Україна»?

- Якщо брати українську історію, то найбільше нас цікавлять ті доленосні події, які мають відгук у нашому сьогоденні. Це, наприклад, Помаранчева революція, Тузла... Намагаємось знайти цікаві аналогії з минулим. Тому найбільш цікаві теми з історії України – це однозначно:

Українська революція, трагічні події Першої і Другої світових воєн, національна революція 1917-1921 рр. – до речі, в європейському контексті. Також це українізація, Голодомор, репресії сталінських часів, цікаве також найближче до сьогодення – це радянська доба, післявоєнні часи.

Дуже «дражливе» мовне питання в Україні: як воно вирішувалось, зокрема, за царських часів, після революції, в період українізації.

Україногенез – звідкіля пішли українці. Є історики Ключевський, Соловйов, Грушевський, норманістка Болонська-Василенко. Є досить модна, але неоднозначна Трипільська культура. Боротьба між міфологією, багато істориків-шахраїв. У добу Ющенка інколи ці теми Трипільської культури превалювали, інколи ватники з фактами на руках могли нас «убити».

Що стосується Світової історії, нам також цікаві аналогії. От у мене вийшла стаття про вибори в Америці – коли сказали, що один президент переміг, потім був перерахунок, потім другий президент переміг. Тут ми знаходимо цікаві моменти, дотичні до нашого часу. Якщо брати останні події, пов'язані з військовою агресією Росії до України, от я написав статтю «Судецький сценарій», пізніше було інтерв'ю з відомим професором Зубовим. А 5 років тому у мене була стаття «Мир через уничтожение государства». Не скажу, що я оракул, але тоді вже відчувалося, що система безпеки у світі, в Європі може дати збій.

Є статті, які можуть за багато років не втратити своєї актуальності. Є багато цікавих, знаних авторів, наприклад, доктор історичних наук з

Кам'янець-Подільського університету Газін. Він спеціаліст по Веймарській республіці, міжвоєнна Європа. Знаходить дуже багато аналогій. Витки історії повторюються. Повертаючись до моєї статті, коли дає збій світова система безпеки... І тоді була Ліга націй. Зараз ООН – і вони безпорадні. Коли з Ліги націй викинули Радянський союз... і зараз, якщо Росію будуть виключати з ООН – і що?

- Чи відображаються на історичному контенті тижневика зміни у політичній та соціально-економічній ситуації України?

- Поступово в нас іде політизація рубрик. Але в сьогоденній ситуації це єдиновірний крок. Колись і я писав, нам цікаво почитати про Генріха IV, Сулеймана Пишного. Ми намагаємось знайти якісь моменти дотичні до сьогодення, на фоні сьогоденньої політичної, економічної ситуації.

Коли ситуація в державі нібито достатньо спокійна, відчувається навіть брак матеріалів. І навпаки, коли розпочалася війна з Росією, також був період, коли практично не було матеріалів, у людей був психологічний злам. Але у даний момент у нашому відділі таких проблем немає, є гарний вибір.

- Яким жанрам надаєте перевагу?

- Наприклад, у жанрі інтерв'ю найчастіше, пишемо, коли до нас приїжджають відомі історики, науковці, які читають лекції у наших вузах. Або коли їдемо у відрядження. От я був у Туреччині, привіз звідти матеріал «Предмет желаний всего мира» (в двох номерах). Ще була стаття перед виборами в Туреччині (теж відрядження). Також пишемо у жанрі портрету. Наприклад, моя стаття «Вільний лан української національної ідеї» про Донцова. Це знову ж актуалізація. Ми не можемо дозволити собі просто писати красиву історію, завжди має бути актуалізація.

- Розкажіть про авторський склад історичної рубрики?

- У нас дійсно потужний авангард авторів. Це Володимир Газін, спеціаліст з теми репресій Сергій Шевченко, Євген Зарудний, Юрій Шаповал друкувався, Тетяна Таїрова-Яковлева, Андрій Топачевський (історія-культурологія), Юрій

Кирпичов, Юрій Соболев (про війну), Володимир Панченко, отець Юрій Мицик (викладає в Могілянці), Сергій Курбатов (філософ – і в історії, і в інших рубриках шпальти «Людина») і багато інших.

#### **Інтерв'ю 4. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Ганна Пароваткіна**

- Сьогодні в українських медіа історико-культурна тематика висвітлюється за «залишковим» принципом. На Вашу думку, «Дзеркало тижня. Україна» оминула ця тенденція? Поясніть, будь ласка, чому так вважаєте?

