

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Інститут журналістики

Центр прав людини ZMINA

За підтримки проекту «Права людини для України», який впроваджується
ПРООН в Україні та фінансується Міністерством закордонних справ Данії

ЛЮДИНА

В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ
В СИСТЕМІ ЦІННОСТЕЙ ПРАВ ЛЮДИНИ:
СУЧАСНИЙ ВИМІР МЕДІАДІЯЛЬНОСТІ

14
травня
2021
КИЇВ

УДК 007:304:070:81'42

Людина в українському суспільстві в системі цінностей прав людини: сучасний вимір медіадіяльності : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 14 травня 2021 р.). – К. : Інститут журналістики, 2021. – 342 с.

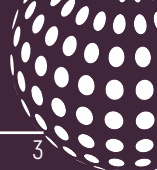
До збірника ввійшли матеріали і тези доповідей, подані учасниками Всеукраїнської науково-практичної «Людина в українському суспільстві в системі цінностей прав людини: сучасний вимір медіадіяльності» (14 травня 2021 року, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка)

Тексти публікуються в авторській редакції. За науковий зміст і якість поданих матеріалів відповідають автори, а також (для студентів і аспірантів) наукові керівники.

посилання для перегляду та коментування матеріалів
<http://journ.univ.kiev.ua/nauka1/materialy-konferentsiy>



© Інститут журналістики
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, 2021
© Автори статей, 2021



ЗМІСТ

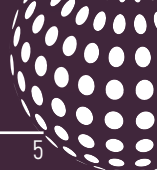
СЕКЦІЯ

«Імплементация цінностей прав людини в журналістській освіті та етиці у висвітленні соціальних історій, проблем, системних порушень прав людини, вразливих та маломобільних груп населення, чутливо-конфліктних тем»

Гарматій О. В., БАЛАНС ДУМОК У ВИСВІТЛЕННІ КОНФЛІКТНОЧУТЛИВИХ ТЕМ: ПРОБЛЕМИ ДОТРИМАННЯ	12
Маркова В.А., ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ СТОРІТЕЛІНГУ ГРОМАДСЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ПРАВОЗАХИСНОГО СПРЯМУВАННЯ	18
Андрушків В. В., АНТИДИСКРИМІНАЦІЙНІ ПРАКТИКИ НА СУСПІЛЬНОМУ	25
Годунок З. В., МОВА ВОРОЖНЕЧІ В ОНЛАЙН-КОМЕНТАРЯХ	31
Бут К. О., МЕДІЙНА РЕАЛЬНІСТЬ ТА ОБ'ЄКТИВНІСТЬ: ТОЧКИ ЗІТКНЕННЯ В ЕТИЧНОМУ ПРОСТОРІ ЖУРНАЛІСТИКИ	35
Тяпкіна Н. І., РЕГУЛЯТИВНІ РЕСУРСИ ДОТРИМАННЯ ЕТИЧНИХ НОРМ РЕДАГУВАННЯ В ІНТЕРНЕТ-МЕДІА	41
Чернова В. В., МЕДІА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОЇ СФЕРИ СУСПІЛЬСТВА: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ	46



Макарчук О. Г., GENDER BASED DISCOURSE ON THE PAGES OF PARTY MEDIA	51
Бабенко В. С., КРИТИЧНЕ СПРИЙНЯТТЯ МАРКЕРІВ ТІЛЕСНОСТІ В МЕДІА ЯК ЗАПОБІГАННЯ ГЕНДЕРНОЇ ДИСКРИМІНАЦІЇ	55
Шевченко А. О., СЮЖЕТИ ПРО ДІТЕЙ ТЕЛЕКАНАЛУ «1+1»	61
Решетуха Т. В., Йордан Г. М., ДОТРИМАННЯ ПРАВА ДИТИНИ НА ОСВІТУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19: АКТУАЛІЗАЦІЯ ВИСВІТЛЕННЯ В МЕДІА	66
Гуманенко О. О., НА СТОРОЖІ ПРАВ ЧИТАЧА ТА МЕДІЙНИКА: ДО ПИТАННЯ ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ ПОСАДИ ПРЕС-ОМБУДСМЕНА В УКРАЇНІ	71
Куріхін А. А., РОЛЬ ПРЕЗУМЦІЇ НЕВИНУВАТОСТІ У МЕЖАХ КУЛЬТУРИ СКАСУВАННЯ	77
Мельничук Ю. Г., ПРАВА ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ В РЕЦЕПЦІЇ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ М. ЧЕРНІВЦІВ (НА ПРИКЛАДІ ОНЛАЙН-ЗМІ «ШПАЛЬТА» ТА «МОЛОДИЙ БУКОВИНЕЦЬ»	82
Лашкіна М. Г., ЖУРНАЛІСТ В КОНФЛІКТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: МІЖ ПРАВАМИ ЛЮДИНИ, ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ТА СЕНСАЦІЄЮ	88



Расулова С. А., МЕДІА ЯК ФОРМУЮЧИЙ ФАКТОР ДОТРИМАННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	92
Терещенко К. В., ОЦІНОЧНІ СУДЖЕННЯ У ВИСВІТЛЕННІ ЧУТЛИВО-КОНФЛІКТНИХ ТЕМ	96
Лакомська І. В., ПРОБЛЕМИ ЕЙДЖИЗМУ В АСПЕКТІ ЦІННОСТЕЙ ПРАВ ЛЮДИНИ	102
Боровик А. А., ЦІННОСТІ ПРАВ ЛЮДИНИ: СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	106
Мельнікова Ю. О., ФОРМУВАННЯ ДИДАКТИЧНОЇ ОБОЛОНКИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ДИСКРИМІНАЦІЙНІ ПРАКТИКИ В МЕДІА ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ»	111
Ковпак В.А., ІНФОРМАЦІЙНІ КАМПАНІЇ ІЗ ЗАХИСТУ ПРАВ ЛЮДИНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕДІААДВОКАЦІЇ	116
Фостяк Я. І., ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТРЕБИ УКРАЇНСЬКИХ ПІДЛІТКІВ ЯК СПОСІБ ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ ЯКІСНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ ТА ПРО ПІДЛІТКІВ	121
Солодка Л. І., ВЗАЄМОДІЯ ДІТЕЙ З МЕДІА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ В АСПЕКТІ ПРАВОЛЮДНОСТІ	127



Савчук О. М.,
ВИСВІТЛЕННЯ ПРАВ ДИТИНИ ОСВІТНИМИ ОНЛАЙН-МЕДІА
(НА ПРИКЛАДІ МАТЕРІАЛІВ "ВСЕОСВІТИ", "ОСВІТОРІЇ", "ОСВІТИ.UA",
2020-2021 рр.) 133

Хобта О. І.,
ВИСВІТЛЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІСТОРІЙ У ЖАНРІ
РЕПОРТАЖНОГО ПОРТРЕТУ: ДОСВІД «THE UKRAINIANS» 138

СЕКЦІЯ

«Анексія Криму та збройний конфлікт на Сході України,
дотримання стандартів при висвітленні чутливих та конфліктних тем»

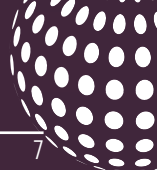
Сировой М. О.,
ГОНИТВА ЗА ТРАФІКОМ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ РОСІЙСЬКОЇ
ПРОПАГАНДИ УКРАЇНСЬКИМИ ОНЛАЙН-ЗМІ НА ТЛІ НАРОЩУВАННЯ
ВІЙСЬК КРАЇНИ-АГРЕСОРА БІЛЯ КОРДОНІВ 142

Фролкіна С. О., Кладітін М. В.,
КРИМСЬКІ ТАТАРИ: ВІЙНА ТА МЕДІА 148

Шутяк Л. М.,
ФЕЙКИ В ІНТЕРНЕТІ Й ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ
В КОНТЕКСТІ ВІЙНИ НА СХОДІ УКРАЇНИ 152

Горбенко І. Ф.,
ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВОЛОНТЕРІВ
У СУЧАСНИХ ЗМІ: ПРАВОЗАХИСНІ ТА ЕТИЧНІ АСПЕКТИ 157

Єрмакова І. О.,
ПОРУШЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ТА НАЦІОНАЛЬНИХ НОРМ ЗАХИСТУ
ПРАВ ДИТИНИ В ЗМК, ЯКІ ФУНКЦІОНУЮТЬ НА ОКУПОВАНИЙ
ТЕРИТОРІЇ СХІДНОЇ УКРАЇНИ 163



Гаркавенко Ю. С., «КРИМСЬКЕ ПИТАННЯ» У КОНТЕКСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ ЄВРОПЕЙСЬКИМИ ЗМІ	170
---	-----

СЕКЦІЯ

«Розвиток правозахисної, судової та гендерно-чутливої
журналістики в Україні»

Коваль А. С., ТЕНДЕНЦІЇ У ВЕКТОРАХ ПУБЛІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЗАПОРІЗЬКИХ ДЕПУТАТОК НА ОСОБИСТИХ СТОРІНКАХ У FACEBOOK	176
--	-----

Фінклер Ю. Е., ЗА ЛІСОМ ДЕМОКРАТИЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НЕ ЗАГУБИТИ ДЕРЕВ ЖУРНАЛІСТИКИ ПРАВОЗАХИСНОЇ	181
--	-----

Мірошниченко П. В., РОМСЬКА ПРОБЛЕМАТИКА В НЕЗАЛЕЖНІЙ ЗАПОРІЗЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ	183
---	-----

Семенко С. В., РОЛЬ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ У ПИТАННЯХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ПРОТИДІЇ БУДЬ-ЯКИМ ВИДАМ ДИСКРИМІНАЦІЙ	187
---	-----

Мединська О. Я., Синоруб Г. П., ПРАВА ЛЮДИНИ ТА ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ	192
---	-----

Зозуль Т. В., АДВОКАЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК НОВИЙ ТИП ТРАДИЦІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ	197
---	-----



Смолдирева Т. П., Василик Л. Є.,
ТЕНДЕНЦІЇ ГЕНДЕРНОЧУТЛИВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ
У МЕДІА БУКОВИНИ 203

Галаджун З. В.,
ОЦІННЕ СУДЖЕННЯ ЖУРНАЛІСТА 210

Островська Н. В.,
ВИСВІТЛЕННЯ ПИТАНЬ РОЗЛАДІВ АУТИЧНОГО СПЕКТРА
В ЗАПОРІЗЬКИХ ЗМІ 217

Бєлінська І. В., Шендеровський К. С.
ФОРМУВАННЯ МЕДІАОБРАЗУ ТРАНСЛЮДИНИ:
МАРКЕРИ НЕДИСКРИМІНАЦІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ
ЗА ОЗНАКАМИ ЛЮДСЬКОЇ РІЗНОМАНІТНОСТІ 221

СЕКЦІЯ

«Формування та реалізація політик попередження ненависті, насильства,
катувань, сексуальних домагань та дискримінації: від журналістської освіти
до практики медіадіяльності»

Іванова І. Б., Лобойко М. О.,
КОНКУРСНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ГАЛУЗІ СОЦІАЛЬНОЇ
РЕКЛАМИ ЯК ФОРМА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ 230

Зима О. Г., Просяник О. П.,
ФУНКЦІЙНО-ПРАГМАТИЧНЕ РОЗУМІННЯ ПОЛІТИЧНОГО
СКАНДАЛУ І СУСПІЛЬНОГО КОНФЛІКТУ 233

Сашук Т. І., Шендеровський К. С.,
КОМУНІКАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ
УЧАСТІ УКРАЇНИ В «ПАРТНЕРСТВІ БІАРРІЦЬ» 239

Бондаренко І. С.,
ГЕНОЦИД У ФОКУСІ СУЧАСНОЇ НАУКИ 245



Санакоєва Н.Д., Вербицька К.С., АКСІОЦЕНТРИЧНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ	249
Радченко Я. Д., Санакоєва Н.Д., СЕКСИЗМ У РЕКЛАМІ ЯК ПРОЯВ ПОРУШЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ	254
Лашонова А. В., Санакоєва Н. Д., ДИСКРИМІНАЦІЯ У РЕКЛАМІ ЗА ОЗНАКОЮ СТАТІ: СПОСОБИ РЕГУЛЮВАННЯ	260
Леховіцер Д.О., МІФ «НЕІСНУВАННЯ» ЯК ФОРМА МЕМОЦИДУ В МЕДІЙНИХ ПРАКТИКАХ	264
Тарасюк В. Ю., Русинко-Бомбик Л. М, МОВА ВОРОЖНЕЧІ ЯК ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ: ЗАКАРПАТСЬКИЙ ДОСВІД	268
Тулузакова О. Г., Чулкова А. В., ІНФОРМАЦІЙНІ ПОВІДОМЛЕННЯ ОФІЦІЙНИХ СТРУКТУР У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: МОВА ВОРОЖНЕЧІ	273
Плеханова Т. М., РЕГІОНАЛЬНІ ОНЛАЙН-МЕДІА: ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ НАСИЛЬСТВА В СІМ'Ї	279
Плеханова Т. М., Кравчук С. М., СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СПОСІБ ПРОТИДІЇ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ	284
Грабовець І.В., Комарова О.О., МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ У ПОПЕРЕДЖЕННІ ТА БОРОТЬБІ ІЗ СЕКСУАЛЬНИМ ДОМАГАННЯМ ТА ДИСКРИМІНАЦІЄЮ	289



Винарчик М. К., СЕКСИЗМ ТА ОБ'ЄКТИВАЦІЯ У ЗАГОЛОВКАХ НОВИННОГО САЙТУ TSN.UA	293
Волинець Г. М., ЗБРОЙНІ КОНФЛІКТИ КРІЗЬ ПРИЗМУ РЕПОРТАЖНОЇ ФОТОГРАФІЇ	297
Орлова Н. В., ТЕМА ЗАБОРОНИ АБОРТІВ В УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ МЕДІА: ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТУ	301
Сидоренко О. П., Крицька В. А., МЕДІАОБРАЗ МІГРАЦІЇ: ЛЕКСИЧНІ МАРКЕРИ ДИСКРИМІНАЦІЇ ЗА ЕТНІЧНОЮ ОЗНАКОЮ	308
Почапська О. І., КСЕНОФОБІЯ У РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА (АНАЛІЗ МЕДІА ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ)	315
Іванець Т. О., Доценко К. О., ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ПРОФЕСІЙНОЇ СФЕРИ: ІНФОРМАЦІЙНА КАМПАНІЯ ЩОДО ЇХ ПОДОЛАННЯ	319
Панченко Д. Д., РОЛЬ МЕДІА В АКТУАЛІЗАЦІЇ ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ВІД СЕКСУАЛЬНИХ ДОМАГАНЬ	325
Брошкова С. Л., ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ЧИ НАСИЛЛЯ НЕ МАЄ ВИНЯТКІВ	332
Чернявська Л.В., ДОСВІД ДИСКРИМІНАЦІЇ І ТЕМА ДИСКРИМАНЦІЇ В МЕМАХ	337

СЕКЦІЯ

«Імплементація цінностей прав людини
в журналістській освіті та етиці у
висвітленні соціальних історій, проблем,
системних порушень прав людини,
вразливих та маломобільних груп
населення, чутливо-конфліктних тем»



Гарматій О. В.,

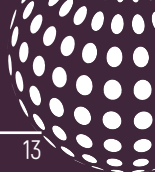
кафедра журналістики та засобів масової комунікації
Національний університет «Львівська політехніка»
Львів

БАЛАНС ДУМОК У ВИСВІТЛЕННІ КОНФЛІКТНОЧУТЛИВИХ ТЕМ: ПРОБЛЕМИ ДОТРИМАННЯ

Баланс думок як професійний стандарт передбачає представлення у медіатексті усіх сторін конфліктного процесу. Відповідно до нього, усі, без винятку, учасники конфлікту мають рівні можливості для висловлення власних позицій, думок, поглядів чи точок зору. Поряд з іншими – такими як оперативність, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, повнота, точність – він належить до основних міжнародних і національних журналістських стандартів. Разом з тим, сам журналіст повинен бути максимально неупередженим, безстороннім, не виявляти прихильності до жодної із сторін. За умови дотримання балансу думок читачі/глядачі/слухачі отримують повну картину, мають достатньо інформації, аби зрозуміти позиції сторін, ключових чи зацікавлених гравців, і можуть самостійно робити висновки і ухвалювати виважені рішення щодо порушених проблем.

Невід'ємною характеристикою сучасного етапу розвитку українського суспільства є лавиноподібне зростання осередків конфліктності. Нинішній день характеризується конфліктами між гілками влади, партіями і рухами, політичними лідерами, парламентськими фракціями, між владою в центрі й на місцях, владою і населенням. На думку В. Різуна, у суспільстві, що розвивається, не може бути статичної рівноваги. Динамічна рівновага – це баланс, що утворюється від зміни конфліктних станів. Життя – це і є пошук динамічної рівноваги [1, с. 41]. Як каже Д. Чоповський, життя складається з великих і малих конфліктів. Кожна тема в медіа є конфліктною або, як мінімум, неоднозначною. Це потребує від журналістів чіткого розуміння і визначення, хто виступає сторонами кожного конфлікту або хто є компетентним і незалежним експертом з порушеної теми [2].

Журналісти завжди мають справу з найбільш важливими конфліктними процесами. Об'єктом журналістського зображення у кінцевому рахунку



виступає реальна людина, яка є центральною ланкою усіх конфліктів. І що дуже важливо, мас-медіа впливають на формування конфліктологічного знання аудиторії, вони також мають потужний вплив на формування у людей установок, які зумовлюють їх поведінку у проблемних ситуаціях соціальної взаємодії, а також впливають на розуміння та оцінку конфліктів самими конфліктологами, управлінцями, політиками, широкою громадськістю.

Збалансоване представлення сторін конфлікту вимагає з'ясування природи кожного конкретного конфліктного процесу. Досліджуючи діяльність медіа у конфліктах, О. Валевський та А. Ішмуратов визначили такі цільові установки для журналістів: ідентифікація конфлікту, визначення його структури, з'ясування ступеня загрози конфронтації [3, с. 87-88]. Науковці вказують, що для ідентифікації конфлікту треба визначити причини (джерело) його виникнення для кожного учасника, баланс раціональних і/або ірраціональних причин, баланс базових і/або несуттєвих мотивів конфліктної поведінки, механізм отримання об'єктивної інформації та механізм її фальсифікації. Для визначення структури конфлікту мас-медіа мають встановити реальних і потенційних учасників конфлікту, їх інтереси, політичний і соціальний простір розгортання конфлікту, а також дослідити, хто, як і з якою метою може маніпулювати перебігом конфлікту. Для визначення ступеня загрози конфлікту, на думку О. Валевського та А. Ішмуратова, представникам ЗМІ треба вивчити ймовірність ескалації конфлікту, його дестабілізуючий вплив на кожному етапі перебігу та потенціал можливих негативних наслідків.

Слушною є думка О. Гриценко та В. Шкляра, які наголошують, що для вивчення сутності конфлікту виявляється зовсім недостатньо даних, що лежать «на поверхні», помітних для «неозброєного ока». Метод документалізму на цьому рівні відображення вступає у співдружність з методами наукового дослідження. Крім того, у вивченні конфліктів повною мірою виявляються творчі якості журналіста: його світобачення, інтелект, ерудиція, досвід [4, с. 28-29].

Суть збалансованого журналістського підходу до конфліктів вимагає насамперед визначення суб'єктів конфліктної взаємодії. Учасники конфлікту – опоненти – це конфліктні сторони з неузгодженими інтересами. Крім того, як третя сторона, в конфлікті можуть бути задіяні прихильники, співчуваючі, засуджуючі, посередники, арбітри.

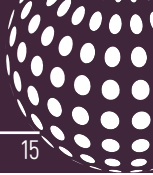


З'ясування дійсних опонентів може викликати небезпідставні труднощі в авторів журналістських творів. Нерідко справжні ініціатори конфлікту прагнуть залишитися в тіні й докладають чимало зусиль, щоб представити надуманих винуватців як головних персонажів. Тому визначення істинних суб'єктів є важливим теоретичним і практичним завданням мас-медіа. Практика діяльності медіа знає випадки, коли для аудиторії так і залишається незрозумілим, хто є основними учасниками конфліктних процесів. Журналісти інколи подають неповну картину, не повідомляють про усі наявні позиції. Зрозуміло, що у такому разі аудиторію позбавляють права і можливості дізнатися про учасників конфлікту, а значить, і про його суть.

Крім того, непростим завданням журналіста також є з'ясування рівня повноважень особи чи осіб – представників протилежних сторін. Тут слід зазначити кілька моментів. По-перше, рівень представництва конфліктуючих сторін має бути однаковим, або принаймні приблизно рівним. По-друге, складнощі можуть виникати при визначенні легітимності представників у колективних конфліктах, де необхідно визначити, чи може певна людина представляти групу осіб. По-третє, важливо уникнути фальшивого балансу. Як вказують експерти Інститут масової інформації (ІМІ), журналісти мусять аналізувати інформацію, перевіряти фактаж, який подали сторони. Не можна легітимізувати брехню тільки заради балансу, або слід відразу давати пояснення і експертний погляд. Якщо бракує фактичного матеріалу та інформації, щоб добре з'ясувати тему, краще відмовитися від матеріалу чи відкласти його на майбутнє, аніж просувати в суспільстві під виглядом фальшивого балансу неякісну журналістику [5].

Багато уваги дослідників і практиків приділено балансу думок під час воєнних дій. Війна – це найжорстокіший вияв реалізації конфліктної взаємодії. Анексія Криму та події на сході країни актуалізували питання про те, як подавати позицію окупантів, російських військових, сепаратистів. Українська медіаспільнота напрацювала рекомендації щодо обмеженого застосування цього стандарту в умовах окупації частини території країни і ведення бойових дій проти окупаційно-терористичних військ супротивника [6].

Під час війни не можна вимірювати все лише професійними журналістськими стандартами, адже є вищі цінності, такі як життя людини, державний суверенітет і непорушність державних кордонів. Тому педантичне дотримання стандарту збалансованості, на думку І. Куляса, може



бути ризикованим. Слово представникам терористів чи окупантів, а також їхніх симпатиків у медіа можна надавати лише для озвучення фактичних даних [7]. Щодо інших випадків, чітку відповідь дає Закон України «Про інформацію», у статті 28 якого зазначається, що інформація не може бути використана для закликів до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, пропаганди війни, насильства, жорстокості, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, посягання на права і свободи людини [8].

Стандарт балансу думок, як наголошує В. Антонов, сприймається деякими сучасними медійниками як спосіб побути своєрідною підставкою для мікрофону, що не несе відповідальності за забруднення інформаційного простору. Однак особливо в умовах війни журналісти, на його переконання, повинні дбати про гігієну медіапростору, а не уникати цих обов'язків через прищеплену постмодерною традицією байдужість. Дослідник вважає, що справжній обов'язок журналіста – відрізнати добро від зла, темряву від світла, плюс від мінуса і ставати на сторону світла [9, с. 6].

Складнощі з дотриманням зазначеного стандарту виникають при висвітленні й інших конфліктночутливих тем, не пов'язаних безпосередньо з жорсткими протистояннями, однак також дуже важливих для розуміння аудиторією. Зокрема, при висвітленні конфліктних і суперечливих тем, яких, як показують дослідження [10; 11; 12; 13] є багато в науці, аудиторія має право знати про різні точки зору. Інакше існує небезпека того, що люди отримають однобічну інформацію. Однак тут також не все однозначне. Застосування стандарту збалансованості думок у науковій журналістиці може бути надзвичайно проблематичним. Як стверджують С. Муні (С. Mooney) та С.Кіршенбаум (S.Kirshenbaum), баланс може ввести в оману, навіть сприяти відвертому упередженню: «Чи справді журналісти повинні приділяти однакову увагу коментарям невеликої групи вчених, які заперечують зв'язок між ВІЛ та СНІДом, коли переважна більшість дослідників визнають такий зв'язок?» [14, с. 100]. Подібний погляд поділяють М. Бойкоф (М. Boykoff) і Ю. Бойкоф (J. Boykoff), вони також зазначають, що стандарт дотримання балансу може призвести до упередженого висвітлення [15, с. 125]. Який тут вихід? На нашу думку, варто надавати рівні можливості для представлення різних поглядів вчених щодо явища, яке перебуває в процесі дослідження, але не слід подавати різні точки зору, коли йдеться про доведене явище чи dokonаний факт, оскільки така інформація може ввес-

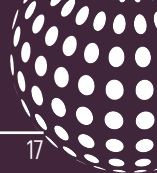
ти в оману аудиторію. Зокрема, як ми зазначали, об'єктивно подані наукові дискусії та суперечки «дають змогу повно і яскраво передати динаміку розвитку науки і суспільства, їхній взаємозв'язок. І, навпаки, неухважність ЗМІ до таких суперечностей, невміння їх осмислити призводять до зниження аналітичного та інформаційного рівнів журналістських матеріалів» [16, с. 22]. Збалансована інформація – не через створення двох кардинальних протилежностей, а через демонстрацію широкого кола позицій та існуючих поглядів – забезпечує всебічне та неупереджене висвітлення.

Дотримання балансу думок сприяє представленню різних позицій в суперечливих, дискусійних і конфліктночутливих темах. Очевидно, що журналісти мають робити все можливе, щоб розглядати такі теми безсторонньо та з належною точністю, не нехтувати і залишати поза увагою важливі думки, висвітлювати широкий діапазон поглядів і точок зору. Разом з тим, медіа обов'язково мають враховувати чинники, що можуть бути в певний час і за конкретних умов важливіші, ніж суворе дотримання зазначеного стандарту.

Присутність конфліктів у системі суспільних відносин спричинена розбіжністю інтересів, якими детерміноване соціальне життя. Деякі конфлікти є невід'ємним компонентом суспільного розвитку. Тому соціальна практика об'єктивно потребує конфліктологічних знань. Завданням медіапрактики є освоєння основних компонентів сучасної системи конфліктологічного знання. На підвищенні конфліктологічної освіти журналістів уже давно акцентують увагу науковці. О. Порфімович наголошує: «Для того, щоб оцінювати конфліктогенність рішень, попереджати виникнення чи деструктивний розвиток конфліктів, кожна людина, і особливо журналіст, повинні мати знання про конфлікт як явище, котре постійно супроводжує людське життя» [17, с. 31]. Діяльність медіа в інтересах профілактики конфліктів та їх конструктивного розв'язання – перспективний напрям підвищення конфліктологічної культури суспільства.

Література

1. Різун В. В. Маси. К. : Ін-т журналістики КНУ імені Т Шевченка, 2003. 118 с.
2. Чоповський Д. Журналістські стандарти: інформаційна довідка. Режим доступу : <https://imi.org.ua/monitorings/jurnalistski-standarti-informatsiyna-dovidka-i28623>.
3. Валевський О. Л., Ішмуратов А. Т. Політичний конфлікт у сучасній Україні: культурні виміри, структура, принципи аналізу. К.: НІСДУ, 1997. Вип. 3. 110 с.



4. Гриценко О. М., Шкляр В. І. Преса і політика: проблеми, концепції, досвід. К. : Ін-т журналістики КНУ імені Т. Шевченка, 2000. 71 с.
5. Інститут масової інформації. Професійні журналістські стандарти: інформаційна довідка. Режим доступу: <https://imi.org.ua/advices/profesijni-zhurnalistiski-standarty-normatyvna-dovidka-i31933>.
6. Детектор медіа. Стандарти і етика журналістики в умовах конфлікту та кризових ситуацій. Рекомендації. Режим доступу: <https://go.detector.media/standarti-i-etika-zhurnalistiki-v-umovah-konfliktu-ta-krizovih-situatsij-rekomendatsiy/>.
7. Куляс І. Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни. Режим доступу: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/11691/2014-10-30-standarty-y-etyka-zhurnalistyky-v-umovakh-neogoloshenoj-viyny/>.
8. Про інформацію : Закон України. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>.
9. Антонов В. Баланс думок та байдужість в умовах інформаційної війни // Теле- та радіожурналістика. 2018. Вип. 17. С. 3-6. doi.org/10.30970/trj.2018.17i588
10. Jayaraman K. S. (2011). Six tips for reporting on controversial science. Available at <https://ijnet.org/fr/node/2164>.
11. Harmatiy O. (2021). Science Coverage: What Does the Audience Want and Really Need? Exploring Media Consumption in Ukraine. Journal of Creative Communications, 16 (1), p. 97-112. doi.org/10.1177/0973258620981799
12. Radford T. (2008). Reporting on controversies in science. Available at <https://www.scidev.net/sub-saharan-africa/practical-guides/reporting-on-controversies-in-science-ssa/>.
13. Ward B. (2008). Explaining controversial issues to the media and the public. Available at <https://www.scidev.net/global/practical-guides/explaining-controversial-issues-to-the-media-and-t/>.
14. Mooney C., Kirshenbaum, S. (2009). Unscientific America: How science illiteracy threatens our future. New York : Basic Books.
15. Boykoff M. T., Boykoff J. M. (2004). Balance as bias: global warming and the US prestige press. Global Environmental Change, 14 (2), p. 125-136. doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001
16. Гарматій О. В. Контроверсійні теми як різновид конфлікту в науковій журналістиці // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Журналістські науки. 2019. Вип. 3. № 910. С. 22–28. doi.org/10.23939/sjs2019.01.022
17. Методичні рекомендації для самостійної підготовки студентів з навчального курсу «Конфліктологія» / КНУ імені Т. Шевченка / О. Л. Порфімович. К., 2001. 40 с.



Маркова В.А.,
кафедра журналістики Харківської
державної академії культури
Харків

ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ СТОРІТЕЛІНГУ ГРОМАДСЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ ПРАВОЗАХИСНОГО СПРЯМУВАННЯ

Громадські організації відіграють важливу роль у розбудові громадянського суспільства, забезпечуючи процес самоорганізації населення, представництва, відстоювання інтересів і прав різних груп. За даними Державної служби статистики України у 2018 р. (останній рік, за який наводяться дані), в країні було зареєстровано 26 630 керівних органів громадських організацій, що є свідченням значної громадської активності. Водночас, як свідчать результати Загальнонаціонального дослідження громадської думки населення України, проведеного Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з Київським міжнародним інститутом соціології з 8 по 20 серпня 2019 року, більшість громадян оцінює нинішній рівень розвитку громадянського суспільства як середній (40,5%). Зазначене опитування також показало, що більшість громадян (50%) визнають, що громадські організації потрібні в їхніх містах чи селах, але лише 7,5% громадян відповіли, що залучені до активної громадської діяльності – фактично стільки ж, як і в 2013 році (8%). Основними видами діяльності, якими насамперед повинні займатися громадські організації, у ході опитування називалися: захист вразливих соціальних груп (52%), контроль за діяльністю влади (38%), надання людям юридичної та іншої допомоги в обстоюванні своїх прав (38%), [1]. Ці цифри свідчать, що переважна більшість дивиться на діяльність громадських організацій саме як на правозахисну. На жаль, надійної статистики щодо кількості громадських організацій саме правозахисного спрямування немає. Звернення до єдиної активної онлайн Бази громадських організацій України, яка підтримується на порталі Громадський простір (Prostir.Ua), дозволила виявити 210 організацій, серед напрямків діяльності яких зазначені права людини.



Серед найбільш вагомих проблем, з якими стикаються громадські організації у своїй діяльності, експерти (192 представники різних громадських організацій) зазначають наступні: створення «кишенькових» громадських організацій (при органах влади, партіях, олігархах) – 75%; залежність діяльності громадських інституцій від донорів («від гранту до гранту») – 68%; слабкий зв'язок громадських організацій із громадою (54%). Зазначається, що організації мають обмежений доступ до ресурсів і, відповідно, низький рівень інвестицій [2].

Одним із шляхів подолання зазначених проблем є активна комунікативна стратегія організації, яка б дозволила демонструвати донорам і громаді ефективність своєї діяльності, залучаючи тим самим кошти і пропагуючи себе як суспільно корисну інституцію. Водночас, нині можна констатувати, що переважна більшість громадських організацій майже не займаються вибудовуванням комунікативної стратегії. Це цілком підтверджується аналізом даних з онлайн Баз громадських організацій України.

Слід зазначити, що портал «Громадський простір», який адмініструє зазначену базу, також акумулює унікальну й актуальну інформацію щодо розвитку громадянського суспільства в Україні, надає безкоштовні послуги з презентації організацій, їх активностей, пошуку ресурсів для подальшої діяльності, волонтерів, партнерів, експертів, працівників. База громадських організацій України дає можливість перегляду інформації про організації за їх видами, напрямками діяльності, регіонами. На сторінці кожної організації, що входить до бази даних, зазначена інформація щодо напрямків діяльності, видів діяльності, контактів, представленості у мережі Інтернет, прізвища і посади керівника, місії. Аналіз представленості цих організацій в мережі Інтернет дозволив отримати наступну інформацію: з 210 правозахисних організацій із Баз громадських організацій 188 мають свої сторінки у Facebook, 32 також у Twitter, 209 зазначили наявність веб-сторінок. Водночас, перегляд контенту сторінок у соціальних мережах та веб-сторінок, дозволяє зробити висновок про низьку комунікативну активність більшості громадських організацій. Більшість посилань на веб-сторінки, на жаль, виявилися непрацюючими. Повноцінні сайти ведуть лише потужні громадські організації, але їх контент здебільшого носить інформаційний характер.

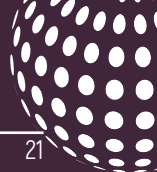
Аналіз контенту громадських організацій правозахисного спрямування, інформація про які представлена в базі даних, дозволила дійти виснов-



ку про недостатнє використання потужних комунікативних можливостей такого інструменту, як сторітелінг. Під сторітелінгом розуміємо комунікативну технологію, яка використовує інформаційне повідомлення у вигляді історії і застосовується комунікантом з метою підвищення ефективності сприйняття і здійснення впливу на комуніката. Нині він цілком заслужено став одним із визначальних трендів у вибудовуванні комунікації з громадою, партнерами, донорами, підтвердженням чого є численні тренінги, майстер-класи, фахові публікації.

Так, 10.10.2020 у Києві для активістів-грантерів конкурсу «Посилення правових можливостей ромських громад задля розвитку і протидії дискримінації ромів», що проводився Ромською програмною ініціативною групою Міжнародного фонду «Відродження» спільно з ініціативою МФВ «Права людини і правосуддя», які опікуються розвитком ромських громад, було організовано три тренінги, що присвячені ефективному спілкуванню, вмінню презентувати себе, свій проект, свою діяльність, застосовуючи сучасні інструменти комунікації – і отримувати результат. Один з тренінгів був присвячений саме сторітелінгу [3]. На порталі «Громадський простір» 06.04.2021 р. розміщений переклад статті Дебори Свердлов, фахівчині з адвокатури «Етичний сторітелінг. Комунікація без визиску», в якому вона визначає сторітелінг як один із найпотужніших інструментів у світі соціального впливу. Вона вважає, що організації мають розповідати історії для зміцнення контакту з людьми, спонукання їх до активної дії чи до пожертв тощо [4]. Київська школа прав людини та демократії, яка є безкоштовною освітньою платформою правозахисної організації «Центр Громадянських Свобод», 04.03.2021 провела лекцію «Сторітелінг для правозахисників» [5]. На сайті Pro Bono Club Ukraine (PBCU), що є платформою змістовних партнерств бізнесу з громадським сектором, з тегом «Поради від профі» розміщено хайлати вебінару Олександра Клейменова, керівника відділу розробки форматів 1+1 Продакшн під назвою «Сторітелінг. Чому він став трендом, і які історії може розповісти ГО», в якому він ділиться, як цікаво розповідати історії і навіщо це робити [6]. І перелік таких прикладів можна продовжувати.

Оксфордський словник визначає сторітелінг як діяльність з розповідання або написання історій [7]. (<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/storytelling>).



Розповідання історій – один з найдавніших форматів соціальної комунікації, з яких в подальшому виникли корпуси релігійних і літературних текстів. Свою актуалізацію з новими конотаціями вже як термін сторітелінг отримав у 1992 р. завдяки керівнику концерну Armstrong International Девіду Армстронгу. У своїй книзі «MBSA: Managing by Storying Around» [8] він доводив ефективність нестандартного способу менеджменту з використанням нового формату інструкції, що спирається на реальні життєві історії. Нині його також активно використовують в рекламі, піар-діяльності, брендингу, маркетингу, освіті, журналістиці. Доречним він буде і у вибудовуванні комунікативних стратегій громадських організацій правозахисного спрямування.

Узагальнений аналіз наукових публікацій, в яких сторітелінг розглядався як комунікативна технологія, дозволив виявити основні маркери, що підвищують можливість комунікативного впливу. До них можна віднести саму форму побудови історії, що є, з одного боку, повсякденною, з іншого, апелює до міфу, архетипів; структура викладу і стилістики (сюжет, сцени, діалоги, динаміка, інтрига, передчуття «кінця»); спрямованість на емоційну сферу (залучення в подію, співучасть, емпатія, занурення); когнітивну складову (зрозумілість, доступність, легка засвоюваність, запам'ятовуваність); використання тонких механізмів переконання [9].

Аналіз контенту сайтів та акаунтів у соціальних мережах громадських організацій правозахисного спрямування, які входять до бази даних порталу «Громадський простір», показав, що використання сторітелінгу має поодинокий характер.

Прикладом може бути досвід всеукраїнської добровільної жіночої організації «Українська Жіноча Варта», яка займається проблемами жінки в армії, захисті прав жінок в армії, створенні та розповсюдженні військової, домедичної, психологічної літератури, проведенні масових занять та навчань для жінок, освітніми та соціальними програмами по всій Україні для жінок, що беруть участь у бойових діях, внутрішньо-переміщених осіб та дітей війни. На її сайті є розділ Історії, в якому представлені матеріали у форматі сторітелінгу, в яких розповідаються історії з минулого («Ганна Золотаренко – гетьманша, яка зцементувала Україну», «Ми всі були смертниками: історія життя Анни Попович», «Христина Пекарчук – кримська українка в лавах Армії УНР» тощо), а також наших сучасниць («Не сексизм, а патріотизм»: історія дівчини-курсантки з нашумілого фото», «Блакитноока



десантниця», «Від Майдану до аеропорту»: історія студентки, яка воювала в АТО» тощо) [10].

Також цікавим є проект Громадського об'єднання «Кременчуцький інформаційно-просвітницький центр «Європейський клуб» «Нові сусіди. Історії», що представляє собою результат двомісячної роботи зі збирання й описування історій переселенців в рамках проекту «Нові сусіди. Інтеграція ВПО до місцевих громад Полтавської області». Ця ініціатива реалізована за підтримки Програми Розвитку ООН в Україні (в межах Проекту «Швидке реагування на соціальні та економічні проблеми внутрішньо переміщених осіб в Україні») та Уряду Японії [11].

На сайті «Боротьба за життя»: історія свавільно засуджених» представлено історії засуджених довічно без права на перегляд вироків. З огляду на те, що в Україні більше десяти років відсутня процедура виправлення судових помилок, перегляду кримінальних вироків засуджених, зокрема і найвищої міри покарання, ця проблема є суспільно важливою [12].

Водночас, можна констатувати, що переважна більшість громадських організацій не використовує комунікативний потенціал сторітелінгу.

Узагальнюючи матеріали тренінгів, майстер-класів, фахових публікацій, слід зазначити, що використання сторітелінгу, безумовно, повинно бути доречним. Для з'ясування цього питання потрібно визначитися з метою його застосування та цільовою аудиторією (донори, ЗМІ, інвестори, потенційні члени громадського об'єднання, громада тощо). Завдяки сторітелінгу громадським організаціям правозахисного спрямування можна займатися ефективним інформуванням спільноти щодо правозахисної проблематики, створювати сприятливий контекст для актуалізації певної проблеми; транслювати цінності і світогляд; показувати особисті зміни та суспільні трансформації; привертати увагу донорів і громадськості до проблеми (мотивувати ЗМІ розповісти про неї і роботу громадської організації); покращувати відвідуваність веб-ресурсів та сторінок у соціальних мережах; мотивувати, закликати до дії, надихати наявних і майбутніх співробітників і волонтерів; збирати пропозиції до проекту; демонструвати свої успіхи та ділитися проблемами; висловлювати солідарність; сприяти консолідації навколо певної проблеми; навчати [5, 6]. Олександр Клейменов вважає, що завдяки сторітелінгу громадські об'єднання мають шанс стати експертним медіа у своєму напрямку [6].



Тренерка зі сторітелінгу та експертка з комунікацій Анастасія Безверха у своїй лекції «Сторітелінг для правозахисників» виділила наступні види історії, які доречно використовувати саме у правозахисній діяльності:

- «я герой/ми команда», історії про успіхи організації в досягненні цілей;
- «історія-метод», історія вирішення конкретної проблеми;
- «історія-зміна», мотивуюча історія, що розповідає про світоглядні зміни і спонукає до дії;
- «історія-мораль», історія, в якій наочно демонструється, що потрібно робити, а що ні, і які наслідки це має;
- «історія-доказ» передбачає документування випадків факту порушення прав [5].

Таким чином, використання сторітелінгу у правозахисній діяльності є доречним і ефективним. Громадським організаціям правозахисного спрямування потрібно звернути увагу на сторітелінг як на комунікативну технологію, яка може стати у нагоді для вибудовування ними ефективної комунікативної стратегії з громадою, донорами і інвесторами.

Література

1. Громадські організації в Україні в 2018 р. // Державна служба статистики України : [Електрон. ресурс]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Громадянське суспільство в Україні: цифри і факти // Громадський простір : [Електрон. ресурс]. URL: <https://www.prostir.ua/?news=hromadyanske-susplstvo-ukrajiny-tsyfry-i-fakty>
3. Сторітелінг, креативне мислення, комунікація, і три «вудочки», на які їх можна зловити // Громадський простір : [Електрон. ресурс]. URL: <https://ldn.org.ua/event/storytelling-kreativne-mislenna-komunikacia-i-tri-vudocki-na-aki-ih-mozna-zloviti/>
4. Сильні історії – велика відповідальність // Громадський простір : [Електрон. ресурс]. URL: <https://www.prostir.ua/?kb=etychnyj-storytelinh-sylni-istoriji-velyka-vidpovidalnist>
5. Сторітелінг для правозахисників: [відеолекція] : [Електрон. ресурс]. URL: https://www.facebook.com/watch/live/?v=2338160482982231&ref=watch_permalink
6. Сторітелінг. Чому він став трендом, і які історії може розповісти ГО : [Електрон. ресурс]. URL: <https://probono.org.ua/blog/storytelling>
7. Storytelling Retrived from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/storytelling>
8. Armstrong, David (1992). Managing by Storying Around: A new Method of Leadership. Crown Busines, 272 p.

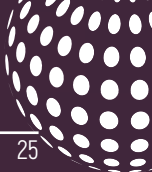


9. Markova V. Storytelling as a Communication Tool in Journalism: Main Stages of Development / V. Markova, O. Sukhovey//Journal of History Culture and Art Research 9(2). 2020. P. 355-366 DOI: <http://dx.doi.org/10.7596/taksad.v9i2.2516>

10. Українська жіноча варта : [Електрон. ресурс]. URL: <https://uavarta.org/istorii/>

11. Громадського об'єднання «Кременчуцький інформаційно-просвітницький центр «Європейський клуб» : [Електрон. ресурс]. URL: <https://prostir.org.ua/?p=1709>

12. Боротьба за життя»: історія свавільно засуджених : [Електрон. ресурс]. URL: <http://stories.khpg.org/>



Андрушків В. В.,
аспірантка кафедри журналістики
Запорізького національного університету

АНТИДИСКРИМІНАЦІЙНІ ПРАКТИКИ НА СУСПІЛЬНОМУ

Права і свободи людини – це справа світового рівня. Будь-яка демократична держава має гарантувати права і свободи своїм громадянам та сприяти їхній реалізації. Заборона дискримінації – це не лише розуміння суспільства, що деякі дії є недопустимі у ставленні до певних суб'єктів, це також, передбачає певні обов'язки держави, яка має забезпечити і юридичну рівність. В Україні правила дотримання рівності в суспільстві та заборони дискримінації висвітлено в Конституції України, законах «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків», «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності». Одну з важливих ролей в формуванні свідомості суспільства відіграє медіа. Від того, як в ЗМІ буде подано інформацію, яка стосується чутливих тем, залежатиме не тільки статус самого медіа, а також рівень обізнаності, виховання та толерантності в суспільстві.

Метою дослідження є аналізування матеріалів Суспільного мовника щодо чутливих тем на виявлення дотримання в них толерантності до людей з інвалідністю, а також дотримання журналістських стандартів у матеріалах.

Реалізація мети передбачала такі завдання:

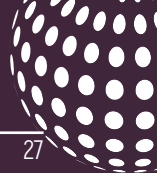
1. Охарактеризувати природу чутливих тем та визначити класифікації висвітлення чутливих тем у ЗМІ.
2. За допомогою методу аналізу з'ясувати чи дотримуються на Суспільному антидискримінаційних практик та журналістських стандартів при висвітленні чутливих тем, а саме в матеріалах про людей з інвалідністю.

На початку розглянемо сам термін «дискримінація». Згідно статті 1 Закону України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» термін «дискримінація» визначається так: «Ситуація, за якої особа та/або



група осіб за їх ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, віку, інвалідності, етнічного та соціального походження, громадянства, сімейного та майнового стану, місця проживання, мовними або іншими ознаками, які були, є та можуть бути дійсними або припущеними (далі – певні ознаки), зазнає обмеження у визнанні, реалізації або користуванні правами і свободами в будь-якій формі, встановлений цим Законом, крім випадків, коли таке обмеження має правомірну, об'єктивно обґрунтовану мету, способи досягнення якої є належними та необхідними». [1] Згідно закону існує такий перелік ознак, за якими заборонена дискримінація: раса, колір шкіри, політичні переконання, релігійні та інші переконання, стать, вік, інвалідність, етнічне походження, соціальне походження, громадянство, сімейний стан, майновий стан, місце проживання, мова або інші ознаки. [1] Пункт «або інші ознаки» означає, що перелік закону є невичерпним та ілюстративним.

Дослідниця Олена Голуб в своєму посібнику «Медіа компас: путівник професійного журналіста» надала практичні поради журналістам, як писати матеріали, які стосуються чутливих тем, а саме людей з інвалідністю. На думку дослідниці, завдання ЗМІ при висвітленні чутливих тем – уникати стереотипів і висвітлювати людей з особливими потребами як і всіх представників суспільства. Не акцентувати увагу на обмежених можливостях таких людей чи надто їх жаліти, але і героїзувати їх теж не треба. Не варто розповідаючи про людей з обмеженими можливостями, висвітлювати їх як тягар для рідних. Навіть якщо в матеріалі прямо не сказано, що та чи інша людина є «тягарем», але йдеться про те, як важко родичам з цієї людиною, в очах суспільства це - дискредитує людей з інвалідністю. Роблячи матеріали про людей з інвалідністю, про них варто розповідати як і про звичайних людей, але підкреслити, що всі люди хочуть поліпшення життєвих умов, а людям з обмеженими можливостями таке поліпшення необхідне, це об'єднуватиме їх з людьми без інвалідності. [2] У своїй статті для Mediasapiens «Як розповідати про людей з інвалідністю: поради для журналістів», журналістка Центру інформації про права людини Ірина Виртосу визначила, чого варто уникати при висвітленні людей з інвалідністю [3]. Також авторка наводить словник коректної лексики, яким можна користуватися при написанні матеріалів[3]:



Словник коректної лексики:

Некоректно	Коректно
інвалід, неповносправний, каліка	людина з інвалідністю
людина з обмеженими можливостями	людина з особливими потребами
Колясочник, візочник	людина, що для пересування використовує візок
психічно хворий	людина з розладами психіки
Сліпий	слабобачущий, особа зі слабким зором
Глухий	людина зі слабким слухом, слабочуючий
Дитина-даун	сонячна дитина, дитина з синдромом Дауна

Не залежно від теми матеріалу журналіст має дотримуватися журналістських стандартів. Декларація принципів професійної поведінки журналістів, прийнята на II Всесвітньому конгресі Міжнародної федерації журналістів (Бордо, 25–28 квітня 1954 р.) зі змінами на XVIII Всесвітньому конгресі МФЖ (Хельсінгбор, 2–6 червня 1986 р.), наголошує: «Повага до істини та права громадськості на правду – перший обов’язок журналіста, що передбачає передусім служіння інтересам суспільства». Тобто обов’язок кореспондента – гарантувати своїй аудиторії отримання правдивої, достовірної та збалансованої інформації.

Більшість українських медійних ГО (Інститут масової інформації, Телекритика, Інститут демократії Пилипа Орлика, Інтерньюз-Україна, Комісія з журналістської етики) визначили для себе шість основних професійних стандартів новинної та аналітичної журналістики: баланс думок, точок зору; оперативність; достовірність; відокремлення фактів від коментарів; точність; повнота. [4].

Суспільне мовлення – це інформаційне джерело, якому можуть довіряти, яке сприяє розвитку громадянського суспільства та посиленню демократії, яке є платформою для дискусій щодо важливих тем та питань. На противагу іншим українським медіа, які є заангажованими, знаходяться під впливом влади та бізнесу, Суспільне – це незалежне, надійне, якісне, відкрите, розмаїте медіа, яке служить суспільству і підзвітне йому. Важливим критерієм для Суспільного є доступність контенту людям з вадами. Для цього всі програми філії, як на телебаченні так і в соцмережах супроводжуються сурдоперекладом, або дублюванням в текстовому форматі.



Більше детальніше висвітлення чутливих тем(про людей з інвалідністю), на Суспільному, розглянемо на прикладі Миколаївської філії. Для аналізу використаємо матеріали, які вийшли в ефір та були опубліковані на сайті в 2020-2021 роках.

В матеріалі «Благодійний проєкт «Особливий день для особливої мами» реалізується в Миколаєві» журналісти при написанні матеріалу дотрималися толерантності. Це простежується у зверненні автора до учасників матеріалу: «У Миколаєві триває проєкт для мам, які виховують дітей з інвалідністю...». [5] Толерантність простежується у фразі «діти з інвалідністю». Також в матеріалі немає медичних штампів, які б підсилювали стереотипи про дітей з інвалідністю як про «нездорових людей». Навпаки в тексті йдеться про те, що мами таких дітей, такі ж мами як і всі інші, вони мають любити себе та бути гарними: «Мета проєкту - навчити жінок любити себе та заохотити їх розпочати жити по-новому». [5] Фраз про хвороби, що можуть викликати жаль, стурбованість у читача у матеріалі також немає. Образи, які передають страждання, небезпеку в тексті не присутні, а навпаки текст написаний так, що викликає посмішку та позитив: «...Для кожної своя локація в студії, відповідно до образу». [5] З огляду журналістських стандартів то в матеріалі не зовсім дотримано балансу думок та точок зору. Свою думку щодо цього проєкту висловили організаторка, фотографиня, самі учасниці, але немає думки незалежного експерта, наприклад психолога, який би сказав, чи справді такі методики допомагають мамам, що виховують дітей з інвалідністю справитися з психологічним тиском суспільства тощо. Всі наведені факти в матеріалі є достовірними. Підтвердженням слів журналіста щодо проєкту, є коментарі організаторки акції. Стандарту відокремлення фактів від коментарів також дотримано. Журналіст у своєму матеріалі наводить тільки факти: «...взяти участь в акції для особливих мам висловили бажання понад 100 жінок. Рандомно обрали десятьох. Із ними працювали п'ятеро фотографів, візажисти та перукарі» [5], а підтверджують їх вже учасники акції: «Фото, розповідає Валентина Ткаченко, подарують моделям». [5] У матеріалі дотримано і стандарту повноти. Так як це матеріал новинний, то в ньому є відповіді на основні питання, що сталося: «У Миколаєві триває проєкт для мам, які виховують дітей з інвалідністю» [5], де сталося: «У фотостудії з жінками працює фотографиня Вікторія Білоусова» [5], коли сталося: так як в публікації вказано, що проєкт триває, дату коли саме збирався матеріал для публікації ми можемо побачити на початку статті це - 26 травня 2020.



В матеріалі «У Миколаєві нацгвардійці влаштували для дітей з інвалідністю день відкритих дверей» толерантності автором дотримано: «...свої двері відкрила військова частина № 3039 Національної гвардії України для сімей, які виховують дітей з інвалідністю».[6] Журналіст з повагою відноситься до героїв матеріалу і підтверджується тим, як він їх називає «діти з інвалідністю». В матеріалі не використовуються медичні штампи, а навпаки йдеться про те, як активно діти провели час у військовій частині: «Військове спорядження, автівки з сиренами та раціями, зразки озброєння. Нацгвардійці військової частини № 3039 розказували та показували дітям специфіку своєї роботи». [6] В матеріалі автор вказує, які вади мають діти, але це не викликає жаль або стурбованість у читача: «Ірина Недогуль на екскурсію привела доньок Дар'ю та Марію. Дівчата мають вади слуху. Все, що роз'яснювали інструктори, їм перекладала мама». [6] З коментарів мам дівчат ми можемо зрозуміти, що люди позитивно налаштовані до журналіста: «Це розвиток, щоб вони бачили, що треба до хорошого, до добра прагнути, що є захист. Нехай це буде прикладом для них. Це дуже важливо», – розповіла Ірина». [6] Щодо журналістських стандартів, то в матеріалі їх дотримано частково щодо стандарту балансу думок та точок зору. Тут як і в попередньому матеріалі висвітлено думки учасників заходу, організаторів, але немає думки незалежного експерта (психолога, тренера), який би пояснив настільки корисним є такий захід для дітей. Всі наведені факти в матеріалі є достовірними. Підтвердження ми можемо побачити в коментарях спікерів: «Через карантинні обмеження на зустріч прийшло близько 20 сімей. Як розповів заступник командира військової частини Дмитро Мартишко, вони намагаються якомога частіше приймати на території і дітей, і випускників коледжів, щоб пояснити, хто такі нацгвардійці». [6] Тут можна побачити і толерантне ставлення військових до дітей з інвалідністю, так як вони не розділяють їх від всіх інших дітей, підлітків тощо. Дотримано у публікації і стандарту відокремлення фактів від коментарів. Автор у своєму матеріалі вказує лише факти: «Через карантинні обмеження на зустріч прийшло близько 20 сімей» [6], а коментують їх учасники заходу: «...всі нацгвардійці одразу знайшли спільну мову з дітьми». [6] Стандарту повноти також дотримано. Як і в будь-якому новинному тексті, так і тут, ми отримуємо відповіді на питання, що сталося: «...свої двері відкрила військова частина № 3039 Національної гвардії України для сімей, які виховують дітей з інвалідністю». [6], де сталося: «...свої

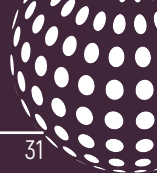


двері відкрила військова частина № 3039 Національної гвардії України...» [6], коли сталося: «19 березня свої двері відкрила військова частина № 3039 Національної гвардії України» [6].

Охарактеризувавши природу чутливих тем та визначивши класифікації висвітлення чутливих тем у ЗМІ, нам вдалося провести аналіз матеріалів Суспільного мовника та з'ясувати чи дотримуються на Суспільному анти-дискримінаційних практик та журналістських стандартів при висвітленні чутливих тем, а саме в матеріалах про людей з інвалідністю. В результаті нашого дослідження, можемо зробити висновок, що Суспільний мовник дотримується правил публікування матеріалів на чутливі теми, в жодному з нами аналізованих матеріалів дискримінації по відношенню до людей з інвалідністю, допущено не було. Також на Суспільному дотримуються журналістських стандартів, у аналізованих нами матеріалах стандартів дотримано, за винятком певних порад щодо залучення до деяких матеріалів незалежної експертної думки.

Література

1. ЗАКОН УКРАЇНИ Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#Text>.
2. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / О. П. Голуб. – Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. – 184 с.
3. Як розповідати про людей з інвалідністю: поради для журналістів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/14167/2015-09-11-yak-rozpovidaty-pro-lyudey-z-invalidnistyu-porady-dlya-zhurnalistiv/>.
4. Журналістські стандарти [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://imi.org.ua/advices/jurnalistski-standarti-i2368>.
5. Благодійний проєкт «Особливий день для особливої мами» реалізується в Миколаєві [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://suspilne.media/36466-blagodijnij-proekt-osoblivij-den-dla-osobливоi-mami-realizuetsa-v-mikolaevi/>.
6. У Миколаєві нацгвардійці влаштували для дітей з інвалідністю день відкритих дверей [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://suspilne.media/115081-u-mikolaevi-nacgvardijci-vlastuvali-dla-ditej-z-invalidnistu-den-vidkritih-dverej/>.
7. Суспільне Мовлення [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://corp.suspilne.media/>.



Годунок З. В.,
кафедра журналістики,
Національний університет «Острозька академія»,
Острог

МОВА ВОРОЖНЕЧІ В ОНЛАЙН-КОМЕНТАРЯХ

Мова ворожнечі як практикування агресивних висловлювань, що при-
нижують чи дискредитують людину або групу осіб за різними ознаками:
раси, національності, політичних поглядів, релігії, статі (сексизм) або сек-
суальної орієнтації (гомо-, бі-, трансфобія) [1], – стає питомою характе-
ристикою онлайн-коментарів, зокрема в соціальних мережах, що зумов-
лено кількома чинниками:

1) природою жанру: редукована аналітична частина, що спричинено й
техніко-технологічними й так само психологічними особливостями кому-
нікації в соціальних мережах (у середньому онлайн-коментар займає два
рядки, «УП» говорить про показник 70% саме таких коментарів [2]); ви-
разно представлена переважно емоційно-оцінна частина висловлювання,
часто стереотипне судження, яке засвідчує позицію користувача щодо
теми, проблеми, події, явища, людини, суспільної групи;

2) особливостями медіаконтенту. Так, ми досліджували коментарі до
журналістських матеріалів, які стосуються загалом дражливих, часто не-
прийнятних для публічного обговорення, на думку більшості, тем, як-от,
гомосексуальність як норма, трансгендерність, легалізація проституції, а
також один, у якому йшлося про людину, підозрювану в кримінальному
злочині, зокрема говоримо про матеріал «НВ», опублікований 23 квітня
2021 року, «Підозрюваний у вбивстві 7-річної Марії Борисової наклав на
себе руки в СІЗО», який використали для порівняння (у матеріалі пишуть
про підозрюваного в зґвалтуванні й убивстві дитини, що є кримінально
караним діянням, крім того, таким, що знаходить значний осуд у суспіль-
стві; підозрювані чи винні у злочинах, особи, які перебувають в ув'язненні,
сприймаються в соціумі як маргіналізовані). Отож, у центрі матеріалів гру-
пи людей чи окремі індивіди, які з певних причин можуть піддаватися в
соціумі дискримінації й ставати об'єктами мови ворожнечі;



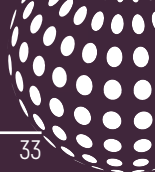
3) більшість аналізованих матеріалів були опубліковані всеукраїнськими громадсько-політичними ЗМІ, внесеними в білий список ІМІ, тобто це медіа, які насправді вважаються авторитетними, надають правдиву якісну інформацію з дотриманням журналістських стандартів, на платформі Facebook. Аналізовані матеріали публікувалися впродовж 2020–2021 рр.

Соціальні мережі, з огляду на механізми їх роботи, вмикають так званий стадний інстинкт (цитуємо думку О. Мороз, висловлену в межах онлайн-курсу «Як захистити себе та ближніх від інфовірусів» (19–28 квітня 2021 року) [3]). Зі зняттям усіх небезпек безпосередньої комунікації офлайн разом із численними арміями ботів і тролів, які формують позицію користувачів із приводу теми, проблеми, події, явища, групи людей чи індивіда, онлайн-коментар спричиняє своєрідну *holu wag*, коли моя позиція правдива, ті, що їй суперечать, існувати не можуть, бо є неправильними та їй потенційно загрожують. Тому жанр онлайн-коментаря цілком можемо вважати продуктивним для ретрансляції і створення суспільних настроїв, різномірних і ворожих, окреслення просторів свого й чужого. У такому разі він є співприродним мові ворожнечі.

Цв. Тодоров говорить, що «будь-яке тлумачення історії йде від теперішнього моменту, так само, як і тлумачення простору будується від тут, а іншого – від я», [4, с. 23]. Отож, наша свідомість обмежена системою координат «я-тут-і-тепер», природа комунікації через онлайн-коментар засвідчує то повною мірою. Попри забезпечення можливості спілкуватися в онлайн-коментарях функціоналом фейсбуку, діалогічна комунікація як норма поступається монологічній, в основі якої трансляція власної позиції, а не, наприклад, підтримання комунікації, пошук спільного – значення, смислу, правди.

На думку Цв. Тодорова, структура складається з функцій так само як функції утворюють структуру [4, с. 7], отож, логічно, що фактичне невизнання потреби аналізувати й аргументувати свою позицію у фейсбуці під час коментування певних тем / матеріалів / подій як вагомої, натомість можливість висловлюватися з приводу фактично кожного дражливого питання, визначаючи себе як авторитет (інтелектуальний чи моральний, наприклад), сприяє продукуванню мови ворожнечі й, відтак, її негативним наслідкам у повсякденному житті.

Ф. Зімбардо говорить про типові схеми створення образу ворога: «... усе починається зі створення стереотипних уявлень та з дегуманізовано-



го образу іншого як нікчемного...» [5, с. 30]. Вони уособлюють усе гірше, порівняно з тим, що репрезентуємо ми. Так, можемо говорити про практики применшення інтелектуального (довбануті, дебіли) або морального (мерзость, падла) рівня опонентів, власне, дегуманізацію через вказівку ненормальності, а це може провокувати бажання нищення їх як потенційної загрози (стосується, наприклад, гомосексуалів, трансгендерів або – гвалтівників і вбивць). Наприклад, матеріал Громадського про перший у Запоріжжі ЛГБТ-прайд (Перший ЛГБТ-прайд у Запоріжжі: із масками, дистанцією, петардами і револьвером; від 20 вересня 2020 року) отримав такого зразка коментарі: нечисть (чи говоримо таке про людей?); такі паради потрібно заборонити, щоб про таких людей не знали й не чули! Їм лікуватись потрібно...; на фото немає 500 людей, але є штук 20 піддасів (звернімо увагу на протиставлення власне людей і дискримінованої групи); а до матеріалу «НВ» про підозрюваного у зґвалтуванні й убивстві дитини маємо такі коментарі: собаці – собача смерть (фразеологізм, який, однак, увиразнює дегуманізаційний підхід); туди йому дорога; -1 (цей коментар узагалі можемо вважати зразковим щодо дегуманізованого підходу до людини). Цілком прочитуються однакові практики застосування мови ворожнечі й творення образу іншого як ворожого.

Формування типових антиномічних позицій «ми» – «вони» вписується в концепцію політизації суспільного життя. Власне, коментарі стають таким-собі виразником долучення до нього, активної участі, впливу на щось важливе, отож, ідеться про формування ілюзії реального включення.

Значна політизація будь-якої теми [6] в коментарях, причому йдеться або про персоналізацію (вказівка конкретного імені політика чи соціальної ролі політичного дискурсу: наприклад, Зеленський, президент) або узагальнення (депутати, політики, МВД) як способи репрезентування образу іншого, чужого, вказують на вагомий уплив політичного дискурсу на осмислення інших дискурсів. Політики є типовими об'єктами мови ворожнечі. Це засвідчує загальний низький рівень довіри до державних інститутів влади [6] (найгірша проблема... коли проститутка – політик, держчиновник, що торгує не власним тілом, а інтересами і безпекою власної країни; вони знову облажались).

Ще однією категорією об'єктів мови ворожнечі стають, природно, ті, хто опонують коментаторам, вступають із ними в суперечку – представляють відмінну позицію (оцінку) певної події, теми, групи людини (що напишуть

«мудрі» коментатори; довбануті консерватори; довбануті феміністи), а також ЗМІ, які публікують матеріал за певною дражливою темою. Вони так само наділяються типовими характеристиками вони, стають чужими й ворожими.

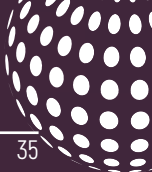
Онлайн-коментарі не засвідчують тенденції до власне створення образу ворога, цей образ твориться до них, вони послуговуються вже готовими схемами, стереотипами, репрезентованими в культурі, соціумі, історії, у яких діють автори онлайн-коментарів.

Попри те, що матеріали ЗМІ, коментарі щодо яких було проаналізовано, підготовлені з дотриманням журналістських стандартів, реакція аудиторії, зокрема користувачів фейсбуку, виражена в коментарях, здебільшого засвідчує неприйняття груп людей чи окремих індивідів, про яких говориться в текстах і які тлумачаться більшістю, як інші, чужі, ворожі. Застосування мови ворожнечі як аспекту дегуманізаційного підходу щодо них може мати вкрай негативні наслідки вже в реальному, а не віртуальному житті.

Модерування коментарів, відстеження діяльності ботів, які транслюють висловлювання, марковані мовою ворожнечі, а також посилення системної пояснювальної роботи і впровадження в освіту недискримінаційного й інклюзивного підходів можуть стати позитивними чинниками підвищення рівня толерантності користувачів соціальних мереж, зокрема й фейсбуку.

Література

1. Мова ворожнечі. Вікіпедія. Вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Мова_ворожнечі. [Дата доступу: 22.04.2021].
2. Кіщак В. Війни ботів. Як працюють українські армії медіакілерів у Facebook. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/02/3/7239192/>. [Дата доступу: 24.04.2021]
3. Як захистити себе та ближніх від інфовірусів: матеріали онлайн-курсу Оксани Мороз (19–28 квітня 2021 року) / за сприяння Благодійного фонду Caritas-Ukraine, Espresso, Освіта Нова та ін.
4. Тодоров Цв. Поняття літератури та інші есе / пер. з. фр. Є Марічева. Київ: ВД «Києво-Могилянська академія», 2006. 162 с.
5. Зімбардо Ф. Ефект Люцифера. Чому хороші люди чинять зло / пер. з англ. Л. Шерстюка. Київ: Yakaboo Publishing, 2019. 592 с.
6. Мороз О. Нація овочів. Як інформація змінює мислення і поведінку українців. Київ: Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.



Бут К. О.,

аспірантка кафедри журналістики

Науковий керівник: Чернявська Л.В.,

завідувачка кафедри журналістики,

доктор наук із соціальних комунікацій,

професорка кафедри журналістики

Запорізький національний університет,

Запоріжжя

МЕДІЙНА РЕАЛЬНІСТЬ ТА ОБ'ЄКТИВНІСТЬ: ТОЧКИ ЗІТКНЕННЯ В ЕТИЧНОМУ ПРОСТОРІ ЖУРНАЛІСТИКИ

У зв'язку із активною інформатизацією суспільства нормою стає таке сприйняття світу, в якому без висвітлення події у віртуальності неможливе прийняття її як дійсної у світі реальному. Шляхи реалізації цього можуть бути різними, включаючи у себе поширення інформації у соціальних мережах і засобах масової інформації. Активне поширення навичок медіаграмотності та критичного мислення призвели до усвідомлення: реальність, яку споживачу демонструють у медіа, та справжня дійсність відрізняються одна від одної, причому у деяких випадках – дуже суттєво. Це дозволяє стверджувати, що медіа породжують окрему форму реальності – медіареальність, яка часто значно відрізняється від об'єктивної реальності.

У свою чергу, об'єктивність постає як ідеал журналістики та входить до складу її ключових принципів. Деякі медіа використовують це поняття як фундамент для формування власної редакційної політики. У моніторингах щодо дотримання засобами масової інформації стандартів професії її використовують як один із параметрів аналізу. Навіть у системі журналістської освіти до поняття об'єктивності привертається значна увага. Але проблемним залишається питання існування об'єктивності як такої у світлі професійних обов'язків, які включають у себе творення медіареальності. Усвідомлюючи невідповідність високим стандартам журналістики, молоді фахівці можуть відчувати фрустрацію щодо місця у професії, а від того – працювати у медіа з поганою репутацією, створювати матеріали, що порушують етичні норми та навіть дискримінують. Привернення уваги до не-



відповідності значень із особливостями сучасного світу, а також до точок зіткнення об'єктивності та медіареальності, сприятиме розвитку дискусії у професійному середовищі щодо подальшого регулювання вимог, які висуваються до журналістів, а також – у майбутньому матиме вплив на покращення системи підготовки майбутніх працівників медіа. Саме через це вважаємо доцільним говорити про актуальність дослідження.

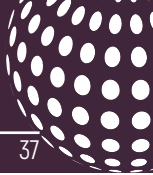
Мета роботи: проаналізувати поняття медіареальності та об'єктивності, визначити їхнє місце у системі журналістики та журналістської освіти.

Методологічну і теоретичну основу дослідження складають дослідження: щодо особливостей медійного дискурсу – П. Бурдьє, М. Житарюк, О. Зернецької, С. Квіта, Н. Лумана, Г. Почепцова, В. Різуна, К. Серажима, Л. Чернявської та інших; щодо професійних стандартів – О. Бурмагіна, Р. Вайнберга, І. Михайлина, Л. Пономаренко, Д. Чоповського тощо.

На нашу думку, якомога влучніше у контексті нашого дослідження звучить цитата французького соціолога П. Бурдьє: «Поступово телебачення, яке, за своєю суттю, є інструментом відображення реальності, перетворюється в інструмент створення реальності. Ми все більше наближаємося до простору, в якому соціальний світ описується та пропонується телебаченням» [1]. Ці слова передають загальний зміст поняття медіареальності, і хоча вони і стосуються лише телебачення, насправді ж, сприймаються як характерні для журналістики у цілому. Чимало дослідників [1; 4; 10; 11] схильні вважати, що медіареальність, створена журналістами, є повністю новою, відокремленою від реальної.

На сьогодні існує кілька підходів, в яких розглядається співвідношення медійного дискурсу та реальності, серед яких: теорія соціального конструктивізму; теорія П. Бурдьє; конструювання реальності за Н. Луманом; концепція У. Ліппмана; гіпотеза «agenda-setting» тощо. Для нашого дослідження доцільно згадати декілька з них.

Концепція У. Ліппмана пов'язана із громадської думкою. Одним із головних інструментів конструювання журналістами реальності, на його погляд, є стереотип й ярикування, за допомогою яких журналісти упорядковують для споживачів інформації хаотичний світ. Більше того, автор підкреслює, що «...новини та істина – це не одне й те ж, вони мають чітко розмежуватися. Функція новин у тому, щоб сигналізувати про подію, функція істини – висвітлювати приховані факти, встановлювати між ними зв'язки та створювати таку картину світу, яка б дозволяла людині діяти» [4].



Теорія П. Бурдьє пов'язана із впливом журналістської діяльності на сприйняття читачами, слухачами та глядачами справжньої дійсності. Зокрема, дослідник вводить дефініцію «поле журналістики». Це є особливою формою реальності, в якій існують представники засобів масової інформації. У ній вони мають можливість вкласти свою інтерпретацію реальності у матеріал, презентуючи нову дійсність. Аналізуючи типи медіа (масові й якісні), П. Бурдьє наголошує на відмінностях у підході журналістів різних типів видань до творення реальності, зазначаючи, що це прояв «...опозиції між двома логіками та способами легітимації: визнання зі сторони рівних по відношенню до тих, хто найповніше сповідує внутрішні принципи і цінності, та визнання зі сторони мас, що матеріалізуються у вигляді числа читачів, а, відповідно, і у кількості продажів» [1]. Таким чином, різниця між справжньою дійсністю та тою, що пропонується у газеті чи програмі, на пряму залежить ще і від їхніх тиражів чи рейтингів.

Н. Луман дійшов висновку: «Реальність мас-медіа – це реальність спостережень другого порядку» [10]. Науковець наголошував на амбівалентності реальності медіа, сутність якої вбачав у тому, що медіа відображаються одразу у двох реальностях: реальній реальності, в якій вони пишуть, видають, мовлять і транслюють, а разом із тим – у творенні «трансцендентальної ілюзії» [10], якою дослідник називає власне матеріали ЗМІ. У роботі «Реальність мас-медіа» автор одразу підкреслює, що для формування медійної реальності використовують такі інструменти: метод селекції (це стосується обрання працівниками медіа конкретних тем, що базуються на двох підходах: ціннісному та нормативному); ілюзія когнітивно-доступної реальності; маніпуляція думками; викривлення реальності; використання конфліктів; акценти на будь-яких порушеннях норм; висвітлення дій/дійових осіб; спіраль мовчання (концепція Е. Ноель-Нойманн, суть якої в тому, що медіа видають думку меншості за громадську думку, змушуючи людей відчувати потребу у приховуванні своїх справжніх поглядів у зв'язку з непопулярністю їх серед більшості) тощо.

Авторство гіпотези порядку денного належить М. Мак-Комбсу та Д. Шоу. Український дослідник В. Іванов зазначає, що «...це соціокомунікаційна теорія, згідно з якою мас-медії, структуруючи новини та проблеми, акцентують увагу аудиторії на певних із них (не завжди актуальних) і таким чином встановлюють порядок денний» [3]. Говорячи про специфіку формування порядку денного, М. Мак-Комбс і Д. Шоу підкреслюють, що «Оби-



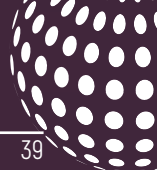
раючи та показуючи новини, ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні політичної реальності. Читачі дізнаються не лише про подану проблему, а й про те, наскільки вона важлива із кількості поданої інформації в новині та у залежності від її позиції у випуску» [11].

На нашу думку, медіареальність – це побічний ефект журналістики, який завжди виникає (свідомо чи несвідомо) унаслідок професійної діяльності працівників засобів масової інформації та створює значний вплив на сприйняття реальності споживачами контенту. У зв'язку із цим висновком, виникають питання питання: чи можливо журналісту бути об'єктивним? І чи варто вчити майбутніх працівників ЗМІ необхідності дотримуватися об'єктивності?

Згідно з даними академічного тлумачного словника, об'єктивний – це той, який «...позбавлений упередження і суб'єктивного ставлення; безсторонній, неупереджений» [6]. Як нам вдалося з'ясувати, журналістські матеріали не можуть бути позбавлені суб'єктивного ставлення, оскільки вони створюються людьми. Упередженість у поданні інформації знайде прояв у будь-якому вигляді: чи через кут подачі інформації, чи через обрання того або іншого факту дійсності як фундаменту для матеріалу, чи (у найгіршому випадку) у недотриманні балансу сторін чи у поширенні дезінформації.

Л. Пономаренко розрізняє об'єктивність у двох напрямках – як принципу журналістики (полягає у тому, щоб використовувати «...ретельно відібрані й подані факти, встановлені закономірності їх розвитку; висловлена власна думка журналіста й подана оцінка зображуваного; проведений неупереджений і глибокий аналіз <...>» [7]) та об'єктивності як принципу діяльності журналіста, що «...залежить від позиції журналіста, від його зацікавленості в об'єктивності факту й коментаря, врешті-решт від його морального вибору <...>» [7]. На нашу думку, таке тлумачення включає у себе певні протиріччя, що пояснюється неоднозначністю самого терміну у контексті журналістичнознавчих досліджень.

Цікавими, на наш погляд, є роздуми І. Михайлина про принцип об'єктивності: «Головним принципом журналістики є не об'єктивність, а правда. Критерієм правди в журналістиці є справедливість, сприйнята як дотримання норм загальнолюдської моралі й орієнтація на ідеал повноцінного національного розвитку» [5]. Таким чином, ключова місія журналіста не у тому, щоб бути об'єктивним, а надавати правдиву інформацію, спираючись при цьому на загальні норми етики. Ми вважаємо такий підхід значно ко-



риснішим із точки зору гуманності. Утім, наголосимо, що і поняття правди є неоднозначним та має численний простір для тлумачень. Можемо припустити, що обговорення зі студентами-журналістами щодо ролі та місця правди (саме за І. Михайлиним) у журналістській творчості мали б позитивний вплив на впровадження цінностей поваги до людини у їхню подальшу роботу у сфері.

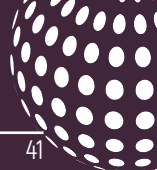
Примітно, що дискусія стосовно об'єктивності точиться у журналістському суспільстві достатньо давно. Чимало дослідників і практиків звертають увагу на проблему інтерпретації поняття об'єктивності [8], співвідношення її з реальною професійною діяльністю [2] та шкоди, яку можуть наносити журналісти, що «прикриваються» удаваною об'єктивністю [9]. Варто зазначити, що сучасні медіастартапи намагаються вирішити цю проблему, пропонуючи власні особливі підходи до професійних обов'язків. Так, наприклад, одним із них є концепція «прозора суб'єктивність» видання De Correspondent, суть якої засновник медіа пояснює так: «Ми не вважаємо, що журналісти повинні вдавати нейтральність або неупередженість. <...> Ми вважаємо, що чесно озвучувати свою позицію краще, ніж стверджувати, що не маєш жодної <...> ми вважаємо, що факти важливі. Але ми також знаємо, що факти потребують інтерпретації, аби мати значення. Тому наша мораль і картина світу визначають, якими будуть наші матеріали» [2]. На нашу думку, саме такий підхід дозволяє журналістам відчувати більше свободи у своїй професійній діяльності (не завдаючи при цьому шкоди та не створюючи суттєво відмінну від дійсності медіареальність), а споживачам інформації – отримувати якісний контент.

Таким чином, основне зіткнення між об'єктивністю та медійною реальністю полягає у тому, що ці поняття є взаємовиключними. З огляду на це, журналістському суспільству варто переглянути вимоги до професійної діяльності, а окремим журналістам – не стільки прагнути мінімізувати вплив власних думок, упереджень і суджень на процес передачі інформації, скільки бути націленими на те, щоб завдати якомога меншої шкоди власними медійними версіями діяльності.



Література

1. Бурдьє П. О телевидении и журналистике : [пер. с фр. Т. Анисимова, Ю. Маркова] / отв. ред. Н. Шматко. Москва : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002. – 160 с.
2. Вайнберг Р. Що потрібно журналістиці замість об'єктивності / пер. і адапт. О. Довженка. URL: <https://medialab.online/news/zamistobjektivnosti/> (дата звернення: 20.04.2021)
3. Иванов В. Порядку денного теорія. Велика українська енциклопедія. URL: https://vue.gov.ua/Порядку_денного_теорія (дата звернення: 20.04.2021).
4. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. Барчунова; под ред. К. Левинсон, К. Петренко. М. : Ин-т Фонда «Общественное мнение». 2004. 384 с.
5. Михайлин І. Об'єктивність і правда в журналістиці. Культура народів Причорномор'я. 2007. № 101. С. 131-134.
6. Об'єктивність. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970–1980). URL: <http://sum.in.ua/s/objektivnistj> (дата звернення: 20.04.2021)
7. Пономаренко Л. Принцип об'єктивності в журналістиці: сфера ідеального чи реального? Освіта регіону. 2011. № 1. С. 166-171.
8. Суб'єктивна об'єктивність. Детектор медіа. URL: <https://bit.ly/3sUo7Im> (дата звернення: 20.04.2021)
9. Ладика І. «Об'єктивність» і «стандарти» як складові інформаційної війни. День. 2018. URL: <https://bit.ly/2S1PwF6> (дата звернення: 20.04.2021)
10. Luhmann, N. The Reality of the Mass Media / translated from German by Cross, K. Redwood City : Stanford University Press. 2000. 160 p.
11. McCombs, M., Shaw, D. The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly. 1972. Volume 36. Issue 2. P. 176–187.



Тяпкіна Н. І.,
к.філол.н., доцентка кафедри видавничої справи
та редагування
Запорізького національного університету

РЕГУЛЯТИВНІ РЕСУРСИ ДОТРИМАННЯ ЕТИЧНИХ НОРМ РЕДАГУВАННЯ В ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

В інтернет-просторі через доступність й інтерактивність сучасних інформаційних технологій, а також можливість кожному охочому висловлювати свою думку – часом упереджену та некомпетентну – можемо спостерігати безпрецедентне розхитування морально-етичних норм. Образи в коментарях, функціонування пабліків із експліцитним дискримінаційним контентом, поширення мемів, що популяризують гендерні, вікові, етнічні стереотипи та упередження сьогодні звичне явище. Медіатексти у цьому випадку через фіксацію анормативів можуть нормалізувати ці порушення, робити їх звичними та закарбовувати в соціальній пам'яті. Поряд із позитивними явищами (наприклад, доступом до інформації, швидкістю поширення, можливістю перевірки інформаційних потоків та їх джерел) інформатизація суспільства розмиває сфери суспільної моралі, поширює їх на «сфери моральних відносин, де виникають проблеми пов'язані з відносинами між великими групами людей, – націями, державами, громадянами держави і владою, корінним населенням та іммігрантами тощо [2, с. 33-34], з одного боку. З іншого, дестабілізує та поляризує відносини в межах конкретної держави, регіону чи будь-якої окресленої групи людей, що сприяє сегрегації їх в межах суспільства (расовими, гендерними, соціальними, релігійними, мовними ознаками тощо).

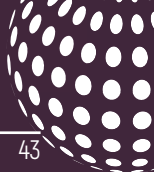
Метою нашого дослідження є окреслення регулятивного потенціалу дотримання етичних норм редагування в текстах інтернет-видань через усвідомлення вразливих груп населення фахівцями медіаіндустрії загалом та редакторами зокрема.

У медіатекстах етичні норми повинні регулюватися «Кодексом професійної етики українського журналіста» (ґрунтується на «Загальній декларації прав людини», «Всесвітній хартії свободи преси ООН»), «Деклараці-



єю принципів поведінки журналіста Міжнародної федерації журналістів», Конституцією та чинним законодавством України. Вивченню етичної норми редагування присвячено праці Зиновія Партика, в яких, зважаючи на кодекси журналістської етики, дослідник формулює низку правил, які базуються на загальному принципі: «автор повинен так подати своє повідомлення, щоб воно завдало якнайменшої шкоди всім причетним сторонам» [4, с.98]. У текстах не можна зазначати персональні дані джерела інформації, треба уникати світлин та імен жертв насильств, нещасних випадків, те саме стосується родичів потерпілих, неприпустима дискримінація за статтю, належністю до расової, етнічної, національної, релігійної та будь-якої іншої соціальної групи. Норми щодо образи, наклепу та прихованої реклами у цивілізованому світі «зведені до рангу юридичних і зафіксовані в законодавчих актах» [там само]. Проте кодекси, декларації та інші угоди не можуть забезпечити у повній мірі дотримання етичних норм. Причин порушень достатньо – від наповнення медіаіндустрії фахівцями без журналістської освіти й нерозуміння ними наслідків некомпетентної поведінки до відверто неетичної редакційної політики видань.

Під час створення та редагування медіатекстів необхідно виділити вразливі групи населення, неетично подана інформація про які шкодить утвердженню загальнолюдських принципів толерантності, добра, поваги, справедливості тощо. До найбільш чисельної вразливої групи можна віднести дітей. Попри отриманий дозвіл на висвітлення теми, медійнику необхідно розуміти наслідки, які може дати матеріал для дитини за п'ять, десять, двадцять років, усвідомлювати шкоду тексту на часовій відстані. І порушення, і дотримання прав дитини пов'язуються із залежністю дитини від дорослих. Зазвичай діти необізнані про наслідки, а також не знають свої права, – медійника можуть сприйняти як захисника та відкрити подробиці особистого життя. У питанні із сексуальним насильством неприпустимим є «смакування» деталями та оприлюднення інформації, яка буде нагадувати жертві про пережитий сором та біль. Свої особливості написання мають тексти про дітей-свідків, дітей-жертв насильницьких дій, дітей-злочинців, дітей-сиріт чи позбавлених батьківського піклування. Основні етико-правові засади при роботі з дитячою тематикою достатньо чітко окреслені: матеріали про дітей повинні мати обґрунтовані підстави для висвітлення приватного життя дитини; має бути дозвіл на оприлюднення життя неповнолітньої особи батьків чи опікунів; неприпустимість розкриття імен дітей



(або вказування ознак, за якими їх можна розпізнати), які мали стосунок до протизаконних дій, стали учасниками подій, пов'язаних із насильством; медіадіяльність, що зачіпає життя і благополуччя дітей завжди має здійснюватися з урахуванням вразливого становища дітей [3]. Проте описане не гарантує дотримання прав дитини в медіа. Так, наприклад, на сайті <https://dr.vgorode.ua/> (Запоріжжя) 2 квітня 2021 року читаємо: «в запорізькій гімназії №28 учнів звинувачують у тому, що вони жорстоко поглумилися над своїм однокласником, засунувши хлопчикові в анальний отвір пляшку» (тут і далі переклад авт.). Матеріал містить неприпустимі маркери ідентифікації дитини – номер школи та опис резонансного злочину. На цьому ж сайті 24 березня 2021 року: «У Запорізькій області 16-річний підліток побив однокласника, зняв все на відео і виставив в інтернет», відео жорстокого побиття додається, особи дітей легко пізнаються, що є неприпустимим. Регулювання етичних норм у цьому випадку можливе лише через осуд громадськості та засудження дій медійників професійною спільнотою.

Інші вразливі групи досить точно виділила Яна Радченко «Як коректно писати про гендер та вразливі групи населення?» [5]. Редактор повинен помічати прояви сексизму, гендерної нерівності, поширення гендерних стереотипів та упереджень. «Для створення гендерно-чутливих матеріалів потрібно бачити індивідуальні реалії усіх людей, незалежно від їхньої статі та гендеру» [там само]. Проблема стосується не лише героїнь / героїв медіаматеріалів, а й залучених експертів чи експерток. Зазвичай теми економічної та політичної ситуації коментують чоловіки, а питання виховання, культури, освіти – жінки, що також впливає на дисбаланс у цьому питанні. «Як відомо, наразі жінки частіше стикаються з проявами дискримінації, тому у текстах важливо враховувати точки зору жінок різного соціального, культурного та економічного походження, аби максимально коректно відобразити складну структуру суспільства, до якого належать жінки» [5]. Жіноча тематика пов'язується з домашнім насильством, вихованням дітей, нерівною заробітною платнею, призначенням на посади, хатніми обов'язками, вимогами до зовнішності тощо.

Від медіафахівців залежить не лише руйнування стереотипів, а й творення нових стійких конструкцій з іншим смисловим навантаженням. Це стосується й текстів про сексуальну орієнтацію. У цьому питанні важливо ознайомитися зі змістом понять, які ідентифікують сексуальну орієнтацію людей, а також не допустити мову ворожнечі. У передвиборчому тексті

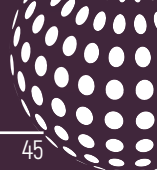


ОПЗЖ (вересень 2020 року), що цитується на сайті <https://zp.vgorode.ua>, читаємо: «Чому ми, люди з нормальною сексуальною орієнтацією, які сповідують загальноприйняті людські цінності, повинні пояснювати своїм дітям і онукам всю мерзенність гомосексуалізму?». Сьогодні правозахисні громадські організації є регулятором дотримання етичних норм щодо нападок на ЛГБТ+ спільноти та докладають зусиль, щоб подібні випадки не залишалися не поміченими.

Чутливим місцем у нашому суспільстві є питання пов'язане з висвітленням інформації про людей з інвалідністю, людей із різними залежностями та хворобами. Для створення та редагування таких текстів необхідно ознайомитися з практичними рекомендаціями щодо їх написання, зануритися в проблематику. Честь та гідність людини, повага до близьких та рідних людей повинна бути на першому місці.

На сайті <https://zp.vgorode.ua> 2 серпня 2020 року читаємо матеріал про вбивство молодого хлопця: «За словами місцевих жителів, місце, де зазвичай хлопець ставить машину, зайняв чоловік кавказької національності, відстоюючи своє право тут ставити машину». За запитом «кавказька зовнішність / національність» у місцевих медіа знаходяться тексти, які описують, як правило, злочинність. Із подібним смисловим навантаженням на сайті <https://zp.vgorode.ua> натрапляємо також на етнонім «цигани», що однозначно порушує етичні норми та є маркером мови ворожнечі. Редактору в таких випадках треба пам'ятати, що згадка про національність, етнічне походження, расу допустима лише в ситуації вагомих на те причин, а злочинність не може характеризувати якийсь конкретний народ. Винятком позначення організованої злочинності в її регіональних варіантах можуть бути, наприклад, коза ностра чи якудза, як символічні назви угруповань.

Етичні норми регулюються системою правил та морально-етичних норм, що функціонують у суспільстві. Звідси випливає, що у царині контролю етичної норми редагування медіатекстів величезна відповідальність покладається на редакторів, а також громадські організації та професійні об'єднання. Для того, щоб не допустити порушень етики, не нашкодити людині, редактор повинен розуміти чутливі теми та вразливі соціальні групи.



Література

1. Бухта Я. Це людська гідність: чому про національні спільноти потрібно говорити? URL: <https://bykvu.com/ua/mysli/tse-liudska-hidnist-chomu-pro-natsionalni-spilnoty-potribno-hovoryty/>
2. Головіна Н.І. Регулятивний потенціал інформаційної етики. Філософські обрії : Наук.-теорет. журн. / Ін-т філософії імені Г. С. Сковороди НАН України, Полтав. нац. пед. ун-т імені В. Г. Короленка. – Вип. 42. Київ ; Полтава, 2019. С.160-164. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/6332/1/%D0%A4%D1%96%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%BE%D1%84%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96%20%D0%BE%D0%B1%D1%80%D1%96%D1%97%20%D0%B2%D0%B8%D0%BF42.pdf#page=160>
3. Діти в медіа: як висвітлювати й дотримуватися правил. Спеціальний звіт. Київ. ГО «Телекритика», 2016. 48 с. URL: https://ms.detector.media/content/files/deti_v_media_web_new.pdf
4. Партико З. В. Етичні норми. Основи редагування: у 2-х кн. / З.В.Партико. Запоріжжя : Вид-во КПУ, 2016. Кн.1: підручник. С. 98-99.
5. Радченко Я. Як коректно писати про гендер та вразливі групи населення? URL: <https://cutt.ly/dbbGSgy>



Чернова В. В.,

магістрантка кафедри психології

Науковий керівник: **Чернявська Л.В.,**

завідувачка кафедри журналістики, доктор наук із
соціальних комунікацій, професорка кафедри журналістики
Запорізький національний університет,
Запоріжжя

МЕДІА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОЇ СФЕРИ СУСПІЛЬСТВА: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ДОСЛІДЖЕННЯ

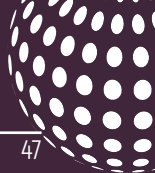
Ціннісні орієнтації суспільства часто представлені у блоці філософських наукових досліджень, а між іншим, саме вони мають значний вплив на рівень щастя та благополуччя суспільства і є рушійною силою людської повсякденної поведінки, тому потребують розгляду у системі психологічних наук.

Усвідомлення того, яким чином медіа дотичні до формування системи цінностей у суспільстві, дасть змогу зрозуміти та проаналізувати чинники, через які відбуваються ті чи інші процеси у соціумі, сприяти попередженню негативних ситуацій у майбутньому, а також – допомогти виявити шляхи наповнення медіаконтенту «корисними» цінностями й установками. Більше того, засоби масової інформації мають значний потенціал щодо того, щоб сприяти упередженню випадків насильства та дискримінації.

На жаль, наразі ми здебільшого спостерігаємо зворотну ситуацію у медіапросторі. Так, маючи ресурси та широку аудиторію, засоби масової інформації не тільки не доносять до споживачів контенту позитивні цінності й установки, а навпаки – дезінформують, привертають уваги до жорстокості й агресії, самі створюють дискримінаційні матеріали та поширюють упередження та стереотипи. Це зчиняє негативний вплив на аксіосферу держави та призводить до зростання рівня агресії серед населення. Саме через це вважаємо доцільним говорити про актуальність дослідження.

Мета роботи: проаналізувати психологічні чинники медіаефектів у формуванні системи цінностей у суспільстві.

Методологічну і теоретичну основу дослідження складають праці таких



дослідників: В. Андрущенко, В. Баранівського, С. Драч, А. Ручки та інших. Багато досліджень та статей, пов'язаних із цінностями прав людини у медіа, розміщено у матеріалах правозахисних та просвітницьких організацій, зокрема, Zmina.info, Amnesty International, Української Гельсінської спілки з прав людини, Інституту масової інформації, Детекторі медіа та інших.

У психологічному словнику зазначається, що цінності – це «...поняття, яке використовується у філософії і соціології для позначення об'єктів, явищ, їхніх властивостей, а також абстрактних ідей, що втілюють у собі суспільні ідеали і виступають завдяки цьому як еталон належного» [10]. Згідно із даними Світового дослідження цінностей стосовно України у 2020 році, «...більшість тенденцій свідчать про рух до секулярно-раціональних цінностей і цінностей самовираження» [9]. На нашу думку, такі показники є оптимістичними та засвідчують європейський розвиток держави. Більше того, вважаємо, що у подальшій перспективі превалювання цінностей самовираження сприятиме поширенню толерантності та дотриманню прав людей.

Але у вищезгаданому дослідженні були згадані і негативні зміни у світосприйнятті українців. Так, до прикладу, за останні роки в Україні зросла частка поширення гендерних стереотипів, ксенофобських міркувань та знизилася частоти засудження гендерно зумовленого насильства тощо [9].

Ми висунули гіпотезу щодо того, що медіа не тільки змінюють поведінку та особливості психічних реакцій людей, але і причетні до трансформацій у ціннісній сфері життя суспільства. Спробуємо її підтвердити, проаналізувавши шляхи наповнення ціннісної сфери психологічними засобами впливу медіа.

На нашу думку, основним інструментом для поширення тих або інших цінностей у медіа є пропаганда. Поняття пропаганди прямо пов'язане з інформаційно-психологічним впливом на людину, адже часто апелює до емоцій і має на меті змінити поведінку [6]. Дослідники [4; 5; 6] виокремлювали і позитивну пропаганду, яка сприяє добробуту суспільства та вихованню людей відповідно до морально-етичних норм. Вважаємо, що позитивна пропаганда може мати місце у сучасних мас-медіа за умови прозорості та використанні на благо аудиторії, а не окремої групи зацікавлених людей.

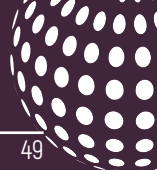
Іншим шляхом впливу на формування цінностей є маніпуляції. За сло-



вами В. Олешка, маніпуляція – «вид цілеспрямованого або ситуативного обумовленого психологічного впливу при участі ЗМІ, що використовується для досягнення виграшу за допомогою скритого спонукання всієї аудиторії або будь-якої її частини, для прийняття будь-яких установок або до здійснення будь-якої цілі» [4]. Варто зазначити, що існує надзвичайно розлога класифікація прийомів і методів маніпуляції, серед яких можна згадати такі: «анонімний авторитет», «буденна розповідь» «емоційний резонанс», «спіраль мовчання», «створення інформаційної реальності» тощо [5]. Можна стверджувати, що маніпулятивний вплив має свої сталі характеристики, зокрема: 1. Односторонній вплив – немає жодного фідбеку від споживачів або ж медіа, що створює маніпуляцію, не зацікавлені у отриманні зворотного зв'язку; 2. Об'єкт маніпуляцій схильний вважати, що всі рішення, прийняті їм, є самостійними і не нав'язаними; 3. У зв'язку із значною інформатизацією та розвитком соціальних мереж маніпуляції поширюється швидше, їх стає більше та вони видозмінюються. Таким чином, маніпуляції є небезпечним інструментом у функціоналі мас-медіа, оскільки створюють прихований вплив на психіку людини. Немає жодного сумніву у тому, що деякі цінності (особливо матеріальні) нав'язані суспільству маніпулятивними прийомами.

Розглянемо наступне поняття – «ефект центрифуги». За визначенням науковиці Т. Рогової, «...це процес, коли аудиторія губиться, який саме проєкт зараз в ефірі, чому він присвячений, які умови участі тощо. Цей ефект провокується сталістю кольорів в одязі та перенасиченістю програмної сітки однаковими кольорами» [7]. На нашу думку, таке явище теж може вплинути на формування цінностей аудиторії. Більше того, воно здатне залишити негативний відбиток на психіці людини та привести до ригідності мислення. Через те, що людина весь час бачить один і той самий об'єкт тривалий час, вона втрачає можливість критично аналізувати те, що бачить з екрану, а тому їй значно простіше нав'язати будь-які цінності, про які йдеться у випусках. В якості прикладу наведемо поширення гендерних стереотипів через програми, присвячені проблемам сім'ї. Через засилля в інформаційному просторі такого типу контенту глядачі простіше сприймають надані їм установки, навіть якщо до цього вони не були для них характерними.

Те, яким чином медіа здатні робити внесок у формування ціннісної сфери суспільства, поширюючи інформацію про права людей, взаємопо-



вагу та толерантність – фундаментальне питання у контексті цього дослідження. Адже, з одного боку, навіть позитивні наміри все одно включатимуть у себе елемент взаємодії із психікою людини, що може спричинити шкоду. З іншого боку, маючи можливості та аудиторію, медіа можуть стати рушійною силою прогресу у суспільстві та впевненого руху до цінностей самовираження та гуманізму. Узагальнивши висновки із аналізу джерел, а також власний досвід роботи у галузі медіапсихології, можемо надати такі рекомендації для медіа щодо поширення позитивних цінностей: у першу чергу, варто закладати в основу матеріалу потужне емоційне звернення [2], використовувати надійні джерела та зберігати причинно-наслідкові зв'язки у тексті, усвідомлювати рівень власної відповідальності за вплив наданої інформації на аудиторію та дотримуватися загальної та професійної етики у журналістській діяльності.

Отож, у цьому дослідженні нам вдалося проаналізувати специфічні інформаційно-психологічні засоби впливу медіа на суспільство. Ми з'ясували, що журналістські матеріали сприймаються споживачами як одне із найавторитетніших джерел формування думок у представників усіх поколінь. А також у процесі розгляду теоретичних матеріалів з медіапсихології ми визначили, що завдяки різноманітним прийомам мас-медіа активно впливають на формування системи цінностей і етичних координат. Вважаємо тему перспективною для подальших досліджень, зокрема, присвячених дискусійним питанням щодо використання позитивної пропаганди.

Література

1. Євдокімова О. Насильство у мас-медіа та агресивна поведінка підлітків у ракурсі провідних психологічних концепцій. Науковий вісник Миколаївського державного університету імені ВО Сухомлинського. Сер.: Психологічні науки. 2012. №2, Вип. 9. С. 100-104.
2. Медіа та протидія насильству : посібник для журналістів і журналісток. URL: <https://bit.ly/3dRNccl> [дата звернення: 22.04.2021].
3. Мироненко Г. Медіазалежність, або Коли метафора витісняє реальність. Управління освітою. Шкільний світ. 2011. №18 (вересень). С. 14-16.
4. Олешко В. Масс-медиа как орудие манипуляции: социально-психологическое моделирование деятельности коммуникаторов. Психология журналистики : учеб. пособ. для студ., обуч. по спец. «Журналистика». СПб., 2006. С. 158-161.



5. Поліщук Ю., Гнатюк С., Сейлова Н. Мас-медіа як канал маніпулятивного впливу на суспільство. Безпека інформації. 2015. Т 21, №3. С. 301-308. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bezin_2015_21_3_13 (дата звернення: 22.04.2021).

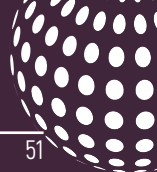
6. Почепцов Г. Пропаганда і контрпропаганда. М.: Центр, 2004. 452 с.

7. Рогова Т. Іміджеві характеристики ведучих інформаційно-розважальних телепрограм України : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.01. Київ, 2015.16 с.

8. Сакало О. Є. Ціннісний портрет українського суспільства: за даними World Values Survey. Актуальні проблеми філософії та соціології: Науково-практичний журнал. Одеса, 2016. Вип. 11. С. 99-101.

9. Світове дослідження цінностей 2020 в Україні / Л. Акуленко та ін. ; ред. К. Потапенко. Київ : Український центр європейської політики, 2020. 216 с.

10. Шапар В. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с.



Макарчук О. Г.,

Кафедра журналістики та засобів масової комунікації
Національний університет «Львівська політехніка»
Львів

GENDER BASED DISCOURSE ON THE PAGES OF PARTY MEDIA

With the emergence of feminist manifestos in the 1960s, an active study of gender relations, which in turn «is a clear example of how social norms are assimilated by people and influence their behaviour», began [1, c. 115].

In the 2000s, when new socio-political and career opportunities open up for women, the process of women's self-identification in the modern world became extremely acute.

Modern media, faced with the growing role of women in society, must adequately reflect the processes, which are taking place in the time and space; form the basic strategies of gender representation and seek to fulfil the task of articulating the public demand for a new gender identity.

In this context, the media-view on the gender-oriented content of publications, which represent the views of political parties and groups, is interesting.

Thus, the approach to gender values of editions that position themselves as one of the oldest and most prestigious in the United States is seen as indicative.

Thus, the New York Times, which was founded in the mid-nineteenth century and is the flagship of American journalism, «has a reputation as a respectable newspaper that avoids sensationalism and is responsible for the accuracy of the materials published on its pages. The editorial board seeks to publish information on all major events taking place in the country and abroad, and to comment on them impartially» [2]. The edition seeks to be unbiased in political prejudice but adheres to the line of the Democratic Party of the United States. The newspaper constantly raises the issue of differences in remunerations. For example, Megan Rapinoe, a professional American football player, testified to the Committee hearing on the Equal Pay Day regarding the gender pay gap, which, apart from everything, is also related to the skin colour [3]. She pointed to a poorly motivated gap between the salaries of professional athletes due to gender differences.



New York Times staff editor Natalie Proulx raised the issue to discuss: «Who do you think has it easier in the United States: men or women? Why?» In this article, accompanied by diagrams, the author analyses the opinion of Americans about the state of gender equality in the United States [4].

Another respected edition, which is characterized by a «democratic» orientation, – The Washington Post – claims in its prospectus, that it is guided by the rules established in the 30s of the twentieth century by the then edition owner Eugene Meyer. Thus, the newspaper «should serve the interests of readers and society as a whole, not the personal interests of the owner; have to reflect the main events in the country and abroad; write the truth as far as it can be established; adhere to the norms of decency, which are obligatory for a gentleman» [2].

At one time, the publication was actively discussing gender equality policy in connection with a diplomatic incident related to the visit of European Commission President Ursula von der Leyen to Turkey. Von der Leyen, one of the EU's most powerful leaders, was greeted as a second-ranking official during a visit to Ankara. The newspaper commented on a direct participant in the meeting – the President of the European Council Charles Michel – about a kind of «interpretation» by the Turkish services of the protocols, and expressed regret over the «differentiated, even reduced, treatment of the President of the European Commission», specifically emphasized that the comments from the Turkish Presidents' press service were absent [5].

Traditionally, there were accusations against the representatives of the republican camp. For example, several issues of the edition have followed investigations into Florida State Senator Matt Gaetz's allegations of having sexual intercourse with a minor [6].

Interestingly, shortly before the scandal, Matt Gaetz made a sexist and ageist attack on members of the Democratic Party, saying in an interview with the Fox News Channel, which is close to the Republican Party, that «everyone in Washington DC knows that when US Vice President Kamala Harris shakes Biden's hand, «she's checking his pulse» [7].

One of the most respected editions in the republican environment – the «National Review» – positions itself as «the most widely read and influential magazine among conservative-minded Americans». For several issues, the magazine actively discussed the «Equality Act», which supplemented the «Civil Rights Act of 1964» with novelties. Thus, among others, the «Equality



Act» was supplemented by the notion of «intersex traits», which provided for the possibility of legal protection of people from discrimination on the grounds of sex, including sexual orientation and gender identity. «National Review» Editor-in-Chief Kathryn Jean Lopez described the law as «an impetus to ideological subordination rather than civil rights» [8].

The limited format of scientific intelligence does not allow for a detailed description of gender discourse on the pages of many party publications, but it seems impossible to miss the largest (in terms of circulation) daily publication, the Central Committee of the Chinese Communist Party People's Daily.

Thus, the newspaper actively discusses the «women's issue» which «is constantly on the agenda at all stages of building a new China». Changes in the «picture» of Chinese society, the increasing manifestation of its «female profile» indicates a successful solution to the problem of achieving gender equality, empowerment of Chinese women» [9]. It seems to us that in this situation the dignitaries from the People's Daily attempt to give out desirable for valid. At the same time, the formulation of the question, which is no longer subject to the usual silence, is characteristic.

The impact of the COVID-19 pandemic on poverty growth, including among women, is also highlighted in People's Daily. In this context, the party's edition pays special attention to the UN Development Program until 2030, which envisages slowdown in poverty growth rates, in particular, «reducing the gap between gender poverty and reducing poverty among women» [10].

The role of the UN in combating violence and discrimination against women is actively highlighted on the pages of the publication. For example, the newspaper quotes UN Secretary-General Antonio Guterres on the occasion of International Day for the Elimination of Violence against Women, saying that «The global community must continue to build on the impetus we have created to identify the voices, experiences and needs of women and girls [...] We should take into account the needs of women who experience violence, especially those who face various forms of violence and intersecting discrimination» [11]. In this context, the look from China at the gender issues associated with the COVID-19 pandemic is crucial for the publication. Thus, the PRC leader said it was important to join «forces to help women emerge from the shadow of the pandemic and meet their special needs». Xi Jinping noted that China has proposed convening a regular meeting of global leaders on gender equality and women's empowerment in



2025 to promote the development of women in the COVID-19 era [12].

Thus, as we can see, the issues of gender equality in modern conditions are equally relevant for countries with diametrically different political systems and historical paths of development. This underscores the importance of the gender issue for modern human civilization.

Література

1. Берн Ш. Гендерная психология. – М.: Прайм-Еврознак, 2004. – 320 с.
2. Калягин Б.А. Характерные черты современной прессы США. Режим доступу: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2012/3/kharakternye-cherty-sovremennoy-pressy-ssha>
3. Francesca Donner and Emma Goldberg. In 25 Years, the Pay Gap Has Shrunk by Just 8 Cents. Why does the gender wage gap still exist? And what can be done to close it? We unpack the issue. Режим доступу: <https://www.nytimes.com/2021/03/24/us/equal-pay-day-explainer.html?searchResultPosition=2>
4. Natalie Proulx. Who do you think has it easier in the United States: men or women? Режим доступу: <https://www.nytimes.com/2017/10/19/learning/gender-equality.html?searchResultPosition=2>
5. Samuel Petrequin. Snub in EU-Turkey meeting highlights gender equality issue. Режим доступу: https://www.washingtonpost.com/politics/snub-in-eu-turkey-meeting-highlights-gender-equality-issue/2021/04/07/ee9725aa-9793-11eb-8f0a-3384cf4fb399_story.html
6. Monkey Cage Behind the Gaetz scandal, there's a bigger issue: Most states have loopholes that let men exploit teenage girls. They can bypass statutory rape charges through marriage. Analysis. Режим доступу: <https://www.washingtonpost.com/politics/2021/04/13/behind-gaetz-scandal-theres-bigger-issue-most-states-have-loopholes-that-let-men-exploit-teen-girls/>
7. Gaetz: Everyone in DC knows that when Harris shakes Biden's hand 'she's checking his pulse'. Режим доступу: <https://www.foxnews.com/politics/gaetz-kamala-harris-checking-bidens-puls>
8. Kathryn Jean Lopez. The Equality Act Is a Push for Ideological Submission, Not Civil Rights. Режим допуску: <https://www.nationalreview.com/2021/03/the-equality-act-is-a-push-for-ideological-submission-not-civil-rights/>
9. К 25-летию со дня принятия Пекинской декларации и Платформы действий. Режим доступу: <http://russian.people.com.cn/n3/2020/0904/c95181-9756626.html>
10. COVID-19 could see over 200 mln more people pushed into extreme poverty: UNDP. Режим доступу: <http://en.people.cn/n3/2020/1204/c90000-9795816.html>
11. UN chief urges int'l community to heed needs of women suffering from violence, discrimination. Режим доступу: <http://en.people.cn/n3/2020/1126/c90000-9791001.html>
12. Xi calls for G20 efforts on epidemic response, economic recovery. Режим доступу: <http://en.people.cn/n3/2020/1122/c90000-9782771.html>]



Бабенко В. С.,
Кафедра журналістики
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя

КРИТИЧНЕ СПРИЙНЯТТЯ МАРКЕРІВ ТІЛЕСНОСТІ В МЕДІА ЯК ЗАПОБІГАННЯ ГЕНДЕРНОЇ ДИСКРИМІНАЦІЇ

З розвитком технологій та нових комунікативних стратегій інформаційне суспільство продовжує набувати динамічного розвитку. В цих умовах все більшої актуалізації набуває напрацювання механізмів протидії маніпуляцій з масовою свідомістю та запобігання настановам, що згодом формують деструктивні наслідки. Особливо доцільним це стає в контексті стратегій інформаційної війни, агресивних маркетингових прийомів та виходу на перше місце проблематики виховної функції засобів масової комунікації.

Сучасний стан інформаційного суспільства не лише пропонує індивіду цілодобову ініційованість до різних каналів передачі інформаційного контенту. Наразі порядок денний висуває перед суб'єктами вимогу присутності на платформах цифрових соціальних мереж, що миттєво поширюють повідомлення, які стають предметом громадського обговорення. Також, як зазначає дослідниця Олена Вознесенська, «медіа займають наразі найголовніше місце у процесі соціалізації дитини, адже на безпосереднє спілкування у сучасних батьків не вистачає особистісних ресурсів» [1]. З пасивного співрозмовника інформаційний контент перетворюється на конструктор повсякденної реальності з його особливою естетикою, ідеологією, уявленнями про доцільне та допустиме в поведінці та намірах. При цьому відсутність у дитини належних навичок критичного мислення часом не дає підстав для сумнівів, що запропоновані моделі реальності мають умовний характер. Проте реакція дитячої аудиторії на потік образів і сюжетів мультимедійних засобів лише один з фрагментів потреби у формуванні загальної медіаграмотності суспільства та інформаційної гігієни взагалі.

Серед деструктивних наслідків в роботі сучасних медіа вважають трансляцію дискримінаційних повідомлень. Нерідко вони представлені в непрямій формі, як натяк, прихована асоціація. Це ускладнює їхнє виявлення.



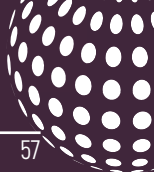
Проте вміти розрізнати такі лексичні або візуальні маркери, як прояв мови ворожнечі, зневаги та особистісного знецінення має стати одним з пріоритетних для засад медіаграмотності.

Важливу роль в процесі ідентифікації дискримінації відіграє присутність у повідомленні стереотипів. Під стереотипом ми розуміємо спрощене уявлення про явище, процес, що фіксується індивідумом як готова ідея, якою можна послуговуватися за нагоди. Американський дослідник Волтер Ліпман на початку XX визначив стереотип як упереджену думку, що активно управляє процесом сприйняття. Завдяки цьому утворюється умовна система розпізнавання «свій – чужий», яка у свою чергу спирається на вибіркові дані та домисли [2].

Для роботи масмедіа інтерес становлять колективні стереотипи, які поділяють великі групи людей. Саме стереотипи становлять частину символічних цінностей, що об'єднують громадян незалежно від їхнього віку, статі, професійної приналежності тощо. Звернення до стереотипів як складової соціальної пам'яті дозволяє медіа досягати поставленого ним результату.

Катерина Титоренко вважає, що «стереотип за своєю сутністю і головним призначенням створюється для висвітлення і популяризації якоїсь певної ідеї або образу із висвітленням лише одного боку зображуваного ними об'єктом, або ж взагалі із перекручуванням дійсності і виданням бажаного за дійсне» [3]. Попри те, що серед журналістів-практиків зустрічається думка про створення «позитивних стереотипів», як протидії «негативним», в обидвох випадках мова йде про звернення переважно до емоційного пізнання дійсності. В той час як раціональний, критичний погляд на явища залишається задіяним меншою мірою. Таким чином звернення до стереотипу – це посилення суб'єктивного оціночного судження, що відкидає мотивацію враховувати супутні дані, які можуть суперечити наперед визначеній ідеї.