- Я, навпаки, вважаю, що саме це видання, на жаль, зараз є флагманом поступового руху країни до маргіналізації «високої», «справжньої», «високочолої» культури та профанації відображення культурного процесу у медіа. Як добре відомо багатьом медійникам, з початку 2000-х авторські гонорари у «ДТ» не змінювалися. Тож якісний авторський матеріал саме культурної тематики (про інші мені не відомо) на 2019 рік оцінювався у 50 – 150 грн. Тобто саме приклад «ДТ», можна сказати, узаконив ставлення редакцій до культури, швидше, як до малопотрібного хобі. Зрештою, наприкінці 2019 р. видавши останній паперовий свій наклад, у «ДТ» й зовсім відмовилися від утримання відділу культури, який на той час складався взагалі з однієї редакторки. Та й, зрештою, заощадження декількох сотень гривень гонорарів позаштатників теж розумною економією не назвеш. Не можу собі уявити, що The Guardian або The New York Times виходять без розлогих рецензій на найсвіжіші вистави, виставки, без оглядів колумністів – знаних і високоповажних критиків... А в Україні така ситуація відтепер є нормою, яку остаточно закріпило саме рішення керівництва нашого, українського аналога "головних" аналітичних видань світу.

- Як на «Дзеркалі тижня. Україна» (зокрема історико-культурному контенті) відображалися зміни у політичній та соціально-економічній ситуації в країні?

- Грошей ставало все менше. Читачі поступово втратили звичку до читання «високочолої» періодики. Зрештою, навіть самі автори друкованих видань

відчули, що опинилися нібито у вакуумі. Що пишуть не для загалу, а, швидше, «для редакції». Друковані медіа перетворилися майже на «речі у собі», і, можна сказати відверто, маргіналізувалися.

- За яким принципом відбувався підбір для «ДТ» тем історико-культурної проблематики?

- Більшість часу мого співробітництва із «ДТ» відділом культури цього видання керував Олег Вергеліс. Саме він продукував теми для висвітлення, а також редагував отримані тексти. Звісно, теми, цікаві особисто для мене, пропонувала також я сама. Й опісля обговорення з Олегом, робила матеріал.

Катерина Константинова у якості редактора відділу вважала авторів «ДТ» експертами у своїх сферах і надала максимум свободи своїм постійним дописувачам. Мені дуже сподобався такий формат співпраці. На жаль, напередодні нового 2020 року відділ культури у «ДТ» припинив своє існування.

- Чим «ДТ» відрізняється від інших вітчизняних видань?

- В нас взагалі не з'явилося аналітичних друкованих видань "західного" формату (або ж наближеного до такого). «ДТ» весь час залишається єдиним і головним взірцем вітчизняної періодики відповідного штибу.

- Яка, на Вашу думку, роль «Дзеркала тижня. Україна», зокрема історико-культурного контенту видання, у формуванні національної свідомості?

- Формотворча. Всі роки свого «паперового» існування саме видання «ДТ» було чи не головним трендсетером у царині культури. Залишалось джерелом і взірцем гарної аналітичної культурної журналістики. До того ж, саме «ДТ» асоціювалося із Комісією з журналістської етики.

### **Інтерв'ю 5. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Марія Гудима**

- Сьогодні в українських медіа історико-культурна тематика висвітлюється за «залишковим» принципом. На Вашу думку, «Дзеркало тижня. Україна» оминула ця тенденція? Поясніть, будь ласка, чому так вважаєте?

- Якраз на даний момент, на жаль, видання піддалося цій тенденції, обмежило свої функції стрічкою новин. Доки не припинили видавати паперову газету, цілеспрямовано залучали цікавих авторів з регіонів, аби мати ексклюзиви у слушну мить.

- Як на «Дзеркалі тижня. Україна» (зокрема історико-культурному контенті) відображалися зміни у політичній та соціально-економічній ситуації в країні?

- Зміни відображалися дуже оперативно, вся країна слідкувала за публікаціями, насамперед, Мостової, памфлета Рахманіна. Тоді їм були властиві неупередженість та гострота думки. Зокрема, Рахманін публікував віршовані п'єси за "участю" можновладців.

- За яким принципом відбувався підбір для «ДТ» тем історико-культурної проблематики?

- Принцип відбору був таким: подія чи персона мала бути цікавою для всієї країни. З мого досвіду – матеріали про реставрацію Одеської опери, яка тягнулася багато років, хвилювали багатьох читачів, бо так чи інакше, перебуваючи в Одесі, кожний хоче побувати в цьому театрі. Коли реставрація закінчилася, почалася боротьба за те, щоб театр отримав звання національного та відповідав цьому званню. Також матеріал про Національний Одеський філармонійний оркестр, який після надання йому звання зазнав фінансових утисків з боку обласної ради, виявився дуже резонансним та корисним для колективу, який, врешті-решт, позбавили надмірної орендної платні. Звичайно, матеріали в міжнародних фестивалів були цікавими для багатьох читачів.

- Чим «ДТ» відрізняється від інших вітчизняних видань?

- Зараз «ДТ» не дуже й відрізняється, але в недалекому минулому це було видання з власним обличчям, цікаве від першої до останньої сторінки, націлене на пошук справедливості для всіх громадян, але часи змінилися.

- Яка, на Вашу думку, роль «Дзеркала тижня. Україна», зокрема історико-культурного контенту видання, у формуванні національної свідомості?

- Вважаю, такий контент допомагав «зшивати» країну, наразі це, мабуть, було б на часі.

### **Інтерв'ю 6. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Вадим Дишкант**

- Сьогодні в українських медіа історико-культурна тематика висвітлюється за «залишковим» принципом. На Вашу думку, «Дзеркало тижня. Україна» оминула ця тенденція? Поясніть, будь ласка, чому так вважаєте?

- Я давно не співпрацюю не лише з «ДТ», а й з іншими виданнями (наприклад, з «Днем»), в які свого часу постійно і багато писав. Відповідно, я не читаю жодних видань і вкрай рідко дивлюсь новини чи публіцистичні передачі... Певно, це пов'язано з тим розчаруванням, яке настало після останнього Майдану, з тим «прозрінням», яке воно принесло... Я болюче відчув, що нас в черговий раз «развели как котят». І збагнув нарешті, що ми можемо – і повинні – змінити себе, і лише ці зміни можуть благотворно вплинути на інших та світ в цілому.

Щодо «ДТ», то я розчарувався в його снобістській редакційній політиці, коли мені відмовили в публікації статті «Маятник Бога», в якій я опирався на одкровення східних філософських вчень, зокрема індійських Вед. При всій полемічності і незвичності тверджень цієї статті, вона порушувала, як на мене, важливі питання людського буття і привідкривала завісу над його, буття, вищими законами... Зокрема, прогнозувала нову епоху диктатур у світі. Тож, відмова редакції вникнути в зміст нехай полемічного для них тексту, відсутність інтересу до того, що виходить за межі розуміння керівництва газети, поклало край і моєму інтересові до «ДТ» та й інших українських видань. Щодо «культури», то я побачив на прикладі газети «День», куди писав більше, аніж в «ДТ.», як в якийсь момент рецензії на вистави та фільми, аналітика там стали непотрібними... Як і іншим виданням. До всього ж багато видань зникло. А у мене зник інтерес до сфери, якій я, як фахівець, став непотрібним...

- За яким принципом відбувався підбір для «ДТ» тем історико-культурної проблематики?

- Якщо ж намагатися відповісти на запитання «за яким принципом відбувався підбір для «ДТ» тем історико-культурної проблематики?», то, думаю,



цей «принцип» формувався в системі цінностей т.зв. «західної демократії», з її – знову ж таки – снобістським англосакським ставленням до народів та культури Сходу. Відомо ж, яку нетерпимість, який шовінізм виявляв той же Черчіль до індійців в моменти боротьби Британії проти їхніх антиколоніальних протестів. Але ми не англосакси і якщо почитати книги провідного нашого індолога С. Наливайка, то стане зрозумілим, що культура, світогляд Вед нам як народові ближчий, аніж раціонально-егоїстичне світосприйняття, яке несе нам Захід. З іншого боку, чужа нам і тиранія, шовінізм Московії...

### **Інтерв'ю 7. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Євген Зарудний**

- Сьогодні в українських медіа історико-культурна тематика висвітлюється за «залишковим» принципом. На Вашу думку, «Дзеркало тижня. Україна» оминула ця тенденція? Поясніть, будь ласка, чому так вважаєте?

- Мені здається, сьогодні немає «залишкових», тому що немає «основних». Всі пишуть про все. Я, наприклад, давно вже не читаю «ДТ». І не пишу. 15-20 років тому стаття в газеті звертала на себе увагу публіки. Зараз ні. На будь-яку тему. Тому, повторю, не можна казати про «залишковість» якоїсь тематики.