Об'єктом дискримінації виступають різні категорії «інших», чия інакшість окреслюються через категорії їхньої тілесності. Зокрема Вікторія Сукова пояснює це так: «Тіло також може набувати статусу тексту у фокусі погляду, тоді тілесні контури – колір (раса), жести і форми (гендер) – семіотизуються, набувають культурно-ідеологічного змісту, стають доступними інтерпретації» [4]. Згідно тлумачення дослідниці, класичні наукові методи являли собою «тоталітарні практики», які позбавляли суб'єктності інші культурні меншини. І лише з розвитком нових академічних підходів XX



століття, зокрема постколоніальних та гендерних студій розмаїття інших, як повноправних учасників висловлювання, набуває динаміки у інформаційному процесі. Говорячи про «іншого» традиційна культура окреслювала привілеї нараторів над ним. В спільнотах, де досі ненапрацьовані механізми суб'єктного представлення «іншого» продовжує простежуватися «комунікація привілеїв».

В таких умовах, публічно озвучений в медіа текст без належного критичного осмислення нерідко сприймається як «владне висловлювання», що інтерпретує дійсність згідно категоріям доцільності. При цьому, на думку реципієнта, цей канал комунікації монополізує право розподіляти за власним розсудом ідентичності та аспекти їхнього вираження. Відтак позиція суб'єкта із його самоідентифікацією заміняється маркерами на яких акцентує увагу автор тексту.

Аналізуючи специфіку дискримінації через тілесність дослідники нерідко у першу чергу акцентують увагу на гендерному аспекті. Серед розмаїття визначень поняття «гендерний стереотип» можна виокремити тлумачення, що подає Ірина Клецина: «під гендерними стереотипами розуміють стандартизовані уявлення про моделі поведінки та особливостей характеру, які відповідають поняттям «чоловіче» та «жіноче» [5]. Попри те, що такі стереотипи відіграють важливу роль у соціалізації та фіксації колективного досвіду, вони також обмежують індивідів у намірах, прагненнях та усвідомлених виборах. Також вони звужують варіативність культурного розмаїття, видимість їх для каналів масової комунікації. Виразним індикатором маніпулятивної подачі інформації та спроб орієнтуватися на вузький діапазон гендерних стереотипів є реклама.

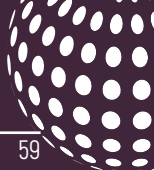
За словами Катерини Титоренко «Стать (разом із віком) дає більш глибоке, порівняно із приналежністю до певного класу чи якоїсь іншої соціальної групи, уявлення про те, якою має бути наша первинна природа і в яких ситуаціях вона може бути продемонстрована». Однак, автори медійного продукту часто не розрізняють для себе стать як набір біологічних факторів і гендер – як соціальну стать, що не зумовлена анатомічно і формується на основі життєвого досвіду, умов соціалізації та символічних категорій. Таким чином звертаючись до маркерів гендерної особливості, повідомлення промовляє через них про особливості «первинної природи». Реклама ж, у свою чергу, окрім того, що сповіщає про продукт, демонструє також певні стандарти поведінки, якості життя і нематеріальні цінності.



В контексті цього помітними стають апеляції до стереотипів про естетичну та сексуальну привабливість, здоров'я і навпаки невідповідність цим запропонованим зразкам. Ольга Кошкарда зазначає: «Вивчаючи тенденції сучасної реклами, можна дійти висновку про те, що образ жінки як бажаного сексуального об'єкта використовується доволі часто, тим самим позбавляючи жінку в рекламі внутрішньої свободи. Їй відведена лише функція каталізатора потреб споживачів і стимулу продажу товарів чи послуг» [6]. Жінка зводиться до інструменту демонстрації продукту. Вона стає об'єктом із вузьким спектром функцій, де гендерні особливості нерідко гіперболізуються, а навколо них створюється контекст дотичності до фізичної природи. Досі не рідкісним явищем є зразки реклами, де жіноча сексуалізованість та напівоголеність стають засобом продажу товарів, що не мають прямого логічного зв'язку із таким візуальним контентом.

Колективна монографія «Стандарти недискримінаційної реклами за ознакою статі: українська практика та міжнародний досвід: монографія» розглядає чотири основні ознаки сексизму в рекламі. Серед них: еротизм (демонстрація оголеного тіла або його окремих ділянок), оречевлення (отождолення товару із суб'єктом), фейсизм (позбавлення моделі обличчя, коли увага фіксується на інших частинах тіла), мачизм (маніфестована маскуліність). При цьому останню ознаку автори дослідження пов'язують винятково із чоловічою проблематикою, а перші три – із жіночою. Однак, еротизація чоловічого тіла, використання у зображеннях оголеного торсу як приклад фейсизму також типові для зразків української реклами. Дискусійним залишається як сутність поняття «жіночого мачизму», так і його присутність у медіа [7].

Серед шести стереотипних гендерних ролей в рекламі, що пропонує у своїй типології Ольга Кошкарда можна виділити ті, що найбільше орієнтовані на маркери тілесності [6]. Перша, «жінка-спокусниця». В подібній рекламі використання означеного товару слугує можливістю підвищити привабливість та сексуальну притягальність жінки для представників протилежної статі. Їй озираються в слід, дарують емоційні погляди, надають інші знаки уваги проти яких, у цих зразках реклами, жінки не заперечують. При цьому увага надходить не лише від її шлюбного або сексуального партнера, але й від сторонніх чоловіків, що супроводжується романтичним контекстом. Така реклама легітимізує політику сексуальних домагань у повсякденному житті, адже применшує проблему небажаної сексуаль-



ної уваги та промовляє до глядачів, що жінка своїми діями сама закликає такий інтерес до себе і має ставитися до нього як до цікавої пригоди.

Друга стереотипна гендерно-тілесна роль «чоловік – об'єкт сексуальних бажань». Специфіка сюжету має схожий характер, коли використання чоловіком певного продукту миттєво робить його сексуально привабливішим для жінок. Додаткова риса – тактильні знаки схвалення від партнерки після гоління, миття голови та інших гігієнічних процедур. Також не рідкісними є приклади еротизації, коли розігруються побутові сцени із напівголим чоловіком за буденними справами.

Проблематика вивчення тілесності в контексті медійних практик полягає в розмаїті концепцій цього поняття. Зокрема слід чітко розмежовувати, що зосередження уваги на фізичних параметрах та фізіологічних процесах як dokonаних фактах промовляють про тіло. В той час якщо текст говорить про тіло як уявний конструкт, що піддається інтерпретаціям залежно від естетичних та ідеологічних підходів, то мова йде про тілесність.

В медіа тілесність репрезентується різноманітними колективними домовленостями про те, як тлумачити ті чи інші форми вираження. Відповідно навіть в межах суспільної пам'яті однієї нації одні й ті ж зразки тілесності можуть трактуватися у різний спосіб. Репрезентуючи ці образи медіа обирають той ідеологічний вимір, що відповідає інтересам її цільової аудиторії та власнику. Важливу роль в цьому процесі відіграють стереотипи. Вони допомагають засобам масової комунікації підтримувати штучні уявлення «свій – чужий» (або ж «я – інший»), створюючи відчуття, що вони зі своєю аудиторією перебувають на спільному боці цінностей. У зв'язку з актуалізацією видимості проблем жінок в суспільстві на перше тло виходить фіксація гендерних дискримінаційних стереотипів, що принижують честь і гідність особистості та можуть заважати особистісній реалізації. За таких обставин деструктивні стереотипи пов'язані із чоловічою тілесністю часом позначаються як менш значущі, а в окремих випадках не помічаються взагалі.

В гендерному аспекті тілесність людини в медійних матеріалах найчастіше пов'язується із сексуальністю. Зокрема реклама продовжує дотримуватися стандартів «сексуальної привабливості», які супроводжують запропонований товар або послугу. Випадки гендерної дискримінації з урахуванням тілесних маркерів особливо частотні у зовнішній рекламі. Причина цього полягає в тому, що її виготовлення може допускати стихійних характер без

долучення профільних агентств, які дотримуються норм законодавства та етичних стандартів. Також виникають складності із системним та широким моніторингом таких зразків для виявлення порушень.

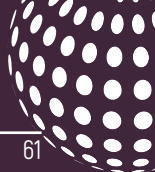
Наразі виникають засоби масової інформації як дотримуються стандартів випуску медійного продукту, що максимально позбавлений будь-яких маніпулятивних повідомлень. Така журналістська робота відкидає доцільність «позитивних стереотипів», як інструменту якісно нових змін у суспільстві. Щодо цього послуговуються поняттям «гендерно нейтральне повідомлення», що нерідко свідомо ставить за мету уникнути можливих ознак дискримінації за гендером.

Попри присутність різних моделей визначення таких ознак в медійному матеріалі вони потребують подальшого вдосконалення. Адже, якщо аналіз лексичного змісту дозволяє із більшою впевненістю висловити категоричні судження про нього, то дослідження візуального контенту створює суб'єктивні розбіжності у сприйнятті.

В перспективі подальшого дослідження маркерів тілесності як засобів дискримінації, окрім гендерного аспекту заслуговують на увагу категорії віку, етнічності, сексуальної ідентичності та дизабіліті (людини з інвалідністю або хронічними захворюваннями).

Література

1. Вознесенська О. Медіасоціалізація: гендерні стереотипи серіальної реальності. Вип. 1. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Психологія. 2014. С. 22–27.
2. Липпман У. Общественомнение/Пер, с англ. ТВ. Барчуновой; Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда Общественное мнение, 2004. – 384 с.
3. Титаренко К. М. Гендерні стереотипи як основа для конструювання чоловічих та жіночих ролей у рекламі. Вип. 85. Гілея: науковий вісник. 2014. С. 382–387.
4. Суковата В. Філософія Іншого, її джерела та сучасні напрямки: методологічний аналіз. Вип. 31. Totallogy-XXI. Постнекласичні дослідження. 2014. С. 285–301.
5. Клецина И.С. Гендерная социализация : учеб. пособ. СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 1998. 210 с.
6. Кошкалда О. Гендерні стереотипи в рекламі: теоретичні засади функціонування. Вип. 17. Інформаційне суспільство. 2013. С. 72–74.
7. Стандарти недискримінаційної реклами за ознакою статі: українська практика та міжнародний досвід: монографія / І. Лилик, Л. Магдюк, М. Лилик, О. Грей, О. Давліканова, О. Суслова, Є. Ромат, С. Лерке, Т. Примах, за заг. ред. к.ен., доц. Лилик І.В. – К.: ТОВ «Видавничий Будинок «Аванпост-прим», 2011 – 88 с.



Шевченко А. О.,

студентка магістратури факультету журналістики
Запорізького національного університету

СЮЖЕТИ ПРО ДІТЕЙ ТЕЛЕКАНАЛУ «1+1»

Діти та підлітки – найвразливіша конфліктно-чутлива категорія населення. Незважаючи на спроби вчених систематизувати напрацьовані матеріали з цієї тематики, питання етичного висвітлення дітей у новинних сюжетах центральних телеканалів донині не втрачає актуальності. Мета дослідження полягає у виділенні тематичних груп журналістських матеріалів про дітей у сюжетах програми «ТСН» на телеканалі «1+1» та окресленні підходів до їх висвітлення.

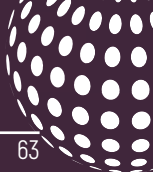
Основні етико-правові засади під час роботи з дітьми описано в Кодексі етики українського журналіста. Відповідно до ст.18 про особливу обережність журналістів при з'ясуванні питань, пов'язаних із дітьми, журналіст та редактор повинні мати обґрунтовані підстави для висвітлення приватного життя неповнолітньої особи (осіб) та дозвіл на це від її батьків чи опікунів. Неприпустимим є розкриття імен неповнолітніх (або вказування ознак, за якими їх можна розпізнати), які мали відношення до протизаконних дій, стали учасниками подій, пов'язаних із насильством тощо [5]. Інтереси та безпека дітей і підлітків повинні мати пріоритет над будь-якими редакційними вимогами. Журналіст має переконатися, що коментарі дитини або підлітка, що стали учасниками або свідками трагічних подій, є конче необхідні для матеріалу. Якщо ж відсутність такого коментаря не несе фактологічних втрат, а використання такого коментаря журналістом спрямовано лише на підвищення градусу емоційності матеріалу, варто від цього відмовитись. Адже будь-яка розмова журналіста з дитиною або підлітком про травматичну подію може мати для них негативні наслідки [1, с.79]. Законодавство, що регулює журналістську діяльність в Україні, практично не містить вимог щодо матеріалів про дітей. У ЗУ «Про інформацію» неповнолітні не виступають особливим суб'єктом чи об'єктом інформаційних відносин. Щодо поширення у ЗМІ інформації про дітей, то прямі правові зобов'язання покладено лише на журналістів, які висвітлюють ди-



тячі правопорушення [2, с. 115]. Залучаючи дітей до медіаматеріалів, ЗМІ мають дотримуватися законодавства – Конституції України, Конвенцію ООН про права дитини, Закон України «Про охорону дитинства», Закон України «Про телебачення і радіомовлення», Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», Закон України «Про інформацію», Закон України «Про захист суспільної моралі» та інші [3, с. 35]. У спеціальному звіті «Діти в медіа: як висвітлювати й дотримуватися правил» ГО «Телекритика» подає рекомендації Комітету Верховної Ради України з питань свободи слова та інформаційної політики, які є слушними і для медійників. Так, відповідно до них: не можна залучати дітей до участі в програмах і передачах, що не дозволені для перегляду ними; журналістські матеріали, що стосуються дитячої соціальної проблематики (наприклад, усиновлення, дитяче насильство, підліткова злочинність, сексуальні злочини) мають містити коментарі фахових експертів – правозахисників, педагогів, юристів, психологів; журналісти мають поважати право дітей на приватність і не втручатися в життя малолітніх та неповнолітніх, якщо інформація про них не становить суспільного інтересу; журналісти мають дбати про конфіденційність дітей. У разі висвітлення негативних подій у житті дитини або її сім'ї та таких подій, що можуть наразити дитини на небезпеку або спричинити негативне ставлення до дитини з боку найближчого соціального оточення чи громади, обличчя дитини, її ім'я, прізвище, місце проживання та навчання приховуються [3, с.45-48].

Працюючи з дітьми, які стали жертвами або свідками злочинів, необхідно враховувати, що дитина вже травмована цими подіями. Пригадування, переказ цих подій обов'язково стане додатковим випробовуванням для дитини. Тому необхідно мінімізувати негативні наслідки – уникати додаткового опитування про такі події. Важливо розуміти, що дитину доцільно опитувати лише тоді, коли обставини події не можна повно і достовірно встановити за допомогою інших осіб і матеріалів, оскільки опитування може викликати стрес у дитини [3, с.46]. Зазначимо, що ці рекомендації стосуються і дітей-переселенців та дітей, які стали свідками збройних конфліктів.

Обов'язково дитині необхідно роз'яснити, що вона може відмовитися від участі у програмі чи сюжеті, хто може побачити її розповідь, не вдаватися до протиправних переконань (шантажування, залякування) дитини брати участь у програмі [3, с.46]. Виокремлюють і медіа-матеріали за



участю дітей, які вчинили злочин або правопорушення. Тому працюючи з цією категорією, журналіст має дотримуватися таких рекомендацій [3, с.47-48]: інформація про перебіг кримінального процесу проти дитини або вирок, винесений у таких справах, не повинні розголошуватися, забороняється робити аудіо та відеозаписи таких процесів; висвітлення проблем дітей, які перебувають у конфлікті з законом, як правило, фокусується на вікових причинах злочинності, на природній схильності дітей до злочинів, що є абсолютно невиправданим; сам факт вчинення дитиною діяння, яке передбачено кримінальним кодексом, як злочин, не може бути підставою для визначення винуватості дитини; визначити винуватість може тільки суд; попри те, що дитина вчинила діяння, яке може бути визначене як злочин, не можна обмежувати права дитини.

Ознайомившись із правилами та рекомендаціями щодо висвітлення дітей у медіа, проаналізуємо способи подання інформації про них у інформаційних сюжетах програми «ТСН» на телеканалі «1+1» за квітень 2021 року. Нами окреслено декілька ролей, які відіграють діти в журналістських матеріалах. Першу групу складають матеріали, де діти – постраждалі. Наприклад, у трихвилинному відео-сюжеті «Наїзд на дітей» (від 23.04.2021 р.) кореспондент розповідає про деталі наїзду водійки в гурт дітей на пішохідному переході в Дніпрі та про стан постраждалих дітей. У сюжеті подали кадри з камери відеоспостереження, які зафіксували момент аварії, відео очевидців, відео з реанімації, де на момент виходу сюжету в ефір знаходяться 12-річні діти. Зазначимо, що тіла дітей на всіх кадрах «заблюрені», як і калюжі крові з місця аварії. Права дітей у цьому сюжеті не порушені, оскільки тіла потерпілих «замилені», ідентифікувати чи персоналізувати їх неможливо, прізвище та ім'я також не вказують.

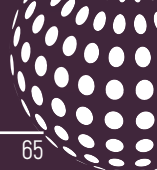
До іншої тематичної групи відносимо матеріали про дітей, позбавлених батьківського піклування; які знаходяться під опікою. Наприклад, «Війна за дітей» від 21.04.2021 року. За словами ведучої, діти під опікою бабусі воюють проти спецшколи, де навчаються. Вимагають, щоб їх перевели в школу поруч із домом, оскільки в інтернаті з них знущаються. У сюжеті дотримано принцип «балансу думок», адже у ньому присутні коментарі бабусі-опікунки, дітей, сусідів, директора спецшколи-інтернату, експертки з питань захисту прав дітей. Щодо візуального контенту, присутні кадри дітей та бабусі біля будинку та у приміщенні, кадри незадовільних, на думку сусідів, умов проживання неповнолітніх, кадри приміщень інтернату. Зазна-



чимо, у сюжеті присутні, скажімо, «маркери», які кореспондентка у своєму закадровому тексті застосовує щодо дітей, наприклад, називає їх «з ментальними особливостями», «неблагополучна родина». Якщо перший можна виправдати тим, що він допомагає глядачеві зрозуміти, чому діти мають навчатися саме у спецшколі, то другий («неблагополучна родина»), є оцінним судженням кореспондентки, що у подальшому може зашкодити дітям, їх моральному/психологічному стану чи навіть призвести до цькування однолітками. Виокремлюємо і матеріали про сексуальні злочини, які закінчуються смертю дитини. Сюжет «Смерть в ізоляторі» [від 23.04.2021 р.] вийшов у ефір з плашкою «Ексклюзив ТСН». У ньому мовиться про те, що підозрюваний у вбивстві 7-річної Марійки Борисової вкоротив собі віку – повісився у Херсонському СІЗО. Дитина зникла 7 березня. До її пошуків долучилися сотні людей. Тіло зі слідами насильницької смерті знайшли на четвертий день. Підозрюваного у вбивстві затримали у день похорону дитини. На початку сюжету – кадри з підозрюваним, кореспондентка його чітко ідентифікувала, назвавши ім'я та прізвище та не «заблуривши» обличчя. Демонструють у сюжеті й фотографію загиблої дівчинки. На нашу думку, таке недотримання принципу анонімності у цьому сюжеті не порушує права дитини медійниками, адже перш за все пов'язано з резонансністю події, для привернення уваги до проблеми та здійснення потужного емоційного впливу на глядача журналісти демонструють фото дітей-жертв. Вважаємо, для профілактики таких злочинів та привернення уваги спільноти цей прийом є доречним лише у даній тематичній групі.

Не слід оминати увагою й медіа-матеріали за участю дітей, які вчинили злочин або правопорушення. Так, у сюжеті «Недитяча бійка» [від 13.04.2021 р.] розповідають про побиття 14-річною дівчиною молодшої від неї на три роки школярки. За цим дівчини спостерігали щонайменше десяток очевидців, які не намагалися припинити конфлікт. Зазначимо, що висвітлюючи цей конфлікт, журналісти не порушили права неповнолітніх учасниць: нападниці та потерпілої, їхні обличчя «замилили».

В аналізованих новинних сюжетах телеканалу «1+1», героями в яких постають діти, прозорих порушень прав дітей та етичних норм нами не зафіксовано. У конфліктно-чутливих сюжетах, де діти – постраждалі, учасники чи свідки злочинів журналісти дотримуються принципу анонімності та конфіденційності, проте інколи можемо спостерігати оцінні судження, що є невинуватим в аналізованих текстах.



Література

1. Голуб О. Медіакомпас : путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Інститут масової інформації. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.
2. Дзьомба Н. Права дитини та обов'язки журналіста: юридичне підґрунтя моральних прав журналістики про дітей. Вісн. Націон. ун-ту «Львівська політехніка». Сер. : Журналістські науки : зб. наук. пр. 2019. Випуск 3, №910. С. 110 – 121. URL: <http://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/vypusk-3-nomer-910-2019/prava-dytynyta-obovyazky-zhurnalista-yurydychne-pidgruntya>
3. Діти в медіа: як висвітлювати й дотримуватися правил. Спеціальний звіт. Київ. ГО «Телекритика», 2016. 48 с. URL: https://ms.detector.media/content/files/deti_v_media_web_new.pdf
4. Закон України «Про охорону дитинства» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2402-14#Text>
5. Кодекс етики українського журналіста. Комісія з журналістської етики: сайт. URL: <http://www.cje.org.ua/ua/code>



Решетуха Т. В.,

кандидат наук із соціальних комунікацій,
викладачка кафедри журналістики
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Йордан Г. М.,

кандидат технічних наук,
доцент кафедри журналістики
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
Тернопіль

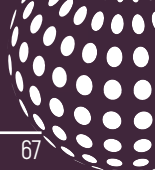
ДОТРИМАННЯ ПРАВА ДИТИНИ НА ОСВІТУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19: АКТУАЛІЗАЦІЯ ВИСВІТЛЕННЯ В МЕДІА

Право на освіту – одне з основних соціокультурних прав людини, тому його дотримання має бути одним з пріоритетів внутрішньої політики України у контексті реалізації світових демократичних та гуманістичних тенденцій, євроінтеграційного вектору розвитку нашої держави.

Мета роботи – проаналізувати висвітлення у медіа стану реалізації права дитини на освіту в Україні в умовах пандемії Covid-19.

Завдання дослідження: окреслити положення законодавства України в царині освіти, розглянути особливості реалізації права дитини на освіту в умовах карантину, спричиненого пандемією Covid-19, з'ясувати, як висвітлювали перебіг дистанційного і змішаного навчання українські медіа.

Право на освіту закріплено у таких міжнародно-правових документах: Загальна декларація прав людини (ст. 26), Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права (ст. 13 і 14), Конвенція про права дитини (ст. 23 і 29) тощо. В Україні захист прав дитини в системі освіти регулюється такими нормативно-правовими актами як Конституція України (ст. 53), Закони України «Про охорону дитинства», «Про освіту», «Про загальну середню освіту», постановами Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державного стандарту базової і повної загальної середньої освіти», «Про затвердження Положення про загальноосвітній навчальний заклад» та іншими.



Можемо стверджувати, що право на освіту є одним із основоположних прав, яке забезпечується та регламентується всіма державами. Але в умовах пандемії Covid-19 з оголошенням карантину реалізація цього права опинилася під загрозою у всьому світі. За словами генеральної директорки ЮНЕСКО Одрі Азулай (березень 2020 року), масштаби нинішніх обмежень у галузі освіти у всьому світі є безпрецедентними, і їхнє збереження загрожуватиме забезпеченню права на освіту[1]. За даними ЮНЕСКО, станом на початок квітня 2020 року всі школи було закрито у 191 країні світу, де мешкають понад 90% усіх учнів/учениць планети[2]. Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України № 211 від 11 березня 2020 року на всій території країни впроваджувався карантин з 12 березня 2020 року закрилися всі заклади освіти [3].

Однією із рекомендацій ЮНЕСКО як відповідь на пандемію стало запровадження широкомасштабних програм дистанційного навчання і розробка навчальних програм і платформ з відкритим доступом, які зможуть використовувати школи та вчителі [1].

Міністерство освіти і науки України виявилось неготовим до викликів, пов'язаних з карантинними обмеженнями, та організацією дистанційного навчання. Про це неодноразово з'являлися повідомлення у медіа усіх рівнів: починаючи від загальнонаціональних і закінчуючи групами у соціальних мережах. Головними темами таких публікацій у квітні-травні 2020 року скарги батьків на відсутність онлайн-уроків, неадекватні вимоги вчителів щодо швидкості виконання завдань, відсутність доступу до інтернету та засобів навчання (комп'ютерів, ноутбуків, планшетів, мобільних телефонів) у деяких учнів, особливо коли у сім'ї кілька дітей шкільного віку, сім'я знаходиться у складних життєвих обставинах, в тому числі через втрату батьками роботи або постійного доходу, що критично обмежило ресурси для забезпечення потреб дітей в таких родинях.

На неналежні умови організації праці в умовах карантину скаржилися і вчителі: вони не були забезпечені ані засобами для облаштування робочого місця вчителя в умовах дистанційного та змішаного навчання, ані методиками такого навчання, що опосередковано стало причиною неналежного рівня надання освітніх послуг чим порушувалися права дитини на освіту.

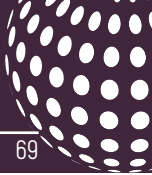
Ситуацію намагалися виправити за допомогою проекту «Всеукраїнська школа онлайн»: телеуроки для учнів 5-11 класів, які транслювали



за чітким розкладом українські телеканали («ПлюсПлюс», «112 Україна», NewsOne, «Піксель», ZIK, «УНІАН ТБ», «Індіго», «Рада», «UA: Культура», «UA: Перший» та М1) та YouTube-канал Міністерства освіти і науки, проте більшість з них мали обмеження у поширенні транслявання, а для перегляду на YouTube-каналі потрібно було підключення до мережі інтернет та наявність відповідних засобів зв'язку. Якість окремих онлайн-уроків зазнавала критики, незважаючи на залучення до їх розробки провідних педагогів. Відсутність зворотного зв'язку також негативно позначалася на рівні освітніх послуг.

Початок нового навчального року не приніс очікуваних змін в організації освітнього процесу. Лише з 16 жовтня набуло чинності розроблене в МОН Положення про оновлені умови організації дистанційного навчання[4]. «Цей документ був радше запізнаним реагуванням, адже був випущений більш ніж через місяць після початку нового навчального року і містив короткі пояснення організаційних процесів дистанційної освіти. Натомість в ньому бракувало методичних рекомендацій щодо проведення дистанційної освіти для різних типів закладів», вважає незалежний аналітичний центр «Cedos» (ГО Центр дослідження суспільства) [5]. Відтак, результати опитувань, проведених Державною службою якості освіти [6] та освітнім омбудсменом [7], дозволяють виокремити наступні найважливіші проблеми, пов'язані з порушенням права дитини на освіту (організаційні, навчальні, психоемоційні, технічні):

- не завжди якісна організація дистанційного навчання (часто завдання просто розміщуються на сайті або надсилаються, написані від руки, без жодної комунікації з вчителем, відсутність завдань узагалі, велика частка навчального матеріалу, винесена на самостійне опрацювання, неузгодженість телеуроків з навчальною програмою);
- низьку мотивацію до навчання та невміння частини школярів навчатися самостійно, брак спілкування з ровесниками та вчителями;
- часткова або повна відсутність належного технічного обладнання для навчання, відсутність чи застарілість необхідного програмного забезпечення;
- боротьба між членами родини за доступ до технічного обладнання, що призвело серед іншого до підвищення психоемоційної напруженості та зростання насилля у сім'ях;
- відсутність інтернет-зв'язку або інтернет-зв'язок не належної якості.



Часто, посилаючись на статтю 55 Закону України «Про освіту», на батьків покладається відповідальність за реалізацію права на освіту, адже вони повинні «сприяти виконанню дитиною освітньої програми та досягненню дитиною передбачених нею результатів навчання»[8], проте там не зазначено обсяги такого «сприяння». Тож, на нашу думку, обов'язок з забезпечення технічними засобами навчання, як і якісним інтернет-зв'язком як умовами реалізації права на освіту не можна перекладати на плечі батьків, особливо в умовах погіршення матеріального стану багатьох сімей через Covid-19. Показовим тут видається випадок притягнення до адміністративної відповідальності матері за неналежне виконання батьківських обов'язків (ч. 2 ст.184 КУпАП), бо її син не відвідував дистанційних уроків через відсутність удома інтернету [9]. Разом з тим, держава не передбачає можливості надання у безоплатну оренду відповідної техніки, безкоштовного або пільгового підключення до мережі Інтернет.

Аналіз медіаконтенту за березень 2020 – квітень 2021 років показав, що проблеми належної реалізації права на освіту був у фокусі уваги українських медіа протягом усього періоду пандемії. Пошук за відповідними тегами у пошуковій системі Google дає більше 10 мільйонів посилань. Провідними темами таких матеріалів стали: інформаційні повідомлення від МОН, проблеми організації дистанційного навчання, а згодом змішане навчання в умовах адаптивного карантину, забезпечення навчальних закладів необхідними технічними засобами, рідше – труднощі, з якими стикалися учасники освітнього процесу. Поза увагою медіа залишились проблеми реалізації права на освіту дітей з особливими освітніми потребами. На спеціалізованих освітніх сайтах, таких як «Освіторія», «Педрода», «НУШ», зрідка на регіональних інформаційних порталах, з'являється інформація про порядок роботи Інклюзивних ресурсних центрів в умовах карантину, організацію дистанційного навчання, проте ми не зустрічали матеріали, у яких би піднімалась проблеми, з якими зіштовхуються учасники освітнього процесу із зазначеної категорії.

Більшість матеріалів належить до інформаційних жанрів, а от якісної аналітики явно бракує. Її швидше можна знайти на сайтах громадських організацій, аніж навіть у якісних медіа.

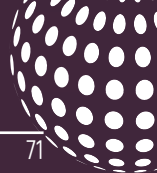
Підсумовуючи, можемо сказати, що українські медіа в період пандемії оперативного інформували своїх реципієнтів про карантинні обмеження, організацію переходу на дистанційне навчання, транслювали запроваджені



МОН телевізійні уроки, проблеми, з якими зіткнулися вчителі в умовах, що склалися. Проте якісної аналітики про перебіг освітнього процесу, порушення прав дитини на освіту через відсутність технічних засобів в умовах дистанційного навчання, психоемоційні проблеми учнів годі відшукати як в загальнонаціональних, так і регіональних медіа. Інформацію про випадки порушення права дитини на освіту радше можна знайти на сайтах громадських організацій, у батьківських спільнотах у соціальних мережах, сторінках окремих зацікавлених громадських діячів та волонтерів.

Література:

1. Из-за коронавируса у более 290 миллионов учеников нет доступа к образованию – ЮНЕСКО.URL: <https://www.ukrinform.ru/rubric-society/2890477-izza-koronavirusa-u-bolee-290-millionov-ucenikov-net-dostupa-k-obrazovaniu-unesko.html>(Дата перегляду: 2.05.2021)
2. COVID-19 Education ResponsePreparing thereopening ofschools. Resource paper. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373401?web=1>(Дата перегляду: 2.05.2021)
3. Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2. Постанова Кабінету Міністрів (КМУ) № 211 від 11 березня 2020 року. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/211-2020-%D0%BF#Text>(Дата перегляду: 2.05.2021)
4. Деякі питання організації дистанційного навчання. Наказ МОН України №941/35224 від 8 весня 2020 року. URL : <https://mon.gov.ua/ua/npa/deyaki-pitannya-organizaciyi-distancijnogo-navchannya-zareyestrovano-v-ministerstvi-yusticiyi-ukrayini-94735224-vid-28-veresnya-2020-roku>(Дата перегляду: 2.05.2021)
5. НазаренкоЮ., Сирбу О., Когут І. Коронавірус та освіта: аналіз проблем і наслідків пандемії. URL :<https://cedos.org.ua/researches/koronavirus-ta-osvita-analiz-problem-i-naslidkiv-pandemii/>(Дата перегляду: 2.05.2021)
6. Аналітична довідка щодо організації дистанційного навчання у закладах загальної середньої освіти в умовах карантину(за результатами онлайн-анкетування учасників освітнього процесу). URL : <https://cutt.ly/ybzN5ke>(Дата перегляду: 2.05.2021)
7. Результати опитування батьків«Навчання дітей під час карантину»: URL : https://eo.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/Rezultaty-opytuvannya-22Navchannia-ditey-pid-chas-karantynu22.pdf?fbclid=IwAR0BgrSNMqPNlnklz7L9shTfYVnTtNuQ80gTcUIOdGnPa_btyzdKLICFvHw
8. Закон України «Про освіту».URL :<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>(Дата перегляду: 2.05.2021)
9. У Шумську судили маму, яка не підключила інтернет і син пропускав дистанційне навчання. URL : <https://cutt.ly/0bz8syW>(Дата перегляду: 2.05.2021)



Гуманенко О. О.,

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри
журналістики Центральноукраїнського державного
педагогічного університету імені Володимира Винниченка

НА СТОРОЖІ ПРАВ ЧИТАЧА ТА МЕДІЙНИКА: ДО ПИТАННЯ ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ ПОСАДИ ПРЕС-ОМБУДСМЕНА В УКРАЇНІ

Сьогодні умови світової економіки диктують жорсткі вимоги в багатьох галузях життя, зокрема – і у створенні контенту сучасних ЗМІ. У гонитві за сенсацією редактори та журналісти за браком часу та (чи) знань не завжди в змозі дотримуватися етики та журналістських стандартів у поданні інформації. Між тим таку важливу властивість інформації, як якість, ще ніхто не відміняв. Ця властивість набуває виняткового значення особливо зараз, коли на передній план у спілкуванні засобів масової інформації з аудиторією виходить модель рецепції. ЗМІ сам повинен бути зацікавлений у тому, щоб його читали, дивилися, слухали, щоб йому довіряли, і для цього вибудовувати свою політику належним чином. Фактично йдеться про «добровільну» саморегуляцію, яку можуть забезпечити як добре прописані редакційні вимоги, так і залучення спеціалістів, які б допомагали контролювати дотримання норм під час створення журналістських матеріалів та підтримувати гідний зв'язок з аудиторією (таких спеціалістів у світовій журналістиці називають прес-омбудсменами, новинними омбудсменами, читачькими редакторами, редакторами від читача, ньюс-омбудсменами, омбудсменами новин тощо).

Нам дуже імпонує позиція Бертрана Пікері, голови JTI. Він говорить: «Ми не хочемо бачити, як нас регулюють уряди, регулятори, рекламодавці чи технологічні гіганти, кажучи нам, що таке хороша чи погана журналістика, і тому цей процес маємо очолити саме ми, журналістська спільнота» [1, 13].

Отже, у нашій розвідці ми маємо на меті розглянути окремі особливості формування концепції прес-омбудсмена в українському масовокомунікативному середовищі. Реалізації поставленої мети сприяють такі завдання: окреслити український досвід у сфері саморегуляції, охарактеризувати

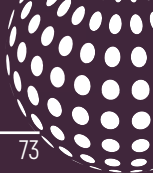
функції прес-омбудсмена, викласти зміст моделей прес-омбудсмена, розроблених українськими спеціалістами. Маємо надію, що результати нашого невеликого дослідження будуть корисними як під час вивчення фахових дисциплін, так і під час подальшого опрацювання обраної теми.

Почнемо з того, що сам інститут прес-омбудсмена в Україні ще знаходиться на стадії розвитку, тому не дивно, що кількість публікацій на вказану тему замала. Найдокладніше це питання висвітлено в інтернет-виданні «Детектор Медіа» [2], також йому приділяла увагу дослідниця М. Осюхіна [3].

Разом із тим вже є досить серйозні напрацювання в рамках проєкту «Посилення саморегулювання українських медіа», що виконується Координатором проєктів ОБСЄ в Україні. Зокрема медіаексперткою Н. Кур'ятою, медіаюристкою Л. Панкратовою та виконавчим директором «Організації омбудсменів новин та редакторів стандартів» Аланом Сандерландом було розроблено документ «Запровадження роботи "Уповноваженого(ої) з дотримання стандартів та/або реагування на скарги" в редакціях українських ЗМІ» [1]. А не так давно, 2 грудня 2020 року, Координатор проєктів ОБСЄ в Україні спільно з Міністерством культури та інформаційної політики України та Комісією з журналістської етики організував дискусію «Модель уповноваженого(ої) з дотримання стандартів в індивідуальних медіа – як її запровадити в Україні?» [4], а 24 березня 2021 року відбувся тренінг на тему «Моделі роботи уповноважених з дотримання стандартів та/або реагування на скарги у медіа» [5].

Слід зазначити, що наявність уповноваженого редактора зі стандартів в українському законодавстві поки що прямо не передбачається, але і не забороняється [1, 8].

У той же час в українських ЗМІ основи інституту омбудсмена вже закладені. У «Запровадженні роботи "Уповноваженого (ої) з дотримання стандартів та/або реагування на скарги" в редакціях українських ЗМІ» зазначається, що «саморегулювання окремих медіа в Україні тільки починає набувати системності, однак її перші приклади є доволі позитивними» [1, 14]. Так, «Національна суспільна телерадіокомпанія України» має оновлені ґрунтовні редакційні засади інформаційного мовлення [6; 2; 1]. Також директорка департаменту новин і шеф-редакторка Ангеліна Карякіна вважає, що «у майбутньому для "Суспільного" важливо мати певний відділ, який міг би займатися саме питаннями дотримання редакційних стандартів і принципів». [6; 2; 1, 15]. Планує запровадження посади новин-



ного омбудсмена і «Українська правда»: поки що окремі функції омбудсмена виконує ком'юніті-менеджер [1, 15; 6; 2]. На «Громадському» працює редакційна рада, «яка фактично виконує функції омбудсмана», крім того, «Громадське» має на меті «впровадити посаду людини, яка буде приймати й “менеджерити” скарги, які далі розглядатиме редакційна рада» [1, 15]. У «Liga.net» є декілька співробітників, які відповідають за скарги чи побажання читачів, також є людина, яка відповідає за всі запити до редакції, є SMM-команда, яка реагує на критику і запитання в соцмережах. Крім того, було оновлено редакційний кодекс, який тепер регулює також і відносини з аудиторією [2; 7]. Так, наприклад, в кодексі зазначено: «Журналісти LIGA.net не відмахуються від змістовних питань і претензій читачів. Якщо читач, або група читачів, аргументовано висловлює невдоволення якістю контенту, то редактор чи журналіст (повідомивши і погодивши відповідь з редактором) має пояснити позицію редакції (використавши той самий канал комунікації, за яким він отримав претензію). Якщо ж діяльність LIGA.net викликала широкий громадський резонанс, то редакція повинна оперативно підготувати публічну заяву, що пояснює позицію. Претензії щодо достовірності контенту або порушення цього редакційного кодексу можна надіслати за адресою...» [7].

Із одного боку, питання про введення посади прес-омбудсмена може видатися дещо дискусійним, оскільки, як вказує дослідниця М. Осюхіна (яка, до речі, наголошує на важливості інституту омбудсмена), прийнято вважати, що інститут прес-омбудсмена починає занепадати [3, 43]. Наприклад, «в США лише у 2% щоденних газет є омбудсмени. У Великій Британії лише 4 газети мають “редактора від читачів”...» [3, 43]; крім того, за даними опитування європейських журналів [цит. за 3, 43], найбільш вагомими інструментами саморегуляції ЗМІ визнано редакційну політику [3,7 б. з 5], найменший вплив мають галузеві журнали [2,1 б.], у свою чергу – прес-омбудсмени отримали 2,2 б. із 5. Та з іншого боку – більшість прикладів із європейської практики [див. 1; 3; 5] та існування міжнародної організації омбудсменів («Організація омбудсменів новин та редакторів стандартів» була започаткована у 1980 році [8]) вже понад 40 років свідчать про те, що діяльність омбудсмена важлива.

Пересвідчитися в цьому допомагає розгляд функцій омбудсмена. Головні функції прес-омбудсмена полягають у наступному [9, 82-85; 2; 3, 40]: 1) у сприянні діалогу між реципієнтами та журналістами, що підвищує до-



віру до засобу інформації (омбудсмен реагує на скарги аудиторії, вирішує спірні питання, може виступати у якості офіційного представника керівництва видання чи представника із зв'язків із громадськістю); 2) «у забезпеченні поваги до правил та звичаїв, встановлених ЗМІ, за допомогою чого здійснюється своєрідний внутрішній контроль якості (тобто слідкується за наданням максимально точної і зрозумілої інформації, розмежуванням інформації та коментарів, виправленням допущених помилок, відображенням плюралізму та багатоманітності думок; забезпечуються права людини і поважається недоторканність приватного життя); 3) у розгляді спірних питань, що виникають у самих журналістів та редакторів, прийманні скарг також і від співробітників медіа на «порушення професійних та етичних стандартів у журналістських матеріалах».

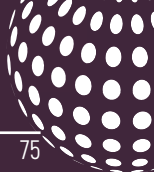
Таким чином, як зазначають виконавча директорка Інституту масової інформації О. Романюк та почесна голова Національної асоціації медіа Тетяна Лебедева, омбудсмен «створює можливості для комунікації з аудиторією», «допомагає уникнути судових позовів, захиститися від критики та булінгу в соцмережах», «збільшує довіру аудиторії до медіа», «поліпшує фінансову модель медіа», «дає поштовх до професійного розвитку» [2], а також до «зростання лояльності аудиторії» [2; 1, 22] та конкурентноздатності видання» [1, 22].

У документі «Запровадження роботи "Уповноваженого(ої) з дотримання стандартів та/або реагування на скарги" в редакціях українських ЗМІ» [1, 15-21] запропоновано три моделі омбудсменів для українських медіа в сучасних реаліях. Визначено мету роботи омбудсмена, його обов'язки та навички, якими він повинен володіти, а також зазначено переваги та виклики кожної моделі у зв'язку з наявністю чи відсутністю фінансування та його характером. Все це дає можливість застосовувати розроблені моделі «в різних редакціях з різним штатом та за різних умов фінансування» [1, 22].

Коротко розглянемо ці моделі [1, 15-21]:

1. Мінімалістична, орієнтована на скарги. Уповноважений(а) з реагування на скарги реагує виключно на скарги аудиторії на певні редакційні матеріали, нічого не радить на етапі створення цих матеріалів з точки зору дотримання стандартів. Якщо видання маленьке, це цілком може робити один з редакторів *ad hoc*.

2. Мінімалістична, орієнтована на стандарти. Уповноважений(а) з дотримання стандартів дає експертні поради стосовно дотримання редакційних



стандартів видання, Кодексу етики українського журналіста та інформаційного законодавства на етапі створення журналістських матеріалів. Посада виключно дорадча, кінцеве рішення ухвалює редактор, бо саме він/вона і приймає всі можливі ризики і потім, в разі чого, має за них відповідати.

3. Загальна. Уповноважений(а) з дотримання стандартів та реагування на скарги (редакційний прес-омбудсмен(ка)) – дає експертні поради стосовно дотримання стандартів видання та загальних стандартів професії перед публікацією на запит журналістів чи головного редактора, реагує на скарги аудиторії.

4. Інтегрована організаційна модель. Офіс/служба/представництво Уповноваженого(ої) з дотримання стандартів та реагування на скарги – орган, який буде надавати консультації з допублікаційної експертизи по стандартах та з відповідей на скарги після публікацій виданням-учасникам проекту.

Як ми бачимо, запропоновані моделі вповні відповідають зазначеному вище набору функцій омбудсмена у ЗМІ, що свідчить про ефективність та дієвість цих моделей. Звичайно, ці моделі являють собою базовий варіант. Як зазначає виконавча директорка «Українського інституту медіа та комунікації» Діана Дуцик, модель може бути змішаною [2].

Підсумовуючи, зазначимо, що широкий функціонал омбудсмена та розроблені моделі здатні працювати на забезпечення як прав читача, так і прав редакторів та журналістів – і в цьому контексті наблизити ЗМІ до стійкої конкурентоспроможності на вітчизняному та світовому ринку. Крім того, запровадження посади прес-омбудсмена в Україні, на нашу думку, не лише допоможе сучасним періодичним виданням підвищити власний рівень, а й стане важливим кроком у розвитку правозахисної журналістики.

Найближчу перспективу подальшого дослідження теми вбачаємо у вивченні світового та українського досвіду. Загалом же, опираючись на опрацьовані нами джерела, можемо коротко визначити коло питань, які ще мають бути вирішені у подальшій роботі над впровадженням посади омбудсмена в українських ЗМІ, та які, безперечно, є цікавими для майбутніх розвідок у цій сфері: вирішення питання інституту прес-омбудсмена на державному рівні та закріплення цієї посади в засобах масової інформації; психологічна складова (зокрема правильне розуміння функціональності омбудсмена працівниками ЗМІ); відбір та підготовка омбудсменів; фінансова складова діяльності омбудсменів в Україні.



Література

1. Запровадження роботи "Уповноваженого(ої) з дотримання стандартів та/або реагування на скарги" в редакціях українських ЗМІ. URL : <https://www.osce.org/uk/project-coordinator-in-ukraine/477907> (дата звернення: 24. 04.2021).
2. Закусило М. Редакційні омбудсмани в українських медіа: наскільки це реально? Детектор Медіа. 5 грудня 2020. URL : <https://detector.media/community/article/183099/2020-12-05-redaktsiyni-ombudsmany-v-ukrainskykh-media-naskilkytse-reально/> (дата звернення: 24. 04.2021).
3. Осюхіна М. Медіаосвітній потенціал інституту прес-омбудсмена в Україні. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2017. Випуск 42. С. 39–46.
4. Модель уповноваженого(ої) з дотримання стандартів в індивідуальних медіа – як її запровадити в Україні? URL : <https://www.cje.org.ua/ua/news/model-upovnovazhenogo-z-dotrymannya-standartiv-v-individualnyh-media-yak-yiyi-zaprovadyty-v> (дата звернення: 24. 04.2021).
5. Моделі роботи уповноважених з дотримання стандартів та/або реагування на скарги у медіа : тренінг. URL : <https://www.osce.org/uk/project-coordinator-in-ukraine/477883> (дата звернення: 24. 04.2021).
6. Редакційні засади інформаційного мовлення публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України». URL : <https://corp.suspilne.media> (дата звернення: 24. 04.2021).
7. Редакційний кодекс LIGA.net. URL : https://project.liga.net/projects/editorial_code/ (дата звернення: 24. 04.2021).
8. Organization of News Ombudsmen & Standart Editors. URL : <https://www.newsombudsmen.org/> (дата звернення: 24. 04.2021).
9. Путеводитель по саморегулированию СМИ. 2008. URL : [https:// www/ifap.ru/book287pdf](https://www.ifap.ru/book287pdf) (дата звернення: 24. 04.2021).



Куріхін А. А.,
кафедра журналістики
Запорізький Національний Університет
Запоріжжя

РОЛЬ ПРЕЗУМЦІЇ НЕВИНУВАТОСТІ У МЕЖАХ КУЛЬТУРИ СКАСУВАННЯ

Кенселінг, cancel culture або культура скасування – актуальний тренд сучасного медіасередовища. Характеризується закликами до масового соціального засудження особи за слова або вчинки, які мали негативний чи неоднозначний характер. Від очевидного злочину (вбивства, зґвалтування) до висловлювання, посту у соціальній мережі (наприклад, расистського чи сексистського жарту). Як результат – знищення репутації людини, після чого їй важко знайти роботу. Для прикладу наведемо нещодавній випадок із колишньою редакторкою журналу Teen Vogue Алексі МакКаммонд. У березні 2021-го журналістку звинуватили у гомофобних та расистських дописах на сторінці у Twitter, які та зробила у 2011-му. За ці принизливі висловлювання, двадцять членів редакції журналу підписали лист із закликом звільнити МакКаммонд з посту редакторки [1]. Очевидно, що після гучного скандалу та публічного осудження, журналістці дуже важко буде влаштуватися на престижну роботу у мас-медіа, бо потенційні роботодавці навряд чи захочуть мати справу зі спеціалісткою із сумнівною репутацією.

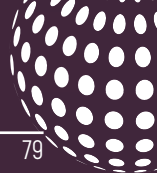
Культура скасування стала настільки поширеним явищем, що австралійський словник Macquarie Dictionary назвав цей вираз головним словом 2019 року. Охарактеризували вони феномен так: «ставлення всередині громади, яке вимагає або закликає до відмови від підтримки громадської особи» [2]. Кенселінг становить неабиякий дослідницький інтерес як інструмент громадського осуду, що з'явився завдяки активному використанню соціальних мереж та блогів, насамперед Twitter. Тепер у інтернет-користувачів з'явився важіль тиску, який вони протиставляють впливу олігархів та знаменитостей. Цей феномен важко вивчати, бо він не має жорстких меж, і кожен з випадків кенселінгу необхідно розглядати окре-



мо. Наприклад, жорсткість бойкоту може залежати від тяжкості злочину, репутації людини, її реакції на звинувачення (можливо, що щирі вибачення можуть вплинути на рівень громадського осуду, але не факт), сфери діяльності та інших факторів. Наприклад, повертаючись до випадку з Алексі МакКаммонд, можна стверджувати, що її публічне визнання провини, не виправило ситуації, навіть не зважаючи на те, що журналістка значну частину своєї діяльності присвятила висвітленню проблем нерівності.

Тут ми підходимо до найнеоднозначнішого, на нашу думку, аспекту кенселінгу – місця презумпції невинуватості у межах «нової етики». Міжнародні законодавчі бази будуються на безсумнівності принципу, що особа є невинною, допоки не буде доведено інше. Наприклад, у ч.1 ст.11 «Загальної декларації прав людини вказано»: «Кожна людина, обвинувачена у вчиненні злочину, має право вважатися невинною доти, поки її винність не буде встановлена в законному порядку шляхом прилюдного судового розгляду, при якому їй забезпечують усі можливості для захисту». Також можна навести П. 2 статті 6 «Конвенції про захист прав людини та основоположних свобод»: «кожен, кого обвинувачено у вчиненні кримінального правопорушення, вважається невинуватим доти, доки його вину не буде доведено в законному порядку». Якщо ж говорити про українські реалії, то варто навести ст. 62 та 63 Конституції України, у яких зазначено: «Особа вважається невинуватою у вчиненні злочину і не може бути піддана кримінальному покаранню, доки її вину не буде доведено в законному порядку і встановлено обвинувальним вироком суду» та «Ніхто не зобов'язаний доводити свою невинуватість у вчиненні злочину».

Так чому ж у сучасному світі велика кількість людей вважає нормальним бойкотувати особу, чия провина стоїть під питанням? Звернемося до журналістського матеріалу «Є над чим працювати: навіщо потрібен фемінізм у XXI ст.» за авторством Олени Низеєнко, що був опублікований на одному з найпопулярніших феміністських порталів сучасності – Wonderzine (у публікації 110 тис. переглядів на момент 25 квітня 2021 року). «Величезна проблема культури насильства – перекладання провини і почуття сорому на жертву ("сама винна"). Фемінізм виводить проблему сексуального насильства з тіні, закликає обговорювати і вирішувати її. Головне, до чого нам потрібно прийти, – до безумовного осуду насильства і розуміння, що проблема гостро стоїть не тільки в нестабільних, немирних і бідних регіонах, а й у всьому світі» [3]. Таким чином, «безумовний осуд насилля» при-



зводить до безумовної підтримки жертви або людини, яка себе ставить у позицію жертви. Як результат – абсолютне засудження особи, яку умовна жертва звинувачує у насиллі, аб'юзі та іншому. У таких випадках слово закону не є останньої інстанцією. Частково це можна пояснити тим, що кенселінг стосується не стільки провини особи перед державою, скільки перед громадськістю в цілому. Також рішення суду не завжди має вплив на ситуацію, бо велика кількість справ до суду не доходить, а сторони не потребують діалогу. Обвинувач закликає до бойкоту особи, яка образила його або іншу людину, а не намагається досягти консенсусу. Так, за допомогою одного «твітту» можна знищити кар'єру або життя.

В Україні це явище поки що розвинуто не настільки, як в США та країнах ЄС. Цьому присвячений відеоматеріал журналістського YouTube-каналу «Телебачення Торонто» під назвою «Чому Кевіна Спейсі скасували, а Ілля Кива клав на cancel culture?» (вийшов 17 березня 2021-го, має 153 тис. переглядів). У ньому журналіст Максим Щербина наводив у приклад українського політика Іллю Киву з партії ОПЗЖ, який допустив величезну кількість нетолерантних та обурливих висловлювань, але все ще займається політикою. Наприклад, в інтерв'ю журналу «Новое время» він дозволив собі сексистське: «Коли чоловік втрачає над собою контроль, він перестає бути чоловіком, він зобов'язаний контролювати ситуацію. Контроль над собою може втратити тільки жінка. Якщо людина втратить – вона перетворюється на жінку» [4]. На феміністському порталі UPDATE навіть вийшов матеріал, присвячений неоднозначним фразам Киви під назвою «5 цитат Іллі Киви, за які його давно пора було звільнити». Також Максим Щербина з «Телебачення Торонто» згадував про випадок з кореспонденткою телеканалу «112» Дар'єю Чирах, чий знімок 6-річної давнини став причиною скандалу. На фото журналістка позувала поряд із написом «Захисти Донбас від української армії». Інтернет-користувачі вимагали звільнити дівчину, але конфлікт завершився її публічними вибаченнями. В цілому, Максим Щербина негативно оцінив тренд на культуру скасування. «Ми всі їдемо в одному потязі скасування. Можливо, поки ще не настав час нашої кенсел-станції, але він неодмінно настане, бо плюс та одночасно мінус культури скасування в тому, що попри праведну мету, вона цілить в емоції. З одного боку, що більший резонанс, то більше людей відгукнеться на проблему та сприятиме її вирішенню. З іншого боку, що більше емоцій, то менше людям потрібно фактів».

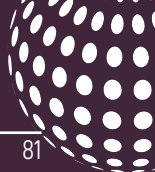
Негативно оцінили це явище і публічні особи, що підписали «Лист про справедливість та відкриті дебати» та опублікували його у американському журналі *Harper's Magazine* 7 липня 2020 року [5]. Вони охарактеризували кенселінг як загрозу насадження «ідеологічної однаковості та моральної категоричності», а також удар по свободі слова. У склад підписантів увійшли 153 інтелектуали, що широко відомі на весь світ. Серед них письменниці Джоан Роулінг та Маргарет Етвуд, філософ Ноам Чомські та шахіст Гаррі Каспаров.

Лауреат Нобелівської премії з літератури, Кадзуо Ішігуро, у березні 2021-го сказав, що кенселінг створив «клімат страху» у суспільстві, який заважає людям писати те, що вони вважають за потрібне [6]. «Я особливо боюся за молоде покоління письменників. Натовп анонімних лінчувальників може накинутися в мережі та зробити твоє життя нещасним», – сказав Ішігуро.

Висновок. Сучасна ситуація змушує, як журналістів, так і інших публічних осіб особливо уважно стежити за висловлюваннями. Будь-яка нетипова думка може зародити хвилю критики, що негативно вплине на репутацію. Цей факт не відмінює того, що працівник мас-медіа завжди повинен діяти в межах Конституції України та «Кодексу етики українського журналіста», а не на догоду громадським настроям. Презумпція невинуватості відіграє в діяльності працівника ЗМІ надважливу роль, про що написано у четвертому пункті вищезгаданого кодексу – «Журналіст не може називати людину злочинцем до відповідного рішення суду». Тому достатньою нагодою для журналіста вважати, що персонаж публікації зробив щось очевидно погане, може бути лише офіційне підтвердження, а не думка користувачів соціальних мереж.

Література:

1. Elan P. Teen Vogue's new editor resigns over past anti-Asian and homophobic tweets. 18.03.2021. URL : <https://amp.theguardian.com/media/2021/mar/18/teen-vogue-editor-resigns-alexi-mccammond-tweets>
2. Covie T. Cancel culture is the Macquarie Dictionary's word of the year for 2019. 02.12.2019. URL : <https://www.smh.com.au/culture/books/cancel-culture-is-the-macquarie-dictionary-s-word-of-the-year-for-2019-20191202-p53fzy.html>
3. Низеенко Е. Есть над чем работать: Зачем нужен феминизм в XXI веке. 21.12.2019. URL : <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/223215-feminism>
4. Горчинская А. Кто борется с преступностью, тот ее и крышует. Скандальный Илья Кива рассказывает, как наркодилеры делают бизнес с депутатами, мили-



цией и прокурорами. 11.02.2016. URL : <https://nv.ua/publications/kto-boretsja-s-prestupnostju-tot-ee-i-kryshuet-skandalnyj-ilja-kiva-rasskazyvaet-kak-narkodilery-delajut-biznes-s-deputatami-militsiej-i-prokurorami-96841.html>

5. A Letter on Justice and Open Debate. 07.07.2020. URL : <https://harpers.org/a-letter-on-justice-and-open-debate/>

6. Jones R. Sir Kazuo Ishiguro warns of young authors self-censoring out of «fear». 01.03.2021. URL : <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-56208347>



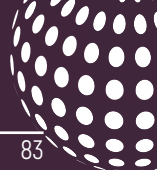
Мельничук Ю. Г.,
кафедра журналістики
Чернівецького національного
університету імені Юрія Федьковича
Чернівці

ПРАВА ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ В РЕЦЕПЦІЇ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ М. ЧЕРНІВЦІВ (НА ПРИКЛАДІ ОНЛАЙН-ЗМІ «ШПАЛЬТА» ТА «МОЛОДИЙ БУКОВИНЕЦЬ»

Сприйняття інвалідності змінюється з кожним роком не лише в економічно успішних державах, а й в Україні, хоча темпи усвідомлення того, що люди з інвалідністю – це, передусім, також люди – залишають бажати кращого. „Совкові” принципи мислення дуже важко зруйнувати просто тим, що частіше зустрічаєш на вулиці незрячих чи людей на візку, котрі самостійно дістаються в потрібне їм місце, бо ж спрацьовує установка: навіщо їм кудись ходити, можна сидіти в дома, вони ж отримують пенсію і т. д. Саме тому пришвидшити процес змін у людській свідомості повинні ЗМІ, адже українці все ж таки звикли першочергово сприймати інформацію, котру отримують з медій.

Наразі для журналістів існує безліч різних проектів, порад, курсів, що можуть допомогти зорієнтувати в правильному напрямку щодо висвітлення теми інвалідності. Український інфопростір помалу виробляє установки щодо коректного слововживання, правильної термінології, етичних моментів у роботі, проте питання захисту прав людей з інвалідністю в медіях піднімається значно рідше.

Більше того, багато медійників, не кажучи вже про пересічних громадян, навіть не уявляють, що в Україні ще з 6 березня 2010 р. є чинною Конвенція про права осіб з інвалідністю [1], а Кабінетом міністрів 1 серпня 2012 р. була прийнята постанова „Про затвердження Державної цільової програми „Національний план дій з реалізації Конвенції про права осіб з інвалідністю” на період до 2020 року [2]. 7 квітня 2021 р. Кабмін затвердив „Національний план дій з реалізації Конвенції про права осіб з інвалідністю



на період до 2025 року" [3], де в розділі II „Просвітно-виховна робота (стаття 8 Конвенції про права осіб з інвалідністю)” є апеляція безпосередньо до ЗМІ: „проведення інформаційних кампаній, спрямованих на підвищення рівня обізнаності громадян та представників засобів масової інформації про права і можливості осіб з інвалідністю та зменшення стереотипів щодо них, із залученням усіх суспільних інституцій, у тому числі громадських об’єднань осіб з інвалідністю” [3].

Попри офіційне законодавство в Україні є багато матеріалів для медійників, котрі допоможуть підготувати грамотний матеріал про специфіку висвітлення прав осіб з інвалідністю. До прикладу, чітко сформульовані поради для ЗМІ як рушійної сили змін у посібнику з інклюзивного прийняття рішень „Нічого для нас без нас”, де виокремлено наступні обов’язкові кроки: „висвітлювати державні процеси (інформувати); сприяти діалогу між державою та громадськими організаціями (організаціями людей з інвалідністю); збирати факти порушень прав людей з інвалідністю (історії людей, аналітичні матеріали, збір й обробка статистичних даних тощо); спонукати людей з інвалідністю до участі в інклюзивному прийнятті рішень; контролювати втілення політики й рішень; просувати соціальну модель інвалідності; руйнувати стереотипи щодо інвалідності через всебічне висвітлення цього питання; постійно оновлювати медійний процес – збільшувати частку людей з інвалідністю в ефірі/журналістських матеріалах, залучати їх до процесу виробництва (наприклад, у ролі монтажерів відео, продюсерів тощо); пропонувати глядачеві «нестандартні» життєві історії, які є реальними, але їх часто ігнорують” [4, с. 48]. У наведеному переліку найбільш важливим є те, що більшість рекомендацій стосуються саме аспекту захисту прав людей з інвалідністю, а не просто героїзації персонажа чи, навпаки, намагання викликати жаль в аудиторії, адже саме в такому стилі працюють наразі більшість наших медій.

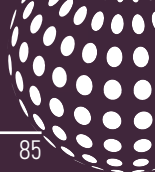
Не є винятком у цьому плані й ЗМІ Чернівців, адже висвітлення механізмів захисту прав осіб з інвалідністю є темою не надто популярною, хіба що, як всі ми звикли, раз на рік до Міжнародного дня людей з інвалідністю 3 грудня таких матеріалів можна знайти більше. Проте наразі є позитивні зрушення в цьому напрямку, хоча відбуваються вони зусиллями громадських організацій, журналісти, на жаль, не є основною рушійною силою, хоча без них провести успішну кампанію було б не можливо. Зокрема ГО „Чернівецьке об’єднання „Захист” [5] в рамках реалізації проекту „Захист

прав людини у Чернівецькій області" за підтримки IM Swedish Development Partner (Молдова) співпрацює з чернівецькими Інтернет-виданнями „Шпальта” та „Молодий буковинець”. Результатом цієї співпраці є низка публікацій, що покликані сприяти захисту прав людей з інвалідністю.

Інформаційний портал „Молодий буковинець” [6] позиціонує себе як найбільший і найпопулярніший новинний інтернет-сайт Чернівецької області, оскільки за даними Google Analytics читацька аудиторія сайту в березні 2020 року склала 1,2 млн відвідувачів. На сайті „МБ” ми зафіксували три матеріали, що стосуються теми прав людей з інвалідністю: „Чи доступна вища освіта людям з інвалідністю та людям з особливими освітніми потребами?” (<https://molbuk.ua/news/188315-chy-dostupna-vyscha-osvitalyudyam-z-invalidnistyu-ta-lyudyam-z-osoblyvymy-osvitnimy-potrebamy.html>), „Що змінила інклюзивна освіта у школах?” (<https://molbuk.ua/news/188873-scho-zminyla-inklyuzivna-osvita-u-shkolakh.html>), „Чи важко влаштуватися людям з інвалідністю на роботу і скільки таких людей у нас працює?” (<https://molbuk.ua/news/189484-chy-vazhko-vlashtuvatsyaludyam-z-invalidnistyu-na-robotu-i-skilky-takyyh-lyudey-u-nas-pracyuye.html>). Усі вони опубліковані з приміткою „Стаття створена в рамках реалізації проєкту „Захист прав людини у Чернівецькій області”, який реалізує ГО Чернівецьке об’єднання „Захист” за підтримки IM Swedish Development Partner”. Зауважимо, що в контексті Конвенції про права осіб з інвалідністю згадані матеріали стосуються права на освіту (ст. 24) та права на працю та зайнятість (ст. 27).

Натомість значно більше публікацій щодо захисту прав людей з інвалідністю фіксуємо на сайті „Шпальти”. Про себе це зовсім молоде ще Інтернет-видання пише наступним чином: „Шпальта – це сучасне онлайн-медіа із власним стилем, яке базується у Чернівцях. Шпальта – це не регіональне медіа, у звичному розумінні слова „регіональне”. Шпальта – це українське медіа із Чернівців” [7]. Метою своєї діяльності редакція вказує не рейтинговість, а виконання просвітницької місії з орієнтацією на те, щоб після їхніх публікацій відбувались зміни.

Варто відразу ж зауважити, що в рамках згаданого проєкту з ГО „Захист” „Шпальта” підготувала 9 публікацій: „Не грайся з нею”. Як у Чернівцях сприймають людей з інвалідністю” (<https://shpalt.media/2019/12/31/yak-u-chernivcyah-spriymayut-lyudej-z-invalidnistyu-foto/>), „Екстремальний вид спорту. Чи доступні у Чернівцях тролейбуси для людей з інва-



лідністю" (<https://shpalta.media/2019/12/29/chi-dostupni-u-chernivcyax-trolejbusi-dlya-lyudej-z-invalidnistyu/>), „Недоступні Чернівці. Інтерв'ю з Любов'ю Свіріденко про проблеми людей з інвалідністю" (<https://shpalta.media/2019/12/24/nedostupni-chernivci-intervyu-z-lyubovyu-sviridenko-pro-problemi-lyudej-z-invalidnistyu/>), „Без пандусів, ліфтів та оглядових кабінетів. Чи доступні у Чернівцях медзаклади для людей з інвалідністю" (<https://shpalta.media/2019/12/26/naskilki-dostupnimi-u-chernivcyax-ye-medichni-zakladi-dlya-lyudej-z-invalidnistyu/>), „Наскільки доступна тротуарна мережа у Чернівцях для людей з інвалідністю" (<https://shpalta.media/2019/12/28/naskilki-dostupna-trotuarna-merezha-u-chernivcyax-dlya-lyudej-z-invalidnistyu-foto/>), „Бути мамою особливої дитини. Інтерв'ю з Тетяною Д'яченко" (<https://shpalta.media/2019/12/13/buti-mamoyu-osoblivoi-ditini-intervyu-z-chernivchankoyu-tetyanoyu-dyachenko/>), „Життя у сутінках. Як живуть незрячі у Чернівцях" (<https://shpalta.media/2020/12/15/zhittya-u-sutinkakh-yak-zhivut-nezryachi-u-chernivcyax/>), „Є над чим працювати: наскільки доступними є Чернівці для нечуючих людей" (<https://shpalta.media/2020/12/31/ye-nad-chim-pracyuvati-naskilki-dostupnimi-ye-chernivci-dlya-nechuyuchix-lyudej/>), „Доступність та інклюзія стає трендом". Як громадські активісти у Чернівцях будують інклюзивне суспільство" (<https://shpalta.media/2020/12/28/dostupnist-ta-inklyuziya-staye-trendom-yak-gromadski-aktivisti-u-chernivcyax-buduyut-inklyuzivne-suspilstvo/>). В останньому матеріалі представники ГО „Чернівецьке об'єднання „Захист" розповідають про свою діяльність, зокрема й про реалізацію проєктів – „Захист прав людини в Чернівцях", „Інклюзивні робочі місця для осіб з інвалідністю", „Доступні 5 площ міста Чернівців", „Доступний МСЕК для людей з інвалідністю".

Коло аспектів прав, про які йдеться в цих матеріалах, тут уже значно ширше: право на рівність і недискримінацію (ст. 5), тема прав дітей з інвалідністю (ст. 7), просвітно-виховна робота (ст. 8), право на доступність (ст. 9), право на життя (ст. 10), право на індивідуальну мобільність (ст. 20), право на здоров'я (ст. 25).

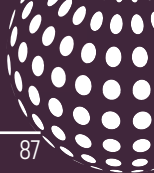
Важливо, що і в „Молодому буковинці", і в „Шпальті" публікації виконані з дотриманням журналістських стандартів та з урахуванням специфіки слововживання, відсутня дискримінаційна лексика чи мова ворожнечі. Проте якщо „Молодий буковинець" надалі тему прав людей із інвалідністю не розвивав, то „Шпальта" продовжила працювати в цьому напрямку, враховуючи останні тенденції в суспільстві.

До прикладу, ми фіксуємо не лише матеріали, що стосуються Буковини, а й України загалом, а також і міжнародні новини зі сфери прав людини. Зокрема це видно з наступних публікацій:

1) правозахисні події в світі: „Uber зобов'язали заплатити незрячій пасажирці 1,1 мільйона доларів: чому” (<https://shpalta.media/2021/04/06/uber-zobov'yazav-zaplatiti-nezryachij-pasazhirci-11-miljona-dolariv-chomu/>), „iPhone 12 Pro дозволяє незрячим людям „бачити” оточуючих” (<https://shpalta.media/2020/10/31/iphone-12-pro-dozvol'yaye-nezryachim-lyudyam-bachiti-otochuuyuchix/>);

2) всеукраїнські події зі сфери прав людини: „В Україні створять електронний кабінет особи з інвалідністю” (<https://shpalta.media/2021/04/05/v-ukraini-stvoryat-elektronnij-kabinet-osobi-z-invalidnistyu/>), „В Україні створять туристичний маршрут для незрячих людей” (<https://shpalta.media/2021/04/15/v-ukraini-stvoryat-turistichnij-marshrut-dlya-nezryachix-lyudej/>), „Мінцифри презентувало інклюзивний освітній серіал про цифрові технології для людей з інвалідністю” (<https://shpalta.media/2020/12/22/mincifri-prezentovali-inklyuzivnij-osvitnij-serial-pro-cifrovi-texnologii-dlya-lyudej-z-invalidnistyu/>), „В Україні „Гаррі Поттера” надрукували шрифтом Брайля” (<https://shpalta.media/2020/11/19/v-ukraini-garri-pottera-nadrukuvali-shriftom-brajlya/>);

3) права людини на Буковині: „На провулку Ентузіастів облаштують маршрут для незрячих” (<https://shpalta.media/2019/12/12/na-provulku-entuziastiv-u-chernivcyah-oblashtuyut-marshrut-dlya-nezryachix/>), „Флешмоб кольорових шарпеток. Чернівчан запрошують підтримати людей з синдромом Дауна” (<https://shpalta.media/2019/03/18/u-chernivcyah-vidbudetsya-fleshmob-kolorovix-shkarpetok/>), „Портрети дітей із синдромом Дауна: у Чернівцях відкрили фотовиставку” (<https://shpalta.media/2021/03/21/portreti-ditej-iz-sindromom-dauna-u-chernivcyah-vidkrili-fotovistavku/>), Чому саме я? Чернівчан запрошують на інклюзивну виставу” (<https://shpalta.media/2019/04/30/chomu-same-ya-chernivchan-zaproshuyut-na-inklyuzivnu-vistavu/>), „На Буковині призначили уповноважену з прав осіб з інвалідністю. Хто така Валентина Добридіна” (<https://shpalta.media/2020/12/03/na-bukovini-naznachiti-upovnovazhenu-z-prav-osib-z-invalidnistyu-xto-taka-valentina-dobridina/>), „У мене інвалідність, але я хочу на вибори”: як перевірити інклюзивність вашої дільниці” (<https://shpalta.media/2020/10/21/u-mene-invalidnist-ale-ya-xochu-na-vibori-yak->



pereviriti-inklyuzivnist-vashoi-dilnici/). Особливо прикметним є саме останній матеріал, оскільки по-перше, права осіб з інвалідністю в період виборів загалом у ЗМІ Чернівців не висвітлювались ніколи, а тут ще й є посилення на організацію „Fight for right” з пропозицією дізнатися більше про свої права. Не менш приємним є й той факт, що авторами згаданих публікацій є колишні та нинішні студенти кафедри журналістики ЧНУ, а саме Діана Ватаман, Іванна Шевчук, Олексій Яковійчук та ін.

Зважаючи на таку позитивну тенденцію в „Шпальті” щодо висвітлення прав людей з інвалідністю, дуже хочеться вірити, що помалу темою зацікавляться й інші ЗМІ, щоб змінювати світ на краще, а не просто гнатись за рейтинговими матеріалами. Інвалідність – це не лише розповіді про важке буття чи, навпаки, досягнення в чомусь, це й усвідомлення того, що, маючи такий статус, аж ніяк не перестаєш бути людиною. Тому для медійників це лише початок шляху, аби досягти результатів і, врешті-решт, змусити розуміти пересічного громадянина, що знати свої права й уміти їх відстоювати – дуже важливо.

Література

1. Конвенція про права осіб з інвалідністю // https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71#Text
2. Про затвердження Національного плану дій з реалізації Конвенції про права осіб з інвалідністю на період до 2025 року // <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnogo-pla-a285r>
3. Про затвердження Державної цільової програми “Національний план дій з реалізації Конвенції про права осіб з інвалідністю” на період до 2020 року // <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/706-2012-n#Text>
4. Нічого для нас без нас: Посібник з інклюзивного прийняття рішень для засобів масової інформації / За загальною редакцією Виртосу І.Г. Упорядники: Азін В.О., Байда Л.Ю., Госс Н., Ждан П.М., Флетчер А. – К: Ленвіт: 2015. – 92 с.
5. Громадська організація „Чернівецьке об’єднання „Захист” // <http://www.zahystcv.org>
6. Інформаційний портал „Молодий буковинець” // <https://molbuk.ua>
7. Шпальта // <https://shpalta.media>



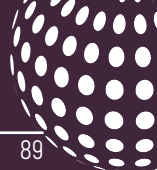
Лашкіна М. Г.,

психолог-конфліктолог, кандидат наук державного управління, доцент кафедри журналістики, реклами і зв'язків з громадськістю, факультет міжнародних відносин, Національний авіаційний університет Київ

ЖУРНАЛІСТ В КОНФЛІКТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: МІЖ ПРАВАМИ ЛЮДИНИ, ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ТА СЕНСАЦІЄЮ

Існування людства завжди характеризувалося різного роду протистояннями, конкуренцією, війнами та конфліктами. Сучасний світ поки що неможливий без протистояння позицій та поглядів, а загальні тенденції провокування страху перед майбутнім, пандемія та нестача ресурсів на планеті провокують ці протистояння. Наслідком цього є суперечки та конфлікти різного ґатунку, які виникають як в середині різних країн так і в міжнародному середовищі. Деякі конфлікти є дуже тривалими в часі, можуть бути сплячими, або замороженими, але за певних умов розгораються з новою силою. Розвиток інформаційних технологій, соціальних мереж, поява месенджерів та мультимедійних платформ для розповсюдження інформації створює сприятливе середовище для вірусного розповсюдження контенту про події в світі. А особливість існування засобів масової інформації за принципом новиною є те, що «людина вкусила собаку» ставить на перші шпальти в новинах історії про війни, конфлікти, протистояння в різних частинах світу.

Як свідчать політологи, впродовж останніх 5,5 тис. років людство жило в мирі щонайбільше 300 років. За цей час на нашій планеті відбулося 14,5 тис. воєн (з них дві світові), у яких загинуло 3,6 млрд осіб. За роки, що минули після закінчення Другої світової війни, у світі відбулося понад 250 воєн, у яких брали участь понад 90 держав, а людські втрати становили понад 35 млрд осіб. Водночас, в середині ХХ ст. виникла певна тенденція до зниження загальної кількості конфліктів на планеті, але проблема їх мирного врегулювання, а значить і висвітлення у ЗМІ, не знято з порядку денного [1]. Кінець ХХ і початок ХХІ ст. характеризується низкою серйоз-



них міжнародних криз, які безумовно посилюють міжнародне напруження (Геноцид в Руанді, Ємен, Косово, Чечня, Афганістан, Ірак, Грузія, Україна, Азербайджан, Вірменія тощо). Фахівці називають основними причинами міжнародних конфліктів: недосконалість людської природи; бідність та нерівність у добробуті народів різних країн; соціально-економічний та політичний лад держави, рівень її культури і цивілізованості; невпорядкованість міжнародних стосунків тощо. Якими б не були причини виникнення, професійне висвітлення в медіа цих подій потребує певного освітнього рівня та глибинного вивчення.

Крім міжнародних та військових конфліктів, в різних куточках планети постійно спалахують міжнаціональні конфлікти, які проявляються у ненависті до різних етносів, що мешкають на одній землі, громадянських війнах, етнічних чистках, та, навіть, геноцидах. Треба зазначити, що практика вивчення міжнаціональних конфліктів в середині однієї країни, свідчить, що причини їх виникнення часто спровоковані маніпуляціями та стереотипним сприйняттям різних етносів, що розповсюджуються в медіа.

Для України тематика висвітлення конфліктів та роботи журналістів в умовах збройного конфлікту є важливою і актуальною, оскільки українське суспільство строкате, різнобарвне, активне та має багато проблем в середині багатонаціонального конгломерату. До всього вищеперерахованого з 2014 року додався ще й збройний конфлікт з агресивним сусідом.

Засоби масової інформації вимушені звертати увагу своїх читачів та глядачів на теми конфліктів та несправедливості в світі. Водночас, при висвітленні таких подій мають дотримуватися обережності у висловленнях, рівноваги та балансу. На жаль, не завжди ми маємо позитивні приклади роботи журналістів. З появою соціальних мереж і можливістю вірусного розповсюдження контенту, на суспільство виливається шквал непрофесійного контенту та емоційнозабарвленої інформації. Це призводить до напруження, розширення агресивних настроїв в суспільстві, створення умов для нетерпимості та ненависті.

В більшості випадків відповідальність за посилення соціальної напруги в міжнаціональних та міжнародних конфліктах лежить на політичних елітах, непорядних та агресивних радикально налаштованих лідерах громадської думки та ораторах, популістах-політиках тощо. Водночас, часто, на жаль, роздмухувачами суспільної агресії та напруження виступають медіа. Тому на питання, хто має відповідати за маніпулювання суспільною

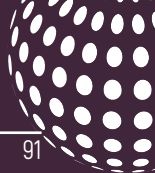


свідомістю, використання стереотипів, створення «образу ворога» та протистояння до людей різних етносів в середині країни або на міжнародній арені, політики-популісти або журналісти, які їх транслюють, можна сказати, що тут є спільна відповідальність.

Існує також проблема специфічної побудови інформаційного простору України, де багато загальнонаціональних каналів, які мають високий рейтинг популярності у глядачів, належать фінансово-промисловим групам. Редакції в них часто не мають угод з власниками, тому останні можуть впливати на контент, а стандарти професійної журналістики порушуватися. Учасники політичних дискусій на цих каналах можуть дозволити собі використовувати мову ненависті, розповсюдження стереотипів про представників інших етнічних груп, маніпуляції та брехню. За результатами опитування USAD_Internews щодо споживання медіа у 2020 році, 62% українців отримують новини із соціальних мереж, а з телебачення 52% (у 2019 було 66%). Серед тих, хто споживає новини не тільки з соцмереж, а і з традиційних ЗМІ, більшість дивляться новини з національного телебачення – 95%, з національних сайтів – 84%, з національного радіо – 82% [2]. Ці цифри свідчать про все ще високий рівень популярності телевізійних новин у споживачів, а збільшення людей, які дивляться новини в соцмережах вимагає крос-медійної активності професійної журналістики.

Журналісти несуть великий тягар відповідальності перед суспільством щодо своєчасного інформування, але мають розуміти також і всю відповідальність за наслідки інформації, яку вони розповсюджують. При висвітленні конфліктів, зокрема в середині суспільства, де існують і співмешкають різні етноси, спеціалісти радять: - не використовувати емоційне забарвлення; - уникати зайвих узагальнень, переносів негативних подій або порушень законодавства одним представником на весь етнос; - не використовувати стереотипів, особливо негативних; - не надавати суб'єктивні оцінки та не транслювати такі оцінки від ньюзмейкерів; - не використовувати образливі формулювання, загрозливу лексику; - намагатися уникати підходів подвійних стандартів.

Професіоналізм журналіста також має ґрунтуватися на глибокому зануренні та вивчені проблеми. Важливо також отримувати інформацію про конфліктну ситуацію з різних сторін, використовувати думки спеціалістів, а не транслювати представників протидіючих сторін. Будь-яка конфліктна ситуація, будь то міжнародний військовий конфлікт, або етнічний конфлікт



в середині однієї країни, або політичний конфлікт, потребує вдумливого і уважного вивчення проблеми, занурення в ситуацію. В таких випадках немає і не може бути гонитви за ексклюзивністю або сенсаційністю, що також є природнім для професійного журналіста.

Дослідження виникнення етнічних конфліктів свідчать, що важливу роль у підготовки різних етнічних груп до протистояння грає їх сприйняття в суспільній свідомості, приєднання до своєї групи, визначення «свій-чужий». Якщо члени однієї етнічної групи вже мають певний комплекс жертви, або відчують загрозу, вони скоріше будуть вірити чуткам і попереджати насильницькі дії. З таких дій часто і починаються етнічні конфлікти, вони виправдовуються самозахистом, превентивними діями тощо. Журналіст в таких випадках може стати тим, хто допоможе розсіяти паніку, або знизити відчуття агресії та загрози.

Отже, можемо зробити висновок, що для журналіста, який працює в нестабільному конфліктному світі важливо мати знання про роботу в умовах різних типів конфліктів. Для того, аби грамотно висвітлювати конфліктні питання, журналісту треба знати особливості масової та етнічної психології, поведінки в умовах конфлікту, стандарти діяльності журналіста, володіти термінологією й розбиратися у використанні визначень в своїй роботі. Тому перед розглядом конфліктної ситуації та написанням матеріалу про неї, необхідно уважно вивчити дефініції й підібрати правильні слова. Наприклад, використовувати слова та визначення, що стосуються висвітлення збройної агресії в Україні, які акумульовані у словнику «Збройний конфлікт у термінах. (Путівник для України)», підготовленому Міністерством з питань тимчасово окупованих територій спільно з професійним журналістським середовище спеціально для допомоги медіа у висвітленні конфліктів. [3].

Література

1. Політологія. Підручник. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://pidru4niki.com/18800413/politologiya/mizhnarodni_konflikti_ponyattya_prichini_zasobi_metodi_vregulyuvannya#16 [час звернення 29.04.2021]
2. Щорічне опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/181602/2020-Media-Consumption-Survey-FULL-FIN-Ukr.pdf> [час звернення 30.04.2021]
3. Дуцик Д., Черниш В., Вороніна В., Рюче Н., Мороз І., Паперняк О., Калупаха І. АБВ. Збройний конфлікт у термінах (Путівник для України)/ Міністерство з питань тимчасово окупованих територій та внутрішньо переміщених осіб. – К., 2019 – 90 с.



Расулова С. А.,

студентка кафедри журналістики

Науковий керівник: **Усманова О. В.,**

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри журналістики,

Запорізький національний університет,

Запоріжжя

МЕДІА ЯК ФОРМУЮЧИЙ ФАКТОР ДОТРИМАННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Дотримання прав і свобод людини – це важливе питання для нашого суспільства. Саме через ці засади людина отримує відчуття захищеності та впевненості в повсякденному житті. Невипадково журналістику називають четвертою владою, бо саме ця рушійна сила у змозі боротися за права суспільства.

На жаль, наше суспільство недостатньо обізнане у правовій сфері, що ущільнює наше життя й обмежує наші дії, які здебільшого цілком правомірні. Проблема постає тоді, коли через певні чинники в соціумі, суспільство перестає розуміти, де обмежують його свободу, а де ні. Така ситуація веде до повної недовіри до держави, а надалі й до порушення закону.

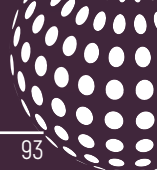
Зрозумівши, що медіа може протистояти порушенням прав, ми можемо говорити про вплив масовості на ті чи інші процеси.

Великі масиви інформації, що вирують у медіапросторі, зображують нам те, що на сьогодні, порушень прав та свобод людей дуже багато. Саме тому ми вважаємо доцільним говорити про актуальність дослідження.

Мета роботи: проаналізувати вплив медіа на дотримання прав та свобод людини.

Методологічну і теоретичну основу дослідження складають праці таких дослідників: Марек Новіцький, В. Іванов, В. Сердюк, Л. Пономаренко, В. Федорчук, Г. Лазутіна, О. Кузнецова.

Польський правозахисник Марек Новіцький зазначає, що права і свободи людини «... це щит, що прикриває нас, нашу людську гідність від по-



сягання державою. Права Людини не в змозі надати нам гарантії, що нас будуть любити і плекати, не гарантують ні щастя в житті, ні справедливості або хоча б найменшого достатку – вони лише захищають нас від приниження і зазіхань на нашу гідність і то лише збоку одного, але найсильнішого порушника, тобто, державної влади, що в демократії означає волю більшості» [7].

Отож, масовість, що представляє собою медіа, здатна впливати та керувати суспільними процесами.

Висвітлюючи факти дійсності і формуючи суспільну думку, медіа у своїй діяльності керуються правовими нормами. Якщо такі порушення зустрічаються в суспільстві, ЗМІ обов'язково їх висвітлюють і це слугує своєрідним врегульовуючим інститутом, що виховує людей, та спонукає бути свідомими й поважати людські цінності. Засобів масової інформації існує велика кількість і враховуючи Закон України «Про реформування державних ЗМІ», можна говорити про те, що не всі вони медіа керуються правом, більшість з них навпаки, провокують суспільство до певних порушень. Аналізуючи порядки реформування та порушення засобами масової інформації своїх редакційних статутів, Законів України, свободу ЗМІ та багато іншого, говорити про медіа як четверту владу, на жаль, не можна. Про цю низку проблемних питань, що потребували законодавчого врегулювання, можна ознайомитися у звіті процесу реформування [3].

Дослідники В. Іванов, В. Сердюк, Л. Пономаренко, В. Федорчук та ін. вважають, що суспільство перебуває у стані, коли «девальвуються цінності, ідеали наповнені новим змістом, у якому майже немає духовності», з'являються псевдоцінності [1]. Медіа, змінюючи формати та ганяючись за сенсаціями, знижують свій етичний рівень, тим самим привчаючи аудиторію до низьких моральних якостей. На нашу думку, медіа формують у свідомості населення приклад поведінки та заохочують його до дій. Тому те, до яких наслідків в суспільстві це може призвести, залежить від ЗМІ.

Журналістика, як четверта влада, впливає на дотримання прав та свобод людей. Дослідниця Г. Лазутіна виокремлює три журналістські процеси: самоорганізацію, самоконтроль і саморегулювання, в яких журналіст робить свій моральний вибір [4].

Дослідниця О. Кузнецова наголошує що «суть демократичного ціннісно-етичного регулювання журналістської діяльності – в саморегулюванні, до якого можна віднести корпоративне, редакційне та індивідуальне ре-



гулювання проблем моралі, порушених у ЗМІ» [6]. Кожен працівник медіа повинен відповідально ставитися до виконання редакційних завдань, аби не порушувати закон та захищати права і свободи кожного.

Медіа провокують до виникнення суспільної думки, впливають та керують суспільними процесами, а це можливо лише в демократичному суспільстві. Тобто, державу формують люди, їх думки та поведінка.

Розглянемо поняття «демократична держава». Відповідно статті 8 Конституції України, демократичною державою називається держава, де визнається і діє принцип верховенства права [2].

Отож, саме право є верхньою ланкою такого суспільства і створює демократію, а не навпаки.

Деякі вчені зауважують, що «...демократія коштовна, бо вимагає утримання численних інституцій, витрат на вибори тощо» [5].

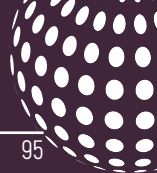
Якщо подивитися на демократію зі сторони медіа, то дотримання журналістами правових норм частково залежить і від фінансової складової. Так, достатнє забезпечення творчого колективу впливає на рівень їх професійності та дотримання ними певних стандартів. Часто, наприклад, у політичних матеріалах, можна зустріти спроби підкупу журналістів, пропаганду певних думок та спонукання до дій. Упередженість думок журналістів порушує Закон України, згідно з яким, зобов'язана існувати редакційна незалежність від державних, політичних та інших інституцій.

Те, яким чином медіа можуть впливати на правову сферу, врівноважувати її та закликати до розвитку високих моральних цінностей та поваги до держави – це фундаментальне питання цього дослідження.

З одного боку, медіа справляють значний позитивний вплив у правове поле, висвітлюючи порушення свобод та викриваючи, тим самим, неприпустимі дії з боку певних структур. З іншого боку, зміна форматів, що відбувається наразі в медіа, призводить до зниження моральних стандартів, привчаючи аудиторію до знецінення існуючих норм.

Аналізуючи ситуацію дотримання прав та свобод людини, можна зробити висновок, що на це впливає низка факторів. Права та свободи громадян України створюють демократичну державу, в якій медіа представляють неупередженість думок, в яких зважено відбувається висвітлення суспільних подій.

Права та свободи громадян України – це система, в якій тісно переплітаються матеріальні та духовні блага. Саме правова грамотність сприяє



незалежності кожного українця, вільного самовизначення, вибору та реалізації своїх інтересів.

Сучасні медіа повинні «існувати в ім'я людей, а не влади, партій, блоків чи комерційних структур... Вища мета журналістики – щастя й повноцінне життя людей. Святий обов'язок українського демократичного журналіста – робити особу людиною, соціальною, вчити гуманно ставитися до інших» [6].

Література

1. В. Іванов, В. Сердюк. Журналістська етика : Підручн. К. : Вища шк. 2006. 231 с.
2. Верховна Рада України : Конституція України. Стаття 8. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text> (дата звернення 24.06.2021).
3. Державний комітет телебачення і радіомовлення України : звіт за результатами проведення моніторингу процесу реформування друкованих засобів масової інформації та редакцій. URL: http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=152342&cat_id=126285 (дата звернення 26.04.2021).
4. І. Виртос, К. Шендеровський. Права людини та мас-медіа в Україні : збірник конспектів лекцій. – Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. 2018. – 61 с. URL: <file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/Digest-p.pdf> (дата звернення 26.04.2021).
5. К. Лозінські. Скорочений переклад А. Вишняускаса : Універсальність прав людини і відмінності в культурі, традиціях та історичному досвіді. – 2000. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n21texts/lozinski.htm> (дата звернення 24.06.2021).
6. Л. Наумова. Документалістика: Телевізійний вимір. Мистецтво, історія, сучасність, теорія. – 2009. – Вип. 6. – 4, 247-254 с.
7. М. Новицький. Інформаційне агентство «УНІАН» : «Закон – кордон, а не інструмент влади». URL: <https://www.unian.ua/human-rights/411598-marek-novitskiy-zakon-kordon-a-ne-instrument-vladi.html> (дата звернення 27.04.2021).



Терещенко К. В.,

студентка 3-го курсу спеціальність «журналістика»
Інституту права, психології та інноваційної
освіти Національного університету
«Львівська політехніка»

Науковий керівник: завідувач кафедри ЖЗМК
Національного університету «Львівська політехніка»
к.н. із с.к., доцент **Галаджун З.В.**

ОЦІНОЧНІ СУДЖЕННЯ У ВИСВІТЛЕННІ ЧУТЛИВО-КОНФЛІКТНИХ ТЕМ

Стандарти журналістики – це підґрунтя якісного матеріалу будь-якого ЗМІ. Коли журналіст нехтує ними, то суспільноважливий продукт його діяльності перетворюється на відображення обраної мети впливу. Основні завдання таких неякісних матеріалів – свідомий дисбаланс громадської думки та її викривлення заради власних інтересів. Крім того, порушення журналістських стандартів часто відбувається заради комерційних цілей: реклами чи піару якогось об'єкту [1]. Також подібні дії можуть здійснюватися заради маніпуляції, де саме психологічний тиск є кінцевою метою.

Вживання оціночних суджень – порушення стандарту, яке супроводжується втратою об'єктивності й нівелюванням достовірності.

Оціночне судження – це висловлювання, що не має фактичного обґрунтування, але наділені критикою та оцінкою дій. Іноді подібні вирази наближаються до межі наклепу чи образи, але не є ними [2]. Найчастіше вони виражені за допомогою мовних засобів: гіпербол, алегорій, сатири, перефраз, повтори й т.д.

Загалом, уся сфера оцінок поділяється за базовим типом – хороший (ідеал, еталон) та поганий (невідповідний до еталону) [3].

Як відзначає дослідник І. Онищенко згідно мовної специфіки їх також можна поділити на:

- 1) позитивна / негативна / нейтральна оцінка;
- 2) абсолютна / порівняльна;



- 3) суб'єктивна / об'єктивна;
- 4) інтелектуально-логічна / емоційна / емоційно-інтелектуальна;
- 5) сенсорна / сублімована / раціоналістична;
- 6) оцінка, зумовлена конкретними поняттями / оцінка, зумовлена абстрактними поняттями [3].

Метою нашого дослідження є виокремлення оцінних суджень, що застосовуються з метою маніпуляції сприйняття аудиторією матеріалів на конфліктно-чутливі теми.

Об'єктом дослідження стали матеріали програми «Надзвичайні новини» на телеканалі ICTV за 2020-2021 рр.

Предмет дослідження є мовні способи вираження оцінних суджень у матеріалах програми «Надзвичайні новини».

Ми розпочали аналіз з сюжету за 26 квітня 2021 року. З його заголовку вже можна виявити ряд оціночних слів та висловів стосовно постраждалої героїні сюжету – «Налигалась і потягнуло політати - диво спасіння в Одесі» [4]. Етимологія слова «налигатись» стосується відразу декількох мов: праслов'янської, грецької, білоруської, польської й литовської. В межах розмовної мови означає «вжити багато алкоголю». Можливо, журналісти хотіли підсилити сенс сюжету, вплинути на підсвідомість глядача, щоб викликати його реакцію на подію вже з перших секунд. Водночас, це вибудовує негативний портрет головного персонажу сюжету, додаючи цьому висловлюванню дискримінаційного характеру. «Моторошний переполох» – це вислів, що прозвучав на третій секунді сюжету. Його раціональніше віднести до художньої стилістики та творів подібного характеру. З цього виразу розпочинається підводка ведучого, яка й описує інцидент, що стався. Під час дослідження цього сюжету ми не одноразово виявляли повтори конструкцій зі словом «моторошний». Ми вважаємо, що саме так журналісти намагались здійснити емоційний вплив на глядача, підсилити його відчуття страху й паніки, хоча розкриття історії ще й не почалось. З 0:14 по 0:18 можемо чути наступну фразу: «Над нею сидів хлопець. Він ридав і просив її не помирати». Слово «ридати» в цьому випадку використовується для емоційного підсилення і додаткового акценту, відводячи сенс повідомлення на другий план. Підсвідомо глядач перестане сприймати головного героя, як емоційно стійку людину. Такі вирази здатні дискримінувати людину за рисами характеру, принижуючи його перед споживачами телепродукту «Надзвичайні новини». На 0:50 звучить наступне оціночне



судження, що виглядає як протиріччя: «...моторошну й...зворушливу нічну картину». Як вже згадували раніше, «моторошний» ще не раз вживається протягом сюжету, набуваючи доволі маніпулятивного характеру. Адже поєднання методу емоційного впливу та повторення у висвітленні конфліктно-чутливих тем здатне сильно впливати на підсвідомість телеглядача й викликати неоднозначну реакцію.

Впродовж усього інформаційного повідомлення неодноразово журналісти застосовують слово «диво». Зважаючи на характер новини, слово можна вважати оціночним судженням. Якщо заглибитись в його етимологію, то воно має характер чогось дивовижного й позитивного. Автори сюжету вжили його для того, щоб перекрити загальну суперечливість історії. Ілюзія «щасливого кінця» немов завершує конфліктну лінію відео сюжету. Але повернемося на початок новини, точніше до її заголовку/титрів: «Сумний фінал підліткової вечірки» з'являється від початку 34 секунди. «Сумний» – це більш уособлена характеристика, що може доцільніше стосуватись опису людини. Якщо вже не зважати на попередньо згаданий факт, то виникає наступна суперечливість. Така оцінка ситуації, як «сумний фінал», підсвідомо сприймається негативно, тобто можуть бути значні жертви, навіть втрати. Але, як ми чуємо наприкінці відео, то дівчина уникла uszkodжень, відбувшись синцями й забоями [4].

Перейдемо до наступного сюжету за 22 квітня 2021 року «Язиком довела! Що такого можна ляпнути й одним махом позбутись двох кавалерів». Розпочати аналіз використання оціночних слів чи суджень можна відразу із заголовку. Без особливих старань, журналісти «Надзвичайних новин» відразу вибудовують негативний образ головної героїні, принижуючи її за ознакою риси характеру: «Язиком довела!» – це оціночне судження підсилене відповідною пунктуацією (знаком оклику). «Що такого можна ляпнути...» – це фраза, яку повноцінно можна вважати образою честі й гідності головної героїні, не залежно від її ролі та участі в цьому сюжеті [5]. «Жіночка, як кажуть, добалакалася» – відразу в першому реченні підводки помітні розмовні вислови, що не додають розсудливості й достовірності сюжету, а навпаки надають оцінки жінці, чим порушують журналістський стандарт щодо уникнення подібних суджень. Загалом в сюжеті розповідається про вбивство чоловіка. З першої хвилини, за допомогою висловів «барачний будинок», «...але друзям подобалося», «...на запрошення й не чекали...» журналістка починає натякати на неналежний стиль життя героїв відео –



пияцтво. «Збираються тут регулярно...» – звичайне речення, характер якого в сюжеті підсилено музикою з ефектом нагнітання. «Вона фліртувала, поки поруч сидів її кавалер» – в цьому випадку спостерігаємо недоречне вживання слова «кавалер». З першого погляду, воно відповідає прямому сенсу, описуючи чоловіка. Але подібний термін з «нежонатого, повнолітнього чоловіка» набуває зовсім іншого значення в даному випадку: слово вживається в розмовному стилі, негативно підкреслюючи загальний портрет героя. Оціночне судження здійснює емоційний вплив на підсвідомість глядача, посилюючи в його очах неналежний «статус» чоловіка головної героїні. «На 20 років молодший суперник впав, немов підкошений. Кров рясно залила підлогу» – констатує голос за кадром. Висвітлення теми насильства, в цьому випадку, стало майданчиком для дискримінації героїв за віковим критерієм. Більше того, особливого «антуражу» цьому текстовому фрагменту надає епітет «рясно», щоб показати глядачеві, як холодно-кровно поквитались з людиною, яка набагато молодша за кривдника. «... алкоголь того вечора купувала подруга дружини (прим. – головна героїня сюжету...)» – на третій хвилині сюжету увага з чоловіків різко переходить знову на жінку, яка стала причиною сварки. Фраза, що ніяким чином не пов'язується з контекстом сказаного раніше, набуває оціночного сенсу. Таким чином, журналісти намагались завуальовано звинуватити жінку в усіх подіях того вечора. Хоча, як згадувалось раніше, підозрюваним у скоєному смертельному нападі є чоловік героїні сюжету [5].

Продовжуючи тему часто вживаних оціночних суджень, ми звернули увагу на сюжет від 21 квітня 2021 року «Як кавалер у відставці намагався повернути кохану без телячих ніжностей з ножем для ковбаси У ГОРЛА». Вкотре варто розпочати із заголовка [6]. Повторне неправильне вживання терміну «кавалер» засвідчує про те, що журналісти застосували його заради активізації конфліктної дискусії, заклику до емоційної реакції в глядачів. «Навішування ярлика» виглядає немов насмішка з їх боку, а такі дії є невласливими для команди провідного каналу країни. На 0:44 – 0:46 можна спостерігати крупні плани місця події з закадровою начиткою, де до нашої уваги потрапило нове оціночне судження: «...страхітливої картини...». Невідповідність зображеного з озвученим текстом за кадром не дає якогось конкретного уявлення. Саме тому, розмитість «картини» в цьому випадку й підкреслюється оціночним епітетом «страхітливий». Глядач не спостерігає фактичного зображення дійсності, а значить стає легше вплинути на його



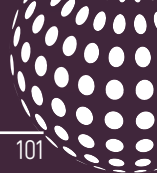
підсвідомість завдяки вживанню подібних виразів. Після першої хвилини відео розгортаються події із затриманням підозрюваного разом із ножем. І як стверджує журналістка, що на нападника «...сама поріzana жінка...». В цьому випадку, недоцільно вживати слово «поріzana» по відношенню до героїні сюжету. Доцільніше й раціональніше вжити термін «постраждала», адже вищезгадане слово вживають для опису продуктів харчування чи будь-яких інших неживих об'єктів, а у випадку такої ситуації воно звучить як емоційна оцінка. Вживання фразеологізмів є недопустимим у висвітленні кримінальних новин. З 2:02 до 2:09 можна почути один з таких – «без телячих ніжностей». Як і більшість досліджених вище оціночних слів, даний фразеологізм впливає на емоції глядача, даючи змогу через простий вираз поглинути швидше інформацію про тяжкий кримінальний злочин.

Отже, замість висновку можемо зазначити, що досліджуючи контент телепрограми «Надзвичайні новини» впродовж 2020-2021 років ми виявили, що найчастіше творці сюжетів вживають оцінні судження, що виражаються гіперболами, повторами просторічних конструкцій, алегоріями та фразеологізмами. Звертаючись до класифікації запропонованої І. Онищенко, то можемо відзначити, що у більшості випадків такі судження мають негативну конотацію. Залежно від реакції, яку журналісти бажають викликати в глядача, вони застосовують як абсолютні, так і порівняльні характеристики. Комбінація слів у судженнях авторів «Надзвичайних новин» є суб'єктивною та спрямованою на виникнення емоцій. Вживання оцінних суджень використовується заради конкретної мети – посилення впливу на підсвідоме сприйняття їх контенту у певному, заданому, журналістом сенсі. Поеднання подібних виразів з рядом маніпулятивних прийомів активізує в телеглядачів реакцію на чутливо-конфліктну історію, при цьому порушуючи стандарт об'єктивності.

Дослідження конкретних журналістських матеріалів на предмет мовного вираження оцінних суджень є важливим в контексті розуміння дотримання/не дотримання стандартів певними творчими працівниками ЗМІ, а також як виокремлення випадків та видів маніпуляцій задля досягнення мети матеріалу.

Література

1. Журналістські стандарти: інформаційна довідка [Електронний ресурс] // ІМІ. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: [<https://imi.org.ua/monitorings/jurnalistiski-standarti-informatsiyna-dovidka-i28623>].



2. Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-XII [Електронний ресурс]. – 1992. – Режим доступу до ресурсу: [<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-XII>].

3. Онищенко І. В. Категорія оцінки та засоби її вираження в публіцистичних та інформаційних текстах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Онищенко Ірина Володимирівна – Дніпропетровськ, 2004. – 23 с.

4. Налигалась і потягнуло політати - диво спасіння в Одесі [Електронний ресурс] // Сюжет «Надзвичайні новини». – 2021. – Режим доступу до ресурсу: [<https://www.youtube.com/watch?v=fqu8hqfj6Go>].

5. Язиком довела! Що такого можна ляпнути і одним махом позбутися обох кавалерів [Електронний ресурс] // Сюжет «Надзвичайні новини». – 2021. – Режим доступу до ресурсу: [<https://www.youtube.com/watch?v=COlBeZWUxPc&t=4s>].

6. Як кавалер у відставці намагався повернути кохану без телячих ніжностей з ножем для ковбаси У ГОРЛА [Електронний ресурс] // Сюжет «Надзвичайні новини». – 2021. – Режим доступу до ресурсу: [<https://www.youtube.com/watch?v=DPBx9ZL2eOU>].



Лакомська І. В.,

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Одеса

ПРОБЛЕМИ ЕЙДЖИЗМУ В АСПЕКТІ ЦІННОСТЕЙ ПРАВ ЛЮДИНИ

Поняття «ейджизм», тобто дискримінацію за віком, запропонував у 1969 році директор Національного інституту старіння США Роберт Батлер. Всесвітня організація охорони здоров'я визначає ейджизм як стереотип, упередження і дискримінацію людей за віковою ознакою. В Україні ейджизм є одним із найпоширеніших видів дискримінації, при цьому в різних сферах зайнятості вона проявляється як щодо осіб старшого віку, так і щодо молоді. По суті це обмеження прав людини, єдиною підставою для якого є вік, а не вміння, навички і здібності людини.

Дискримінація за віковою ознакою у сфері праці в Україні законодавчо заборонена. За законом в оголошеннях про вакансію не можна зазначати навіть обмеження щодо віку і статі кандидатів. Втім, багато громадян усе ще відчують на собі вікову дискримінацію і, як наслідок, стикаються зі складнощами в пошуку роботи [1].

Мета дослідження – з'ясувати основні тенденції ейджизму та механізмів захисту від нього в Україні. Реалізація мети передбачає вирішення таких завдань: проаналізувати наукові розвідки з питань вікової дискримінації; дослідити сучасні журналістські матеріали відповідної тематики та простежити механізми правового врегулювання проявів ейджизму, зокрема на ринку праці.

Питання дискримінації за ознакою віку є предметом досліджень таких вітчизняних та зарубіжних науковців: О. Березіна, А. Близнюк, В. Біскуп, О. Вашанова, М. Скімова, О. Каретна, Т. Коваль, І. Кресіна, І. Лагутіна, Ю. Лисенко, Л. Магдісюк, А. Мікляева, І. Сахарук, А. Трасклер, Г. Черненко, Н. Шевченко та ін.



Як зазначає М. Єкімова, вікова дискримінація може проявлятися щодо будь-якої когорти, у будь-якій сфері життєдіяльності суспільства. Вона виражається в оцінці можливості виконання людиною будь-якої ролі лише на підставі її віку. Людина може не отримати шанс набуття певного статусу і виконати свою роль, оскільки її біологічний вік вважається в суспільстві «невідповідним». Саме така абсолютизація вікових стереотипів є соціальною проблемою, оскільки спричиняє утиск прав людей, посилення нерівності, дисфункцій соціальних організацій та інститутів (через цілеспрямований перекис вікової структури) [2, 223].

Вивчаючи зазначену проблематику, Н. Сейко пояснює, що ейджизм це «дискримінація особи на підставі її належності до певної вікової групи, поширена як у формальних, так і в неформальних сферах життя суспільства. Проявляється в готовності адекватно сприймати і співпрацювати лише з людьми, які відповідають заздалегідь установленим віковим критеріям» [3].

Посилаючись на результати соціологічного дослідження агенції Info Sapiens, Ю. Теравська зауважує, що «застарий вік» – найчастіша причина дискримінації на роботі в Україні (так вважають 54% респондентів). Цікаво, що 49% респондентів, котрі взяли участь у тому ж дослідженні, вважають: роботодавці схильні брати на роботу молодих людей, навіть з невеликим досвідом [4].

Постає питання: що робити, якщо люди все ж стикаються з обмеженням щодо віку в оголошенні про вакансію? Юристка ГО «Трудові ініціативи» Інна Кудінська рекомендує подати скаргу електронною поштою або звичайним листом до Держпродспоживслужби (її територіальних органів), Уповноваженого з прав людини. Для цього потрібно зробити скріншот такої реклами або ж сфотографувати її, зафіксувавши точне місце її розміщення та дату. За словами правознавиці, якщо ви впевнені, що вас не беруть на роботу саме через вік, потрібно зробити такі кроки:

1) звернутися зі скаргою до державних органів, органів місцевого самоврядування та їхніх посадових осіб, Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини та/або до суду в порядку, визначеному законом (ст.14 Закону України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» [5]);

2) подати заяву працедавцю, аби той письмово обґрунтував відмову. Згідно із Законом України «Про звернення громадян» [6], роботодавець зобов'язаний відповісти. Якщо у його відповіді міститимуться факти дис-



кримінації, то варто звернутися до суду, а також до Уповноваженого з прав людини. Якщо в електронній переписці роботодавець зазначив, що не бере вас на певну посаду через ваш вік, то обов'язково збережіть це повідомлення. Воно стане ще одним доказом на вашу користь;

3) надати розголосу цій ситуації. Публікація в медіа або ж навіть на сторінці в фейсбуці може серйозно вплинути на репутацію компанії. До того ж, проблема стане суспільною і може підштовхнути внести зміни до законодавства [4].

Останній з наведених пунктів становить особливий інтерес, адже що у такому разі можуть зробити медіа? У своїй статті Ю. Теравська наводить слушний коментар виконавчої директорки ГО «Український інститут медіа та комунікації» Діани Дуцик, яка зазначає, що проблему ейджизму медійники мають висвітлювати коректно, не поширювати стереотипи, які хтось ретранслює, а натомість пояснювати аудиторії, що насправді значення має не вік, а професійний рівень [1].

Додамо, що медіапрацівникам, котрі висвітлюють тему вікової дискримінації, в основу своєї політики слід покласти підхід, який базується на правах людини, що формує універсальні передумови для вирішення багатьох протиріч та потребує від медіа фаховості та відповідальності.

Проаналізувавши матеріали українських друкованих та електронних видань, можемо стверджувати, що журналісти намагаються всебічно висвітлювати тему ейджизму та активно привертати увагу суспільства. Зокрема, цю тенденцію ілюструють такі заголовки: «Врода поза віком: у Тернополі організували незвичайну фотовиставку» (Україна молода, 10.03.2021) – оригінальна виставка світлин у рамках проекту «Антиейджизм» експонується у тернопільському Українському домі «Перемога».

Висвітлюють зазначену проблему й такі матеріали, як «Льодовиковий період у школах?» (Дзеркало тижня, 01.07.2020), де йдеться про звільнення вчителів пенсійного віку. Також привертає увагу й матеріал «Ейджизм по-українськи» (Дзеркало тижня, 26.12.2019), де автор статті Василь Костриця, консультант Державного центру зайнятості, національний координатор Міжнародної організації праці (1996–2013), розкриває проблему дискримінації людей похилого віку. У правовому полі цю проблему розглядають Матвейчук М. у статті «Мене дискримінували за віком при прийомі на роботу. Як із цим боротися?» (Хмарочос. 19.05.2020), Теравська В. «Українська журналістика і ейджизм» (MediaLab Online, 29.04.2021) та



матеріал «Ейджизм порушує права мільйонів людей у світі – ООН» (Українформ, 19.03.2021).

Отже, упередження та дискримінація за віком (ейджизм) широко поширені в усьому світі й зачіпають мільйони людей похилого та молодого віку. На жаль, Україну це явище також не оминуло. У молодих робітників може бути ще менше шансів отримати роботу, а літні працівники можуть стати мішенню для скорочення штату.

Довести факт трудової дискримінації в суді вкрай важко саме тому, що особі, яка зазнала дискримінації, необхідно навести конкретні докази, що її не взяли на роботу саме через вік. Але навіть у ситуації можливості довести цей факт у суді, експерти радять не забувати про важливість і вплив розголосу історії про вікову дискримінацію. Адже саме публічний розголос може актуалізувати необхідність впровадження дієвих законодавчих механізмів і зробити приватну проблему вікової дискримінації суспільною. Саме з цих причин набуває значення конструктивний діалог із медіапрацівниками, які мають щонайперше вибудовувати свій підхід, що базується на правах людини. Вважаємо, що для кожного журналіста суспільно значущим професійним обов'язком є включеність його діяльності у національні або місцеві механізми захисту прав людини.

Література

1. Матвейчук М. Мене дискримінували за віком при прийомі на роботу. Як із цим боротися? Хмарочос. 19.05.2020. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2020/05/19/mene-dyskryminuvaly-za-vikom-pry-pryjomi-na-robotu-yak-iz-tsym-borotysya/> (дата звернення: 29.04.2021)
2. Єкімова М. О. Проблема визначення поняття ейджизм у сучасній соціології. Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ. 2014. №. 4. С. 217-224.
3. Сейко Н. А. Ейджизм (ageism). Енциклопедія прав людини: соціально-педагогічний аспект:[колективна монографія]/кол. авт., за заг. ред. проф. НА Сейко; відп. ред. НП Павлик. 2014.
4. Теравська В. Українська журналістика і ейджизм. URL: <https://medialab.online/news/ejdzhyzm/> (дата звернення: 29.04.2021)
5. Закон України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#Text>
6. Закон України «Про звернення громадян». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/393/96-%D0%B2%D1%80#Text>



Боровик А. А.,
кафедра реклами та зв'язків з громадськістю
Дніпровський національний університет
ім. Олеся Гончара
Дніпро

ЦІННОСТІ ПРАВ ЛЮДИНИ: СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Громадянське суспільство передбачає фокусування уваги та цінностях прав людини та розуміння важливості та значимості кожної людини. Процес формування цінностей є складним та тривалим. На сьогодні ціннісні орієнтири суспільства є досить розрізненими та неоднорідними. Попередні ціннісні установки було зруйновано, а нові ще не є сталими та визначеними.