- Як на «Дзеркалі тижня. Україна» (зокрема історико-культурному контенті) відображалися зміни у політичній та соціально-економічній ситуації в країні?

- Великий поштовх надала Помаранчева революція. Потім реваншистські кроки Януковича. Це ситуація політична. Про вплив ситуації соціально-економічної промовисто говорить закриття друкованого видання «ДТ».

- За яким принципом відбувався підбір для «ДТ» тем історико-культурної проблематики?

- Теми історичної проблематики підбирав редактор відділу Сергій Махун. Я був його автором ще з газети «День», тож перейшов разом з ним до «ДТ». Майже все, що я написав, він друкував. У небагатьох випадках редактор був ініціатором (замовляв мені статтю).

- Чим «ДТ» відрізняється від інших вітчизняних видань?
- Про «ДТ» завжди казали «впливовий тижневик». Про інших я такого не чув. У «ДТ» були свої джерела інформації.
- Яка, на Вашу думку, роль «Дзеркала тижня. Україна», зокрема історико-культурного контенту видання, у формуванні національної свідомості?
- Звісно, що роль «ДТ» позитивна. Але в якій кількості та в яких межах – мені сказати важко. Характерний штрих: хоча у читачів була можливість коментувати статті та обговорювати їх, статті історико-культурної тематики майже не обговорювались і не коментувались.

### **Інтерв'ю 8. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Павло Сацький**

- Сьогодні в українських медіа історико-культурна тематика висвітлюється за «залишковим» принципом. На Вашу думку, «Дзеркало тижня. Україна» оминула ця тенденція? Поясніть, будь ласка, чому так вважаєте?
- На відміну від більшості видань, «Дзеркало тижня. Україна» мало спеціалізовану рубрику «Історія». Ця рубрика знаходилась ближче до останніх сторінок видання, але вона була доволі популярною. Слід сказати, що читачі «ДТ» д – здебільшого люди із різносторонніми інтересами, а тому вони цікавились не лише першими сторінками видання. Власне, на мій погляд, на рубрику «Історія» у «ДТ» був запит у доволі вузького кола читачів. Причому, багато із читачів цього видання були і лишаються справжніми лідерами суспільної думки, серед них є чиновники і політики, які просто за родом своєї діяльності потребують інформації із різних сфер життя в одному виданні.
- Як на «Дзеркалі тижня. Україна» (зокрема історико-культурному контенті) відображалися зміни у політичній та соціально-економічній ситуації в країні?
- Як і кожне видання, «ДТ» намагалось реагувати на визначні дати й ювілеї подій, на політичні події в Україні й світі. Тому редакція постійно мала потребу в актуальній історичній тематиці. Часто редакція зверталась до авторів із запитом на матеріали саме з історичної проблематики, які давали змогу яскраво відобразити поточні події. Так, доволі часто публікувались матеріали щодо

кримської проблематики у зв'язку з подіями навколо півострова, проводились паралелі між агресивними намірами напередодні Другої світової війни і останніх років.

- За яким принципом відбувався підбір для «ДТ» тем історико-культурної проблематики?

- Підбір проблематики відбувався за узгодженням із редактором рубрики «Історія». Автори мали змогу йому пропонувати свою тематику, хоча, часто редактор звертався до авторів за темами, які вважав особливо актуальними у світлі політичних подій сьогодення.

- Чим «ДТ» відрізняється від інших вітчизняних видань?

- «ДТ» у нинішньому форматі дуже радикально еволюціонувало. У той період, як воно виходило у паперовому й електронному форматах, «ДТ» дуже вигідно відрізнялось різнобічністю тематики і високим фаховим рівнем авторів. Тому тривалий час тримало першість серед читачів, які потребували саме фахових аналітичних матеріалів на різну тематику.

- Яка, на Вашу думку, роль «Дзеркала тижня. Україна», зокрема історико-культурного контенту видання, у формуванні національної свідомості?

- Позиція редакції була яскраво вираженою патріотичною. При цьому велика увага приділялась висвітленню проблем становлення національної свідомості, державності й аналізу складних і суперечливих моментів у цих процесах. Тому увага редакції до складних і актуальних проблем вітчизняної та зарубіжної історії давала достатньо можливостей читачам для формування оригінального погляду на події як минулого, так і сучасності. Знову ж, повторююсь, читачами «ДТ» були часто лідери суспільної думки.