Якщо говорити про цінності прав людини, то потрібно розуміти, що ці цінності чи то вбудовуються в загальну систему цінностей людини чи ні. Вважаємо за необхідне розглянути поняття «цінність» та розглянути різновиди цінностей.

Цінності – все те, що володіє потенціалом блага і тим самим дає поштовх до дії, спрямованої на здійснення цього блага (цінним та благим вважається все, що сприяє повнішому розкриттю людських здібностей і що підтримує життя; негативним або поганим вважається все, що придушує і паралізує внутрішню активність людини). Цінністю можна назвати те, що має особливу значимість для людини, і те, чим вона не готова поступатися і готова оберігати і захищати від зазіхань і руйнування з боку інших людей. Цінності – це основні елементи світогляду людини, певний ідеал особистості, міра значущості речей, явищ, подій. На основі цінностей формуються соціальні почуття (наприклад, моральні, естетичні та ін.) та знання (економічні, політичні, правові тощо). Цінності – це те, на базі чого ми приймаємо рішення, і які визначають стандарти нашої поведінки [1].

Складність досліджень щодо цінностей людини полягає в тому, що цінності не піддаються чіткому розподілу та аналізу з позицій раціоналізму та логіки. Разом з тим свої витоки цінності беруть з основних категорій ети-



ки, таких як добро і зло, справедливість, відповідальність, совість, гідність, обов'язок, щастя, сенс життя. Потрібно відмітити, що ці категорії носять досить загальний характер, а також несуть для кожної людини свій зміст. Так, наприклад, щодо категорії добро: кожна людини визначає для себе, що вважати добрими справами, вчинками, подіями.

Існує різний поділ цінностей. Наведемо декілька з них: - абсолютні, національні, громадянські, сімейно-родинні, особистісні; - остаточні та інструментальні; - якісні: інтелектуальні, моральні, духовні, естетичні, вітальні. Спробуємо наповнити переліком цінностей наведений поділ [1]:

- Абсолютні – доброта, любов, правда, справедливість, гідність, чесність, свобода;
- Національні – патріотизм, національна гідність, державотворчі прагнення, історична пам'ять, прагнення до єдності;
- Громадянські – права і свободи, обов'язки, соціальна гармонія, повага закону;
- Сімейно-родинні – подружня вірність, турбота про дітей, стосунки у сім'ї, пам'ять предків;
- Особистісні – риси характеру, поведінка, стиль приватного життя.

З якісних:

- Духовні – прагнення до досконалості, віра, святість;
- Вітальні – статевість, жвавість, енергійність.

Остаточні – ті, що окреслюють кінцевий стан людських діянь (щастя, емоційна рівноваженість, суспільне визнання, повага інших, почуття виконаного обов'язку, безпека і добробут родини, народу, почуття власної гідності). Інструментальні – ті, що виокремлюють способи поведінки людини при досягненні конкретної мети (амбітність, інтелектуальність, логічність, незалежність, відповідальність, творча уява, відважність, ризиковість, емоційна стійкість, широта поглядів, вміння співпрацювати, ввічливість, ласкавість, вміння пробачати) [2].

Зосередимо увагу на особистісних цінностях. Кожна людина має свої особистісні цінності. Такі цінності будуть впливати на основні життєві принципи, які будуть визначити, що важливо та в пріоритеті, а що є несуттєвим та вторинним. Що відбувається, коли цінності сформовані та визначені нечітко та розмиті? Невпевненість в особистих цінностях призводить до можливості легко впливу та навіювання певних позицій зі сторони. Так,



якщо ЗМІ зловживають мовою ворожнечі, проявляють відсутність толерантності, то людина з нечіткими особистими цінностями буде легко піддаватися впливу і скоріше за все підхопить хвилю ненависті.

Цінності прав людини на нашу думку взаємопов'язані з такими цінностями як абсолютні, громадянські, духовні. Важливими з позицій цінностей прав людини будуть інструментальні, бо виокремлюють способи поведінки людини при досягненні конкретної мети. І якщо є мета в журналіста, наприклад, зробити сенсаційний матеріал, то що буде допустимим на шляху до цієї мети, а що ні.

Найповніше солідарність ціннісних підстав моралі й права втілюється в етико-правових конструкціях прав людини. Те саме виявляється у фактичному збігу деяких правових і моральних норм, які таким спільним регулюванням підкреслюють особливу значимість захищуваних цінностей. До них належать цінності життя, свободи, власності. У цих випадках моральні та правові норми виступають як взаємодоповнюючі цінності [3].

Потрібно зазначити, що у повсякденному житті людина зустрічається з конкретними, реально існуючими природними умовами життя, соціальними та економічними відносинами, культурою. І саме ці умови будуть визначати коло інтересів, мотивацій, прагнень, потреб людей. Напрацьовуються певні норми та критерії, за якими людина оцінює свою поведінку, свій життєвий шлях та демонструє свою життєву позицію.

Цінності прав людини передбачають, що окрема людина є цінністю, що цінним є її почуття гідності, її життя. Якщо в людини є почуття гідності, то вона й до інших буде ставитися з повагою та толерантністю. Як зазначає А. Н. Бабенко, жодна правова система не може існувати без наявності основоположних цінностей права, що поділяє більшість громадян [4], адже такі, проникаючи в розум і душу особистості, об'єднують людське суспільство, надають людям можливість співіснувати. Тому визначення цінності й значення окремої людської особистості є першим кроком у формуванні концепції прав людини. Права людини, як певна ідеальна категорія в сучасній юриспруденції, що безпосередньо є відображенням цінностей людини, одночасно є основою права.

Формування ціннісних орієнтирів процес тривалий та поступовий. Вже в дитинстві починають позначатися певні цінності. Звичайно, вони будуть видозмінюватися, але певний фундамент закладається в дитинстві. І якщо, в родині ніколи не поділяли людей за расою, релігією, кольором шкіри,



мовою та іншими ознаками, то для такої людини буде дивними та незрозумілим прояв такої дискримінації.

Саме тому, маємо зазначити, що формування цінностей в сучасному світі, де є місце цінностям прав людини, буде залежати від:

- родини;
- найближчого оточення(друзі, учителі, знайомі, колеги);
- рівня розвитку суспільства;
- кіноіндустрії;
- літератури
- творів мистецтва
- ЗМІ
- реклами
- соціальних мереж(блогерів, які мають велику аудиторію)
- ігри та ігрова індустрія

Культура, в основі якої лежать філософія, релігія та мистецтво, включає систему цінностей, програму діяльного розвитку й моральні ідеали, що є ядром культури та визначальними чинниками її еволюції. І одним з таких ідеалів у сучасному світі, який становить для нього цінність, є права людини – частина права, передумови якого закладено в природі людини (“людських універсалих”) та виражають одну з її біосоціальних програм –“потяг до права”, “заклик права”, перші ознаки яких стали вимальовуватися ще у співтоваристві “суспільних тварин” [5].

Безперечно, родина та найближче оточення буде впливати на становлення особистості та вибір основних цінностей людини. Разом з тим, маємо зазначити, що великий вплив буде від ЗМІ, від подачі інформації, вміння висвітлити ті чи інші проблемні питання. Рекламна комунікація на сьогодні є потужним генератором моделей поведінки. Так, наприклад, питання гендерної нерівності може цілком відображатися і через рекламні звернення. Дитячі ігри також можуть впливати на формування певних цінностей та моделей поведінки. Досить часто комп’ютерні ігри сповнені ненависті, жорстокості, дискримінаційної лексики. Навіть, коли мова йде про гру наочну та розраховану на дошкільний вік можемо побачити прояви дискримінаційної поведінки.

Насамперед, хочемо навести приклад дитячої гри, де можемо спостерігати певні поведінкові моделі. Гра «Opposites» (Антоніми), призначена на вік 4+. Суть гри: з’єднати картки з антонімами. На картках є зображен-

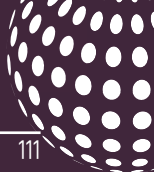


ня, яке передає зміст слова. Одна з пар антонімів: багатий – бідний. На картці зі словом «багатий» зображено солідного чоловіка, в ошатному вбранні, який подає милостиню іншому чоловікові. На картці зі словом «бідний» зображено чоловіка афроамериканця, який в дуже бідному одязі, без взяття, просить милостиню. Чи є це певним закладанням в дитини стереотипного ставлення до афроамериканців та розуміння того хто багатий, а хто бідний? На нашу думку, безсумнівно. Навіть якщо зображено не конкретну людину, а промальований персонаж, бо це дає можливість дитині скласти враження та запам'ятати модель поведінки.

Отже, цінності прав людини будуть сприйматися та усвідомлюватися як важливі, тоді, коли вони будуть поступово впроваджуватися в життя людини з різних джерел. Формування цінностей є складним та системним процесом. Коли людина є цінністю, а дотримання її прав є обов'язковим для кожного, можемо говорити про свідоме розуміння цінності прав людини. Цінності прав людини вбудовуються в загальну систему цінностей окремої людини та суспільства в цілому.

Література:

1. Канафоцька Г.П. Формування цінностей сучасної людини: фактори, інституції, складові та чинники впливу / Г. Канафоцька // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [«Механізми управління розвитком організаційної культури ЗНЗ»]. (Київ, 4-5 квіт. 2013 р.) – К., 2013 – 200 с. – С. 77-87
2. Огірко О.В. Духовно-етичні аспекти загальнолюдських цінностей/ О. Огірко // Матеріали Збірки «Універсальні загальнолюдські цінності: спроба визначення» в рамках XII Міжнародного форуму [«Етичні та духовні основи розвитку людини і суспільства»]. (Київ, 25-26 трав. 2012 р.) – К., 2012 – 32 с. – С. 5-6.
3. Івашев Є.В. Вплив аксіології права на розвиток теорії прав людини // Науковий Вісник Національної Академії Внутрішніх справ, № 1, 2013. – с. 119-120.
4. Бабенко А. Н. Правовые ценности и освоение их личностью : автореф. дис. на соискание ученой степени доктора юрид.наук : спец. 12.00.01 "Теория и история права и государства; история правовых учений" / А. Н. Бабенко. – М., 2002. – 46 с.
5. Гудима Д. А. Права людини: антрополого-методологічні засади дослідження / Гудима Д. А. – Л. : Край, 2009. – 292 с.



Мельнікова Ю. О.,
кафедра соціальних комунікацій,
Бердянський державний
педагогічний університет,
Бердянськ

ФОРМУВАННЯ ДИДАКТИЧНОЇ ОБОЛОНКИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ДИСКРИМІНАЦІЙНІ ПРАКТИКИ В МЕДІА ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ»

Пандемія, крім трагічних наслідків і негативного впливу майже на всі галузі життя світової спільноти, посилила виклики в тому числі й перед освітою. Викладачі й студенти змушені були швидко переорієнтовуватися на навчання з використанням дистанційних та цифрових технологій. Основні вимоги до організації освітнього процесу доповнилися гострою необхідністю утримувати увагу здобувачів вищої освіти та стимулювати їх активне включення у процес отримання знань.

Метою розвідки є аналіз шляхів формування дидактичної оболонки під час вивчення чутливих тем. Основним завданням було встановлення умов поєднання основних компонентів педагогіки, методики, психології (вікові, ментальні, психічні нюанси) і професійної практики для повноти підготовки кваліфікованих фахівців.

Під дидактичною оболонкою ми розуміємо інтегрований комплекс педагогічних, методичних, психологічних складників освітнього процесу. Створення цієї оболонки потребує реалізації загальноприйнятих дидактичних принципів – наочності, активності, систематичності, науковості, руху від простого до складного – спільно з психологічними особливостями здобувачів освіти. Викладач, подаючи матеріал, повинен враховувати рівень підготовки слухачів, відслідковувати їх реакцію, оскільки психічні реакції людей різняться між собою. Приміром, викладач пропонує ряд фактів, потім структурує їх, створює таблиці, схеми і готує аудиторію для розроблення і розв'язування освітніх завдань, прийняття правильних рішень.

Для практичного заняття обрано сегмент широкої теми «Дискримінаційні практики в медіа та шляхи їх подолання» – гендерно зорієнтоване на-

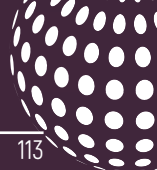


сильство. Тема вивчається у межах дисципліни «Журналістська етика» для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю «Журналістика».

Дидактична оболонка не може існувати автономно, вона обов'язково повинна корелювати з темою, тому ми обрали компоненти, винесені у план практичного: насильство, його види; гендерно зорієнтоване насильство; публікації у медіа щодо насильства за ознаками статі; спроби боротьби з насильством; флешмоби, акції, ініціативи (за матеріалами бердянських медіа); міжнародний досвід допомоги жінкам і чоловікам, що постраждали внаслідок домашнього чи/або сексуального насильства. За мету аналізованого заняття править спроба розв'язання проблеми насильства у сучасному суспільстві, протистояння жорстокості, різним формам насильства, виховання толерантності, ціннісного ставлення і взаємної поваги у відносинах особистість – суспільство, особистість – держава, особистість – особистість.

На початку заняття слово надається студентам, які дають відповіді на теоретичні питання, ілюструють їх прикладами з місцевих медіа, як це зазначено у плані до практичного заняття. Далі з метою більш глибокого розкриття теми готуємо платформу щодо генерації ідей – виставляємо на обговорення питання «З чим асоціюється у вас насильство? Які емоції та почуття викликає це явище?». Робимо це з використанням цифрових інструментів для створення хмаринки слів, спонукаючи тим самим здобувачів до активної роботи із засвоєння матеріалу. Отже, за допомогою віртуального сервісу інтерактивних презентацій Ментіметр студенти згенерували ідеї, поділилися емоціями, які співвідносяться у них із цим явищем, утворивши спільну візуалізовану «хмарину асоціацій». Серед них – депресія, страх, несправедливість, біль, дискримінація, жах, небезпека, упередженість, сила, ворожнеча, безкарність, агресія, злість, безвихідь, сором, шкода, сум, слабкість, смуток, сварка, скандал, влада, образи, страждання, безнадія.

Враховуючи, що студенти опановують спеціальність «Журналістика», додаткового роз'яснення потребують не тільки їх враження, реакції на насильство, а ще й коректне висвітлення цих ситуацій у медіа. Варто зосередити увагу на важливості і складності цієї теми, щоб у подальшій роботі майбутні журналісти запобігали спекуляцій, маніпулювання, тиску на аудиторію. Тому для проведення заняття були запрошені експертки – журналістка, феміністка, волонтерка Центру допомоги постраждалим від



домашнього чи/або сексуального насильства (м. Хайфа, Ізраїль) та проєкт-менеджерка Першого Антикафе Бердянська «Час Є» Алла Мельничук, які допомогли розібратися у темі, пояснили майбутнім журналістам, що реакції людей на насильство можуть бути різними, так само, як поводження і вихід із таких ситуацій.

З огляду на обставини «надзвичайно віддаленого навчання» (Emergency Remote Teaching), яке «застосовується у відповідь на кризові ситуації» [1] заняття проводилося на платформі віртуальних конференцій Zoom. Здобувачі вищої освіти заздалегідь отримали завдання – підготувати питання та розмістити їх на віртуальній Padlet-дошці, створеній спеціально для практичного заняття «25 листопада – Міжнародний день боротьби за ліквідацію насильства щодо жінок» [2]. На питання «Яке покарання мають отримувати кривдники?», «Чи варто публічно говорити про насильство, пов'язане з особистим життям», «Чому Україна досі не ратифікувала Стамбульську конвенцію?», «Чому люди проявляють насильство?», «Чи повинні ми допомагати людям, які виправдовують/захищають своїх кривдників?» докладні відповіді надали запрошені експертки, зокрема Алла Мельничук розповіла про акції, спрямовані на боротьбу з насильством стосовно жінок на місцевому рівні, адже для Бердянська, на жаль, ця проблема актуальна.

Журналістка Наталя Тонких поділилась ізраїльським досвідом роботи з особами, що постраждали внаслідок домашнього чи/або сексуального насильства, надала інформацію про варіанти дій у подібних ситуаціях, розповіла, як працює інформаційний супровід щодо роботи системи допомоги, як з боку поліції, медичної системи, так і з боку неурядових організацій, особам, які пережили насильство.

Питання «Як реагувати на психологічні насильства: аб'юзивні стосунки, газлайтинг?», «До кого в університеті можна звернутися за порадою?» студенти розглядали з викладачем. Зокрема, ознайомилися з Положенням про політику попередження і боротьби із сексуальними домаганнями та дискримінацією у Бердянському державному педагогічному університеті [3]. Воно відповідає рекомендаціям ПРООН і складається з чотирьох частин: перша – загальні положення, друга – загальні засади політики запобігання дискримінації та сексуальним домаганням, де дається роз'яснення термінів «сексуальні домагання», «дискримінація», прописані заборони дискримінаційних висловлювань, утисків, мови ненависті, вживання дис-



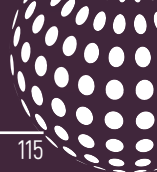
кримінаційної лексики, пропонуються заходи для перешкоджання дискримінації та сексуальних домагань в Бердянському державному педагогічному університеті. Третя частина описує процедуру врегулювання ситуацій, пов'язаних із сексуальними домаганнями та дискримінацією. Четверта містить прикінцеві положення.

Процедура врегулювання ситуацій, пов'язаних із сексуальними домаганнями та дискримінацією, передбачає розгляд скарг від працівниць/ків і студенток/ів, якщо вони вважають, що до них в університеті було вчинене сексуальне домагання або дискримінацію. У Положенні прописані способи вирішення ситуацій, пов'язаних із сексуальними домаганнями і дискримінацією, зокрема бесіди зі сторонами, надання психологічної допомоги, розгляд ситуації тимчасовою спеціальною комісією, до складу якої можуть входити ректор, перший проректор, психолог, соціальний педагог, представник профспілкової організації, батьки постраждалої особи та особи, що здійснювала сексуальне домагання або чинила дискримінацію, інші зацікавлені особи. Також передбачене інформування органів Національної поліції України про спірну ситуацію або у випадку трактування однієї зі сторін конфліктної ситуації як кримінальної.

Із метою попередження сексуальних домагань, підвищення загальної гендерної культури, формування нульової толерантності до насильства, будь-яких проявів дискримінації за ознаками раси, кольору шкіри, статі, віку, інвалідності, етнічного та соціального походження, дотримання принципів гендерної рівності в університеті проводяться різноманітні акції, публічні лекції, інші просвітницькі заходи, що обов'язково висвітлюється на сайті університету та в газеті «Університетське слово», працює психологічно-консультаційна лабораторія.

На місцевому рівні для підтвердження або спростування факту домашнього насильства можна звертатися до Бердянського міського центру соціальних служб сім'ї, дітей та молоді, який надає соціальний супровід, консультування, соціальну профілактику та соціальну адаптацію. Працюють Притулок для осіб, які постраждали від домашнього насильства та насильства за ознакою статі, Мобільна бригада соціально-психологічної допомоги Фонду ООН в області народонаселення, Громадська організація «Жінка майбутнього».

Отже, на етапі підведення підсумків треба усвідомити, який матеріал був прийнятий аудиторією, а який залишився поза розумінням, акцентува-



ти на інтеграції просвітницької роботи, прокачування м'яких навичок (soft skills), основних педагогічних, методичних та психологічних принципів для засвоєння знань, формування професійних компетентностей, вироблення навичок орієнтуватися в сучасних тенденціях у здобувачів вищої освіти на базі свого розумового та освітнього потенціалу.

Література

1. Стукало Н. Надзвичайне віддалене навчання vs онлайн освіта. _Національне агентство із забезпечення якості освіти : веб-сайт. URL : <https://cutt.ly/LbE57zl> (Дата звернення: 25.04.2021)
2. 25 листопада – Міжнародний день боротьби за ліквідацію насильства щодо жінок : веб-сайт. URL : <https://uk.padlet.com/melnichka07/Bookmarks> (Дата звернення: 25.04.2021)
3. Положення про політику попередження і боротьби із сексуальними домаганнями та дискримінацією у Бердянському державному педагогічному університеті : веб-сайт. URL : <http://bdpu.org/position-of-educationa/terms/> (Дата звернення: 25.04.2021)



Ковпак В.А.,

кафедра теорії комунікації, реклами та зв'язків із громадськістю, Запорізький національний університет

Баранецька А.Д.,

кафедра теорії комунікації, реклами та зв'язків із громадськістю, Запорізький національний університет, Запоріжжя

ІНФОРМАЦІЙНІ КАМПАНІЇ ІЗ ЗАХИСТУ ПРАВ ЛЮДИНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕДІААДВОКАЦІЇ

В умовах територіальних, смислових інтервенцій в Україні зростає попит на розвиток інструментарію активного громадянського суспільства для досягнення ефективних рішень у різних сферах. Власне, завдяки таким ініціативам, «діям, спрямованим на досягнення певної мети», що дефініціюємо як адвокація, вдається «залучити прихильників ідей і зчинити тиск на інституції й тих, хто приймає рішення, щоб змінити ті чи інші офіційні норми та/або практики. Ключовий принцип адвокації заради соціальних змін – забезпечувати фундаментальні права та свободи вразливих соціальних груп» [1]. Потенційний ресурс для результативності адвокаційних кампаній криється в публічній діяльності, фахово розробленій проєктній лінійці («цінності – візія – місія – мета – стратегія – тактика – завдання – інструменти» [2, с. 19]) та медійній підтримці (медіаадвокація), коли ЗМІ можуть: «інформувати свою аудиторію про поточні новини, проблеми, ситуації або події; навчати чогось; переконувати та мобілізувати до активних дій; популяризувати організацію або те чи інше вирішення проблем» [1].

Інформаційні кампанії із захисту прав людини потребують використання спеціального тезаурусу відповідно до нормативних документів у правозахисній галузі та сфері антидискримінаційних практик (наприклад, збройні конфлікти в термінах, лексика на позначення гендерного маркування, людського віку, переміщених осіб та ін., специфічної царини – фінансів, політики, медицини тощо).

У цьому контексті варто згадати інформаційні кампанії 2020–2021 років, адже війна, пандемія та економічна криза стали значущими інтенсифіка-



торами необхідності посиленої комунікації громадських ініціатив.

Так, у березні 2021 року стартувала Всеукраїнська інформаційна кампанія із захисту прав споживачів фінансових послуг «Знай свої права», яку проводить Національний банк України спільно з Уповноваженим Верховної Ради України з прав людини: «є надзвичайно актуальною та сприятиме правовій обізнаності населення, що необхідно для реалізації та захисту прав і свобод людини. Зазначене зменшить кількість порушень прав людини, зокрема, права на приватність, які пов'язані з неправомірною обробкою персональних даних під час надання фінансових послуг» [3]. «Наслідки отримання грошових позик через підписання, так званого, "електронного договору" на веб-сайтах відповідних фінансових компаній або через завантажені мобільні додатки», у контексті колекторської діяльності «неправомірна обробка персональних даних третіх осіб, зокрема таких персональних даних, як номери мобільних телефонів фізичних осіб, які не мають відношення до грошового зобов'язання – змістові меседжі «2000 повідомлень про порушення прав людини на захист персональних даних, що у 2020 році надійшли до Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, що у порівнянні з 2019 роком (1061) майже удвічі більше» [3]. Як елемент інформаційної кампанії – запуск спеціальної веб-сторінки (лендинг) з інформаційними матеріалами «Знай свої права».

У 2020 році «Консультативна місія Європейського Союзу (КМЕС) та Управління ювенальної превенції Департаменту превентивної діяльності Нацполіції дали старт спільній інформаційній кампанії до Міжнародного дня прав людини (10 грудня)» [4], цільовою аудиторією якої стали «вихованці соціально-реабілітаційних центрів Київщини для дітей віком від 3 до 16 років. Окрім ознайомлення із основоположними правами людини, дітям запропонували намалювати своє бачення того, як вони розуміють та що вкладають у зміст словосполучення "права людини". Ці малюнки згодом будуть надруковані на захисних масках для багаторазового використання» [4].

За ініціативою креативного агентства Banda, за партнерства Міністерства закордонних справ України, Українського інституту, Меджліса кримськотатарського народу, Кримської правозахисної групи, «Крим SOS», ZMINA, Медійної ініціативи за права людини у 2021 році «в Україні запустили міжнародну громадську ініціативу CRIME(A), мета якої – привернути увагу людей в усьому світі до злочинів Росії на окупованому Кримсько-



му півострові» [5]. Участь у кампанії передбачає виконання таких кроків: «1. Підтримати маніфест "Про злочини Росії в Криму" на сайті проєкту. 2. Поширювати інформацію про ініціативу CRIME(A) у соціальних мережах з #CRIME_A. 3. Публікувати в соціальних мережах зображення зі своїм іменем, назвою організації чи компанії без літер "А", щоб привернути увагу до кампанії CRIME(A)» [5].

У вересні 2021 року Премія імені Георгія Гонґадзе та громадська організація «Львівський медіафорум» запустили спільну інформаційну кампанію «Ціна слова», «мета якої нагадати аудиторії українських медіа про цінність незалежної журналістики» [6]. Місію проєкту організатори окреслили так: «Ми закликаємо небайдужих під хештегом #цінаслова ділитися власними історіями про те, чому правдиве слово важливе для розвитку та безпеки громадянського суспільства, демократії, свободи окремої людини та держави» [6]. У межах кампанії публікували серію колонок та відеороликів, в яких журналісти та публічні інтелектуали ділилися своїми історіями, розмірковували про цінність правди, згадували про вбивства Георгія Гонґадзе та інших українських журналістів. Ці роботи презентували сторітеллінг із різноманітними концептами («розстріляне слово» у Будинку «Слово», «пам'ятник неказаному журналістами слову» – Чорнобиль, протистояння школярки-татарки закидам про статус зрадника їх рідних, які воювали у Другій світовій війні тощо). Сайт інформаційної кампанії «Ціна слова» – priceofword.com, де також висвітлено другу компоненту кампанії – дискусію «Ціна Слова. Про місію журналіста в боротьбі за правду», що відбулася під час 27BookForum за участі Мирослави Гонґадзе, Вахтанга Кіпіані, Зураба Аласанії та Ігоря Балинського.

До цього проєкту як до формату неформальної освіти долучилися студенти факультету журналістики Запорізького національного університету в межах дисципліни «Медіакультура», які мали змогу опрацювати навички формулювання меседжу в жанрі сторітеллінгу у форматі відеоролику, плакату або лонгріду в соціальній мережі з відповідним хештегом та об'єднатися навколо спільних цінностей заради їх просування. Відповідно, такий спосіб імплементації цінностей прав людини в журналістській освіті та етиці у висвітленні соціальних історій, проблем, системних порушень прав людини, вразливих та маломобільних груп населення, чутливо-конфліктних тем виявився ефективним та результативним, що слугувало поштовхом для продовження такої практики в рамках навчального процесу.



Так, у межах III Академії з прав людини для викладачів та викладачок журналістики як елемент неформальної освіти в академічних дисциплінах «Медіправо», «Прикладні соціально-комунікаційні технології» та інших студентами була розроблена та апробована інформаційна кампанія «Медіаадвокати правозахисного руху» на тему популяризації правозахисної медіаадвокації. «Місія інформаційної кампанії – стимулювати медійний інтерес до висвітлення проблематики правозахисного руху; популяризувати правозахисну медіаадвокацію. Мета інформаційної кампанії – залучити студентів факультетів журналістики України до виготовлення медіапродукту, що висвітлюватиме правозахисну проблематику; створити студентську коаліцію факультетів журналістики України для інвестування ресурсів інтелектуального капіталу для реалізації спільної місії; розширити формати неформальної освіти для студентів факультетів журналістики такими пропозиціями, як розробка та участь в інформаційній кампанії» [7]. Концепт коаліції, на нашу думку, є надзвичайно дієвим у контексті інформаційної кампанії, адже «робота в коаліції заради спільної мети може бути одним із ефективних підходів до адвокатури. Учасники коаліції можуть залучати нових прихильників ідей, а партнерство в коаліції може демонструвати людям тісні зв'язки з їхньою громадою» [1].

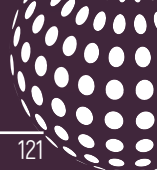
Інформаційна кампанія «Медіаадвокати правозахисного руху» включає два заходи: 1) виготовлення медіапродукту, що висвітлює проблему правозахисного руху; 2) підсумкові конференції для учасників інформаційної кампанії. Формати медіапродукту для участі в інформаційній кампанії: відеоролик, плакат, лонгрід у соціальній мережі, аудіоматеріали, фотоматеріали, передбачають обов'язкове маркування тематичними хештегами (#Академія_прав_людини, #Медіаадвокати, #виш (наприклад, #ЗНУ), #факультет (наприклад, #факультет_журналістики)); логотипом (для фотоматеріалів та плакатів) та інтрофрагментом (для відеороликів) для викладення в соціальні мережі, адже механіка участі вимагає публікацію на Facebook або на YouTube та збір матеріалів адміністратором офіційної ФБ-сторінки за тематичними хештегами.

Таким чином, майбутні комунікаційники, інформаційники в українському суспільстві в системі цінностей прав людини мають змогу апробувати інструментарій сучасного виміру медіадіяльності та популяризації правозахисної проблематики.



Література

1. Безверха А., Андерсон В. Проведення адвокаційних медіа-кампаній: Стратегія активних дій / Екейша Шілдз, консультант Інституту відкритого суспільства, Нью-Йорк, США. Фондація відкритого суспільства, 2010. URL: <https://platforma-msb.org/wp-content/uploads/2015/08/Manual-UA-1018-4web.pdf>
2. Ясиневич Я. Комунікація громадських ініціатив. Для тих, хто творить зміни. Практичний посібник / Інститут масової інформації. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 104 с.
3. За підтримки Уповноваженого стартувала інформаційна кампанія із захисту прав споживачів фінансових послуг «Знай свої права». URL: <https://ombudsman.gov.ua/ua/all-news/pr/%D1%96nformacz%D1%96jna-kampan%D1%96ya-%D1%96z-zaxistu-prav-spozvivach%D1%96v-f%D1%96nansovix-poslug-znaj-svo%D1%97-prava/>
4. КМЕС розпочинає інформаційну кампанію з прав людини для неповнолітніх. URL: <https://www.euam-ukraine.eu/ua/news/euam-launches-campaign-for-children-ahead-of-international-human-right-day/>
5. CRIME(A): стартувала міжнародна кампанія про окупацію Криму. URL: <https://zmina.ua/event/crimea-startovala-mizhnarodna-kampaniya-pro-okupacziyu-krymu/>
6. В Україні запустили інформаційну кампанію «Ціна слова». URL: <https://zz.detector.media/community/texts/180647/2020-09-16-v-ukraini-zapustyly-informatsiynu-kampaniyu-tsina-slova/>
7. Інформаційна кампанія «Медіаадвокати правозахисного руху» у рамках III Академії з прав людини для викладачів та викладачок журналістики на тему популяризації правозахисної медіаадвокації. URL: http://labs.journ.univ.kiev.ua/hrj/wp-content/uploads/2021/04/%D0%97%D0%B0%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B6%D0%B6%D1%8F-%D0%9D%D0%A3_%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81_%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%96%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF_2021.docx



Фостяк Я. І.,

Студентка магістратури «Соціально-правозахисна
журналістика», Інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТРЕБИ УКРАЇНСЬКИХ ПІДЛІТКІВ ЯК СПОСІБ ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ ЯКІСНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ ТА ПРО ПІДЛІТКІВ

Підлітки в Україні є неоднорідною групою та складають майже половину кількості учнів загальноосвітніх закладів: з загальної чисельності чотирьох мільйонів учнів в майже 15 тисячах закладів[1].

В Україні законодавчо не визначено межі підліткового віку. За визначенням Організації Об'єднаних Націй підлітковий вік – це віковий період з 10 до 19 років. «Постіндустріальні країни потребують нового визначення підліткового віку», – кажуть експерти, опитані медичним журналом Lancet. «Якщо раніше європейці йшли у доросле життя у 19 років, то сьогодні це відбувається в середньому в 24 роки. Нову норму необхідно відобразити в законах», – вважає низка експертів [2].

Підліткові питання, проблеми, труднощі та успіхи є комплексним предметом міжгалузевих досліджень з явним домінуванням педагогіки, психології та медицини.[3] Дослідження в соціальних комунікаціях обмежуються окремими, несистемними розвідками. Поширеним є твердження, що підлітковий вік – час швидких змін: фізіологічних, психологічних, соціальних, тому є сенс розділити його на три стадії – ранню, середню й пізню. Зміни в кожний із цих періодів відбуваються з різною інтенсивністю й у різний час для кожного з підлітків.

Актуальність дослідження полягає у визначенні передумов становлення та розвитку якісної інформації про підлітків та для підлітків в Україні.

Мета: Встановити особливості інформаційних потреб підлітків у різний період їхнього розвитку задля створення та поширення каналів якісної інформаційно-комунікаційної діяльності в українському суспільстві.

Методика дослідження: Для аналізу потреб аудиторії було обрано метод опитування, а саме анкетування. Також використано метод узагальнення і синтезу.

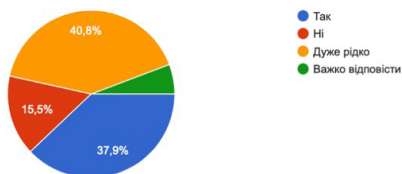
Ступінь дослідження проблеми: У процесі підготовки до дослідження було виявлено кілька напрацювань, які стосуються підліткової аудиторії та медіа. Дослідження організації «SurveyMonkey» фокусується лише на платформах, які використовують підлітки, а також на питанні довіри до традиційних ЗМІ, але не розкриває тему інформаційних потреб.[4] Також у 2013 році було проведено дослідження мотивації підліткової аудиторії українських споживачів, де авторка проаналізувала зокрема тенденції щодо вибору підлітками способу отримання інформації, їхні цінності, але не потреби [5]. Більше того, за даними сайту Statcounter, у 2013 році найпопулярнішою соцмережою в Україні була «Вконтакте», але після 2017 року її популярність різко впала у зв'язку із блокуванням російських інтернет-сервісів в Україні, отже дослідження в деяких моментах втратило свою актуальність[6].

Для того, аби виявити інформаційні потреби підлітків, було проведено опитування шляхом анкетування. Опитування відбулося за допомогою платформи «Google форми» за посиланням <https://forms.gle/45E17tndoCXU6xMq6>.

В опитуванні взяли участь 174 респонденти шкільного віку з 5 по 11 клас, а також студенти коледжів 1-3 курсів. За географією проживання вдалося охопити респондентів із всіх частин України, більшість респондентів проживають у селі чи селі міського типу, значна кількість опитаних із столиці, є представники обласних та районних центрів.

Результати показали наступне: 37.9% опитаних читають новини, 40.8% читають дуже рідко, лише 15.5% опитаних не читають новини взагалі (Дивись мал. 1)

Чи читаєте ви новини?
174 відповіді



Малюнок 1

Учні поділилися інформацією, яку їм важко знайти в інтернеті. Найчастіші запити: зрозуміле пояснення навчальних матеріалів, роз'яснення складних для сприйняття фактів, які детально висвітлені для дорослих, але не для дітей (Дивись мал. 2)

Яку інформацію вам важко знайти в Інтернеті?

174 відповіді

важко знайти інформацію, яка буде подана у такій формі яку зрозуміла би більша частина користувачів, тобто все максимально спростовано

Є деякі пояснення, яких неможливо знайти?

Музику, яку виконавці ще не офіційно не випустили

Відповіді на контрольні

Майже всю легко

Незнаю

Такої інформації немає

По навчанні

Роз'яснення якихось певних завдань

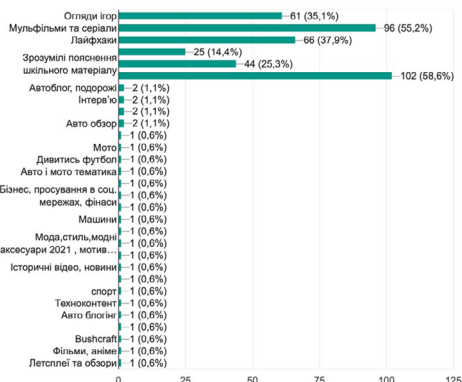
Малюнок 2

Також школярі не можуть знайти достатньо інформації щодо їхніх захоплень, особливо, якщо це нішеві хобі: мотоцикли, старовинні книги, рідкісні ігри на смартфоні.

Найпопулярнішим контентом виявилися жарти та кінематограф, а також лайфхаки та огляд ігор. Багато респондентів відмітили також спорт, автомобілі та техніку. (Дивись мал. 3).

Який контент в Інтернеті вам найбільше подобається? (можна обрати кілька)

174 відповіді



Малюнок 3

Опитування також передбачало запитання про останній пошуковий запит учнів. Крім стандартних програм (перекладач, калькулятор...) школярі шукали інформацію про Космос, погоду, поради щодо домашнього завдання, спортивні ігри для людей з інвалідністю, факти про коронавірус, порнографію. Це може свідчити про широке коло інтересів учнів і водночас брак цікавої інформації, адаптованої для підлітків.

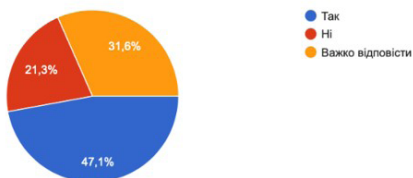
(Дивись мал. 4 поруч).

Майже половина респондентів відповіла, що їй було б цікаво дивитися канал спеціально для школярів із жартами, порадами та навчанням.

31.6% не можуть точно дати відповідь, 21.3% респондентів надали відповідь «ні». Водночас лише 14.4% (25 учнів) повідомили, що готові спробувати створювати контент для однолітків. 50% опитаних обрали відповідь «можливо». 35.6% опитаних не готові брати участь у створенні контенту для однолітків. (Дивись мал. 5)

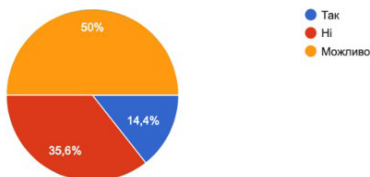
Чи було б вам цікаво дивитися youTube-канал спеціально для школярів, де були б зібрані жарти, поради, теми з психології та навчання у нудному форматі?

174 відповіді



Чи хотіли б ви спробувати створювати контент для такого каналу?

174 відповіді

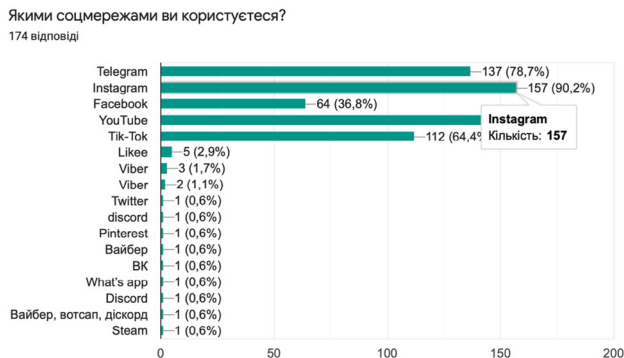


Малюнок 5

Завдання з укр мови))
Техно речі
Фото землі з космосу
Гдз
Вікіпедія "Кане Корсо"
Підготовка до ЗНО з укр.мови
Презентація по хімії
Оксиген
Щось потрібне для школи
Youtube
Гель

Малюнок 4

Учні опитали також щодо соцмереж, якими вони найчастіше користуються. Лідерами стали Instagram, YouTube та Telegram (Дивись мал. 6)



Малюнок 6

Завдяки опитуванню вдалося виявити основні інформаційні запити підлітків шкільного віку, а також виявити їхню готовність до створення ясного контенту.

Під час аналізу відповідей було виявлено, що учні 5-их класів частіше вказують, що користуються соцмережою «Likee» (62.8% від всіх опитаних п'ятикласників). Жоден респондент з інших класів не вказав цю соцмережу. Також учні 7-8 класів зазначали, що користуються мережею «Discord», яку часто використовують гравці комп'ютерних ігор[7].

Незважаючи на вік, в усіх класах в останніх запитах зустрічаються домашні завдання, твори з літератури, перекладач. Починаючи зі студентів 2-го курсу з'являються запити порнографії (10 клас). Огляди ігор переважно шукають п'ятикласники та шестикласники, а поради із стосунків з іншими - восьмикласники. Учні та студенти усіх класів відзначили, що шукають в мережі зрозумілі пояснення шкільного матеріалу.

Учні 5-6 класів переважно стверджували, що немає інформації, яку їм важко знайти в Інтернеті. Учні 7-11 класів нарікають на незрозумілі правила ЗНО, зручні та зрозумілі пояснення матеріалу, достовірну інформацію.

Учні 10-11 класів частіше відповідали, що читають новини, порівняно з молодшими.

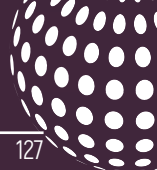
Висновки. Проведене дослідження дозволяє з'ясувати найчастіші канали інформації для підлітків, інформаційні запити та потреби, готовність



створювати контент для однолітків та про однолітків. Також вдалося проаналізувати різницю у каналах комунікації та запитах підлітків різного віку. Дослідження може стати підґрунтям для розвитку якісного контенту про підлітків та для підлітків в Україні.

Література

1. Динаміка кількості шкіл та учнів за мовами навчання [Електронний ресурс] // Укрainsький інститут політики. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://uiamp.org.ua/uk/isl/dynamika-kilkosti-shkil-ta-uchniv-za-movamy-navchannya>.
2. Вчені: підлітковий вік треба збільшити до 24 років [Електронний ресурс] // BBC News Україна. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-42749011>.
3. Підлітковий вік, 2019. – 19 с. – (ВГЦ «Волонтер»)
4. New Survey Reveals Teens Get Their News from Social Media and YouTube [Електронний ресурс] // SurveyMonkey. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.surveymonkey.com/newsroom/new-survey-reveals-teens-get-their-news-from-social-media-and-youtube/>.
5. ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПІДЛІТКОВОЇ АУДИТОРІЇ УКРАЇНСЬКИХ СПОЖИВАЧІВ [Електронний ресурс]. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://core.ac.uk/download/pdf/197227283.pdf>.
6. Social Media Stats Ukraine [Електронний ресурс] // Statcounter. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/ukraine/2013>.
7. Что такое Discord и зачем он нужен Microsoft [Електронний ресурс] // Profinance service. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.profinance.ru/news/2021/03/30/c1m9-cto-takoe-discord-i-zachem-on-nuzhen-microsoft.html>.



Солодка Л. І.,

Кафедра журналістики, реклами та PR-діяльності
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького
Черкаси

ВЗАЄМОДІЯ ДІТЕЙ З МЕДІА НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ В АСПЕКТІ ПРАВОЛЮДНОСТІ

Залучаючи дітей до медіаматеріалів, журналісти мають бути особливо чутливими й дуже чітко дотримуватися професійних стандартів. Попри численні спроби науковців, журналістів, освітян, урядовців привернути увагу до теми порушення прав дітей при взаємодії їх з медіа ця проблема до сьогодні продовжує бути актуальною.

В українських ЗМІ мають місце порушення прав дитини, нехтування її інтересами, особливо при висвітленні випадків насильства над дітьми. Безперечно, завдання медіа – привертати увагу громадськості й держави до таких випадків, але робити це слід коректно, не завдаючи дитині ще більшої шкоди й не порушуючи її прав [1].

Так, згідно з Кодексом етики українського журналіста, “Журналіст має бути особливо обережним при висвітленні питань, пов’язаних із дітьми. Журналіст та редактор повинні мати обґрунтовані підстави для висвітлення приватного життя неповнолітньої особи (осіб) та дозвіл на це від її батьків чи опікунів. Неприпустимим є розкриття імен неповнолітніх (або вказування ознак, за якими їх можна розпізнати), які мали відношення до протизаконних дій, стали учасниками подій, пов’язаних із насильством” [2].

Аналіз останніх досліджень з теми.

Правозахисники, медіа-експерти, журналісти реагують на порушення прав дітей у ЗМІ спеціальними документами з журналістської моралі й іншими рекомендаціями, публіцистичними текстами. Так, з нагоди десятиріччя Конвенції ООН про права дитини (1989) Дитячий фонд ООН (ЮНІСЕФ) у 1999 р. ініціював збірник “Медіа та права дитини. Посібник для журна-



лістів, створений самими журналістами" [3] (українською мовою перекладено 2009 року). Видання "Діти в медіа: як висвітлювати й дотримуватися правил" (2016) [1], підготовлене українською громадською організацією "Телекритика" (тепер – "Детектор Медіа") за матеріалами громадського обговорення проблеми на круглому столі, містить низку різноманітних рекомендацій щодо вирішення проблеми порушення прав дітей під час їх взаємодії з медіа-працівниками. У своїй науковій розвідці вчена Наталія Дзьомба дослідницьку увагу головно спрямувала на виявлення юридичних аргументів для підтвердження або спростування положень професійної моралі, які регулюють діяльність міжнародного та українського журналіста під час підготовки матеріалів, що стосуються дітей[4].

«Детектор медіа» та «Інститут масової інформації» запустили механізм скарг на неякісні журналістські матеріали, які порушують законодавство та професійні стандарти. На сайтах «Детектор медіа» та «Інститут масової інформації» розміщено спеціальну форму для подання публічної скарги. Поскаржитися може кожен користувач, анонімні скарги не розглядаються. Цей механізм слугуватиме для оперативного консультування щодо порушень у ЗМІ. У випадку, якщо подані матеріали свідчать про наявність складної ситуації, організації передають скарги до розгляду в Комісію журналістської етики (КЖЕ) та Незалежну медійну раду (НМР) [5]. Серед публічних звернень на цих ресурсах непоодинокими є скарги на матеріали в ЗМІ, що містять порушення прав дітей.

Мета статті: дослідити, як регіональні онлайн-медіа висвітлюють дітей у своїх матеріалах крізь призму правозахисної журналістики, окреслити причини та можливі шляхи вирішення цієї проблеми.

Виклад результатів дослідження.

Проблеми, які найчастіше виникають при взаємодії дітей із медіа, як стверджують автори Спеціального звіту ГО «Телекритика» «Діти в медіа: як висвітлювати й дотримуватися правил»: 1) порушення журналістами етичних стандартів під час залучення дітей до створення медіапродукту (особливо у випадках висвітлення питань, пов'язаних із насильством щодо дітей); 2) порушення прав дитини, зафіксованих у вітчизняному та міжнародному законодавстві; 3) використання образу дитини в неприйнятний спосіб та без суспільно значущої потреби; 4) контент, що може завдати шкоди дітям (як-от зі сценами насильства, еротики тощо) демонструється



в час, коли його можуть побачити діти; 5) дефіцит якісного дитячого контенту, зокрема за участі самих дітей [1].

Голова Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення Ольга Герасим'юк переконана, що «нам потрібна журналістська солідарність в плані визначення того, що таке добре, а що погано. У нас, як, наприклад, у Швеції, теж існує етичний кодекс журналіста, але його ніхто не дотримується. У Швеції ж, кожен журналіст думає про те, що скажуть у Спілці журналістів про кожен його пасаж. Там існує професійна дискваліфікація [1, 24].

Ми промоніторили контент типового черкаського онлайн-медіа ZMI.sk.ua за квітень 2021. Так, у процесі дослідження було проаналізовано 400 повідомлень. З них 12% було виявлено новин, які мали згадки про дітей, неповнолітніх, немовлят, новонароджених та підлітків. Тематичний спектр повідомлень такий:

- повідомлення з пологових будинків про народження немовлят;
- участь дітей в творчих конкурсах;
- участь категорійних дітей в культурних заходах;
- особливості навчання в школах у період карантину;
- повідомлення про розшук зниклих дітей;
- діти-жертви насилля, нещасних випадків, постраждали під час ДТП, пожежі;
- неналежне виконання батьківських прав щодо малолітніх;
- підлітки, що підозрюються у скоєнні правопорушень.

На жаль, 16 % аналізованих новин, де згадуються діти, містять порушення прав дитини, зафіксованих у вітчизняному та міжнародному законодавстві.

Наприклад, у матеріалі «Замість хлопця із соцмережі на зустріч прийшов поліцейський: у Черкасах знайшли неповнолітню дівчину» [6] виявлено і порушення у вигляді надмірної ідентифікації неповнолітніх та трансляція гендерних упереджень, що звучить уже в заголовку. У новині не було вказано, чи брався дозвіл у батьків або опікунів неповнолітньої щодо оприлюднення її фото. Хоча інші персональні дані не розголошуються. Але враховуючи, що це регіональне ЗМІ, люди з оточення неповнолітньої можуть легко її ідентифікувати. В новині йдеться, що із дитиною проведено профілактичну бесіду й передано матері. Проте не вказується, чи з'ясовано причини, чому вона зважилася на такий крок і чи не призведе повернення в сім'ю, з якої вона втекла, до гірших наслідків.

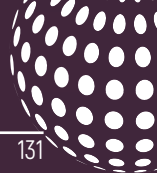


Часом навіть дозволу батьків чи опікунів не досить, оскільки вони теж можуть повною мірою не розуміти наслідків оприлюднення персональних даних чи фото дитини в ЗМІ. Про це йдеться і в рекомендації Незалежної медійної ради: "Особливо уважними слід бути при поданні інформації, коли в справі щодо протиправного діяння фігурують діти (як у ролі потерпілих, так і правопорушників). При отриманому дозволі батьків чи осіб, що їх замінюють, на розкриття особи правопорушника віком 14–18 років редакція сама має оцінити, чи розголошення інформації про них не суперечить їхнім інтересам. Адже батьки також можуть зашкодити інтересам власних дітей, надаючи відповідну згоду внаслідок шокового стану, нехтування своїми обов'язками стосовно дітей або незнання специфіки інформаційного середовища чи певних аспектів особистого життя підлітка" [2].

Інформація про дітей – це конфіденційна інформація, й не має суспільного інтересу. Потрібно пам'ятати ще й те, що в маленьких спільнотах, маленьких містечках і селищах в регіонах, всі все про всіх знають, і коли конфіденційна інформація публікується в медіа – є загроза зіпсувати людині все життя. Така інформація становить її особисту таємницю – про освіту, сімейний стан, релігійність, дату і місце народження, майновий стан та інші персональні дані. Розголошення якої є порушенням законодавства, оскільки вона не є суспільно значущою та не є предметом громадського інтересу. І право громадськості знати цю інформацію не переважає права дитини на її захист [1].

Основоположним документом у сфері забезпечення прав дитини в Україні є Конвенція ООН про права дитини, ратифікована Україною у лютому 1991 року (набрала чинності у вересні 1991 року) та розроблений і прийнятий на її основі Закон України «Про охорону дитинства». Законодавство про охорону дитинства ґрунтується на Конституції України, Конвенції ООН про права дитини, міжнародних договорах, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, і складається з Закону «Про охорону дитинства», а також інших нормативно-правових актів, що регулюють суспільні відносини у цій сфері. Конвенційні документи, ратифіковані Україною також є частиною національного законодавства України [2, 42].

Але, як стверджує дослідниця Наталія Дзьомба, «з огляду на теми з життя дітей, які обговорюють в українському інформаційному просторі, і зважаючи на національні норми журналістської моралі, можна зробити висновок про те, що дитина українського ефіру повинна бути безлицюю



і безіменною. Але здебільшого такою все ж не є. І справа тут ні в нормах, ні в журналістах. Попри зовнішні, рідше внутрішні суперечності та інформаційні лакуни щодо окремих важливих питань, національні документи з журналістської моралі все ж містять відповіді на більшість проблем, які можуть виникати у діяльності журналіста під час висвітлення тем, що стосуються дітей. Незважаючи на категоричну вимогу до гідності дитини та чітку схему дій, яку пропонують ці норми (суспільний інтерес – дозвіл офіційних представників на поширення інформації про приватне життя – пошук відповідної методики з відсутніми чи мінімальними ризиками для дитини), стверджувати те, що вони формують у журналістської спільноти відповідальність за культуру дитинства у суспільстві, не доводиться» [4].

Заслугують на увагу у даному контексті рекомендації ГО “Інститут масової інформації” медійникам щодо підготовки й висвітлення новин за участю дітей [2]:

1. Матеріали, що стосуються неповнолітніх, мають бути максимально точними, достовірними та збалансованими.
2. У матеріалах, які стосуються дітей, варто уникати надмірної емоційності, оскільки тема дітей і так є однією з найчутливіших.
3. Неприпустимою є сексуалізація дітей, зокрема дівчаток-підлітків.
4. Переконайтеся, що ви не транслюєте гендерних упереджень під час написання матеріалів про дітей.
5. Уникайте ідентифікації дітей у своїх матеріалах, зокрема це стосується і фото та відео. Якщо ці матеріали є важливими для матеріалу, потрібно заблюрити обличчя дитини.
6. Переконайтеся, що ви отримали дозвіл батьків чи опікунів на публікацію даних дитини.
7. Не варто доповнювати матеріали про дітей оціночними та образливими коментарями із соціальних мереж.

Аналіз контенту регіональних медіа дозволяє стверджувати, що для журналістів місцевих ЗМІ актуальними є відповідні навчання з правових аспектів, посилення співпраці з експертами (юристами, медиками, психологами, громадськими активістами) під час підготовки та створення матеріалів, де фігурують діти.

Журналісти не можуть вирішити всіх запитів від суспільства, які масово надходять щодня. Але привернути увагу до гострих соціальних проблем,



де фігурують діти, й тим самим сприяти вирішенню цих проблем – якраз під силу медійникам. І тут важливо тримати баланс, аби не нашкодити таким дітям у скруті, і не привести до різних зловживань по відношенню до них, дискримінації в суспільстві та з боку однолітків, булінгу.

Література

1. Діти в медіа: як висвітлювати й дотримуватися правил : Спеціальний звіт / ГО «Телекритика» ; за заг. ред. Н. Лигачової, Д. Дуцик. – К., 2016. – 48 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ms.detector.media/content/files/deti_v_media_web_new.pdf, вільний (дата зверн.: 30.04.2021). – Назва з екрану.
2. Як онлайн-медіа висвітлюють дітей у своїх матеріалах. // Інститут масової інформації [сайт]. – Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/yak-onlajn-media-vysvitlyuyut-ditej-u-svoiyh-materialah-i36873> , вільний (дата зверн.: 04.05.2021). – Назва з екрану.
3. Медіа та права дитини. Посібник для журналістів, створений самими журналістами / MediaWise ; МГО «Інтерньюз Україна». – 2009. – 64 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.unicef.org/ukraine/1329-mediachildright_ukr.pdf, вільний (дата зверн.: 03. 05. 2021). – Назва з екрану .
4. Дзьомба Н. Проблеми журналістської моралі щодо прав дитини // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» : Серія «Журналістські науки». – 2018. – Випуск 896. – Номер 2. – С. 36–44 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/zhurnalistski-nauky/problems-zhurnalistskoyi-morali-shchodo-prav-dytyny>, вільний (дата зверн.: 05.05.2021). – Назва з екрану.
5. «МедіаЧек»: «Українська правда. Життя» порушила права дітей у матеріалі про тверк біля пам'ятника // Детектор медіа [сайт]. – Режим доступу: <https://detector.media/community/article/181555/2020-10-15-mediachek-ukrainska-pravda-zhyttya-porushyla-prava-ditey-u-materiali-pro-terk-bilya-pamyatnyka/>, вільний (дата зверн.: 30.04.2021). – Назва з екрану.
6. Замість хлопця із соцмережі на зустріч прийшов поліцейський: у Черкасах знайшли неповнолітню дівчину // ZMI.ck.ua [сайт]. – Режим доступу : <https://zmi.ck.ua/cherkassy/zamst-hloptsya-z-sotsmerez-na-zustrich-priyшов-poltseyskiy-u-cherkash-znayshli-nepovnltnyu-dvchynu.html> вільний (дата зверн.: 05.05.2021). – Назва з екрану.



Савчук О. М.,

доцентка, кандидатка наук із соціальних комунікацій
кафедри журналістики Чернівецького національного
університету імені Ю. Федьковича

ВИСВІТЛЕННЯ ПРАВ ДИТИНИ ОСВІТНИМИ ОНЛАЙН-МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ МАТЕРІАЛІВ “ВСЕОСВІТИ”, “ОСВІТОРІЇ”, “ОСВІТИ.UA”, 2020-2021 РР.)

Актуальність дослідження.

В інформаційному просторі України онлайн-медіа набувають все більшої популярності. «Інтернет-комунікація стала життєво необхідною для пересічного користувача світової мережі. При цьому, по-перше, набули значної ваги онлайн-форми професійної діяльності – від освітньої та політичної до релігійної та медичної. По-друге, у значній частини громадян з'явився вільний час та можливості корисно його використати для самоосвіти й самовдосконалення та опанувати ті знання й навички, про які раніше через брак часу можна було лише мріяти» [1,с.92]. Активізувалась освітня функція засобів масової інформації, завдання якої полягає у повідомленні аудиторії знань, що дозволяють кожній людині виокремлювати важливість та правдивість повідомлення, аналізувати та систематизувати відомості, правильно орієнтуватися в потоці інформаційного різноманіття, вмінні застосовувати набуті знання у практичній діяльності. Сьогодні «медіа фактично являє собою систему неформальної освіти та просвітництва різних груп населення, суттєво впливає на засвоєння соціальних норм, формування ціннісних орієнтацій особистості»[2,с.76]. Таким чином, засоби масової інформації виступають одним із основних джерел повідомлень про демократичні цінності особистості та відіграють першочергову роль у розповсюдженні інформації стосовно освіти у сфері прав людини, у процесі формування правової культури.

Питання прав дитини досить часто ставало предметом наукових розвідок як українських, так і зарубіжних науковців, зокрема: В. Абраменкова, О. Балакірева, Г. Бевз, О. Безпалько, А. Богуш, К. Девіс, І. Загарницька,



І. Зверева, А. Капська, Р. Картер, Л. Нефьодова, Л. Обухова, В. Оржеховська, І. П'єша, Т. Семигіна, І. Сікорський, І. Трубавіна, Л. Українець, Т. Федорченко, В. Федяєва, І. Цибуліна, К. Шендеровського тощо.

Однак медіатема прав дитини у контенті онлайн-медіа про освіту не була предметом аналізу, що й зумовлює актуальність дослідження.

Мета. Визначити найбільш популярні освітні онлайн-медіа України, базуючись на дослідженні інтернет-трафіку, специфіку висвітлення питання прав дитини у освітньому контенті, з'ясувати роль ЗМІ у формуванні правової культури. Для реалізації мети визначено такий перелік завдань:

1. З'ясувати специфіку освітніх онлайн-медіа;
2. Виокремити найпопулярніші освітні інтернет-видання відповідно до аудиторних запитів;
3. Проаналізувати тематичну наповненість сегменту прав дитини;
4. Визначити значеннєвість освітніх онлайн-медіа у процесі створення та поширення інформації про права дитини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з Центром прав людини ZMINA у 2020 році провели третє загальнонаціональне опитування «Що українці знають і думають про права людини?»[3]. У контексті цього дослідження виявлено, що головними джерелами повідомлень про права людини є засоби масової інформації (телебачення – 54, 5%, інтернет-сайти – 38,2%, газети – 12%, радіо – 12,2 %, соціальні мережі – 13, 2%), освітні шкільні та вищі навчальні заклади – 18, 7%, особистий досвід – 22, 5%, інформація від родичів, друзів, колег – 34, 7 %. Такі статистичні дані доводять важливість формальної (навчальні заклади) та неформальної (засоби масової інформації із просвітницькою місією) освіти у сфері прав людини. Важливу роль у популяризації та розумінні прав дитини відіграють освітні онлайн-медіа, оскільки цільовою аудиторією цих видань є вчителі, батьки та діти. Специфіка цих медіа полягає в тому, що контент їх видань спрямований не тільки на інформування, а й формування основних прав та обов'язків демократично вільної людини. Фактично ці ЗМІ мають можливість реалізувати положення Конвенції, зокрема ст. 42 та ч. 6 ст. 44 : “Держави-учасниці зобов'язуються, використовуючи належні і дієві засоби, широко інформувати про принципи і положення Конвенції як дорослих, так і дітей” [4 ; с. 38].

Проаналізовано освітні онлайн-медіа, контент яких містить значний сегмент інформації про права дитини, аудиторія яких є досить великою. Це



онлайн- медіа «Всеосвіта», «Освіторія», «Освіта.ua» тощо. Вибірку здійснено за період 2020-2021р.

Портал «Всеосвіта» не підтримує жодну політичну партію. Головне завдання – прозоре та різнобічне висвітлення усіх подій, що відбуваються у сфері освіти. «Наші новини – це якісно нове, яскраве і неймовірно цікаве подання матеріалу, в якому ви знайдете відповіді на безліч важливих освітніх питань»[7]. Аудиторія видання досить велика. Кількість його відвідувачів за даними аналітичного сайту pro.similarweb.com за квітень 2021року становить 6,3 мільйона відвідувачів. У тематиці прав дитини найчастіше висвітлюються питання інклюзії, інклюзивної освіти. Найбільш актуальною у цьому плані за аналізований період є публікації «У Києві відкрилася перша інклюзивна медіа школа для дорослих»(15 096 переглядів), «Інклюзія: однакове право на освіту та як навчатися в одному класі» (14591 перегляд) тощо. Питання порушення права дитини на освіту розглядається у публікації «Заклади освіти – лише для здорових дітей?», або як навчаються діти з діабетом, целіакією та непереносимістю лактози(4565 переглядів). Цікавою є публікація «Пізнати, щоб прийняти: розбираємо 6 найпоширеніших міфів про ЛГБТ»(2543 переглядів). Частково розглядаються теми ворожнечі та толерантності. Важливо, що питання прав дитини займає важливе місце в масмедійному контенті цього видання.

«Освіторія» – це онлайн-медіа, редакційна політика якого має дитиноцентроване спрямування, розглядає освіту як пріоритетну сферу для України. «На рівні школи ми закладаємо в дітей не тільки знання, але і цінності. І від того, як ми навчаємо дітей зараз залежить те, яку країну ми побачимо через 30-40 років»[8]. Це «онлайн-медіа про освіту та виховання дітей в Україні». Головним гаслом видання є вислів Нельсона Мандели «Освіта – це найпотужніша зброя, аби змінити світ». Контент видання будується за принципом цікавості та актуальності, доступного викладу матеріалу «для викладачів і батьків, щоб допомогти їм знайти відповіді по навчанню та вихованню дітей». Отож, медіа виконує освітню та дидактичну функції. Кількість користувачів понад 2 мільйони на рік. Кількість його відвідувачів за даними аналітичного сайту pro.similarweb.com за квітень 2021року склала 172 тисячі. Тематика прав людини представлена за трьома напрямками: права вчителів, права батьків, права дитини. Розгляд прав дитини представлено формуванням знань та поведінкової моделі толерантності. Так, у публікації «Примирити учнів: як допомогти дітям вирішувати кон-



флікти» зазначається, що власне повага та взаєморозуміння повинні бути основою міжособистісного спілкування. Темі булінгу та кібербулінгу присвячені публікації, що мають не тільки інформативний характер, а й надаються поради щодо захисту індивіда. У публікації «Кожен другий стає жертвою кіберзлочину – дослідження Lenovo» зібрано поради експертів, як захистити себе та пристрій своєї дитини онлайн.

«Освіта.ua» – це популярний тематичний ресурс в Інтернеті, присвячений освіті в Україні та за її межами. Аудиторія цього сайту становить понад 6,34 мільйона користувачів. Контент формується на основі інформації МОН України «Міносвіти затвердило порядок реагування на булінг», «У школах впровадять концепцію безпечного середовища», Служби освітнього омбудсмена «Як учасникам освітнього процесу захистити свої права?», багато уваги журналісти приділяють питанням реалізації дітьми творчих умінь та навичок тощо.

Відповідно до поставлених завдань зроблено такі висновки:

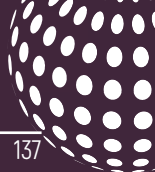
1. Медіатема прав дитини є надзвичайно важливою та актуальною у всі періоди розвитку інформаційного простору. Повага до дитини повинна бути завжди першочерговим завданням у напрямку державної та інформаційної діяльності.

2. Освітні онлайн-медіа виконують роль просвітницької місії у сфері освіти прав людини. Функціонування таких ЗМІ дає можливість отримувати нові знання, а, отже, навчатися упродовж всього життя. Важливість контенту цих видань полягає в тому, що вони виступають своєрідним майданчиком для думок експертів, центром формування цінностей не тільки однієї людини, а й великої групи – аудиторії.

3. Аналіз онлайн-медіа «Всеосвіта», «Освіторія», «Освіта.ua» засвідчує, що тема освіти, з урахуванням всіх її сучасних викликів, досить важлива для великої кількості людей, понад 6,3 мільйони переглядів.

4. Висвітлення прав дитини в аналізованих медіа потребують урізноманітнення. Найбільш актуальними є теми інклюзії та булінгу. Інші аспекти даного питання представлені фрагментарно.

5. Комплексне дослідження медіатеми прав дитини залишається актуальним завданням журналістикознавців.



Література

1. Сашук Т. Трансформація інтернет-комунікації: роль соціальних мереж//Актуальні проблеми медіа простору: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції[Київ, 09 квітня 2020р.]. – К.: Інститут журналістики, 2020. – С.92
2. Лещух Г. Вплив засобів масової інформації на процес соціалізації підлітків// Молодь і ринок №3 (110), 2014. – С.76
3. Що українці знають і думають про права людини? Електронний ресурс. Доступ [30/04/21]. Режим доступу: <https://www.ua.undp.org>
4. Конвенція ООН про права дитини. – Електрон. підруч. – 49 с. – Режим доступу: https://www.unicef.org/ukraine/ukr/convention_small_final.pdf, вільний. – Загол. з екрана. – Мова укр.
5. Діти в медіа: як висвітлювати й дотримуватися правил : Спеціальний звіт / ГО "Телекритика"; за заг. ред. Н. Лигачової, Д. Дуцик. – К., 2016. – 48 с. – Режим доступу: http://ms.detector.media/content/files/deti_v_media_web_new.pdf, вільний. – Загол. з екрана. – Мова укр.
6. Веб-сайт статистики інтернет-трафіку. Електронний ресурс. Доступ [30/04/20]. Режим доступу: pro.similarweb.com
7. Інтернет-портал «Всеосвіта». Електронний ресурс. Доступ [30/04/21]. Режим доступу: <https://vseosvita.ua>
8. Інтернет-портал «Освіторія». Електронний ресурс. Доступ [30/04/21]. Режим доступу: <https://osvitoria.media/>
9. Інтернет-портал «Освіта.ua». Електронний ресурс. Доступ [30/04/21]. Режим доступу: <http://osvita.ua>



Хобта О. І.,

канд. філ. н., доцент кафедри журналістики,
реклами та медіакомунікацій, факультету
журналістики, реклами та видавничої справи,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова
Одеса

ВИСВІТЛЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІСТОРІЙ У ЖАНРІ РЕПОРТАЖНОГО ПОРТРЕТУ: ДОСВІД «THE UKRAINIANS»

Права людини, не дивлячись на пожвавлення інтересу до цієї теми, розвиток в Україні правозахисної та адвокаційної журналістики, ще й досі висвітлюються не комплексно, скоріш фрагментарно. Існує стереотипне уявлення, що правозахисна тематика не цікавить більшість аудиторії та є матеріально неприбутковою. Тому постає актуальне питання, як з одного боку зацікавити аудиторію, з іншого імплікувати цінності прав людини, обговорювати чутливі теми ефективно й не нав'язливо.

Онлайн-журнал «The Ukrainians» з 2014 року активно піднімає питання прав людини, реалізуючи політику попередження ненависті в суспільстві. З 2019 року від онлайн-журналу відокремилось профільне видання «Reporters», що подає лише репортажі. На думку редакції: «Літературний репортаж – один з найкращих способів розповісти про соціальні процеси через людські історії. Такі, що захоплюють і надихають, чи такі, що вражають і провокують дискусії... важливо бачити як вони впливають на долі окремих людей. Чути їхні голоси, ще краще розуміти їх» [1]. Репортаж – є ефективним жанром у контексті наближення й співпереживання складних тем, адже дозволяє долати соціальні бар'єри. Основним призначенням репортажу за Міхаелем Галлером є уможливити слухачеві/читачеві розумово й емоційно взяти участь у подіях, пережити їх разом з автором через автентичну розповідь. Дослідник виділяє низку факторів, що зумовлюють популярність цього жанру серед аудиторії: по-перше, репортаж прагне близькості до людей тоді як ЗМІ зміцнюють почуття відчуженості; по-друге, репортаж пропагує сучасний індивідуалізм, зображуючи людей у їхньому повсякденні; по-третє на фоні звуження світу до світового села, мова



репортажу може повернути йому багатозначність та відтворити сприйняття зображуваних людей [2]. «З погляду публіки суспільство таке ж саме непроникне, як і джунглі, але репортер не під'їжджає на бульдозері, щоб викорчувати ці джунглі; він ніби підходить пішки і прорубує мачете для своїх читачів стежку: він робить джунглі прохідними та залишає їх як ціле недоторканими. Цю функцію сучасного репортажу можна назвати «ефектом джунглів» [2], – зазначає Міхаель Галлер.

Редакція «Reporters» подає, за власним трактуванням, літературні репортажі. Головні принципи літературного або художнього репортажу: послідовна розповідь від сцени до сцени, без довгих історичних ракурсів; правдива передача діалогів; ракурс третьої особи; деталізація статусу – прискіпливе зображення зовнішності, манери поведінки, мовлення персонажів, інтер'єру, де відбувається подія [3].

Журнал має спецпроекти «Наші інші» – цикл репортажів, що присвячений національним меншинам та історіям українського різноманіття, «Юні ветерани» – історії молодих українців, що повертаються з війни, «Траекторія війни». Журналісти піднімають й інші важливі питання прав людини, за межами спецпроектів. Проаналізувавши журналістські матеріали ми виділили наступні тематичні поля: насильство в сім'ї, люди з інвалідністю, життя колишніх військових й полонених; літні люди; переселенці; гендер; пошуки себе; національні меншини; інклюзія; тваринозахисна тематика; альбінізм; боротьба з хворобами.

Журналісти журналу використовують жанр репортажного портрету, розповідаючи історії життя своїх героїв, що є цікавим і захоплюючим для аудиторії. «The Ukrainians» розповідає про вразливі та маломобільні групи подаючи історії життя як історії успіху. Акцентуація на успішному подоланні життєвих складнощів простежується уже в ліді. Наприклад, «Найміцніша стіна. Вона залишила країну, де виросла, щоб утекти від тамтешніх традицій. Історія вірменки, яка очолила пульмонологічний центр в Україні. І віднайшла свій дім», «Квіти від Артура. Він зазнав зневаги та побоїв як від чужих, так і від своїх. Історія рома, котрий ризикнув шукати власний шлях. І, здається, знайшов», «Ліна і діти. Від неї відмовилась мати. Їй дали чуже ім'я і нав'язували чужі мрії. Але вона знайшла свої і тепер втілює в життя мрії інших», «Вийти з чорної зали. Поет і будівельник про свій досвід боротьби з раком і те, чому так важливо доплисти до берега», «Назад за веселкою. Історія колишнього директора школи з Дебальцевого, який через війну



будує нове, майже студентське, життя в Києві», «Мед з історією. Як сім'я пасічників перевезла вулики з окупованої Луганщини, щоб продовжити справу чотирьох поколінь», «Дім для Міли. Куди зникають коні зі сфери розваг, або Навіщо 20-річна дівчина дає ще один шанс зрадженим тваринам і кожному з нас», «Школа для космічного хлопчика. Як двом жінкам вдалося створити інклюзію для хлопчика з аутизмом задовго до того, як це стало мейнстрімом». За класифікацією героїв журналістських текстів [4], об'єктами висвітлення в репортажних портретах «The Ukrainians» є неklasичні герої – що є квінтесенцією історій успіху так званих «пересічних» громадян, а саме герой-переможець та герой-страдник [4]. Історії успіху подані в репортажних портретах дозволяють аудиторії відчувати усю складність шляху, що долають інші; повірити у можливість успіху у власному житті; зрозуміти вибір героїв, почувши історію з перших уст й побачивши її «кінематографічно» з деталями й у динаміці; співпереживати й поважати права інших та розуміти свої.

Література

1. Reporters. URL: <https://www.reporters.media/pro-proekt/>
2. Галлер М. Репортаж : навч. посіб. К. : Академія Української Преси : Центр Вільної Преси, 2011. 348 с.
3. Вулф Т Новая журналистика и Антология новой журналистики. СПб. : Амфора. ТИД Амфора, 2008. 574 с.
4. Євтушенко О.М. Репрезентація героя в сучасних друкованих ЗМІ: функціонально-типологічні особливості. Наукові записки Інституту журналістики. 2014. Т. 56. С. 293 – 299.

СЕКЦІЯ

«Анексія Криму та збройний конфлікт
на Сході України, дотримання стандартів
при висвітленні чутливих та
конфліктних тем»



Сировой М. О.,

кафедра управління соціальними комунікаціями
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця
Харків

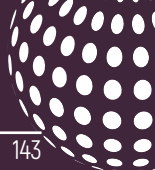
ГОНИТВА ЗА ТРАФІКОМ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ УКРАЇНСЬКИМИ ОНЛАЙН-ЗМІ НА ТЛІ НАРОЩУВАННЯ ВІЙСЬК КРАЇНИ-АГРЕСОРА БІЛЯ КОРДОНІВ

У 2014 році в Україну вторглася Росія, окупувавши Крим, місто Севастополь та окремі райони Донецької і Луганської областей. Війна триває вже восьмий рік, а з кінця березня 2021 року у ній спостерігається нова хвиля ескалації, у тому числі й на інформаційному фронті.

У публічній площині тема нової ескалації з'явилася 30 березня, коли Головнокомандувач ЗСУ Руслан Хомчак на відкритому засіданні Верховної Ради заявив, що країна-агресор стягує війська до східних кордонів України, а також до тимчасово окупованого Криму [1]. Тема із нарощуванням військових потужностей РФ біля кордонів швидко стала мейнстримною. Онлайн-ЗМІ «Українська правда» [2], наприклад, зробила окремий топ-блок щодо нової ескалації, а «LIGA.net» відкрила хроніку із детальним висвітленням ситуації [3]. Матеріали щодо ескалації допомагають генерувати значну кількість веб-трафіку, наприклад, публікацію «Путин у ворот. Как выглядит весь расклад военных сил в Европе» на сайті LIGA.net за дві доби відкривали понад 250 000 разів.

Підвищений інтерес був очікуваним, оскільки у основі теми війни лежить природне почуття страху. Зокрема про намагання Росії стягуванням військ розповсюдити страх в Україні та західних країнах заявляв Президент України Володимир Зеленський у коментарі виданню Time [4]. Аналогічну тезу повторював і Міністр закордонних справ Дмитро Кулеба на спільній прес-конференції з головами МЗС країн Балтії [5].

З точки зору теорії комунікації значний інтерес аудиторії до тривожних матеріалів можна пояснити законом прискореного поширення негативної



інформації. Володимир Лавренчук відзначав, що інформація негативного змісту має тенденцію до швидшого поширення, ніж позитивна, а дія цього закону пов'язана з підвищеною увагою людей до негативних факторів, оскільки позитивне швидко сприймають за норму і перестають обговорювати [6, с. 192]. У нашому контексті це означає, що швидке поширення та довге обговорення негативних тем можуть дати змогу онлайн-ЗМІ підвищувати необхідні для рекламодавців метрики, такі як веб-трафік та кількість реакцій у соціальних мережах.

Але варто зазначити, що «гонка за трафіком» може бути токсичною для ЗМІ. Зокрема професор Пабло Бочковскі зазначав, що коли акцент робиться на збільшенні веб-трафіку для залучення цифрових доходів, журналісти можуть приділяти менше часу для перевірки фактів та написання поглиблених історій [7].

В українському сьогоднішньому це зокрема вилилося у поширення пропагандистських заяв Кремля українськими онлайн-ЗМІ. Наприклад, на сайті «РБК-Україна» з'явилася новина під заголовком «У Путіна заявили про загрозу повторення на Донбасі трагедії в Сребрениці» із посиланням на російський державний ресурс «ТАСС» [8].

А «Українська правда» розповсюдила 14 квітня пропагандистську заяву экс-голови ФСБ РФ та секретаря Радбезу Росії Миколи Патрушева про нібито підготовку Україною до збройного наступу на ОРДЛО та до вчинення терактів у Криму [9]. Це було зроблено навіть попри те, що раніше у цей день представник США у ОБСЄ Кортні Остріан заявила про відсутність бодай якихось провокацій з боку України, у яких так намагається переконати світ кремлівська пропаганда [10]. До того ж матеріал «Української правди» не збалансовано заявами ані Остріан, ані українських посадовців, які спростовують наративи Кремля.

Згідно із лічильником на сайті «Української правди», публікацію із заявою Патрушева [9] переглянули понад 100 000 разів – це майже населення Ужгорода. Тобто умовно цілий обласний центр міг прочитати бездоказову заяву діяча країни-агресора та не побачити при цьому відповідних спростувань від української сторони.

Об'єктом шкоди розглянутих вище прикладів журналістських матеріалів виступає не тільки психічне здоров'я українців, а й національна безпека. Про це зокрема свідчить заява секретаря Ради національної безпеки та оборони Олексія Данілова [11]. Він відзначив, що українські ЗМІ та лі-

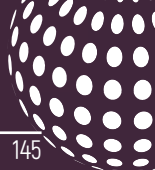


дери думок є однією з цілей РФ у гібридній війні. За його словами, Росія намагається створити паралельну «інформаційну реальність», кількість фейків та маніпуляцій зростає у геометричній прогресії, а їхньому поширенню подекуди несвідомо сприяють і самі українські ЗМІ.

Пояснити публікацію російської пропаганди в українських ЗМІ можна принаймні з трьох позицій. Перша – якщо ці ЗМІ діють в інтересах РФ, але тоді це питання вже лежить у площині правоохоронців. Друга – якщо журналісти не мають достатньої кваліфікації для усвідомлення поширення пропаганди, і це питання до якості освітньої підготовки журналістів. Третя – публікація матеріалів, які викликають страх, може підвищити веб-трафік ЗМІ, відповідно до закону швидкого поширення негативної інформації. Звичайно, можна припустити, що поширення заяв Кремля може бути інформуванням про потенційну агресію північного сусіда. Але, по-перше, РФ веде агресивну риторику вже восьмий рік та власними діями продемонструвала, що здатна на фізичну агресію у 2014 році. По-друге, можливість нападу оцінюють не тільки у РФ, а про це ще й говорять українські та західні політичні діячі, зокрема представники Пентагону. Тож, кліше країни-агресора не є безальтернативним джерелом інформування.

Так як одним з драйверів до публікації заяв Кремля може слугувати бажання підвищити кількість переглядів, то є логічним, що аби вийти з цієї ситуації необхідно знизити залежність онлайн-ЗМІ від веб-трафіку. На думку Боба Франкліна, у медіасередовищі наразі немає єдиного консенсусу щодо рекламної бізнес-моделі онлайн-ЗМІ. Він відзначає, що ЗМІ ще експериментують із різними поєднаннями PayWall (платний доступ до частини матеріалів), краудфандингу, залученням фінансування з боку міжнародних неурядових організацій, приватних фондів та аналітичних центрів, державним фінансуванням тощо [12]. Джон Пікард оцінюючи ці процеси писав, що різноманітність бізнес-моделей та потоків доходів дозволяє постачальникам новин ставати менш залежними від будь-якої форми фінансування [12].

Якщо грантове фінансування українські онлайн-ЗМІ залучали і раніше, то навесні 2020-го, у розпал першого COVID-локдауну в Україні, ми побачили, що українські онлайн-ЗМІ також почали дедалі більше експериментувати із бізнес-моделлю. Ряд медіа, наприклад LIGA.net, hromadske, «Українська правда», запустили краудфандингові кампанії, попросивши читачів про фінансову допомогу у непростий період. Наразі вони пропонують і



додаткові переваги читачам, які роблять внески. Це, наприклад, відключення реклами на сайті, доступ до чату з журналістами чи до ексклюзивних статей до їхньої публікації у загальному доступі тощо. Серед переваг краудфандингу можна виділити підвищення відповідальності журналістів. Зокрема Таня Айтамурто відзначала, що пожертви читачів створюють міцний зв'язок між журналістами та донорами. Це своєю чергою створює нове почуття відповідальності у журналістів, оскільки вони сприймають донорів як інвесторів, яких не можна підводити [13].

У контексті ситуації із розповсюдженням російської пропаганди це мало б означати, що журналісти зможуть більш чітко уявляти для кого вони пишуть, більш ретельно обирати інфоприводи та не передруковувати провокаційних повідомлень країни-агресора. Але наразі українським онлайн-ЗМІ ще не вдається залучити до пожертвувань значну частку своєї аудиторії, що можливо заважає вибудовувати ту відповідальність перед «читачами-інвесторами», про яку писала Таня Айтамурто. Про відносно повільні темпи залучення добровільних пожертвувань читачів свідчить зокрема статистика, опублікована головним редактором «LIGA.net» Борисом Давиденком. За його словами, за рік кампанії із залучення коштів читачів його виданню допомогли гривнею 4687 людей, при цьому щомісяця його читають 6-7 мільйонів користувачів. Тобто за рік у підписників вдалося конвертувати лише 0,01% щомісячної аудиторії, хоча консультанти видання прогнозували 0,01% до початку кампанії [14].

Ще далі у експериментах із залучення коштів читачів пішло онлайн-видання «НВ». Ще до весняного локдауну, у лютому 2020 року, воно запровадило PayWall, зробивши платним доступ до частини матеріалів. Шведські дослідниці Інгела Уодбрінг та Ловіса Бергстрьом серед переваг цієї моделі визначали, що читачі з платною підпискою демонструють вищий ступінь активності, більшу залученість та більш різноманітне використання ресурсу, ніж новододані читачі з безкоштовною підпискою [15]. Відзначимо, що подібна поведінка «платних читачів» окрім того може сприяти підвищенню необхідних для рекламодавців метрик: таких як глибина перегляду публікацій та кількість проведеного на сайті часу.

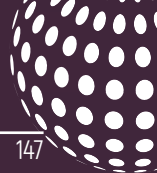
У серпні 2020-го діджитал-директор «НВ» Олег Лисенко казав, що вдалося залучити 11 000 підписників, що перевищило прогнози. У той же час дані Similar Web свідчать, що «НВ» має від 20 до 30 млн відвідувань сайту на місяць. Тобто у підписників вдалося перетворити приблизно 0,04% що-

місячної аудиторії.

Отже, зі слів дослідників ми бачимо різні переваги, які можуть надати диверсифікація джерел доходів та залучення коштів читачів для онлайн-ЗМІ. Але актуальна статистика від представників українських онлайн-ЗМІ демонструє, що найближчим часом навряд чи можна сподіватися на швидке зростання частки надходжень. Це означає, що їм ще доведеться ставити у пріоритет збільшення трафіку, аби привабити рекламодавців. За таких умов ризики проникнення на цифрові шпальти менш якісного контенту, зокрема і залякуючих заяв Кремля, не зникають. Але якщо медіа у таких умовах все ж вдається до публікації заяв керівництва РФ, то має бути чітко виділено та показано читачам, коли це – маніпуляції країни-агресора. Це можуть бути примітки, пояснення, надання у матеріалах із заявами Кремля позиції України чи західних держав, або навіть специфічні заголовки. Наприклад, так зробила LIGA.net, опублікувавши чергову заяву спікера президента РФ Пєскова під заголовком: «У Кремлі назвали «умови» відведення російських військ від кордонів України. Але це пропаганда» [13]. А у самій публікації були представлені позиції української влади, західних політичних діячів та ОБСЄ.

Література

1. LIGA.net / «Хомчак заявив про стягування РФ військ до українських кордонів. У США висловили побоювання». [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://ua-news.liga.net/politics/news/homchak-zayaviv-pro-styaguvannya-rf-viysk-do-ukrainskih-kordoniv-u-ssha-vislovili-pobojuvannya>
2. Українська правда / топ-блок у верхній частині сайту на 18 квітня). [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://www.pravda.com.ua/>
3. LIGA.net / Новая угроза. Главное об агрессии России против Украины – LIVE [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://news.liga.net/politics/chronicle/novaya-ugroza-iz-rossii-vse-glavnoe-ob-eskalatsii-voennoy-agressii-rf-protiv-ukrainy-live>
4. Time / 'They Want the West to Be Frightened.' Ukraine's President on Why Russia Sent Troops to the Border. [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://time.com/5954068/zelensky-ukraine-russia-standoff/>
5. LIGA.net / Кулеба – Росії: Не дочекаєтесь, ми не боїмося, Україна досить сильна. [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://ua-news.liga.net/politics/news/kuleba-rosii-ne-dochekaetes-mi-ne-boimosya-ukraina-dosit-silna>
6. Лавренчук В. П. / КУЛЬТУРА ВПРАВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ УСПІШНОЇ ОСОБИСТОСТІ / Наукові записки Національного університету «Острозька академія». [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://lingvj.ua.edu.ua/articles/2015/n57/44.pdf>



7. Boczkowski, P. J. (2010). News at Work: Imitation in an age of information abundance. Chicago: University of Chicago Press.

8. РБК-Україна / У Путіна заявили про загрозу повторення на Донбасі трагедії в Сребрениці . [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://www.rbc.ua/ukr/news/putina-zayavili-ugroze-povtoreniya-donbasse-1617963260.html>

9. Українська правда / Радбез РФ озвучив версію «нападу України на Росію». [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://www.pravda.com.ua/news/2021/04/14/7290191/>

10. LIGA.net / Украина не совершала шагов, провоцирующих Россию на эскалацию – представитель США в ОБСЕ. [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://news.liga.net/politics/news/ssha-ne-vidyat-shagov-ukrainy-kotorye-mogli-by-sprovotsirovat-rossiyu-predstavitel-v-obse>

11. Олексій Данілов / Шановні журналісти і працівники медіа! [Електронний ресурс]: Режим доступу – [https://www.facebook.com/danilov.oleksiy/posts/1176323719448543?__cft__\[0\]=AZUyMGq36qRy8b_hR4aepqgjXnmtL8Jf3-Z8Qjb83PvL5LGsMu0dLZyZj2a16DJfLNLRUsgyywWhmEfQ570kRizJHqOXBIDLRp9y46XnX9JnHz4Xno8gZDpLSi7RjVfU4w&__tn__=%2C0%2CP-R](https://www.facebook.com/danilov.oleksiy/posts/1176323719448543?__cft__[0]=AZUyMGq36qRy8b_hR4aepqgjXnmtL8Jf3-Z8Qjb83PvL5LGsMu0dLZyZj2a16DJfLNLRUsgyywWhmEfQ570kRizJHqOXBIDLRp9y46XnX9JnHz4Xno8gZDpLSi7RjVfU4w&__tn__=%2C0%2CP-R)

12. Bob Franklin / The Future of Journalism In an age of digital media and economic uncertainty. [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2014.930254#>

13. Tanja Aitamurto / THE IMPACT OF CROWDFUNDING ON JOURNALISM / Case study of Spot.Us, a platform for community-funded reporting. [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2010.551018?scroll=top&needAccess=true>

14. Boris Davidenko / Пік тому мені було дуже страшно. [Електронний ресурс]: Режим доступу – [https://www.facebook.com/boris.davidenko/posts/3770360476334726?__cft__\[0\]=AZWYpwAl_7ZnpfDs0UBPQVduzoC8iXKxEcYyYbSUdiRHsx4qxFcUtZtBAvd6X0jQliO-LdMfzMcAhecoCXGB3bUrr2k7-YZMl3Lx7Fa0NvnN0JpBJk_xVvxvWukPlpkqGEC&__tn__=%2C0%2CP-R](https://www.facebook.com/boris.davidenko/posts/3770360476334726?__cft__[0]=AZWYpwAl_7ZnpfDs0UBPQVduzoC8iXKxEcYyYbSUdiRHsx4qxFcUtZtBAvd6X0jQliO-LdMfzMcAhecoCXGB3bUrr2k7-YZMl3Lx7Fa0NvnN0JpBJk_xVvxvWukPlpkqGEC&__tn__=%2C0%2CP-R)

15. Ingela Wadbring, Lovisa Bergström / Audiences behind the Paywall: News Navigation among Established versus Newly Added Subscribers. [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2021.1878919>

16. Ирина Гюк / ADSIDER / 11 000 подписчиков. Как в НВ запустили и развивают пейволл. [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://adsider.com/ru/11-000-podpyschikov-kak-v-nv-zapustily-y-razvyvaiut-peyvoll/>

17. LIGA.net / В Кремле назвали «условие» отвода российских войск от границ Украины. Но это пропаганда. [Електронний ресурс]: Режим доступу – <https://news.liga.net/politics/news/v-kremle-nazvali-uslovie-otvoda-rossijskih-voysk-ot-granits-ukrainy-no-eto-propaganda>



Фролкіна С. О., Кладітін М. В.,
кафедра соціальних комунікацій
Маріупольський державний університет
Маріуполь

КРИМСЬКІ ТАТАРИ: ВІЙНА ТА МЕДІА

Висвітлення вразливих груп населення є однією з проблем сучасної журналістики, в особливості вона спостерігається у матеріалах журналістики війни. Під час воєнних подій, що відбуваються на Сході України, та під час анексії Кримського півострова перед засобами масової інформації постало завдання висвітлення тем, що стосуються національних меншин та військового конфлікту. Завдання ускладнювалося й тим, що журналістика має роль четвертої влади та лідера думок, що не тільки формує суспільну думку, але й може керувати нею. Така тенденція зберігається тривалий проміжок часу та корегується лише етичними стандартами та деклараціями з прав та свобод людини.

Актуальність обраної теми полягає у закономірностях дотримання етичних стандартів професійного журналіста у матеріалах засобів масової інформації в Україні у контексті збройного конфлікту на Сході України та анексії півострова Крим.

Завдання роботи полягає в аналізі матеріалів, головною темою яких є висвітлення кримсько-татарського народу у контексті анексії Кримського півострова.

Як корінний народ, кримські татари сформувалися на території півострова Крим шляхом змішування різноманітних тюркомовних кочових народів Причорномор'я. Окрім цього на формування кримськотатарського народу мали вплив булгари, половці, хазари, генуезці та греки. Консолідація різноманітних етнічних груп в один народ проходила століттями та підкріплювалася декількома факторами, основними з яких можна виділити одну релігію, мову та територію. Пройшовши періоди Золотої орди, Кримського ханства, Російської імперії, кримськотатарського відродження, громадянської війни, радянської влади, депортації та повернення, сьогодні кримські татари є єдиним, згуртованим народом.



З кінця 1991 року Крим стає автономною республікою, що входить до складу незалежної України. Однак, вже роком пізніше, російська влада визначає недійсним указ президії ВР СРСР від 1954 року, головним пунктом якого було включення Криму до складу Української РСР. Таким чином, Росія починає загострювати політичну ситуацію, і перешкоджає виконанню певних державних процесів на території Криму [1].

Ще більше «розхитують» мир та загострюють ситуацію зіткнення українських піхотинців з російською береговою охороною на кордоні у 1993 році, Кримська криза 1994 року (розподіл Чорноморського флоту) та конфлікт навколо острова Тузла 2003 року (спорудження Росією дамби та розділення внутрішніх вод двох країн державними кордонами). Всі ці події призводять до початку агресивних розвідувальних дій з боку Росії та початку операції по захопленню Криму армією РФ [2].

20 лютого 2014 року розпочинається швидкий процес анексії півострова. Антиукраїнські виступи набувають свого апогею одразу після втечі тогочасного президента України – Віктора Януковича. Вже за декілька днів міста Криму заповнюються російськими військовими, з'являються бронетранспортери та будуються блокпости. А з 1 березня розпочинаються силові акції, захоплення адміністративних приміщень та блокування стратегічно важливих об'єктів.

16 березня, всупереч законам України, відбувається референдум, щодо статусу Кримського півострову, а вже за два дні окупаційна влада РФ підписує нелегітимний «Договір між Російською Федерацією і Республікою Крим про прийняття в Російську Федерацію Республіки Крим та утворення в складі Російської Федерації нових суб'єктів». З того часу розпочинається переслідування «інакодумців» – українців та проукраїнських кримських татар, що є прямим актом дискримінації національних меншин з боку РФ.

Засоби масової інформації грають одну з засадничих ролей під час висвітлення воєнного конфлікту. Медіапростір у такі часи, або, як його називають, – «журналістика війни», – апелює до основних потреб людини, до яких входить право на отримання інформації та право на інформаційну безпеку. Окрім задоволення та захисту прав та потреб аудиторії, сучасна журналістика війни має окремі слабкі сторони, що негативно впливають на емоційний стан населення. Безпосередня аудиторія ЗМІ, в залежності від системи подання матеріалів, може втрачати когнітивний ресурс, тобто здатність ототожнювати правдиву та неманіпулятивну інформацію. Журна-



лістика миру має свої значні переваги, але, на жаль, використовувати її під час озброєних конфліктів не є можливим [3].

Єдиними практичним виходом з такої ситуації є пошук золотої середини, що, на думку експертів Інституту масової інформації, полягає у перевірці джерел інформації та точність формулювань у журналістських матеріалах [4].

Сьогодні регулювання роботи професійного журналіста не є абстрактним поняттям, а навпаки має свої підтвердження у нормативно-правових актах, що ратифіковані в Україні:

1. Загальна декларація прав людини, 1948 рік, в якій зазначені пункти щодо створення світу зі свободами слова та переконань.

2. Конвенція про захист прав людини та основоположних свобод, 1950 рік (редакція 2010 рік), підтверджує право на основоположні свободи, в тому числі й право на інформаційну незалежність та захист інформації, на рівні Європейського союзу.

3. Конвенція ООН про захист цивільного населення під час війни, 1949 рік, у статтях якої зазначені правила щодо висвітлення осіб, які брали участь у бойових діях, але з будь-яких причин залишили поля битви та осіб, що належать до групи – цивільне населення [5].

При висвітленні особливо чутливих тем, до яких входять теми озброєних конфліктів і питання, що стосуються етнічних меншин, журналіст зобов'язаний ретельно перевіряти інформацію, що планує поширювати, при цьому підтверджуючи її декількома джерелами інформації. Використання офіційних джерел є найбільш безпечним у таких випадках, адже саме вони констатують факти більш точно. Окрім цього, коментарі та оціночні судження експертів повинні бути відокремлені від фактичного матеріалу, а враховуючи значну кількість інсайдерів у соціальних мережах, на журналістів покладається завдання перевірки даних, задля зменшення маніпуляцій та фейків у медіапросторі.

Під час висвітлення військових дій на Сході України та анексії Криму засоби масової інформації припустилися деяких помилок, що значно вплинули на сприйняття аудиторією ситуації, в епіцентрі якої вони опинилися. Так, окремі місцеві ЗМІ формулюваннями заспокоєння вселити у населення віру в те, що навколо нічого не відбувається. В такій ситуації важко знайти тонку грань між розсіюванням паніки та надмірним заспокоєнням, адже навіть у журналістиці війни є місце для



внутрішнього конфлікту між журналістами та гонитвою за сенсаційними матеріалами.

Таким чином, факти є основою будь-якого інформаційного сюжету, але для аудиторії цього може бути замало, тому ЗМІ використовують причинно-наслідкові зв'язки задля досягнення точності матеріалів та донесення головної суті. За приклад можна взяти публікацію на тему «Без «Кримської світлиці». Чому може зникнути єдина україномовна газета про Крим на сайті <https://www.radiosvoboda.org/> від 30 листопада 2018 року. Тут ми можемо побачити, що журналісти вибудовують логічні ланцюги, використовуючи бекграунди та факти, що стосуються «роздержавлення» засобів масової інформації, у контексті закриття єдиної україномовної газети, що поширювалася на території окупованого Криму. Ця тема отримала широкий резонанс в українських ЗМІ та форсувалася тривалий проміжок часу. Це також говорить про значну роль внутрішнього конфлікту журналістики війни.

Література

1. Холодна війна за Крим. Як ділили флот у 1990-х // Історична правда: онлайн сусп.-іст., видання 2010. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2011/05/10/38319/> [дата звернення: 04.03.2021].
2. Задорожній О. Анексія Криму – міжнародний злочин: Монографія. – Бібліотека кафедри міжнародного права: Yuri Marchenko, 2015. – С. 25-29, 165–168.].
3. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. – Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. – 184 с.
4. Вежа чорного дерева: як українські друковані та Інтернет-ЗМІ висвітлюють чутливі теми // Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/articles/veja-chornogo-dereva-yak-ukrajinski-drukovan-ta-internet-zmi-visvitlyuyut-chutlivi-temi-i559> [дата звернення: 05.04.2021].
5. Скібан О., Шендеровський К. Українська журналістика на цінностях прав людини в умовах війни // Права людини та мас-медіа в Україні: Збірник конспектів лекцій. – Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2018. – С. 44–46.



Шутяк Л. М.,

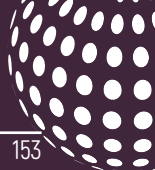
кафедра журналістики Чернівецький національний
університет імені Юрія Федьковича
Чернівці

ФЕЙКИ В ІНТЕРНЕТІ Й ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ В КОНТЕКСТІ ВІЙНИ НА СХОДІ УКРАЇНИ

У часи війни медіа відіграють ключову роль. Так, «на першому етапі гібридної війни встановлюються медіаканали, на другому етапі ЗМІ вже поширюють незадоволення серед населення, на третьому етапі посилюється політичний тиск і дезінформація, далі – все загострюється» [1]. Специфіка гібридної війни полягає у тому, що інформаційний компонент стає важливішим за військовий: пропаганда, дезінформація, політичний і економічний тиск, поширення чуток, ідей і незадоволення дуже активно впливають на перебіг війни» [1]. Медіа й особливо соціальні мережі активно використовуються зацікавленими сторонами для поширення незадоволення, що має підірвати єдність і довіру у суспільстві та бажання діяти.

Мета розвідки – дослідити причини поширення дезінформації в українському інтернет-просторі та роль медіаграмотності суспільства у протидії маніпулятивним технологіям. До вивчення цього питання зверталися такі науковці, як О. Саприкін, М. Іваницька, М. Кіца, Х. Юськів, М. Ожеван, Д. Татарчук, О. Ярошук та ін.

Симптоматично, що в умовах конфлікту напруга в суспільстві значно загострюється. Кожне слово політиків та військових набуває особливої ваги і широко резонує в соціумі. Люди схильні впадати в паніку і вірити найменш правдоподібній інформації, яка дуже швидко поширюється в соціальних мережах. Переважне споживання новин із соціальних медіа не сприяє покращенню ситуації. Розквіт громадянської журналістики, який ми особливо активно спостерігали в Україні з часів початку Революції гідності, з одного боку, суттєво вплинув на сучасну українську журналістику, розширивши її технологічні можливості, а з іншого – став справжнім викликом для ЗМІ у сфері дотримання стандартів й оперативності подання інформації.



У цьому контексті журналіст, ведучий «Громадського радіо», голова Комісії з журналістської етики Андрій Куликов звертає увагу на той факт, що «в Україні, Росії та Сполучених Штатах Америки (можливо, в інших країнах теж, але в цих трьох особливо) в останні роки тривала кампанія, спрямована на підриг авторитету професійної журналістики. Поширювались гасла на кшталт «зараз журналістику може робити кожен», «зараз достатньо зафільмувати щось на мобільний телефон, викласти в мережу, і це вже журналістика» [2]. А це, своєю чергою, вплинуло на сприйняття громадськості й втрату довіри до медіа. Інша проблема – фактична відсутність в Україні незалежних засобів масової інформації, які б пропонували альтернативну думку й не відстоювали політичні й фінансові інтереси власника.

У часи конфлікту саме інтернет став головним місцем поширення фейків – як у інтернет-ЗМІ, так і в соціальних мережах. Із цим явищем важко боротися і практично неможливо здолати повністю. Уміло використовуючи технології маніпулювання свідомістю та нагнітання паніки, російська пропаганда активно «вкидає» в український медіапростір значну кількість фейків. Один із найвідоміших – історія «розі'ятого хлопчика», яка з'явилась у розпал війни на російському «Першому каналі». Цей фейк є вдалою ілюстрацією дезінформації та брехні, які вже стали нормою для російських ЗМІ.

Серед прикладів неправдивої інформації назвемо також фейки, пов'язані з воєнним станом, який у 2018 році був введений вперше за історію незалежності України. У медіа держави-агресора з'явилося чимало матеріалів на кшталт «В Україні дітей змушують рити окопи», «Порошенко всіх обманув – воєнний стан не матиме строку давності», «В Харківській області військові відбирають житло й автомобілі у мирних жителів» та ін. Однак воєнний стан не вплинув на щоденне життя основної частини українців, тож подібні заголовки є цілком абсурдними.

Основна частина фейків російської пропаганди спрямовані на:

- 1) дестабілізацію українського суспільства;
- 2) загострення існуючого конфлікту на Сході України;
- 3) негативне представлення України на міжнародній арені загалом.

Під впливом необмеженого доступу до інформації завдяки інтернету в Україні та й цілому світі масового поширення набуло таке явище, як «диванні експерти». Це люди, які не мають фахової освіти та практичної підготовки, але готові охоче коментувати події щодо війни в Україні, політичного



стану справ у державі чи з будь-якої іншої сфери, спираючись на інформацію, отриману в інтернеті. Через легку доступність таких осіб (основну частину свого часу вони проводять в мережі, активно коментуючи різні події) журналісти, не завдаючи собі зайвого труду, можуть використовувати їх як джерело інформації. Кваліфікацію та незаангажованість особи слід ретельно перевіряти, щоб потім уникнути проблем. Журналістські «варто відрізнати експертні думки від політичних маніпуляцій, емоційних висловлювань, припущень і конспірологічних теорій» [3]. Людей, які можуть компетентно прокоментувати ту чи іншу ситуацію, слід добирати дуже ретельно.

На думку А. Куликова, «головна причина того, що несправжні новини нас перемагають – ми не хочемо дізнатися справжніх» [2]. Тобто, середньостатистичний українець не має часу і засобів для того, щоб перевіряти інформацію, яку він отримує зі ЗМІ та соціальних мереж. Йому простіше спожити цю новину, поширити її (особливо через сенсаційний характер та емоційну складову, що є основною характеристикою фейків), ніж розбиратися – правда це чи ні. Зрештою, цим би мали займатися журналісти. Але в гонитві за яскравими заголовками та сенсаціями на противагу достовірному й об'єктивному висвітленню подій вони також піддаються впливу маніпулятивних технологій.

Щоб цього не сталося, при висвітленні конфліктів журналіст зобов'язаний більш ретельно перевіряти інформацію, ніж за звичайних умов. Це допоможе уникнути неточностей, а також чуток і фейків із соціальних мереж. Стандарт точності забезпечується:

- 1) перевіркою достовірності джерел інформації;
- 2) наданням переваги першоджерелам;
- 3) перевіркою інформації у кількох джерелах;
- 4) перевіркою документів чи документальних свідчень, на які ви посилаєтесь;
- 5) підтвердженням подій безпосередньо очевидцями, за можливості [4, с. 90].

Якщо ж помилка все таки сталась, журналіст та редакція зобов'язані опублікувати і максимально поширити спростування інформації (сьогодні це легко зробити через ті ж соціальні мережі), адже в умовах війни це може призвести до наростання паніки або інших негативних наслідків.

Інформаційні ресурси України поступаються у своїй потужності російським, тому боротьба з фейками – одне з пріоритетних завдань. З цієї ме-



тою у 2014 році й був створений волонтерський інтернет-проект StopFake. Його «головна мета – перевірка інформації, посилення медіаграмотності аудиторії і боротьба за чітке розмежування між журналістикою фактів і пропагандою» [5]. Сьогодні інформацію на сайті можна прочитати 13 мовами. У 2020-му році разом із проектом VoxCheck StopFake «став партнером Facebook в Україні та учасником фактчекінгової програми компанії, у рамках якої допомагатимуть соцмережі в боротьбі з фейками та дезінформацією» [6].

Навчання суспільства медіаграмотності – це дієва зброя проти пропаганди та фейків. «Людина, яка вміє розрізняти якісний продукт, починає цей якісний продукт рано чи пізно споживати. І що наполегливіше їй його пропонують, то раніше це відбувається» [7]. Тому в умовах конфлікту особливо важливим є рівень медіаосвіти соціуму й те, наскільки люди розуміють принципи роботи маніпулятивних технологій, які використовують як політики, так і ЗМІ. Чим вищий рівень медіаграмотності, тим важче вплинути на аудиторію, адже вона починає мислити більш критично і піддавати сумнівам почуте/побачене/прочитане. Й оскільки для журналістів це першочергове завдання – не сприймати на віру отриману інформацію, то для звичайних українців вміння відрізнити пропаганду і фейки від реальності наразі ще досить складно. Тому власним прикладом журналісти повинні не поширювати фейки, а розвінчувати їх, не нагнітати паніку в суспільстві, а об'єктивно висвітлювати події зі Сходу України.

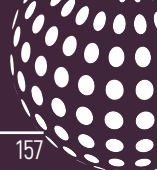
Література

1. Ярошук О. Емоційна дезінформація та вміле використання медіа: чому гібридна війна в Україні вдалася. EDO, 21 листопада 2015 р. URL: <https://ua.ejo-online.eu/2656/media-i-politika/%d0%b5%d0%bc%d0%be%d1%86%d1%96%d0%b9%d0%bd%d0%b0-%d0%b4%d0%b5%d0%b7%d1%96%d0%bd%d1%84%d0%be%d1%80%d0%bc%d0%b0%d1%86%d1%96%d1%8f-%d1%82%d0%b0-%d0%b2%d0%bc%d1%96%d0%bb%d0%b5-%d0%b2%d0%b8%d0%ba%d0%be> (дата звернення: 1 травня 2021)
2. Куликов А. Етика – це небайдужість. MediaLab Online, 24 вересня 2018 р. URL: <https://medialab.online/news/kulykov/> (дата звернення: 1 травня 2021)
3. Як дотримуватись інформаційної гігієни, коли війна. MediaLab Online, 26 листопада 2018 р. URL: <https://medialab.online/news/manual/> (дата звернення: 1 травня 2021)
4. Голуб О. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник. Київ : ТОВ "Софія-А", 2016. 184 с.
5. Про нас. StopFake. URL: <https://www.stopfake.org/uk/pro-nas/> (дата звернення: 2 травня 2021).



6. VoxCheck і StopFake допомагатимуть Facebook боротися з фейками та дезінформацією (ДОПОВНЕНО). Detector.media, 27 березня 2020 р. URL: <https://detector.media/infospace/article/175903/2020-03-27-voxcheck-i-stopfake-dopomagatymut-facebook-borotysya-z-feykamy-ta-dezinformatsiieyu-dopovнено/> (дата звернення: 2 травня 2021)

7. Українська журналістика перед викликами пропаганди. Donetsk Institute of Information, 28 березня 2019 р. URL: <https://dii.dn.ua/news/393-ukrainska-zhurnalistyka-pered-vyklykamy-propagandy> (дата звернення: 3 травня 2021)



Горбенко І. Ф.,

кафедра видавничої справи та редагування
Запорізького національного університету
Запоріжжя

ВИСВІТЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВОЛОНТЕРІВ У СУЧАСНИХ ЗМІ: ПРАВОЗАХИСНІ ТА ЕТИЧНІ АСПЕКТИ

Волонтерська діяльність є невід'ємним складником будь-якого сучасного суспільства. Види добровільних рухів визначаються різними політичними, економічними, соціальними факторами. Але завжди актуальними є форми і методи подачі інформації про волонтерство як показник суспільного благополуччя та соціальної взаємодії.

Мета дослідження – виявити особливості висвітлення діяльності волонтерів у друкованих, електронних та інтернет-ЗМІ з урахуванням правозахисних та етичних аспектів.

За Законом України «Про волонтерську діяльність», волонтерська діяльність визначається як добровільна, соціально спрямована, неприбуткова діяльність, що здійснюється волонтерами шляхом надання волонтерської допомоги [1]. Волонтерська діяльність реалізується за рахунок волонтерської допомоги – робіт та послуг, що безоплатно виконуються і надаються волонтерами [1].

За «Загальною декларацією волонтерів», основними ознаками волонтерської діяльності визначене наступне:

- це добровільний вибір, що відображає особисті погляди і позиції;
- це активна участь громадянина в житті людських спільнот;
- сприяє поліпшенню якості життя, особистому процвітанню та поглибленню солідарності;
- виражається, як правило, у спільній діяльності в рамках різного роду асоціацій;
- сприяє реалізації основних людських потреб на шляху будівництва більш справедливого і мирного суспільства;
- сприяє більш збалансованому економічному і соціальному розвитку, створенню нових робочих місць і нових професій [].



Цей основоположний документ також визначає основні принципи волонтерської діяльності:

- визнають право на об'єднання за всіма чоловіками, жінками, дітьми, незалежно від їх расової приналежності, віросповідання, фізичних особливостей, соціального та матеріального становища;
- поважають гідність і культуру всіх людей;
- надають взаємну допомогу, безоплатні послуги особисто, або організовано в дусі партнерства і братерства;
- визнають рівну важливість особистих і колективних потреб, сприяють колективному забезпеченню цих потреб;
- ставлять перед собою мету перетворити волонтерство в елемент особистого процвітання, набуття нових знань і навичок, вдосконалення здібностей, стимулюючи для цього ініціативу і творчість людей, даючи кожному можливість бути творцем, а не користувачем;
- стимулюють почуття відповідальності, заохочують сімейну, колективну і міжнародну солідарність. Виходячи з цих основних принципів, волонтери повинні:
- сприяти тому, щоб індивідуальна участь перетворювалося в колективне дію;
- активно підтримувати свої асоціації, бути відданим їх цілям і обізнаним про їх політиці та діяльності;
- прагнути, в міру своїх здібностей та наявності вільного часу, доводити до успішного завершення, відповідно до взятої на себе відповідальності, спільно вироблені програми;
- співпрацювати зі своїми колегами по асоціації в дусі взаєморозуміння та взаємної поваги;
- не ухиляється від нових знань;
- не розголошувати конфіденційну інформацію, якщо така передбачається характером діяльності [2].

Вітчизняні дослідники, ґрунтуючись на загальних етично-правових заасадах функціонування суспільства, визначають такі принципи волонтерської діяльності:

- альтруїзм (передбачає, що волонтер готовий до здійснення діяльності, спрямованої на вирішення важкої життєвої ситуації клієнтів, при цьому інтереси клієнтів виходять на перший план);
- безкорисливість (заснований на відсутності матеріальної зацікавле-



ності у відносинах між волонтером і клієнтом);

- гласність (полягає у відкритості волонтерської роботи для суспільного ознайомлення й обговорення, оскільки забезпечення повноти інформації про реалізовану волонтерську роботу буде сприяти популяризації цього виду діяльності в суспільстві й перетворенню на суб'єкта соціальної роботи);

- гуманізм (виражається в дотриманні прав людини, вияві доброзичливості, толерантного ставлення волонтера до клієнта);

- добровільність (полягає в залученні до волонтерської роботи лише за бажанням, тобто клієнт має право відмовитися від соціальних послуг, якщо вони не відповідають його потребам);

- законність (вимагає відповідності волонтерської роботи прийнятому законодавству);

- милосердя (пронизує весь зміст волонтерської роботи, заснованої на готовності волонтера допомогти людям через співчуття, людинолюбство);

- чуйність (припускає готовність волонтера вчасно допомогти людині, яка потребує допомоги);

- самовідданість (висуває пріоритетність інтересів клієнта у волонтерській роботі і наявність у волонтера оптимізму під час вирішення важкої життєвої ситуації клієнта);

- співчуття (передбачає гуманне ставлення до клієнта);

- партнерство (є таким стилем відносин, що припускає неізолювану один від одного діяльність фахівця із соціальної роботи та клієнта; поважне ставлення один до одного [3].