## **Інтерв'ю 9. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Олександра Шутко**

- Сьогодні в українських медіа історико-культурна тематика висвітлюється за «залишковим» принципом. На Вашу думку, «Дзеркало тижня. Україна» оминула ця тенденція? Поясніть, будь ласка, чому так вважаєте?

- З переходом «ДТ» у електронний варіант відбулося скорочення штату, під яке підпали в основному журналісти історико-культурного напрямку. Тому все менше стало публікацій на цю тематику.

- Як на «Дзеркалі тижня. Україна» (зокрема історико-культурному контенті) відображалися зміни у політичній та соціально-економічній ситуації в країні?

- Негативно. «ДТ» як аналітичне видання втратило своє обличчя і перетворилося на звичайний сайт із «грантоїдським» контентом.

- За яким принципом відбувався підбір для «ДТ» тем історико-культурної проблематики?

- Зазвичай формуванням портфелю авторів і публікацій займалися редактори відділів культури і історії. До них я і зверталася зі своїми пропозиціями історико-культурних тем, які зазвичай схвалювали.

- Чим «ДТ» відрізняється від інших вітчизняних видань?

- Зараз уже мало чим відрізняється. Раніше – це було потужне аналітичне видання зі своїм обличчям і стилем, бо ж навіть формат газети виглядав солідно. Зараз – це сайт зі статтями, часто грантових форматів, яких в Україні безліч.

- Яка, на Вашу думку, роль «Дзеркала тижня. Україна», зокрема історико-культурного контенту видання, у формуванні національної свідомості?

- Вагома. Шкода, що ці заслуги – уже в минулому.

### **Інтерв'ю 10. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Олег Смаль**

- Сьогодні в українських медіа історико-культурна тематика висвітлюється за «залишковим» принципом. На Вашу думку, «Дзеркало тижня. Україна» оминула ця тенденція? Поясніть, будь ласка, чому так вважаєте?

- Мені важко звикати до відсутності друкованого варіанту «ДТ». Але це загальносвітова проблема. Паперова преса втрачає свою аудиторію. А електронні еквіваленти видань змушені переходити на так зване «кліпове» подання інформації. Це не шкодить жанру репортажу, але створює проблеми в подачі розлогіх аналітично-дослідницьких матеріалів. А саме орієнтування на подібні статті було основою редакційної політики тижневика «ДТ». Навколо

видання гуртувалася ціла когорта фахових авторів, які висвітлювали проблеми української та світової історії та події в світі культури.

- Як на «Дзеркалі тижня. Україна» (зокрема історико-культурному контенті) відображалися зміни у політичній та соціально-економічній ситуації в країні?

- В «ДТ» завжди працювали (і працюють) лише журналісти, основним фаховим принципом роботи яких є об'єктивне, ґрунтоване на підтверджених, перевірених фактах, подання інформації про події в політиці та економіці України. Часто істина була досить жорстокою і гіркою, через що редакція мала конфлікти з владою. Але це ціна незалежності журналістики.

- За яким принципом відбувався підбір для «ДТ» тем історико-культурної проблематики?

- Керівники відділів культури та історії мали повну свободу у виборі тем для чергового числа тижневика. Обов'язковим критерієм була лише важливість обраної теми, якість подачі та ексклюзивність матеріалів.

- Чим «ДТ» відрізняється від інших вітчизняних видань?

- Абсолютна більшість українських видань є проектами олігархів (і не лише вітчизняних). «ДТ» більш ніж чверть століття докладає зусилля, щоб залишитись незалежним виданням. Наскільки мені відомо, керівники тижневика завжди відмовлялись від «солодких» пропозицій фінансової підтримки, розуміючи, що це означає втрату свободи журналістики і руйнування репутації газети.

- Яка, на Вашу думку, роль «Дзеркала тижня. Україна», зокрема історико-культурного контенту видання, у формуванні національної свідомості?

- Сподіваюсь, що праця всіх, хто творив і творить газету, буде надійною цеглинкою в фундамент незалежної, соборної та заможної України.

## Список інтерв'ююваних

1. Головний редактор «Дзеркала тижня. Україна» (1994–2010 рр.)  
Володимир Мостовий
2. Редактор відділу культури (до 2019 р.), заслужений журналіст України  
Олег Вергеліс
3. Редактор відділу історії (до 2019 р.), заслужений журналіст України  
Сергій Махун
4. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Ганна Пароваткіна
5. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Марія Гудима
6. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Вадим Дишкант
7. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Євген Зарудний
8. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Павло Сацький
9. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Олександра Шутко
10. Автор матеріалів «Дзеркала тижня. Україна» Олег Смаль