В українському законодавстві основними принципами волонтерської діяльності виділяють законність, гуманність, рівність, добровільність, безоплатність, неприбутковість [1].

До 2014 року в Україні найбільш актуальними напрямками волонтерської діяльності були допомога соціально незахищеним верствам населення та благоустрій громадського простору.

Зростання активності волонтерського руху в Україні з 2014 року дослідники пояснюють двома основними причинами: внутрішньополітичною кризою, що призвела до розбалансування системи державного управління, дефіциту якісних управлінських рішень, браку ресурсних можливостей, та зовнішньою агресією, яка поглибила дисбаланс між здатністю держави ефективно виконувати свої функції та забезпеченням основних потреб



громадян. Кризові процеси в країні та зовнішні впливи поставили під загрозу існування України як національної держави, що було сприйнято громадянами як особистий виклик, загрозу їх самоідентифікації [4, с.16].

Зазначені чинники сприяли активному функціонуванню волонтерського руху в Запоріжжі і області. Починаючи з 2014 року і до сьогодні серед провідних форм волонтерської діяльності слід відзначити військове волонтерство. Цей напрям у запорізькому регіоні представлений організаціями, що здійснюють волонтерську діяльність і волонтерами/волонтерками, що надають допомогу індивідуально. До першого напрямку відносимо, наприклад, «Волонтери з Матросова 23» (інша назва «Бандерівське ательє»), спілка «Наші Атланти» (Бердянськ), ГО «Передова» (Енергодар), ГО «Волонтерський рух Пологівщини», ГО Волонтерський центр «Солдатський привал» та інші.

Волонтерський центр «Солдатський привал» був заснований 2015 року Галиною Гончаренко. Цей центр допомагає військовослужбовцям, що їдуть з фронту та на фронт через місто Запоріжжя. Тут бійці можуть перепочити в окремих кімнатах, помитись, пригоститися домашніми стравами, випрати одяг, отримати первинну медичну, психологічну та юридичну допомогу. Волонтерські заслуги очільниці волонтерської організації визнані на рівні регіону та держави. Вона нагороджена медаллю «За розвиток Запорізького краю», Волонтерським хрестом II ступеня, Відзнакою командира 20 ОМПБ, Відзнакою командира 37 ОМПБ, Орденом «Бойовий волонтер України», Орденом «За заслуги перед Запорізьким краєм» III ступеня, медаллю «За волонтерську діяльність», Президентською відзнакою «За гуманітарну участь у антитерористичній операції», медаллю «За милосердя та турботу», медаллю «За жертвовність та любов до України», відзнакою Українського вільного козацтва, Орденом княгині Ольги III ступеня.

Висвітлення діяльності «Солдатського привалу» було постійним об'єктом матеріалів місцевих друкованих і електронних ЗМІ: газет «Запорізька правда», «Запорозька Січ», «Індустріальне Запоріжжя», «МИГ», «Верже», «Острів свободи», «Субота плюс», «Електрометалург, телеканалів «Суспільне», «TV-5», «ZET». Серед загальнонаціональних медіа можна зазначити «Урядовий кур'єр», «Факти», «Магістраль», «Придніпровська магістраль», радіо «Свобода», інформаційна агенція «АрміяINFORM», інтернет-ресурс «Без броні». В усіх матеріалах подається узагальнений позитивний образ волонтерського колективу, який відповідає основним



принципам волонтерської діяльності. Єдиним вразливим фрагментом аналізованих медіатекстів є згадування про загибель сина-військослужбовця Галини Гончаренко. Але, на нашу думку, це, насамперед, подача мотиваційних складників становлення і визначення напрямку майбутньої волонтерської діяльності матері, що втратила рідну дитину.

Юлія Канзеба – волонтерка, яка займається добровольчою діяльністю індивідуально із 15 років. Спочатку це була участь у шкільних волонтерських акціях для військових. Потім, навчаючись за освітньою програмою «Видавнича справа та редагування» в Економіко-правничому фаховому коледжі і далі на факультеті журналістики Запорізького національного університету, Юлія поєднала два види благодійної діяльності: військо-ве волонтерство і медіаволонтерство. Дівчина організовувала фінансові збори для забезпечення певних потреб бійців ЗСУ і одночасно готувала публікації про них. Це були журналістські матеріали у таких медіа: сайт «33 канал» (місто Вінниця), газета «Літинський вісник» (місто Літин, Вінницька область), газета «Попаснянський вісник» (місто Попасна, Луганська область), газета «Голос Громади» (місто Сватове Луганська область), газети «Запорозька Січ» і «Горожанін-Інформ» (місто Запоріжжя). Волонтерська діяльність Ю. Канзеби була відзначена грамотами від командира оперативного-тактичного угруповання «Північ» В. Горбатюка, командира об'єднаних сил генерал-лейтенанта В. Кравченка, голови Попаснянської районної державної адміністрації – керівника районної військово-цивільної адміністрації Р. Власенка; нагрудним знаком «26 артилерійська бригада»; перемогою в номінації «Волонтер року» факультету журналістики Запорізького національного університету. Виступ на радіо-віжні «На дотик» допоміг волонтерці ще раз наголосити на важливості благодійності в сучасному українському суспільстві. Важливим стало спростування хибного уявлення (стереотип) про переважну частину мешканців Луганщини як таких, що не хочуть жити в державі Україна і не підтримують ЗСУ (30 березня 2021. https://www.youtube.com/watch?v=1PSJU7aH_UI).

Як і Галина Гончаренко, Юлія використовує соціальні мережі, зокрема, «Фейсбук», для збору і звітів про доставку в зону ООС різноманітних ресурсів (продуктів харчування, ліків, одягу, амуніції, автотранспорту, військових приладів тощо). Саме зазначений інтернет-ресурс був використаний для дискредитації волонтерської діяльності студентки (23-24 лютого 2021. <https://www.facebook.com/julia.kanzeba>). Після оголошення збору



грошей на акумулятор для бійців ЗСУ в дописах волонтерки з'явилися безпідставні провокативні звинувачення у шахрайстві (мова ворожнечі). Юлія надала аргументовані відповіді (насамперед про вимоги нерозголошення конфіденційної інформації стосовно військових).

Отже, аналіз правозахисних та етичних аспектів діяльності волонтерів (на прикладі військових волонтерів міста Запоріжжя) дає підстави стверджувати про дотримання основоположних принципів добродійної допомоги і необхідність подальшого активного звернення медіа до означеної теми.

Література

1. Про волонтерську діяльність: Закон України від 19.02.2011. Дата оновлення: 17.06.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3236-17#Text>
2. Загальна декларація волонтерів прийнята на XVI Всесвітній конференції волонтерів у січні 2001 р. URL: <http://amma.org.ua/products/22018846>
3. Янц Н. Основи діяльності волонтерів: курс лекцій. Переяслав-Хмельницький, 2009. 200 с. URL: <https://bibl.com.ua/pravo/239/index.html>
4. Волонтерський рух: світовий досвід та українські громадянські практики: аналіт. доп. Київ : НІСД, 2015. 36 с.



Ермакова І. О.,

старший викладач кафедри журналістики факультету
інформаційних і прикладних технологій Донецького
національного університету імені Василя Стуса,
Вінниця

ПОРУШЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ТА НАЦІОНАЛЬНИХ НОРМ ЗАХИСТУ ПРАВ ДИТИНИ В ЗМК, ЯКІ ФУНКЦІОНУЮТЬ НА ОКУПОВАНІЙ ТЕРИТОРІЇ СХІДНОЇ УКРАЇНИ

На території України триває міжнародний збройний конфлікт, як наслідок збройної агресії Російської Федерації. Інформація про події на сході країни викликає суспільну напругу і тривалу психологічну травматизацію громадян, особливо дітей. Діти, як цінність у багатьох культурах та суспільствах, є найбільш уразливою групою, яка потребує особливої уваги у питанні захисту їх прав і свобод, оскільки вони менш обізнані про відповідні ризики, наслідки та гарантії, і загалом про свої права. Права дітей часто порушуються у ЗМК та стають предметом спекуляцій, симуляцій та маніпуляцій.

Беручи до уваги, що цей негативний вплив може бути зменшений або посилений за рахунок висвітлення теми збройного конфлікту засобами масової інформації, медійникам варто дотримуватись міжнародного та національного законодавства щодо захисту прав дітей, а також існують професійні домовленості, наприклад, Спільний акт узгодження № 3 «Висвітлення засобами масової інформації теми участі дітей у збройних конфліктах», що був ініційований Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення [1].

На тимчасово окупованих українських територіях відповідно до ст. 5 п. 3 Закону України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України» відповідальність за порушення визначених Конституцією та законами України прав і свобод людини і громадянина покладається на Російську Федерацію як на державу-окупанта відповідно до норм і принципів міжнародного права [2]. Постанова ВР України «Про Заяву Верховної Ради України «Про від-



ступ України від окремих зобов'язань, визначених Міжнародним пактом про громадянські і політичні права та Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод» юридично регламентує відступ «від окремих зобов'язань, визначених пунктом 3 статті 2, статтями 9, 12, 14 та 17 Міжнародного пакту про громадянські і політичні права та статтями 5, 6, 8 та 13 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод, на період до повного припинення збройної агресії Російської Федерації, а саме до моменту виведення усіх незаконних збройних формувань, керованих, контрольованих і фінансованих Російською Федерацією, російських окупаційних військ, їх військової техніки з території України, відновлення повного контролю України за державним кордоном України, відновлення конституційного ладу та порядку на окупованій території України» [3].

У зв'язку з анексією та тимчасовою окупацією невід'ємної частини території нашої країни Російська Федерація має нести повну відповідальність за дотримання прав людини і виконання відповідних міжнародних договорів на анексованій та тимчасово окупованій території України. Але результати дослідження інформаційного простору окупованих територій доводять наявність порушення прав людини, зокрема прав дітей. Саме тому в українському науковому дискурсі важливо здійснювати постійний моніторинг медійних текстів, що публікуються у пропагандистських ресурсах так званих «ЛДНР», щоб розуміти масштаб проблеми та розробляти можливі варіанти відповіді на певні пропагандистські меседжі.

Предметом дослідження стали інформаційні повідомлення за 2016-2017 роки в медійному полі окупованих територій про, так звану, «важність виховання патріотических чувств и духовно-нравственных качеств подрастающего поколения» [4], а насправді – примус до членства в «громадських» організаціях та участь у «патріотичних» і «соціальних» акціях «ЛНР» і «ДНР» та залучення неповнолітніх дітей у пропаганду. Під час аналізу текстів та відео, що є у вільному доступі, увага зверталася передовсім на дотримання прав дитини у частині захисту персональних даних, опрацювання персональних даних, право на повагу до свого приватного і сімейного життя, їхньої особистості, репутації та вжиття заходів для запобігання публічному розповсюдженню будь-якої інформації, яка могла б призвести до встановлення їхньої особи та інші права і свободи.

Розглянемо найбільш кричущі порушення. За оприлюдненою інформацією Благодійної організації «Благодійний фонд «Восток-СОС»: «12



травня 2017 року понад двох тисяч молодих людей - «активістів «Асоціації молоді Луганщини» дали клятву на вірність «республіці». У заході брали участь студенти і школярі, які проживають на територіях, підконтрольних незаконним збройним формувань» [5]. Медіа окупаційного режиму «ЛуганськІнформЦентр» цитує в. о. очільника так званого Республіканського виконавчого комітету Миколи Запорожцева: «Сегодня в этот торжественный день вы – лучшие представители молодежи – берете на себя большую ответственность, принимая на себя эту клятву в верность нашей Родине и народу Луганщине. Нам, старшему поколению, становится спокойнее и теплее на душе, когда мы видим, что талантливые юноши и девушки не бегут в тридевятое государство, а остаются у нас в Республике».

Окрім цього заходу, на якому діти приносили «клятву на вірність», існує ще низка інших «свят» та «урочистостей», під час яких поширюються пропагандистські меседжі. «На територіях, підконтрольних бойовикам, активно ведеться військово-патріотична пропаганда серед дітей. У так званій «ЛНР» понад 140 школярів взяли участь у військово-спортивній грі «Зірниця-2017», проведеної в Слов'яносербську для учнів загальноосвітніх навчальних закладів району. Подібні змагання за участю більше 15 команд були проведені 18 травня в Лутугино. У ОРДЛО також активно ведеться комуністична пропаганда: діти залучаються до святкування радянських свят - 1 травня, «День піонерії» та ін. Так, школярі Луганська, 19 травня в сквері імені героїв «Молодої гвардії» відзначили «День піонерії», - зазначено в огляді порушень прав людини в окупованих Донецькій та Луганській областях, що здійснювала правохисна БО «Благодійний фонд «Восток-СОС» [5]. Такі пропагандистські події активно висвітлюються у ЗМК. Це є прямим порушенням Закону України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» [7], відповідно, неповнолітні діти залучаються та використовуються у гібридних пропагандистських маніпулятивних технологіях, а факт перебування під владою окупаційного терористичного режиму унеможливорює їх захист та відстоювання прав, а також захист їхніх батьків чи законних опікунів.

В оприлюднених друкованих, фото- та відеоматеріалах публікуються обличчя дітей, розголошуються приватні дані: ім'я та прізвище, школа, клас тощо. Матеріали містять їх коментарі, пряму мову, а також розголошується чи публікується інформація про дитину, що може заподіяти їй



шкоду, позаяк, висловлювання можуть мати або лише конкретне позитивно-схвальне ставлення до окупаційного режиму, або засудження і негатив щодо України. Така оприлюднена інформація може зашкодити дитині після деокупації території.

Ще одним фактом порушення прав дітей на окупованих територіях є залучення неповнолітніх до воєнізованих таборів як на території Луганщини та Донеччини, так і з перебуванням на території РФ. Такі табори керовані Міністерством оборони РФ. Зокрема в ЗМІ висвітлюється діяльність та перебування дітей Луганщини та Донеччини у таборах «Гвардеец-1» (Нижегородська область) та «Гвардеец-2» (Пензенська область). На інформаційних ресурсах і українських ЗМІ, і окупаційних вийшли матеріали з демонстрацією матеріалів, які відкривають, знову ж, персональні дані неповнолітніх, опубліковані фото та відео, які ідентифікують їх особи [8]. У матеріалі «Новости Донбасса» від 19 червня 2017 року з посиланням на сюжет підконтрольного «ДНР» телеканалу «Оплот ТВ» інформується: «На окраине Донецка несовершеннолетние воспитанники членов незаконных вооружённых формирований сдают нормативы по военной подготовке, спортивной акробатике и штурмовому альпинизму. Экзамен проходит в донецком поселке Ручанский. В нем приняли участие 63 парня и девушки – участники военно-патриотического проекта «Резерв республики... После сдачи нормативов «спецназовцы» будут посвящены в молодежное крыло организации «Оплот Донбасса» [9]. У матеріалі наведені скріншоти відео, на яких діти, які за віком не досягли 18 років.

«News-Front» в червні 2016 року публікує інтерв'ю з дітьми міста Луганська, що повернулись із табору «Гвардеец» Міноборони РФ [10]. Присутня пряма мова і висловлювання дітей на кшталт: «Мы объяснили, что мы не Украина, мы как бы уже нормальные люди, мы с вами уже», а також враження про спілкування з кадровими російськими військовими, розповіді про стрільання з бойової зброї тощо.

У країні агресора така діяльність із залученням дітей цілком вкладається в її російську доктрину і підважена Наказом Міністерства оборони Російської Федерації і Міністерства освіти і науки Російської Федерації від 24.02.2010 р N 96/134 «Про затвердження Інструкції про організацію навчання громадян Російської Федерації початковим знанням в області оборони і їх підготовки з основ військової служби в освітніх установах середньої (повної) загальної освіти, освітніх установах початкової професійної



та середньої професійної освіти і навчальних пунктах». У цьому законі йде мова про «вивчення основ безпеки військової служби, устрою та правил поведіння зі стрілецькою зброєю, основ тактичної, стройової підготовки, збереження здоров'я і військово-медичної підготовки, питань радіаційної, хімічного і біологічного захисту військ і населення; практичне закріплення отриманих знань в ході навчальних зборів; проведення військово-професійної орієнтації на оволодіння військово-обліковими спеціальностями і вибір професії офіцера» [11].

Цю практику поширюють і на окупованих територіях, про що свідчать матеріали в ЗМІ. «Міністр освіти і науки Донецької Народної Республіки Лариса Полякова повідомила, що прийнято рішення повернути в шкільну програму початкову військову підготовку. За її словами, для учнів будуть викладати колишні військовослужбовці армії ДНР, які не можуть нести службу через поранення. Вона підкреслила, що зараз ці майбутні викладачі проходять методичну підготовку, після чого будуть працювати в школах» [12].

На відміну російським та контрольованим РФ окупаційним ЗМК, українською журналістською спільнотою засуджується популяризація участі дітей у збройних конфліктах та діях, що можуть їх психічно та фізично травмувати, спричинювати суспільно небезпечні наслідки, а також наголошується на кримінальній відповідальності дорослих за залучення дітей до участі у збройних конфліктах. За ініціатииви Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення узгоджена низка рекомендацій щодо цієї важливої та чутливої теми, які прописані у Спільному акті узгодження № 3 «Висвітлення засобами масової інформації теми участі дітей у збройних конфліктах» [1].

Отже, проаналізувавши матеріали Новоросс. Info, Луганский Информационный Центр, «News-Front» – ми знайшли низку порушень. Можемо констатувати/стверджувати, що наведені приклади фактів порушень прав дитини у ЗМК на тимчасово окупованих територіях порушують не лише ст.10 Закону України «Про охорону дитинства» [13], ст.5 Закону України «Про інформацію» [14], Закон України «Про телебачення і радіомовлення» [15], Закон України «Про захист персональних даних» [16], але й Конвенцію ООН про права дитини [17] та інші міжнародні юридичні норми. Результати досліджень доводять нагальну потребу продовжувати досліджувати матеріали інших окупаційних ЗМК, привертати увагу до комплексної проблеми



порушень прав дітей в ОРДЛО, акцентувати ці питання в українському та міжнародному наукових журналістських та правозахисних дискурсах.

Література

1. Спільний акт узгодження № 3 Висвітлення засобами масової інформації теми участі дітей у збройних конфліктах. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення. URL: <https://www.nrada.gov.ua/spilnyj-akt-uzgodzhennya-3-vysvitlennya-zasobamy-masovoyi-informatsiyi-temy-uchasti-ditej-u-zbrojnyh-konfliktah/>
2. Закон України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України». Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1207-18#Text>
3. Постанова «Про Заяву Верховної Ради України «Про відступ України від окремих зобов'язань, визначених Міжнародним пактом про громадянські і політичні права та Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод»». Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/462-19#Text>
4. Более 2 тыс. студентов и школьников ЛНР дали клятву на верность Респубблики (ФОТО). Луганский Информационный Центр. URL: <https://backend-ru.lug-info.com/news/one/bolee-2-tys-studentov-i-shkolnikov-lnr-dali-klyatvu-na-vernost-respubliki-24313>
5. Огляд порушень прав людини в окупованих Донецькій та Луганській областях. Благодійна організація «Благодійний фонд «Восток-СОС». URL: <https://vostok-sos.org/prava-cheloveka-v-ordlo-may-2017/>
6. Юные патриоты ЛНР дали клятву на верность Родине (ФОТО). Новоросс. info. URL: <http://www.novoross.info/lugansk/40108-yunye-patrioty-lnr-dali-klyatvu-na-vernost-rodine-foto.html>
7. Закон України «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки» Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/317-19#Text>
8. Ольга Стрижова. Донбас.Реалії. Военные лагеря «ЛНР»: «зомбирование» детей или целенаправленная подготовка армии? Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/27824036.html>
9. Луганских школьников в военном лагере РФ учили стрелять из автомата Калашникова. Видео. Интернет-видания «ГОРДОН». <https://gordonua.com/news/war/luganski-shkolnikov-obuchali-strelyat-iz-kalashnikova-v-rossiyskom-voennom-lagere-video-138102.html>
10. «ДНР» готовит школьников к военным условиям. Новости Донбаса. URL: <https://novosti.dn.ua/news/271361-dnr-gotovy-shkolnykov-k-voennym-uslovyam#>
11. Школьники ЛНР прошли подготовку в оборонно спортивном лагере «Гвардеец» Минобороны РФ. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ki8eaZw3sWU&t=58s>



12. Нормативно-правовые документы. ГБУ «Пермский краевой центр военно-патриотического воспитания и подготовки граждан (молодежи) к военной службе». URL:https://gaupatriot.ru/norm_docs/

13. Начальная военная подготовка в школах ДНР. НовороссияТВ. URL:<https://www.youtube.com/watch?v=-M1v-eD7bcM>

14. Закон України «Про охорону дитинства» Верховна Рада України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2402-14#Text>

15. Закон України «Про інформацію» Верховна Рада України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

16. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» Верховна Рада України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

17. Закон України «Про захист персональних даних» Верховна Рада України. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>

18. Конвенція про права дитини. Верховна Рада України. URL:https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_021#Text



Гаркавенко Ю. С.,

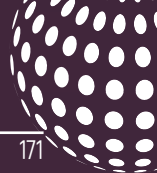
кафедра масової та міжнародної комунікації

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Дніпро

«КРИМСЬКЕ ПИТАННЯ» У КОНТЕКСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ ЄВРОПЕЙСЬКИМИ ЗМІ

Геополітична ситуація, в якій сьогодні знаходиться Україна, вимагає від науковців, правозахисників, медійників та держслужбовців детального та своєчасного дослідження не лише внутрішнього, а і зовнішнього інформаційного простору на предмет формування в ньому гетеростереотипних уявлень про нашу державу. Особливу увагу в рамках таких досліджень заслуговує саме медіарецепція прав людини в іноземних ЗМІ, оскільки медіасупровід та медіапідтримка часто стають запорукою успішного вирішення складних конфліктних ситуацій. Крім того, «людиноцентричність» є одним із ключових аспектів здійснення Україною міжнародної діяльності в рамках євроінтеграційних процесів на сучасному етапі. Отже, у даній розвідці досліджено висвітлення «кримської кризи» європейськими медіа у контексті порушення прав людини.

Британський та канадський політолог українського походження, історик та советолог І Кузьо у своїй роботі «Крим: Наступна гаряча точка Європи?» [1], опублікованій Джеймстаунівським фондом іще у 2010 році описував Крим «як потенційну гарячу точку», аргументуючи це «несприйняттям незалежності України як такої» та «неспроможністю сприйняти український суверенітет над Кримом та Севастополем протягом двох десятиріч» [1, 4]. «Кримському питанню» присвячена увага у книгах відомих західних журналістів Тіма Джуди [2], Марсі Шор [3] та Дейвида Патрика-Роса [4]. Так, наприклад, балканський кореспондент тижневика Economist та автор декількох книг про війни на Балканах Тім Джуда у своїй збірці спостережень «In Wartime. Stories from Ukraine» зазначає, що референдум, проведений в Криму 16 березня 2014 року, був «незаконним згідно з українським законодавством», але на відміну від подібної ситуації у Шотландії, де люди роками голосували за свою незалежність, в Криму



такого не сталося [2,156]. Провідний європейський вчений Карл Шльогель у своєму дослідженні «Український виклик. Відкриття європейської країни» (2016) також описує події у Криму за допомогою термінів «анексія» та «окупація», порівнюючи ситуацію на півострові із «хірургічно точною операцією» [5, 175]. У площині міжнародного права «кримську кризу» було досліджено Томасом Д. Грантом [6], питанню порушення прав кримських татар присвячені роботи Ендрю Уілсона [7], аспектам гуманітарного права, таким як, наприклад, забезпечення населення водою, значну увагу приділили Марко Пертіле та Сондра Фаччо [8].

За даними дослідження «Порушення прав людини в Криму: припинення безкарності» (Human Rights Violations in Crimea: Ending Impunity), проведеного Кримською правозахисною групою, Українською Гельсінською спілкою з прав людини (УГСПЛ), Інформаційним центром з прав людини (ZMINA) та Освітнім Домом з прав людини у 2017 році, основними порушеннями прав людини на території Криму є заборона мирних об'єднань та зібрань, катування, примусове зникнення, обмеження свободи пересування, порушення права на власність, на національне самовизначення, на свободу думки, совісті, віросповідання, відбувається дискримінація за політичними поглядами та у галузі освіти [9].

У дискурсі британського якісного видання The Guardian кримська криза описується за допомогою негативно конотованих термінів «агресія» (The Guardian), «окупація» або «незаконна окупація» (The Guardian), «вторгнення» (The Guardian), «нарощування військової потужності» (The Guardian), тощо. У своїх матеріалах журналісти видання, спираючись на висновки Моніторингової місії ООН з прав людини та досвід інших міжнародних організацій, повідомляють про серйозні порушення прав людини в Криму проти кримськотатарської етнічної меншини, етнічних українців, неросійських православних релігійних меншин та активістів громадянського суспільства (The west must not abandon Crimea and Ukraine to Russian aggression. The Guardian. 27.02.2019). Автори матеріалів також фіксують задокументовані факти самовільних арештів та затримань, насильницьких зникнень, жорстокого поводження та катування (The west must not abandon Crimea and Ukraine to Russian aggression. The Guardian. 27.02.2019). Так, наприклад, в одному із матеріалів мережевої версії газети йдеться про утримування активістів, етнічних кримських татар, у старих психіатричних закладах, де до них застосовувалося психологічне насильство (Roache M. Russian authorities



"imprisoning Crimean Tatars in psychiatric hospitals". The Guardian. 28.03.2017]. Автор матеріалу надає слово відомому українському і кримському правозахиснику Емілю Кубердінову, який повідомляє, що «кримські активісти стикаються з жакхливими умовами в психіатричних лікарнях: декого утримують в ізоляції, відмовляють у задоволенні базових потреб, таких як доступ до туалету; інші живуть разом з людьми, які страждають на важкі психічні захворювання» [Roache M. Russian authorities "imprisoning Crimean Tatars in psychiatric hospitals". The Guardian. 28.03.2017]. Прикладом дискримінації у галузі освіти, про який повідомило видання The Guardian, стало переслідування керівників та закриття відомої у Сімферополі дитячої школи акторської майстерності «Світанок» через «просування українського націоналізму і західних символів» [Andrei Kolokoltsev. Crimea children's theatre forced to shut for 'promoting western propaganda'. The Guardian. 06.01.2016]. У статті «Кримський дитячий театр змушений закритися через «просування західної пропаганди» автор Андрій Колокольцев розповідає про п'єсу «Амазонки», поставлену колективом театру до Дня Святого Миколая. У п'єсі, присвяченій історії амазонок, жінок-воїнів грецького міфу, які борються зі злом, за свободу та незалежність рідної землі, було інтерпретовано політичний підтекст: костюм молодій дівчини, яка носить золоту корону і видає себе за сонце, сприйняли як натяк на статую Свободи в Нью-Йорку, а вишитий одяг та сценарій, написаний українською мовою, сприйняли за «нахабний український націоналізм» [Andrei Kolokoltsev. Crimea children's theatre forced to shut for 'promoting western propaganda'. The Guardian. 06.01.2016].

Про «серйозні порушення прав людини» повідомляє і німецька Deutsche Welle, зокрема, про «депортацію та катування в'язнів», «репресії по відношенню до громадян України та української культури» [Russia committing 'grave human rights violations' in Crimea – UN. Deutsche Welle. 26.09.2017]. У статті також висвітлено порушення прав українців на самовизначення на території Криму, нівелювання мови та культури. Так, наприклад, автор зазначає, що станом на травень 2015 року, близько 100 000 людей, або 4% населення Криму, відмовилися приймати російське громадянство, а відтак стали іноземцями, і в результаті зазнають значних труднощів, адже залишились із невизначеним громадянством і не можуть володіти сільськогосподарською землею, голосувати та бути обраними, реєструвати релігійну громаду, подавати заявки на проведення публічних зборів, обіймати посади в державному управлінні, тощо [Russia committing 'grave human rights violations' in



Crimea – UN. Deutsche Welle. 26.09.2017). Журналісти акцентують увагу і на питаннях мови та освіти, зазначаючи, що в регіоні майже зникла можливість отримувати освіту українською (Russia committing 'grave human rights violations' in Crimea – UN. Deutsche Welle. 26.09.2017). Не менш актуальною у дискусії Deutsche Welle є проблема національних меншин, зокрема кримських татар, до представників яких застосовувалися «залякування, обшуки та затримання» (Russia committing 'grave human rights violations' in Crimea – UN. Deutsche Welle. 26.09.2017). Абсолютно гомогенізований контент у тому ж часовому проміжку з'являється і у мережевій версії видання Le Monde, що підтверджує практику розповсюдження інформації через інформаційні агенції. У матеріалі французького видання із посиланням на ООН йдеться про «свавільні арешти», «примусові зникнення», «випадки катувань» і принаймні про одну «позасудову страту» (L'ONU accuse la Russie de «violations graves» des droits humains en Crimée. Le Monde. 25.09.2017).

Отже, ми можемо зробити висновок про те, що іноземні ЗМІ приділяють значну увагу висвітленню тем, які стосуються дотримання та порушення прав людини в Криму, залучаючи у якості експертів представників українських та міжнародних правозахисних організацій, та намагаються дотримуватись принципу балансу думок та неупередженості.

Література

1. Kuzio T. The Crimea : Europe's Next Flashpoint? Washington, D.C. : The Jamestown Foundation, 2010. URL: 372451918.pdf (peacepalacelibrary.nl) (accessed 24.04.2021).
2. Judah T. In Wartime. Stories from Ukraine. Penguin Books, 2016. 256 p.
3. Шор М. Українська ніч. Історія революції зблизка. Київ : Дух і Літера, 2018. 264 с.
4. Патрикаракос Д. Війна у 140 знаках. Як соціальні медіа змінюють військовий конфлікт XXI століття. Київ : Yakaboo publishing, 2019. 352 с.
5. Шльогель К. Український виклик. Відкриття європейської країни. Київ : Дух і Літера, 2016. 356 с.
6. Grant T. D. Annexation of Crimea. The American Journal of International Law. 2015. Vol. 109, No. 1. URL: Annexation of Crimea on JSTOR (accessed 24.04.2021).
7. Wilson A. The Crimean Tatar Question: A Prism for Changing Nationalisms and Rival Versions of Eurasianism. 2017. URL: Microsoft Word - JSPPS-3-2_fin_v6.docx (autorenbetreuung.de) (accessed 24.04.2021).
8. Pertile M., Faccio S. Access to water in Donbass and Crimea: Attacks against water infrastructures and the blockade of the North Crimea Canal. 2019. URL: Access to water in Donbass and Crimea: Attacks against water infrastructures and the blockade of the North Crimea Canal - Pertile - 2020 - Review of European, Comparative & International Environmental Law - Wiley Online Library (accessed 24.04.2021).
9. Human Rights Violations in Crimea: Ending Impunity. 2017. URL: Microsoft Word - UNGA72 - Crimea - Briefing note.docx (humanrightshouse.org) (accessed 24.04.2021).

СЕКЦІЯ

«Розвиток правозахисної, судової
та гендерно-чутливої журналістики
в Україні»



Коваль А. С.,
аспірантка факультету журналістики
Запорізького національного університету

ТЕНДЕНЦІЇ У ВЕКТОРАХ ПУБЛІЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЗАПОРІЗЬКИХ ДЕПУТАТОК НА ОСОБИСТИХ СТОРІНКАХ У FACEBOOK

Включеність жінок у політичний простір рідного краю неможлива без взаємодії із суспільством. Одною із форм комунікації політиків із виборцями можна назвати спілкування у соціальних медіа. За мету нашої розвідки ми поставили визначити тенденції у векторах комунікації запорізьких депутаток на їх особистих сторінках у Facebook.

У ході дослідження ми поставили перед собою такі завдання:

- визначити тенденції у політичному векторі комунікації запорізьких політиків на їх особистих сторінках у Facebook;
- визначити тенденції у суспільному векторі комунікації запорізьких політиків на їх особистих сторінках у Facebook;
- визначити тенденції в особистому векторі комунікації запорізьких політиків на їх особистих сторінках у Facebook.

Теоретичними джерелами дослідження послуговували праці С. Денисюк [1], [2] та О. Зернецької [3]. Емпіричною базою дослідження стали особисті сторінки запорізьких депутаток у Facebook.

Результати

Нами було здійснено аналіз текстів, опублікованих депутатками Запорізької районної ради Запорізької області восьмого скликання на їх сторінках у Facebook. Загальне число депутаток – 22. Нам вдалося знайти чотирнадцять сторінок у Facebook депутаток Запорізької районної ради Запорізької області восьмого скликання, наповнення яких дає підстави вважати, що вони належать саме цим людям. Зокрема, про це свідчать імена та фотографії в соціальному медіа, що практично збігаються із даними, отриманими нами з офіційного сайту Запорізької районної ради Запорізької області. Однак, суспільно активними станом на березень 2021

року можна вважати лише сім з них. Під суспільною активністю ми розуміємо різноманітні публікації на сторінці у відкритому доступі.

З огляду на сказане вище, зазначаємо, що наше дослідження обмежувалося вибіркою (так, ми не можемо поширювати результати на всіх запорізьких політиків), а також спрощеною процедурою аналізу. Зокрема, у подальших розвідках доцільним буде детальніше розглянути різні аспекти комунікації запорізьких політиків у соціальних медіа.

У межах цієї розвідки нами були проаналізовані публікації (у тому числі поширювані матеріали) на сторінках чотирьох запорізьких депутаток з вересня 2020 по 15 березня 2021 року включно.

Прізвище, ім'я, по батькові депутатки

Агентаєва Вікторія Володимирівна

Бугайчук Катерина Олександрівна

Польнікова Інна Вікторівна

Фокіна Олександра Юріївна

Посилання на сторінку у Facebook

<https://www.facebook.com/agenta.ewa>

<https://www.facebook.com/katyabuhaichuk>

<https://www.facebook.com/inna.polnikova>

<https://www.facebook.com/shustikau>



Згідно з поданою вище діаграмою, з 69 публікацій, розміщених на особистій сторінці запорізької депутатки Вікторії Агентаєвої переважна частина матеріалів можна віднести до суспільного вектору. Зокрема, 57,97% від загалу публікацій стосуються питань освіти та грантових можливостей для громадян. Депутатка активно поширює інформацію про різні суспільно корисні тренінги, конкурси, гранти. Політичний вектор на сторінці по-

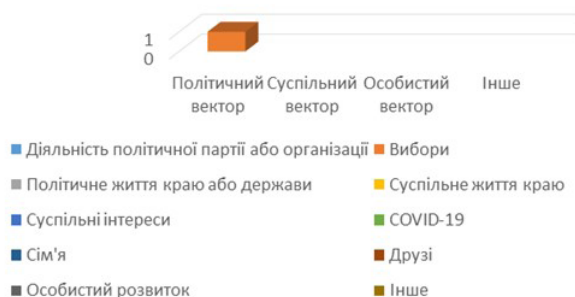
дано трохи менше; 17,39% публікацій – це передвиборча агітація та новини, пов'язані із виборами.

Результати дослідження сторінки <https://www.facebook.com/katyabuhaichuk>



На сторінці депутатки Катерини Бугайчук переважають матеріали політичного вектору – всього 72,34% від 47 публікацій. Зокрема, 53,19% від усього контенту на сторінці політикині – це передвиборні агітаційні матеріали. Цікаво, що на сторінці немає жодних матеріалів персонального характеру, що могли б дати інформацію про депутатку як про особистість.

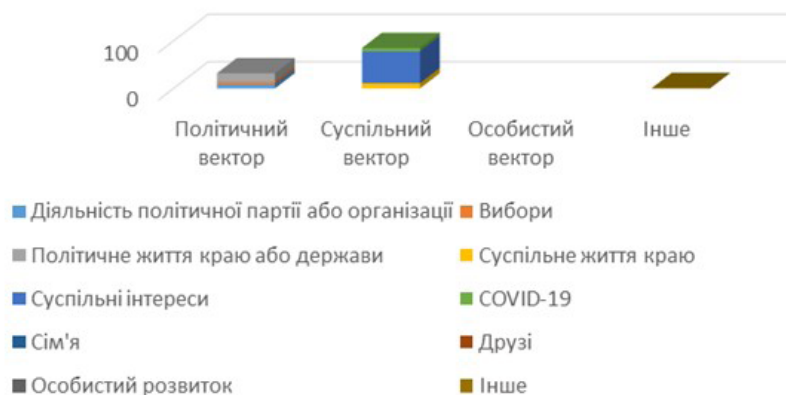
Результати дослідження сторінки <https://www.facebook.com/inna.polnikova>



Цікавими є результати дослідження сторінки у Facebook депутатки Інни Польнікової. Порівняно невелика кількість публікацій на сторінці загалом – всього три за кілька років, серед яких одна датована січнем 2021

року та стосується виборів. Як ми уже зазначали напочатку, більшість депутаток не є активними користувачками соціальних медіа.

Результати дослідження сторінки <https://www.facebook.com/shustikau>



Сторінка депутатки Олександри Фокіної має чіткий суспільний вектор. Зокрема, більшість публікацій інформують про діяльність зоозахисних організацій, яку можна назвати суспільним інтересом. Матеріали політичного вектору становлять 27,12% від загалу (118 публікацій). Прикметно, що 15,25% від усіх матеріалів стосуються політичного життя краю та держави. Серед проаналізованих у межах цього дослідження сторінок, це найвищий показник у цій категорії.

Висновки

Перш ніж робити висновки, варто зауважити, що загалом сторінки депутаток оновлюються безсистемно, тому за один і той же період у одній політичині можемо побачити багато публікацій, у тому числі власних, а в іншій – лише незначну кількість.

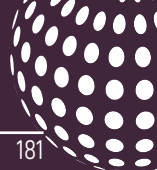
Підсумовуючи результати дослідження, скажемо, що, за деяким винятком, депутатки тяжіють до збалансованості у різних векторах комунікації у Facebook. Разом з тим, помітною є тенденція надавати перевагу політичному та суспільному векторам, пропорції між якими не завжди однакові.



Дослідження може бути цікавим як для теоретичного знайомства із особливостями комунікацій депутаток у соціальних медіа, так і для практичної роботи з метою розробки комунікативних стратегій політикинь у Facebook, а також у роботі журналісток і журналістів із місцевими політиками.

Література

1. Денисюк, С. (2012). Культурологічні виміри політичної комунікації. ВНТУ. 392 с.
2. Денисюк, С. (2010). Технологічні виміри політичної комунікації. ВНТУ. 276 с.
3. Зернецька, О. (2009). Глобальна політична блогосфера–нова арена політичної комунікації. Політичний менеджмент. С.13–26.



Фінклер Ю. Е.,

доктор філологічних наук, професор,
професор Школи журналістики ЧНУ імені П. Могили

ЗА ЛІСОМ ДЕМОКРАТИЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ НЕ ЗАГУБИТИ ДЕРЕВ ЖУРНАЛІСТИКИ ПРАВОЗАХИСНОЇ

1. Неурядові правозахисні організації та медії, які підтримують демократію, повинні бути ефективними співробітниками. Зрештою, обох цікавить збільшення різноманітності голосів у публічній сфері. І правозахисні організації, і медії зацікавлені у приверненні уваги влади у випадку порушення нею засад прав людини. Тут всі повинні виконувати класичну вже роль сторожового собаки. На практиці, однак, ця співпраця є напруженою. Одним із способів пом'якшення розуміння цієї напруженості виступає узгодженість правозахисних концепцій.

2. Спільні правила щодо значущості правозахисної інформації визначають характеристики, які роблять інформацію цінною для діяльності у правозахисних галузях, – отже, загальнолюдські цінності є частиною журналістської логіки. Подібні інформаційні значення діляться на такі, що стосуються контенту, та такі, що стосуються джерела інформації. Власне, тому правозахисний контент може супроводжувати практику, пов'язану з цим контентом. Медії можуть також субсидувати практику, пов'язану з анонімним джерелом інформації, але оцінювати це джерело вони можуть у відповідності до цінних характеристик контенту.

3. Символічний капітал взаємної довіри є центральним для демократичної логіки діяльності і правозахисних неурядових організацій, і медій. Демонстрація неурядовими організаціями своєї довіри до власних джерел може бути ефективною в контексті оцінки інформації у будь-яких правозахисних сферах. Це може стати демонстрацією довіри через результативність правозахисної журналістики, а, оскільки довіра – це реляційна характеристика, яка вибудовується між усіма учасниками правозахисних стосунків, то вона спирається на ключові характеристики демократії: солідарність, досвід, превалювання прав людини над правами держави.



4. Сентенція про правозахисні організації та про медії як про елементи втілення інформаційної демократії – демократії, переваги якої неможливо переоцінити, – є маренням щодо реалій прямих взаємних комунікацій, які втілюють суттєву тенденцію в сучасну інтерпретацію прав людини у публічній сфері. Без схвалення взаємної довіри, яка постає основним джерелом демократичних засад будь-яких недержавних структур, неможливо уявити формування довіри аудиторії до правозахисного контенту. Ось це реальна проблема, вирішення якої в демократичному суспільстві, відкритому для критики найвищого ґатунку (аж до різноманітних безглузвих інтерпретацій), може виявитись дуже складним процесом, оскільки очікувальна соціально-комунікаційна мотивація аудиторії є різною, якщо не принципово відмінною. Цілком можливо, що підведення аудиторії під адекватне розуміння контентів, контекстів і наративів правозахисної комунікації сприятиме інформаційним субсидіям довіри до джерел як ще один спосіб відгородження зелених насаджень правозахисної журналістики від лісу демократичних медій.



Мірошниченко П. В.,
доцент, кандидат філологічних наук
Запорізький національний університет

РОМСЬКА ПРОБЛЕМАТИКА В НЕЗАЛЕЖНІЙ ЗАПОРІЗЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

Мета – продемонструвати ефективність інклюзивного підходу в журналістиці до розкриття конфліктно-вразливих тем. Пошук відповідей на питання, як і чому до ромської спільноти ставляться в українському соціумі; який образ ромів і ромської культури змодельовано в українській журналістиці; в чому полягають переваги інклюзивного журналістського проекту «На дотик» (м. Запоріжжя), – варто вважати завданнями розвідки. Джерела дослідження: дані соціологічного опитування, результати моніторингу медій, програми віжн-радіо «На дотик».

За даними соціологічного дослідження «Що українці знають і думають про права людини. Оцінка змін», на думку 10,3% опитаних українців роми належать до тієї групи, права якої безумовно мають бути обмежені [1]. 27,8% респондентів вважають, що права ромів можуть бути дещо обмежені за певних обставин [1]. 14,7% опитаних не змогли визначитися. Решта, 47,3% респондентів, переконані, що права ромської спільноти, як і будь-якої групи суспільства, обмежувати не можна [1]. Ці результати унаочнюють задавнену та узвичаєну суспільну практику негативної стереотипізації та дискримінації ромської громади. Варто зазначити, що в межах самої ромської спільноти дискримінаційні практики так само поширені, зокрема щодо жінок, гомосексуальних ромів. Про це свідчать самі представники й представниці ромського народу, представники громадського активізму [2; 3; 4].

Водночас слід зауважити, що більша чи менша нетерпимість до так званої «інакшости» (сексуальної, гендерної, етнічної тощо) представників тих або інших груп українського суспільства послідовно вивчається та вимірюється. Так, за результатами цього ж таки дослідження, до груп, права яких, на думку опитаних, безумовно повинні бути обмежені, крім ромів, потрапили наркозалежні, люди з певними політичними поглядами, представники ЛГБТКІ-спільноти, колишні засуджені та, навіть, олігархи [1]. За



спостереженнями фахівців, рівень толерантності українського суспільства корелює з тими цінностями, які обирають за головні учасники вищезгаданого опитування. З-поміж основних цінностей як найважливіших для прав людини переважна частина респондентів обирає свободу. Однак такі цінності, як рівність і гідність, безпосередньо пов'язані з терпимістю, не відзначаються особливою популярністю в опитаних [1].

Міжнародний день ромів відзначають 8 квітня від 1971 р. Як зазначено на сайті Міжнародного фонду «Відродження», що підтримує низку громадських ініціатив із підвищення соціально-економічного, освітнього, культурного розвитку представників ромської спільноти, зокрема «Ромської програми», мета цього свята – привернути увагу до самобутньої культури ромського народу [5]. Одним із важливих складників «Ромської програми» (Програми «Рома України») є робота з вивчення «публічних наративів щодо ромів», тобто «системний моніторинг проявів мови ворожнечі щодо ромів у ЗМІ та соціальних медіа і сприяння у протидії їй. Підтримка створення медійного й інформаційного альтернативного (недискримінаційного) контенту й наративів щодо ромів, а також культурницьких ініціатив, спрямованих на підтримку ромської ідентичності та промоцію їх позитивного образу через використання інноваційних форм і підходів» [6].

Саме виявленню мови ворожнечі стосовно ромів у матеріалах ЗМІ останнім часом було присвячено не один моніторинг як медіадослідників, так і правозахисників [7; 8]. За їхніми спостереженнями, медіа продовжують поширювати низку негативних стереотипних образів ромів, ряд упереджених ставлень до них і від'ємних емоційних асоціацій щодо ромської культури, ідентичності, способу життя тощо. Зокрема, за свідченнями правозахисників, учасники груп у фейсбуці, присвячених боротьбі з «ромською злочинністю», часто, називаючи ромів і ромок, вживають зооморфні висловлювання: «сарана», «таргани» [8].

Ефективною протидією дискримінаційним практикам, часто застосованим стосовно ромської спільноти в українському суспільстві, є інклюзивні журналістські проекти. Одним із таких у Запоріжжі є недавно започаткована медійна ініціатива – віжн-радіо «На дотик». Його журналісти й автори звернули увагу на недостатність появи та глибини розкриття ромської теми в інформаційному просторі регіону. Разом із тим у Запоріжжі існують і ефективно діють потужні ромські громадські організації: «Запорізький ромський центр «Лачо Дром», «Об'єднання ромських жінок «Голос Ром-



ні». Їхніх керівників і активістів запрошували до участі в програмах «На дотик». Це розлоге (25-30 хвилин) проблемне інтерв'ю, в якому учасники можуть самостійно та повно розкрити власні погляди, дати оцінки, розставити акценти, подати пропозиції стосовно суспільно важливих і зазвичай недостатньо активно обговорюваних на провідних медійних майданчиках регіону тем і проблем. Чималу роль у програмі відіграють запитання й коментарі від активної аудиторії проекту під трансляцією програми наживо в YouTube і на фейсбуці, які оприлюднюють ведучі, а гості мають змогу оперативно відреагувати.

Вперше «ромське питання» було порушено в етері «На дотик» 23 січня 2021 р. Гостями студії були президентка ГО «Об'єднання ромських жінок «Голос Ромні» Анжеліка Белова й активістка цієї організації Лариса Домченко. Сама програма була присвячена Дню соборности України. Її учасниці мали змогу розповісти про те, що ромський народ, який проживає в Україні, любить її і вважає своєю країною, а також висловили побажання, аби Україна більше любила й поважала ромів, вважаючи їх своїми. Разом із тим чимала частина часу програми була присвячена розповіді про стан і статус ромської жінки. Учасниці інтерв'ю, зокрема, наголосили на проблемі її потрійної дискримінації: як жінки, як ромки та всередині самої ромської громади як ромні (жінки) [3]. Важливо, що ромські громадські активістки розповіли про безпосередні ініціативи власної організації, спрямовані на зміну статусу кво ромської жінки як у самій ромській спільноті, так і в українському суспільстві.

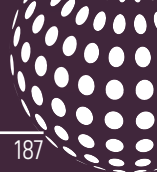
Вдруге представники ромських громадських організацій були запрошені на програму проекту «На дотик» 20 квітня 2021 р. Головна тема розмови в студії – Міжнародний день ромів. Відповідно, особлива увага була присвячена ромській етнічній ідентичності, самобутності ромської культури, проблемі збереження ромської мови, а також ефективним практикам запобігання поширенню негативних стереотипів і застосуванню дискримінації ромів. Програма не оминула гострих питань. Зокрема, говорячи про ромську тему в сучасному українському кіно, ведучий розпитав гостей студії – Анжеліку Белову та Олексія Падченка (ГО «Запорізький ромський центр «Лачо Дром») – про ставлення спільноти до образу ромського хлопця-гея з художнього фільму «Чачьо», переможця Одеського кінофестивалю 2020 р. [4]. Відповідно, в програмі було наголошено на проблемних моментах колективної ромської свідомості, в якій досі важливе місце посідають

патріархальні погляди інституту родини, а також консерватизм у розумінні гендерної ідентичності й сексуальної орієнтації, що й тягнуть за собою знецінення й об'єктивацію жінки, дискримінацію гомосексуальних людей, як достатньо поширені практики всередині ромської громади. Важливо, що закритих і так званих «небажаних» для обговорення тем і проблем у програмі «На дотик» немає. Важливо також і те, що всі учасники розмови (автор/ ведучий, гості/ експерти в студії, аудиторія в соціальних мережах) мають змогу оперативно й повно висловлюватися стосовно найрізноманітніших аспектів порушуваних у програмі проблем. Варто додати, що авторський колектив проекту віжн-радіо «На дотик» послідовно та фахово дотримуватися професійних журналістських стандартів і етичних норм у власних матеріалах конфліктно-чутливої тематики.

Отже, інклюзивний підхід до висвітлення проблем і тем конфліктно-вразливих груп, який свідомо застосовує творча група запорізького проекту віжн-радіо «На дотик», сприяє зменшенню в суспільній свідомості несприйняття й нетерпимости до іншої людини як до «інакшої» й апіорі «ворожої».

Література

1. Що українці знають і думають про права людини. Оцінка змін. URL: <https://dif.org.ua/article/shcho-ukraintsi-znayut-ta-dumayut-pro-prava-lyudini-otsinka-zmin-2016-2020>
2. Євдокимова Настасія. Актор та активіст Петро Русаненко: Люди починають розділяти циган на вокзалі і ромів, як націю. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2020/09/25/242458/>
3. Рівноправ'я ромських жінок. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=izatbppfwj8>
4. Про ромську ідентичність і соціальну активність ромів Запоріжжя. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=93GXUcoPmFk>
5. 8 квітня – Міжнародний день ромів. URL: https://www.irf.ua/8_kvitnya_mizhnarodniy_den_romiv_30308/
6. Пріоритети Ромської програми Міжнародного фонду «Відродження». URL: <https://www.irf.ua/priorytety-romskoyi-programy-mizhnarodnogo-fondu-vidrodzhennya>
7. Чуранова Олена. Погроми, крадіжки, «окупація»: що пишуть про ромів новинні сайти. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pohromy-kradizhky-okupatsiya-scho-pyshut-pro-romiv-novynni-sajty-i28342>
8. За три місяці правозахисники зафіксували 39 випадків мови ворожнечі щодо ромів у медіа. URL: <https://zmina.info/news/za-try-misyaczi-pravozahysnyky-zafiksuvaly-39-vypadkiv-movy-vorozhnechi-shhodo-romiv-u-media/>



Семенко С. В.,
канд. філол. наук, професор,
завідувач кафедри журналістики
Полтавського національного педагогічного
університету імені В. Г. Короленка

РОЛЬ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ У ПИТАННЯХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ ТА ПРОТИДІЇ БУДЬ-ЯКИМ ВИДАМ ДИСКРИМІНАЦІЙ

Натепер у всіх сферах в Україні: політиці, економіці, армії, освіті, культурі значну роль відводять упровадженню гендерних практик, триває процес налагодження суспільного діалогу, що спрямований на усунення гендерної дискримінації, про що й стверджується у «Концепції комунікації у сфері гендерної рівності» [2020]: «Невід'ємним елементом становлення України як держави, що дотримується демократичних принципів і поважає права людини та основоположні свободи, є забезпечення гендерної рівності в усіх сферах суспільного життя» [2].

Мета публікації: шляхом аналізу змістового наповнення полтавських видань з'ясувати дотримання редакціями вимог забезпечення гендерної рівності та протидії будь-яким видам дискримінацій.

Поставлена мета передбачає виконання таких завдань: проаналізувати проблему дотримання гендерного балансу в публікаціях полтавських видань: газети «Вечірня Полтава», «Зоря Полтавщини», «Полтавський вісник», «Полтавська думка»; інтернет-видання «Kolo news», «Новини Полтавщини», «Зміст» та ін. ; дослідити співвідношення чоловіків і жінок, які представлені на сторінках аналізованих видань.

Сучасні ЗМК, які працюють за принципами гендерно чутливої журналістики, сприяють розбудові розвиненої демократії в Україні, декларують соціальний паритет жінок і чоловіків. У цьому руслі для редакційної політики регіональних ЗМК важливими залишаються питання їх саморегуляції у площині дотримання гендерного балансу. І хоча аналітичному статистично-соціологічному звіті «Гендерний профіль Полтавської області» за 2020 рік констатується, що на Полтавщині «функціонує механізм реалізації по-



літики рівних прав та можливостей жінок та чоловіків» [1], однак аналіз редакційної політики та змістового наповнення окремих регіональних видань свідчить про низький індекс гендерної чутливості полтавських медіа.

Так, стереотипно чоловіків на шпальтах полтавських регіональних газет і в новинах інтернет-видань зустрічаємо значно частіше, ніж жінок, причому, як свідчать результати останнього моніторингу лютий-квітень 2021 року (проводила ГО «Полтавський «Преса Клуб»»), майже з однаковим показником: у друкованих ЗМК – 77 % експертів та 78% героїв, у онлайн-медіа – 79% експертів і 76% героїв [3].

Воднораз спостерігаємо позитивну тенденцію представлення жінок-експерток практично в усіх сферах, особливо це помітно в публікаціях політичної тематики. Цьому не в останню чергу сприяло введення гендерних квот на останніх виборах до місцевих рад, завдяки яким пройшло немало депутаток, які активно репрезентують свої політичні й громадські ініціативи в інформаційному полі Полтавщини.

Традиційно, у друкованих ЗМІ Полтавщини жінки є експертками та героїнями в публікаціях з культурної, освітньої тематик, рідше політичної та економічної. Приміром, у «Вечірній Полтаві» жінки найчастіше є героїнями у темі спорту, а експертками в питаннях екології та довкілля, при цьому відсутня репрезентація жінки і як експертки, і як героїні в публікаціях політичної та економічної тематики.

Аналогічна ситуація спостерігається і в «Зорі Полтавщини», де жінки – героїні матеріалів на тему освіти та науки, а експерток найбільше в матеріалах кримінальної тематики й надзвичайних подій.

У «Полтавській думці» знаходимо небагато героїнь та експерток, однак вони представлені у публікаціях на тему політики та війни / армії.

У газеті «Полтавський вісник» жінки є героїнями матеріалів у публікаціях культурної, релігійної та спортивної тематики.

В інтернет-виданнях спостерігається багатоманіття тем, де жінки репрезентовані як експертки та є героїнями матеріалів. Наприклад, видання «Kolo news» систематично залучає жінок як експерток до висвітлення всіх ключових тем життя області – економіки, політики, медицини, соціальної політики. Журналістки цього видання створили низку публікацій про «нежіночі професії», в яких порушено питання гендерна дискримінації у професійній сфері: «Чи не тиснуть погони й чи форма до лиця: полтавська поліціянтка – про службу в патрульній поліції», «Жінки мають номінальну



владу й не впливають на процес ухвалення рішень», «Жінки у владі Полтави та Полтавської області», «Професія рятувальниці: чи є місце жінкам у ДСНС», «Битва статей» у кінному спорті: чи просто втриматися в сідлі».

Торкаються журналістки цього інтернет-видання й проблем сексизму в українському суспільстві, зокрема Надія Труш в одній із своїх публікацій наголошує про важливість усунення сексистських дискримінаційних проявів у колі полтавського політикуму: «Коли я роблю добірки сексистських висловлювань нашої влади, мені закидають, що в країні, яка перебуває в стані війни, є важливіші проблеми. Але сексистські висловлювання й жарти стосуються зазвичай жінок, зокрема блондинок. І це, можливо, одна з причин, чому жінки неохоче йдуть у політику» [5]. Оперативно зреагувало видання «Kolo. news» й на прояв сексизму в рекламі, спрямованій проти підпалювачів трави, публікацією «У Полтаві розмістили гомофобський білборд», де вмотивовано відповідно до журналістських стандартів подається оцінка цієї інформаційної події.

Корисну й об'єктивну інформацію гендерної тематики висвітлюють медійники інтернет-видання «Зміст», редакція прагне збалансовано репрезентувати позицію обох статей: «Семеро дітей та більше. «Ідеальна українська сім'я» та невидимі жінки в розмові про народжуваність», «Ти красуня чи берегиня? Якими бачать дівчат дитсадки та школи у XXI столітті» (авторка – Олени Стрельник), «Ціна батьківства. як це – бути розлученим батьком в Україні (автор –Максим Ганжа).

В аналітичному інтерв'ю Анастасії Мацько й Анастасії Добряк «Ти себе справжню. розмова з полтавською соціологинєю Оленою Стрельник» ключовими темами стали проблеми самоідентифікації жінки у сучасному суспільстві крізь призму впливу різноманітних культурних традицій.

Редакція інтернет-видання «Зміст» оперативно реагує на виклики часу, підтвердженням цьому є публікація Лілії Удоденко «Нове життя у Полтаві. Чотири історії переселенок з Криму та Донбасу», в якій порушується нова гендерна тема – реалізація своєї соціальної ролі через зміну соціального статусу внутрішньо переміщеними жінками з тимчасово окупованих українських територій.

Анна Аксук презентувала читачам «Змісту» цікавий гендерний антидискримінаційний благодійний проект «Віку немає», що був реалізований у Полтаві вже вдруге перукарями, візажистами і стилістами для жінок 60 років.

У публікації Аліси Куценко «Як жінка з інвалідністю змінює Полтаву. 9 добрих справ Ірини Твердохліб», зруйнувано стереотип про низьку соціальну активність жінок з інвалідністю – героїня є взірцем реалізації життєвого потенціалу для жінок з інвалідністю. Особливий акцент у медіатексті зроблено на тому, що героїня публікації є єдиною представницею людей з інвалідністю в органах державної влади.

У розлоговому інтерв'ю з керівницею БО «Світло надії» Оленою Чикурою «Чому кожен має знати номер притулку для жінок, які постраждали від домашнього насильства» означено найбільш типову ситуацію цієї проблеми: небажання звертатися жінок до поліції, бо поліція пише в протоколах «сімейна сварка», а не «домашнє насильство»; докладно описано нелегкий шлях жінок, які постраждали від чоловіків-агресорів, перш ніж вони потрапили у притулок; про байдужість керівників новостворених об'єднаних громад до створення притулків для жертв домашнього насильства.

Публікує редакція й матеріали соціологині Олена Стрельник, спрямовані проти виявів сексизму: «Каструлі у подарунок, «Дам усім» та «Міс супернімфетка»: хроніки полтавського сексизму», яка ілюструє свою позицію яскравими й влучними прикладами проявів сексизму в полтавській політиці, культурі, ЗМК.

Отже, редакційна політика регіональних медіа повинна бути спрямована на питаннях забезпечення гендерної рівності та протидії будь-яким видам дискримінацій. Журналісти полтавських медіа повинні систематично висвітлювати найбільш важливі питання питоми для гендерно чутливої журналістики: протидія гендерній дискримінації у всіх її проявах, соціальна реалізація жінки в українському суспільстві.

Сьогодні на регіональні медіа покладена велика відповідальність: налагодження суспільного діалогу, підвищенню рівня громадської обізнаності та освіченості жителів Полтавщини про небезпеку використання гендерної тематики як інструменту гібридної агресії, дестабілізаційних процесів в українському суспільстві.

Література

1. Гендерний профіль Полтавської області / <https://www.minregion.gov.ua/about/politika-gendernoyi-rivnosti/tsikavo-ta-korisno-pro-gender/genderni-profil-24-oblastej-ukrayiny-ta-m-kyyyeva>
2. Концепція комунікації у сфері гендерної рівності <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1128-2020-%D1%80#Text>



3. Курочка І. Про жінок та чоловіків у полтавських обласних медіа підсумки гендерного моніторингу обласних видань (квітень 2021) https://pressclub.poltava.ua/%d0%bf%d1%80%d0%be-%d0%b6%d1%96%d0%bd%d0%be%d0%ba-%d1%82%d0%b0-%d1%87%d0%be%d0%bb%d0%be%d0%b2%d1%96%d0%ba%d1%96%d0%b2-%d1%83-%d0%bf%d0%be%d0%bb%d1%82%d0%b0%d0%b2%d1%81%d1%8c%d0%ba%d0%b8%d1%85-%d0%be-2/?fbclid=IwAR2lf0RMRpGEYF6qdone-0t2NWrzTRDKZQ75R_62HvwgGyHEiSTjXcykAJM

4. Сайт інтернет-видання «Зміст».

5. Сайт інтернет-видання «Kolo news».



Мединська О. Я.,

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри журналістики

Синоруб Г. П.,

кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка
Тернопіль

ПРАВА ЛЮДИНИ ТА ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ

У сучасних умовах цифрових трансформацій актуалізуються питання, пов'язані з реалізацією свободи слова в інтернеті, захисту права на приватність, запровадженням ефективних цифрових систем технічного захисту відомостей про особу, порушенням прав людини в онлайн-середовищі.

Перспективні напрями цифрової трансформації стали предметом наукових розвідок вітчизняних учених: В. Бикова, І. Дороніна, Г. Жекало, І. Садчикової, О. Степаненка, С. Шкарлета; формування цифрової компетентності досліджували А. Олешко, А. Усатенко, В. Ковальчук, А. Кух, О. Кух; питанням цифрової безпеки та порушення цифрових прав людей присвячені роботи І. Виртосу, П. Сухорольського, Л. Хижняк, О. Хижняк, А. Шаварин, К. Шендеровського; проблеми визначення цифрового контенту як нематеріального блага, на яке поширюються виключні права автора, розкриті у працях В. Гавлік, С. Сліпченко, І. Крюкової, М. Позняк-Недзельської; дослідженню цифрових прав присвячені наукові студії Р. Амеліна, Д. Белла, З. Бжезинського, М. Бондара, О. Бочкова, С. Грачову, А. Камінського, М. Кастельса, Р. Катца, К. Линьова, І. Лопушинського, Й. Масуда, Ф. Махлупа, В. Наумова, А. Ніколаєва, Д. Пашенцева, М. Пората, Е. Селесте, Т. Стоуньєра, Е. Тоффлера, А. Шафаловича, С. Шахрая тощо.

Метою дослідження є аналіз поняттєво-категоріального апарату та актуалізація проблеми порушення й обмеження цифрових прав людей.

Мета передбачає реалізацію таких завдань:

- проаналізувати та представити авторський підхід до розуміння дефініції понять із заявленої проблематики;



- розглянути міжнародні документи, що гарантують права і свободи людини;
- окреслити найбільш поширені обмеження та порушення цифрових прав українців;
- запропонувати шляхи збереження цифрових прав людей.

Вагомого значення набуває проблема пошуку єдиних підходів і законодавчого визначення у міжнародних і національних нормативно-правових актах категоріально-понятійного апарату, зокрема, термінів «цифрове середовище», «цифровий контент», «цифрове право», «цифрова трансформація» тощо. У межах наукового дослідження вважаємо за доцільне спершу окреслити дефініції вищезазначених понять. Цифрове середовище включає у себе не лише веб-сайти, а й електронні документи, файли, у тому числі оцифровані об'єкти інтелектуальної власності, які використовуються на відповідних пристроях, що не передбачають паперової форми документообігу.

Цифровий контент – дані, що генеруються та транслюються у цифровій формі [4], наприклад, комп'ютерні програми, мобільні додатки, ігри, музика, аудіовізуальні файли чи тексти.

Цифрова трансформація – це соціальна трансформація, яка відбувається на основі максимального використання цифрових технологій. Наприклад, створення нових персональних приладів (мобільних телефонів, смартфонів, планшетів, ноутбуків, лептопів, пристроїв для тривимірного друку); нових цифрових моделей («хмарна» зберігання даних, цифрові платформи, послуги); впровадження цифрових датчиків у якомога більшу кількість приладів («Інтернет речей»); застосування технологій «великих даних» (big data), нових методів аналізу даних і алгоритмів прийняття рішень, нових технологій автоматизації і роботизації тощо.

У науковому дискурсі побутують різні наукові підходи щодо дефініції поняття «цифрові права». Одні дослідники зараховують цифрові права в окрему категорію, що охоплює специфіку реалізації та гарантії захисту фундаментальних прав людини в інтернеті, зокрема свободи вираження поглядів та права на приватність онлайн. Інші акцентують увагу на похідності цифрових прав від інформаційних, однак не отожднюють їх.

Вважаємо за доцільне виділити такий вид прав в окрему категорію. Проаналізувавши наукову літературу з відповідної галузі, подаємо таку дефініцію поняття: цифрові права – права людей на доступ, використання,



створення і публікацію цифрових творів, доступ і використання комп'ютерів та інших електронних пристроїв, а також комунікаційних мереж, зокрема, мережі інтернет [3].

Основними міжнародними документами, які гарантують права і свободи людини, є: Загальна декларація прав людини 1948 р., Міжнародний пакт про громадянські і політичні права 1966 р., Міжнародний пакт про економічні, соціальні та культурні права 1966 р., Конвенція про захист основних прав і основоположних свобод 1950 р., Хартія основних прав Європейського Союзу 2000 р., Конвенція про права дитини 1989 р. тощо.

Питання дотримання і захисту прав і свобод людини в інтернеті розглядаються в документах Організації Об'єднаних Націй, Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ), Ради Європи, Європейського Союзу та інших міжнародних організацій, зокрема в резолюціях Генеральної Асамблеї «Про захист прав в Інтернеті», «Про право на недоторканність приватного життя в цифровому столітті», «Декларації про права людини і верховенство права в інформаційному суспільстві», «Хартії цифрових прав».

Правовий потенціал осіб в інтернет-просторі регламентує «Декларація цифрових прав людини». У ній окреслюються права людей на доступ до інтернету; свободу вираження поглядів; приватність і захист персональних даних; на свободу та особисту безпеку; на мирні зібрання, асоціації та використання електронних інструментів демократії; на цифрове самовизначення; обмеження цифрових прав.

Доцільно зазначити, що на сьогодні не існує дієвого міжнародного чи національного акта, який враховував би усі аспекти захисту цифрових прав людини, тому нагальною потребою є змінити конституційну парадигму, розробити Цифрову конституцію.

Громадська організація «Платформа прав людини» здійснила моніторинг порушень цифрових прав. За грудень 2020 року ними зафіксовано такі порушення цифрових прав: одне загального характеру у вигляді обмеження доступу до інтернету, який стосуються 240 веб-ресурсів; 29 – індивідуального характеру, які стосуються права на свободу вираження поглядів у цифровому середовищі; 3 потенційні загрози для свободи слова та права на приватність в інтернеті, про які свідчать 11 фактів порушень цифрових прав, виявлених під час моніторингу [1].

Розглянемо найбільш поширені обмеження та порушення цифрових прав українців.



1. Нав'язування непотрібних цифрових послуг, наприклад, спаму.

Згідно Будапештської конвенції про кіберзлочинність інтернет-користувачі повинні бути захищені від втручання в комп'ютерні дані, зокрема, від використання шкідливих кодів та надсилання великих обсягів електронних листів отримувачу з метою блокування комунікаційних функцій системи.

2. Збір та поширення конфіденційної інформації про абонентів оператором мобільного зв'язку, зокрема, про регулярність його візитів до лікаря, його спосіб життя, звички, рівень доходів тощо.

Наприклад, на прохання видання Liga.Tech компанія VodafoneUkraine розповіла, як мобільні оператори складають поведінкові портрети клієнтів за їхніми «цифровими слідами» та як монетизують ці дані.

3. Надання надмірного і непропорційного доступу до інформації про споживача послуг із доступу до інтернету на підставі рішення суду.

Рада з прав людини ООН у своїй Резолюції 2016 року публічно засудила країни, які навмисно обмежують доступ до інтернет-мережі для своїх громадян. Резолюція відображає також чітку позицію організації – «люди повинні бути однаково захищені в офлайн і онлайн», включно з тими рішеннями, де особливий акцент зроблено на свободу слова [2].

Уважаємо, що задля збереження цифрових прав вкрай необхідною є превентивна робота та дотримання інформаційної гігієни. Важливо:

- проводити просвітницьку діяльність щодо захисту прав і свобод осіб в онлайн-просторі;
- забезпечити ефективне функціонування механізмів захисту прав і свобод людини в інтернеті;
- надати можливості зворотного зв'язку для інтернет-користувачів задля відправлення повідомлення про порушення;
- вирізняти інформаційно небезпечний контент, що може призводити до передачі особистих даних: сайти-«смітярки», членджі, гороскопи, ігри тощо;
- створювати надійні паролі на пристроях, завантажувати перевірені застосунки, що не мають доступу до файлів на гуглдиску, контактів тощо;
- використовувати двофакторну автентифікацію – додатковий рівень захисту для персональних пристроїв, облікових записів.



Література

1. Моніторинг порушень цифрових прав в Україні: аналіт. звіт (період моніторингу – грудень 2020 року). Платформа прав людини: сайт. URL: <https://www.ppl.org.ua/wpcontent/uploads/2021/01/>
2. Скандал! Цифра? Дія... Юридична газета online, 2020. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/informaciyne-pravo-telekomunikaciyi/skandal-cifra-diya.html>
3. Цифрові права українців або Декларація цифрових прав людини URL: <https://www.businesslaw.org.ua/digital-rights-t/?fbclid=IwAR3D7rgwoM8BZzy9HGBel5Oiqodltn8jBvtwl9mLBujhUbmli4qGB-wVjc>
4. Directive (EU) 2019/770 of the European Parliament and of the Council of 20 May 2019 on certain aspects concerning contracts for the supply of digital content and digital services. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019L0770>.



Зозуль Т. В.,

аспірантка I року навчання кафедри журналістики

Науковий керівник: **Мірошніченко П. В.,**

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри журналістики

Запорізький національний університет,

Запоріжжя

АДВОКАЦІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК НОВИЙ ТИП ТРАДИЦІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Сьогодні адвокаційна (або правозахисна) журналістика є однією з найменш популярних. На жаль, тематика захисту прав людини не стоїть на порядку денному у найпопулярніших медіа. Однак варто відзначити кількісне та якісне зростання матеріалів із правозахисної тематики за останні декілька років, зокрема, в регіональних ЗМІ. Дослідження адвокаційної журналістики як нового типу медіадіяльності необхідно розпочати з визначення базових понять.

Термін «адвокація» походить від латинського слова «advocare» і буквально означає «заклик до надання підтримки» [1]. На думку істориків, зародилася адвокація ще за часів Стародавньої Греції та Риму, коли оратори виступали в ролі адвокатів або писали промови спеціально для того, аби закликати до чийхось справ і переконань. Правознавці вважають, що «адвокація» походить від англійського «advocacy», що «є збірним поняттям грецьких слів “ad” – тут, у цей момент, “voca” – звати, закликати когось чи кудись. Якщо перекласти advocacy, отримаємо – рекомендація, підтримка, аргументація, просування ідеї проекту рішення» [2, с. 5].

У сучасному правознавстві адвокація, в широкому сенсі, означає захист прав людини. Отже, центральною темою адвокаційної журналістики є правозахисна. Але об'єктом історій із такою тематикою стають не звичайні правопорушення, а конфлікт між людиною та представниками влади, внаслідок чого й відбулося порушення прав.

Серед науковців немає однозначної відповіді на питання появи правозахисної журналістики як окремого нового типу медіадіяльності. Деякі



елементи адвокатури були присутні в матеріалах часів американської макрекерської журналістики (1900-1920-ті р.) [3, с. 36]. Але активний розвиток адвокатури журналістики розпочався наприкінці ХХ століття у США й у Західній Європі [4]. В Україні ж – після Революції Гідності 2013-2014 р. та з початком військової агресії Російської Федерації в Криму та на Сході країни.

Найдетальніше тлумачення адвокатури журналістики подали К. Шендеровський і І. Виртосу. Вони пропонують розглядати цей тип медіадіяльності як:

1) тематичну журналістську спеціалізацію, яка охоплює широке коло медіатем, – і традиційних (інтеграція та розвиток людини в українському суспільстві), і нових (чутливо-конфліктні теми в умовах війни, представлення голосів вразливих груп населення тощо);

2) інформаційний супровід змін у політиці, правозахисного активізму, боротьби за права вразливих груп населення. Ключову роль тут відіграє персональність журналіста, його включеність у ці зміни;

3) тип журналістики, що спрямований на зміни у соціальній, політичній, економічній сферах, має на меті вирішення масової важливої проблеми, і активно залучає цільову аудиторію;

4) журналістську практику, яка базується на цінностях прав людини. Це журналістика сенсів і системності в захисті прав людини [5, с. 17–19];

5) журналістику, зосереджену на виконанні запиту чи очікувань аудиторії. Журналіст тут не є стороннім спостерігачем, як у традиційних медіа, а бере активну участь у зміні ситуації чи розв'язанні конфлікту, висловлює власну позицію, намагається захистити тих, до кого байдужа держава й суспільство. Безсторонність тут недоречна: це журналістика участі та співпричетності [6, с. 10].

Австралійська дослідниця К. Фішер ґрунтовно дослідила різні визначення адвокатури журналістики в англомовній літературі з середини ХХ століття. На її думку, до адвокатури журналістики входять такі типи як «muckraking» та «crusading» (розслідувальна), «alternative» (альтернативна як протиставлення до традиційної об'єктивної), «activist» (промадянська), «peace journalism» (соціальна), «civic advocacy journalism» (суспільна адвокатура), «interpretive» journalism (суб'єктивна журналістика, яка базується на особистій точці зору журналіста) [7, с. 714]. Отже, адвокатська журналістика охоплює різні види медіадіяльності, оскільки



поеднує характеристики кожної з них. Адвокаційну та розслідувальну журналістику споріднює те, що вони призводять до глобальних соціальних і політичних реформ. Спільна риса з громадянською та соціальною – акцент на суспільно значущих проблемах. В «альтернативній» та «суб'єктивній» журналістиці на перший план виходить особиста думка автора і його участь в історії, що також характерне для правозахисної медіадіяльності.

Варто зауважити, що деякі науковці та практики ототожнюють адвокаційну та соціальну журналістику, що, на нашу думку, є неправильним. Соціальну журналістику необхідно визначати як «окремий тематичний спеціалізований вид журналістики, що відображає актуальний стан, позитивні вирішення та перспективу соціальних проблем, які завжди тотожні суспільним проблемам» [8, с. 82]. Ще на одній важливій особливості акцентує увагу дослідниця К. Соколова: на її переконання, соціальна журналістика не може існувати без концепту співучасті. «Без соціальної журналістики, якою її розуміють в Україні, в сучасному суспільстві вирішення соціальних проблем унеможливорюється через брак правдивої та компетентної інформації» [8, с. 84]. Отже, на перший погляд, соціальна та адвокаційна журналістика є тотожними поняттями, але необхідно вказати й на суттєві відмінності між ними.

Об'єктом соціальної журналістики виступають різноманітні нагальні проблеми українського соціуму або ж представників різних верств населення. У центрі уваги адвокаційної журналістики – права людини. Не менш важливу різницю між цими видами журналістики вказують Є. Задорожна та К. Шендеровський. У соціальної журналістики одне з головних завдань – «конструктивний об'єднуючий компроміс, що визначається результатами інтеграції людей, в першу чергу, з числа соціально вразливих груп» [9, с. 87]. У матеріалах правозахисної тематики медійники, зазвичай, ставлять за мету зміни політики (різних рівнів) захисту прав людини.

Дослідник М. Чарльз наголошує, що основна відмінність між масовою («mainstream») та адвокаційною журналістикою полягає в способі подання інформації. Для журналістів-правозахисників недостатньо повідомляти лише факти. Такі медійники знаходять історію, беруть активну участь у ній і домагаються дій від аудиторії. На думку дослідника, журналісти, які займаються адвокацією, повинні використовувати інші жанри для оповіді історії, а документальний фільм «є ідеальним засобом для цього типу репортажів» [10].



Однією з найголовніших рис правозахисної журналістики, на якій наголошують учені та медіаексперти, є залученість автора. Він при висвітленні історії стає водночас правозахисником, активістом або учасником протестних рухів. На думку журналістів, у цьому криється небезпека прямого активізму для колег, які займаються правозахисною тематикою. Вирішення цієї проблеми пропонує редакторка І. Славінська. На її думку, колегам необхідно обирати «партизанську тактику» – просувати тези й ідеї правозахисту через інші теми, поєднуючи у недовідомих до адвокаційної тематики публікаціях [11].

Серед переваг адвокаційної журналістики практики виокремлюють такі:

- достатньо легкий доступ цільової аудиторії до журналіста;
 - можливість активного обговорення проблеми, присутність індивідуальної думки автора;
 - висока зацікавленість матеріалом читачів / цільової аудиторії [6, с. 15].
- До недоліків медіадіяльності правозахисної тематики варто віднести:
- відсутність або присутність невеликої кількості різних думок (окрім думки автора);
 - необ'єктивність. У матеріалі часто висловлена лише власна думка автора, а інші погляди чи альтернативні вирішення взагалі не розглядаються;
 - відірваність від фактів [6, с. 15];
 - проблема відстороненості та самоцензура журналістів. Яскравий приклад наводить журналіст М. Камєнєв: «не відстороненому журналісту набагато складніше писати матеріал про порушення прав людини з боку влади на контрольованій Україною території, ніж про такі ж порушення, але на території, яка не під контролем української армії. Це призводить до самоцензури – може відбутися відтермінування такого матеріалу в редакції до інших, більш сприятливих часів» [11].

Правозахисну тематику, як зазначають медіаексперти, не часто обирають журналісти для своїх публікацій. По-перше, такі матеріали не дають потрібного рейтингу телеканалу чи необхідної кількості читачів онлайн-медіа. Середньостатистичному споживачу цікавіше переглянути сюжет про «бійки народних депутатів», аніж про порушення прав національних меншин. По-друге, правозахисна діяльність є глибокою і важкою темою для висвітлення. Не кожен медійник зможе розібратися в складній системі прав людини та їхнього захисту. Це стосується також керівного складу – редакторів та керівників медіа, які не орієнтуються в цій тематиці.



У професійній журналістській спільноті сьогодні недостатньо фахівців, які на гідному рівні із дотриманням стандартів та норм можуть висвітлити проблеми захисту прав людини в Україні. Журналістка О. Веснянка пропонує такий план дій для медійної галузі, аби чинити опір ігноруванню правозахисної тематики: «коли журналіст постійно займається правозахисною тематикою, він цілком природно поширює свої ідеї й на редакцію. Далі в такого журналіста формується репутація фахівця в цій доволі вузькій темі. Наступним кроком стає просування адвокаційних тем на редакційних “лєтючках”» [11]. На нашу думку, такі кроки дійсно можуть стати ключовими у вирішенні проблеми непопулярності адвокаційної журналістики. Але й цього може бути недостатньо. Ми вважаємо, що необхідно підвищувати рівень якості медіапродуктів правозахисної тематики завдяки впровадженню відповідних курсів у систему вищої журналістської освіти, проведення для медійників спеціальних тренінгів і майстер-класів, створення handbook для журналістів-початківців з цієї тематики.

Отже, адвокаційна журналістика – це вид журналістики, центральною темою якої стає захист прав людини в її конфлікті з державою чи органами влади. Її ключовими елементами є залученість автора як правозахисника, вираження його точки зору, всебічне висвітлення історії з дотриманням вимог конфлікто-чутливої журналістики. Головною ж метою правозахисної журналістики має бути розв'язання проблеми чи конфлікту.

Література

1. Белгойя А. Лекція 1. Що таке адвокація і чим вона корисна? URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/advocacy-course/what-is-advocacy> (дата звернення: 21.04.2021 р.).
2. Адвокаційна діяльність та її особливості в роботі з парламентом. URL: <https://rpr.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Advokatsijna-diyalnist-ta-jiji-osoblyvosti-u-roboti-z-parlamentom.pdf> (дата звернення: 23.04.2021 р.).
3. Іванюха Т. Адвокаційна журналістика як світова медіапрактика та мета жанр. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2020. № 2. С. 35–40.
4. Виртосу І. Маніпуляції та захист бізнес-інтересів – це не правозахисна журналістика. URL: <https://detector.media/infospace/article/164158/2019-03-16-manipulyatsii-ta-zakhyst-biznes-interesiv-tse-ne-pravozakhysna-zhurnalistyka/> (дата звернення: 20.04.2021 р.).
5. Права людини та мас-медіа в Україні: 36. конспектів лекцій. За ред. Виртосу І., Шендеровського К. Київ: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. 260 с.



6. Виртосу І. Бацюкова С. Адвокаційна журналістика: світовий та український досвід. Луганськ: Правозахисний центр «Поступ». 2013. 70 с.

7. Fisher C. The advocacy continuum: Towards a theory of advocacy in journalism. *Journalism*. 2016. № 17. P. 711–726. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1464884915582311> (last accessed: 21.04.2021).

8. Соколова К. Компонент «соціального» у сучасній журналістиці: соціальна журналістика. Наукові записки Інституту журналістики. Т. 3 (64). 2016. С. 80–86.

9. Задорожна Є., Шендеровський К. Соціальна та правозахисна журналістика: питання становлення та розвитку в Україні. Права людини в медіаосвіті та медіа-діяльності в Україні: матеріали першої наук.-практ. конф. (м. Київ, 30 лист. 2018 р.). Київ, 2018. С. 85–91.

10. Charles M. News Documentary and Advocacy Journalism. *Journalism: New Challenges*. Bournemouth: Centre for Journalism and Communication Research, Bournemouth University. 2013. URL: <https://core.ac.uk/display/19963986> (last accessed: 20.04.2021).

11. Ставнічук О. Адвокаційна журналістика: камені спотикання. URL: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/12906/2015-03-30-advokatsiy-na-zhurnalistyka-kameni-spotykannya/> (дата звернення: 18.04.2021 р.).



Смолдирева Т. П., Василик Л. Є.,
кафедра журналістики,
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича
Чернівці

ТЕНДЕНЦІЇ ГЕНДЕРНОЧУТЛИВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ У МЕДІА БУКОВИНИ

Гендерна дискримінація як будь-яка відмінність, винятковість, обмеження або перевага, що заперечує або зменшує рівне здійснення прав жінок нарівні з чоловіками, під впливом мас-медіа набуває загрозливих форм, призводить до порушення цих прав. Журналістика активно впливає на громадську свідомість, закріплює та поширює соціальні практики. Отже, роблячи гендерну нерівність частиною нашого буденного життя, медіа сприяють легітимізації в нашому уявленні дискримінаційних практик.

Тема гендерної рівності у ЗМІ з огляду на увагу щодо небезпеки дискримінаційних медіавпливів порівняно не нова, але й досі активно привертає увагу дослідників ЗМІ (Н.Сидоренко, М.Скорик, Л.Павлюк, І.Виртосу, І.Печончик, А.Волобуєва та ін.), вона цікавить медіаекспертів, які охоплюють моніторингами як всеукраїнські, так і регіональні ЗМІ. Зокрема, такі моніторинги щодо дотримання у ЗМІ гендерної рівності проводить Волинський прес-клуб в межах проєкту «Гендерночутливий простір української журналістики», який реалізовується у партнерстві з Гендерним центром, Незалежною громадською мережею прес-клубів України за підтримки «Медійної програми в Україні», що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID) і виконується міжнародною організацією Internews. У рамках їхніх досліджень працює й кафедра журналістики ЧНУ ім. Юрія Федьковича. Експертна рубрика «Гендерний баланс» постійно оновлюється на сайті Інституту масової інформації. Ця проблема стала центральною для кампанії проти сексизму в медіа й політиці «Повага», ресурсу «Гендер в деталях» як місця зустрічі на межі наукових досліджень і громадського діалогу. Загалом на сьогодні маємо значну кількість як



власне академічних розвідок, так і науково-популярних та публіцистичних публікацій на цю тему. У теоретичному плані науковцями напрацьовано ґрунтовні уявлення про такі проблеми, як гендер-на сегрегація в медіа, ненадання експертності (чисельність жінок-фахівчинь у різних сферах зростає, однак у ЗМІ чоловіки швидше за жінок стають цитованими й частіше виступають експертами з важливих тем), сексизм, андроцентричне висвітлення жінок, стереотипність гендерних ролей, сексуалізація та сексуальна об'єктивація, нереалістична репрезентація жіночого тіла тощо. Для того, щоб з'ясувати, як всі ці явища реально відображаються в практиці ЗМІ, постав такий напрямок досліджень, як гендерний аналіз медіа.

Але які ж на практиці медійні реалії? Вважаємо, є потреба розглянути інформаційно-комунікаційні підходи ЗМІ щодо гендерного аспекту в практичній площині – у редакційній політиці. Зокрема нашу увагу привернули друковані та онлайн-медіа Буковини. Маємо на меті визначити тенденції гендер-ночутливої журналістики у друкованих та онлайн-ЗМІ регіону, роль газетної публіцистики у формуванні уявлення про гендерні ролі у суспільстві. Об'єктом дослідження є гендерний дискурс на сторінках регіональної журналістики. Виходячи з цього, визначено основні завдання: розглянути й про-аналізувати медійне поле Чернівецької області та дослідити його гендерну збалансованість через такі категорії, як загальна представленість жінок та їх гендерні ролі, рівень вживання фемінітивів, присутність стереотипів та сексизму, а також розглянути медіа регіону в контексті ЗМІ 24 інших областей України.

В основу методології покладено моніторинг медіа. 2021-го року він проведений у дві хвили: з 8 по 14 лютого та з 12 по 18 квітня. Об'єктом аналізу стали десять обласних видань: чотири газети – «Буковина», «Молодий буковинець», «Погляд», «Чернівці» та шість інтернет-видань – «А.С.С.», «Букінфо», «BukNews», «ЧернівціТаймс», «Шпальта», «0372.ua». Усього проаналізовано 1668 публікацій ЗМІ.

Щодо гендерної збалансованості, яка реалізується через репрезентованість жінок в обласних медіа, то на шальках уявних гендерних терезів чоло-віки переважили. Друковані видання згадували жінок або ж звертались до них в середньому у третині (32,5%), сайти – у чверті випадків (23,25%). У контексті української журналістики за цим показником у лютому 2021 р. чернівецькі медіа виявилися третіми в рейтингу. Щодо гендерних ролей, то в газетах присутність жінок як експертток зафіксова-



на у 40,25% випадків. У лю-тому гендерний баланс показали медична та освітянська теми (відповідно 53% і 50%), жінок цитували газети щодо соціального захисту та дозвілля (100%). Було незвично, проте логічно, читати коментарі жінок на правоохо-ронну тематику (75%): про ідею дати дозвіл усім на цивільну вогнепальну зброю для захисту («Погляд»), про штраф за перебування на вулиці без до-кументів («МБ»). Тему культури жінки коментували у 38% випадків. Думки чоловіків значно переважали (83% : 17%) у публікаціях про роботу місцевої влади/політику (на жаль, як віддзеркалення реального кадрового дисбалан-су) та про війну/армію, а також про екологію/довкілля (85%), бізнес (72%), спорт (100%). У квітні коментарі/цитати експертів також найчастіше стосу-валися освіти/науки та волонтерства/благодійності (100%), медици-ни/охорони здоров'я (63%). Гендерно паритетною виявилась тема вій-ни/армії (50%), наближеними до балансу – теми охорони навколишнього се-редовища (по 47%), економіки/бізнесу та криміналу/надзвичайних ситуацій (по 44%), соцзахисту (40%). На жаль, теми політики/діяльності місцевої вла-ди у ЗМІ жінки коментують дуже мало (тільки 9% прямої мови).

Героїнями газетних публікацій жінкам вдалося стати загалом у 26,5% випадків. У лютому найчастіше згадки про них знаходимо у темі осві-ти/науки (53%), культури і соціального захисту (по 40%). Майже 38% внесла до скриньки героїнь тема війни/армії: у розповідях про захисників України згадуються матері, кохані, причетні особи: «Плаче дзвін пам'яті» («Букови-на»), «Коли добудують пам'ятник Героям Небесної сотні?» («Чернівці»). У публікаціях про охорону здоров'я та екологію тільки кожне четверте ім'я жіноче, у політиці так і залишилося 9% згадок. Найвищий відсоток експертів (39%) – у матеріалах «Буковини», героїнь – «Молодого буковинця» (42%). Кращі приклади – репортаж Анни Семьонові («МБ»), яка дізнавалася, як і для чого здавати кров, та розповіла про свої відчуття («Не хвилюється, це не страшно»): згадала та процитувала, застосувавши фемінітиви, медсестер, лі-карів, завідувачку відділенням, директорку Центру крові та себе (кореспон-дентку). «Погляд» та «Буковина» збагатили цю тему балансом експертів (50%), хоча героїнь значно менше. «Погляд», спеціалізу-ючись на економіч-ній аналітиці, дав найбільшу кількість експертів.

У квітні, окрім значної переваги героїнь (62%) у темі охорони здоров'я, до збалансованого співвідношення з героями в інших темах редакції жінкам наблизитися так і не дали. Згадок про жінок мало у публікаціях на



освітнянсь-ку, економічну та політичну теми (відповідно 9%, 16% та 11%). Переважно чоловіки були героями більшості інших тематичних публікацій. Загалом 42% дала до гендерної чутливості друкованих ЗМІ тема війни/армії (50% експерт-ток та 33% героїнь): Буковина прощалася із загиблими в зоні ООС військо-вослужбовцями ЗСУ, вшановувала їх пам'ять, висловлювала співчуття мате-рям, дружинам, батькам. «Молодий буковинець» звернувся по слово про побратима до офіцерки ЗСУ. Експертток та героїнь (загалом 62%) зустрічає-мо у публікаціях про медицину/охорону здоров'я, які переважно пов'язані з пандемією: «Аншлаг, або Здоровий хворому не товариш» [«Чернівці»], «Чи вийдемо з «червоної зони» та «Як чернівчани щепляться від коронавірусу» [«МБ»], «У лікарнях області ще багато COVID-хворих» [«Погляд»]. Прису-тність жінок продемонструвала тема бізнесу (виживання підприємництва): «Де знайти роботу під час карантину» [«Погляд»], «Доношую те, що маю» [«МБ»] та ін.

Щодо онлайн-журналістики, то тут жінкам належала кожна четверта думка/коментар (26,25%). У яких соціальних ролях жінки виступали на сай-тах? У лютому експертки переважали у темах соціальної політики та волон-терства (по 100%), культури (63%), війни/армії (60%), освіти/науки (44%), екології (36%). Великий дисбаланс, очікувано, щодо економіки (7%), вла-ди/політики (загальних 27%), медицини/охорони здоров'я (21%). Поди-вимо-ся тематичний зріз: за жінками залишаються традиційно 100% со-ціалка, 60% освіта/наука, 50% волонтерство/благодійність. А ось у темах війни/армії жі-нок (експертток та героїнь) аж 41,5%. Це пов'язано з тим, що медіа у лютому висвітлили ініціативу знаної на Буковині волонтерки Галини Абрамюк щодо започаткування проекту «Мами ангелів. Буковина». У публікаціях інтернет-видань здивувало незначне представлення жінок у темі медицини/охорони здоров'я: 21% експертток та 23% героїнь. Якщо в газетах писали про різні аспекти охорони здоров'я, в т.ч. COVID, навіть у форматі сторітелінгу, то сайти, як правило, обходилися сухими зведення-ми з тривожними заголовка-ми. На тлі українських медіа: «Уперше маємо збалансоване представлення експертток і експертів – у матеріалах на тему волонтерства й благодійності... Спортивна, воєнна, політична та бізнесова теми залишаються, на жаль, пре-рогативою чоловіків» [1].

У квітні експертки переважили тільки у темі екології/довкілля (58%), а також несміливо наблизились до балансу у темі культури (44%). Високий ві-дсоток (43%) у темі війни/армії дали повідомлення про загибель буко-



винців-вояків ЗСУ у зоні ООС, їх поховання, вшанування пам'яті. Зустрічаємо чи-малу кількість коментарів/прямої мови експерток у темах соцполітики, освіти/науки, охорони здоров'я/медицини, однак кількісно експерти переважили (відповідно 62%, 70%, 71%). Про політику на державному рівні та роботу місцевої влади жінки «висловлювались» у 10%, про економіку/бізнес – у 17% випадків. Волонтерство/благодійність та кримінал/надзвичайні події дали по 25%, спорт – 23%. Слід враховувати, що інтерес до політичної проблематики у різних видань різний. Найбільше експерток у публікаціях «Букінфо» (15%). Натомість «Шпальта» та «BukNews» залучили відповідно 60% та 67% експерток до теми культури, видання 0372.ua відзначилось активним використанням думки жінок щодо екології, спорту (100%) та освіти/науки – 67%. Приклад збалансованого підходу – рівна кількість експерток та експертів у публікації «Шпальти» «Безплатне ведення вагітності: які послуги стають безкоштовними». Значно менше, ніж експерток, жінок-героїнь у новинах про екологію (33%), культуру (29%), медицину/охорону здоров'я (9%), війну/армію (5%). Водночас гендерно збалансовані теми волонтерства (50%) та освіти/науки (47%).

Одним із аспектів гендерної рівності є застосування в медіаконтенті фе-мінітивів. Друковані ЗМІ прихильно ставляться до них: 95% «Погляд», 87% «МБ», 86% «Буковина», 78% «Чернівці». Сайти теж демонструють високі показники. Відтак впродовж кількох років спостерігаємо тенденцію значного переважання фе-мінітивів над маскулінітивами. Моніторинг ілюструє спрямованість редакційних політик буковинських видань на означення професій/зайнятості жінок у жіночому роді. За кількістю їх використання медіа Чернівецької області у лютому (разом з волинськими) вийшли на другу позицію в Україні (по 88%), пропустивши вперед львівські (91%) [2]. Квітневий моніторинг показав дещо нижчі цифри застосунку фе-мінітивів (85%), відтак четверте місце з-поміж українських видань. Звичними стали: директорка, за-відувачка, кореспондентка, ветеринарка, авторка, депутатка, чиновниця, ке-рівниця, заступниця, підприємця, літературознавиця, міжнародниця, полі-тологиня, педагогиня, прессекретарка і секретарка ради, синоптикиня і навіть мільйонерка-стартаперка. Перелік можна продовжувати.

Зауважимо, що рівень застосунку фе-мінітивів суттєво змінився. Порівнюючи з раніше проведеними моніторингами, спостерігаємо тенденцію: якщо у лютому 2017 року у газетах фе-мінітивів було у 3,5 рази



менше, ніж маску-лінітивів [55:187], а на сайтах майже у 5 разів [47:223], то лютий 2019 р. по-казав паритет і невелике зростання: у газетах 47:43, а в Інтернет-виданнях 62:45. У 2021 році загальне використання фемінітивів чернівецькими друкованими та інтернет-виданнями, підкреслимо, виросло до 85-88%, а видання «Погляд» та «Шпальта» у квітні продемонстрували 100% застосування. Тож поки тривають суперечки у царинах мовознавства, письменництва та широкого загалу, фемінітиви дедалі активніше входять у практику ЗМІ: незвичне стає мелодійним, привабливим, вжитковим, нормою.

Стереотипний та сексистський контент у текстах буковинських газет та сайтів майже не трапляється, зрідка – в ілюстративних фото. Так, до публікації «Їда, яку не можна давати дитині до трьох років» подано ілюстративне фото: жінка годує дитину («Погляд»), або ж фото жінок до публікацій «Без голодування, дієт та нервувань», «Поради, яким навчають у кулінарній шко-лі» («Чернівці»), «На Буковині обиратимуть найкращого вчителя» (фото га-рної жінки перед дошкою з формулами, 0372.ua). Водночас більшість світ-лин гендерно збалансовані. До стереотипів можна віднести вислів з матеріалу до Міжнародного дня жінок і дівчат у науці «Треба вміти приймати виклики нарівні з чоловіками»: викладачка Чернівецького національного університету про жінок у науці [0372.ua]. В інтернет-виданнях знаходимо декілька тема-тичних публікацій, зокрема: «В Україні чоловікам дозволили йти в декрет» та «Історія переселенки з Криму, яка відкрила свій бізнес на Буковині» («Шпальта»); «Як відрізнити конфлікт від домашнього насильства» [0372.ua].

Отже, гендерна рівність як репрезентація соціально-економічного зрізу соціуму, що зумовлює рівні можливості для самоствердження й самореалізації жінок та чоловіків у суспільстві, завдяки ЗМІ перебуває на шляху до свого становлення. Наше дослідження доводить, що медійне середовище Буковини найоперативніше засвоює фемінітиви. Однак позиції фемінітивів можна ще зміцнити – послідовністю вживання, уникненням паралельних форм, зокрема в одній публікації: лікарка – лікар-педіатр, начальниця – начальник, архітекторка – архітектор тощо. Позитивно, що регіональна журналістика не вдається до стереотипного та сексистського контенту. Проте вона ще не ідеальна з погляду досягнення гендерної збалансованості: кількість жінок як експерток (тих, хто коментує, кого цитують) і героїнь (кого згадують) в газетному контенті переважно втричі



нижча, ніж експертів і героїв публікацій, на сайтах – вчетверо. Тож загальна представленість жінок та їхні ґендерні ролі потребують не просто розуміння, а послідовної та якісної медійної репрезентації практиками. Попри те, загалом в контексті ЗМІ 24-х інших областей України буковинські видання одні з кращих за ґендерною чутливістю та серед лідерів за застосунком фемінітивів. Тож можна стверджувати, що сьогодні регіональна преса набуває нових моделей поведінки, пропонує нові суспільні норми, і ці зміни поступово утверджуються завдяки реалізації основних функцій журналістики – інформування та формування громадської думки.

Література

1. Гендерний баланс, фемінітиви і трохи стереотипів: результати моніторингу регіональних медіа у квітні 2021 року // http://volynpressclub.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1033:-2020-&catid=10:gendermedia&Itemid=21
2. Хвала фемінітивам! Результати ґендерного моніторингу регіональних медіа України у лютому – 2021 // http://volynpressclub.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=1019:-2021&catid=10:gendermedia&Itemid=21



Галаджун З. В.,

к.н. із с.к., доцент, завідувач кафедри ЖЗМК

Національного університету «Львівська політехніка»

ОЦІННЕ СУДЖЕННЯ ЖУРНАЛІСТА

З переходом від індустріального до інформаційного суспільства істотно змінився зміст журналістської професії. Якщо раніше основною метою творчого працівника ЗМІ була фіксація фактів дійсності, пропаганда та ідеалізація тогочасного устрою, то сьогодні журналіст розглядається не тільки як активний учасник демократичного процесу, але і як співавтор інформаційного простору. Це зумовило зміну змісту професії, яка стала носити комплексний характер. Постійна конкуренція двох конституційних прав – права на свободу слова і права на повагу до честі, гідності та ділової репутації є підставою для судових позовів до журналістів, яким часто буває важко довести, що матеріал чи його частина є оціночним судженням, а не свідченням про факти.

Метою дослідження є виокремлення поняття оцінне судження журналіста та його інформаційної бази

Задля досягнення мети підлягають вирішенню наступні завдання:

1. Дослідити етимологію поняття «оцінне судження журналіста»;
2. Визначити інформаційну базу, на якій ґрунтується оцінне судження журналіста.

Українське законодавство, зокрема Цивільний кодекс та Закон України «Про інформацію», містить термін «оціночне судження». Великий тлумачний словник сучасної української мови передбачає кілька термінів, що вживаються як синоніми, зокрема: «оціночний», «оцінний», «оцінювальний», хоча у Словнику синонімів української мови є лише «оцінюваний», як такий, що дозволяє визначати вартість кого-чого-небудь, але «оцінка» визначається, як вартість або думка. Деякі науковці вважають, що слово «оціночний» є калькою з російської мови, де, відповідно до Словника російської мови «оценить» – виказати думку, судження про цінність чи значення кого-чого-небудь. Звертаючись до Російсько-українського словника ми бачимо, що російські «оценивать/оценить» потрібно вжива-



ти як «оцінювати/оцінити», а «оценочный» - «оцінний/оцінювальний». На підкріплення цієї думки свідчить факт того, що утворення з суфіксом -ість українською опредмечують абстрактну ознаку, виражену прикметником. Тож від «оцінний» цілком логічним буде утворення «оцінність». Стосовно ж прикметника «оціночний», то щодо нього є різні думки. Приміром, знаний наш граматист Іван Вихованець вважає його за покруч. В енциклопедії «Українська мова» зустрічаються такі фрази з даним терміном, як: оцінний зміст уживаних мовних засобів; оцінний компонент (позитивна або негативна оцінка); яскраво виражений експресивно-оцінний характер; власне стилістичне значення існує як компонент загальної семантики мовної одиниці, як її оцінний, емоційно-експресивний зміст; широкий спектр емоційно-оцінних конотацій. Тобто мовознавці надають перевагу термін «оцінний», крім того є ще й приклади вживання даного терміну, як, до прикладу: емоційно забарвлена, піднесена мова з ознаками вольової оцінності; як семантико-стилістична категорія експресивності виявляє зв'язок з емоційністю, логічною оцінністю, стилістичним значенням; неприхована оцінність міститься у риторичних питаннях. Наші правові норми містять так звані юридичні конструкції, в якій не можна змінювати слова синонімами чи переставляти їх місцями, оскільки вони несуть смислове навантаження лише у формі сконструйованій законодавцем. Хоча, на нашу думку, більш правильним з позиції української мови буде вживання терміну «оцінне судження» замість «оціночне судження».

Судження – форма мислення, в якій засобами ствердження чи заперечення розкриваються зв'язки предметів з їх ознаками або відношення між предметами. Кожне судження має певну структуру (будову, зв'язок його елементів), яка залежить від того, що воно відображає – властивості чи відношення між предметами.

Варто добре розмежовувати поняття «предмет судження» і «суб'єкт судження». Предмет судження – це реальний предмет, про який ідеться в судженні, а суб'єкт судження – поняття про реальний предмет, який виступає предметом судження. Судження, як і будь-яка інша форма мислення, ідеальне за своєю природою, а тому існує лише в матеріальній оболонці речення. Граматичною формою судження є двоскладне розповідне речення. Складне речення, що має кілька граматичних основ (дві або більше), як наприклад: І вийде день, і знов огорне ніч, по колу підуть зустрічі, прощання. Навіщо має битися серце, якщо його ніхто не чує. Судження – це



відкрита, розгорнута, явно виражена думка. Завдяки судженням поняття виникають, формуються, розвиваються, а сформовані – розкриваються, з'ясовуються їх зміст і обсяг.

Це визначення обґрунтовано та послідовно відповідає на такі питання:

1. Судження – це що? – процес (використано психологічний підхід, а не логічне значення судження як просто вислів, форма мислення);

2. Процес чого? – застосування професійних компетентнісних характеристик (професійних знань, навичок та досвіду на засадах професійного скептицизму);

3. Процес – де? – при вирішенні завдань в умовах невизначеності (вказує на прикладний аспект судження та умови прийняття рішень в обставинах, де однозначно визначити порядок дій не є можливим);

4. З якою метою? – для формулювання думки щодо професійних питань (вказана кінцева мета процесу судження – висловлення думки, надання висновку) [1, 137-139].

Слід зазначити, що англійський термін «judgement», який був запропонований у міжнародних стандартах, має такі лінгвістичні значення як вирок, вирішення суду, висновок суду відносно правильності процедури, покарання, кара, судження, думка, погляд, розсудливість, розсуд. А інший англомовний термін «opinion» визначається як думка, оцінка, висновок. Сучасний тлумачний словник української мови [2] визначає судження, думку та твердження таким чином:

Судження Думка про що-небудь, погляд на що-небудь; виклад своїх думок, поглядів [2,839].

Думка Те, що з'являється внаслідок міркування, продукт мислення; припущення, передбачення; намір, замисел, задум; знання в певній галузі[2, 271].

Твердження Думка, положення, вислів, що лежить в основі чого-небудь [2, 850].

Лінгвістично ці три терміни є синонімами, та усі фактично зводяться до думки. Отже, судження походить від слова судити – складати думку про кого-, що-небудь, робити висновок, міркувати. А синонімами терміна думка є гадка, мисль, міркування, погляд, розуміння, твердження.

Частіше за все в умовах конфлікту, відкритого провадження про дифамацію сторони проводять лінгвістичну експертизу для ствердження/спростування того, що журналістський матеріал чи окремі його фрагменти є оціночними судженнями, а не повідомленням про факти. На досліджен-



ня виносяться питання наявності в тексті мовностилістичних засобів та прийомів, що вказують на наявність оцінки чи, навпаки, вказують на фактичність викладених даних. Окремим підвидом такої експертизи є семантико-текстуальна експертиза, основним завданням якої є встановлення змісту понять, лексичного значення слів або словосполучень, що використовуються у тексті спірного матеріалу чи окремого його фрагменту, їх стилістичне забарвлення, смислове навантаження, характер інформації, тобто вирішується питання мовленнєвого характеру. Суддя, в кожному окремому випадку може врахувати або не врахувати думку експерта. На сьогодні основна проблема криється не в тому, що судді не використовують в своїй роботі рішення Європейського суду з прав людини, як це було ще 10 років тому, а в тому, що присутній формальний підхід до розмежування оціночних суджень та фактичних даних без врахування того, що оціночні судження будуються на певній інформаційній базі, джерелом якої є інтерпретована в процесі судження фактична інформація.

Поняття оціночного судження застосовується у різних професіях, розглянемо кілька із них. І.М. Пожарицька [3, 70] обґрунтовує точку зору про те, що характерними особливостями оціночних суджень у різних професіях є суб'єктивний характер висловлення щодо професійного питання, який базується на знаннях, досвіді та навичках, передбачених професійними стандартами поведінки та етики. При цьому у всіх випадках є різні об'єкти оціночних суджень, критерії та форми виразу професійного судження. На думку автора, «судження» постає виключно в позитивному оціночному ракурсі, використовується для передачі понять, пов'язаних з високим професіоналізмом фахівців з аудиту» [3, 92]. Як зазначає доцент О.Л. Шерстюк [4, 301]: «Застосування професійного судження аудитора ґрунтується на наявності у нього необхідної професійної підготовки, знань та досвіду. Формування професійних суджень здійснюється на основі відомих аудитором фактах та обставинах і має забезпечити компетентне застосування принципів аудиту. Професійне судження лікаря у клінічній діагностиці базується на теоретичних знаннях, клінічному емпіризмі або усвідомленому лікарському досвіді; професійне судження вчителя – професійна функція вчителя, що полягає в аналітичному висновку, що встановлює достоїнства і недоліки вчинку, відповіді учня, рівня розвитку тощо; професійне судження юриста базується на конкретних професійно-правових ситуаціях дійсності. Згідно з думкою Я. В. Соколова [5] професійне судження



являє собою «думку, добросовісно висловлену професійним бухгалтером стосовно господарської ситуації і корисну як для її опису, так і для прийняття дієвих управлінських рішень». І.М. Пожарницька [1, 137] вважає, що професійне судження журналіста - це точка зору, думка з якого-небудь питання, певна оцінка факту, події; розкривається у тексті статті спеціальними засобами у вигляді журналістського матеріалу.

Ключовим поняттям в цьому визначенні, з точки зору журналістської професії, як і професії бухгалтера є його добросовісність. Ця категорія відноситься до розряду моральних. Згідно з Академічним тлумачним словником української мови [2, 325] «добросовісний» означає «який чесно, старанно і сумлінно виконує свої обов'язки». Стосовно роботи журналіста це означає, що в своїй діяльності, при написанні матеріалу він повинен бути достатньо професійним та об'єктивним, не оглядатися на власну вигоду чи інтереси певних осіб. Е.М. Гутцайт [6, 24] розглядає професійне судження як узагальнене уявлення про доказ в точних науках на випадок, якщо є потреба застосувати інтуїцію, але ця інтуїція не базується на чистому здогаді, а підкріплена досвідом та інформацією в питаннях, що розглядаються. Тобто, професійне судження базується не на здогадках, а лише на досвіді суб'єкта в умовах невизначеності.

Оціночна діяльність людей, як слушно зазначає професор В.Ф. Іванов [7], яка лежить в основі формування і функціонування думки, пов'язана не тільки з соціально-психологічними характеристиками людей, але і з їх пізнавальними здібностями. Оцінка якогось явища передбачає присутність деякого знання. Думка складається на основі знання про предмет. Дуже цікава проблема взаємодії думки і знання. Емпіричні дослідження, наприклад, американських соціологів, показали, що оцінка завжди включає знання, але присутність знання не завжди веде до виникнення оцінки, думки. Крім елементів раціонального знання до структури оціночного судження входять і уявлення – узагальнений образ багатьох чуттєвих вражень, наочно-образне знання, яке виникає часто у результаті роботи уявлення.

Отже, оціночне судження журналіста базується певній інформаційній базі, до якої входить ряд компонентів, таких, як: освіта, знання, досвід, журналістські стандарти, інформація отримана із відкритих джерел таких як відкриті реєстри, засоби масової інформації та інше. Таку ж позицію виклав європейський суд з прав людини у справі «Нова газета» і Боро-



дянський проти Росії» де зазначено, що суд визнає право журналіста на оціночне судження, але із застереженням, що вони повинні базуватися на хоча б мінімальному наборі фактів, тому що в протилежному випадку таке судження буде зловживанням свободою слова. В даному рішенні суд виділяє три можливі варіанти фундаменту, на якому можна побудувати свою оцінку:

1. факти, що вважаються загальновідомими;
2. підтвердження висловлювання яким-небудь джерелом;
3. посилання на незалежне дослідження.

Результати. Дослідивши поняття та інформаційну базу поняття «професійне оціночне судження» у різних професіях ми вважаємо, що професійне судження журналіста - це його суб'єктивна точка зору, думка з певного питання, власна оцінка факту, події, що базується на знаннях, досвіді, журналістських стандартах, інформації отриманій із відкритих джерел, тобто часто базується на фактичній інформації, яка в процесі засвоєння стала його знанням, що може фіксується у журналістському матеріалі певними мовними засобами. Відхід від традиційної обов'язкової прив'язки до «спеціальних мовних засобів», до слів-маркерів, дає можливість «розширити» формальні рамки розрізнення фактичних даних від оціночних суджень. В даному випадку відбувається відхід від формального у бік сутнісного [змістовного].

Водночас, на нашу думку, це питання потребує подальшого дослідження, зокрема у встановленні класифікації оціночних суджень журналіста.

Отримані результати можуть бути використані для підготовки журналістів, а також для розширення можливостей захисту журналіста-практика у суді.

Висновки. Громадянське суспільство висуває високі вимоги до журналіста, в тому числі і до його особистих якостей. Сучасна швидка зміна інформаційного поля, висока насиченість інформаційними приводами припускає, що в процесі виконання роботи журналіст керується професійними судженнями, на формування якого істотний вплив мають особистісні та професійні якості, що, безперечно повинно враховуватися судами при розгляді спорів про дифамацію.



Література

- 1.Пожарицька, І. М. Професійне судження аудитора: гносеологічний аспект [Текст] / Ірина Михайлівна Пожарицька // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Том 14. – №1. – С. 134-139.
2. Сучасний тлумачний словник української мови: 65 000 слів / За заг.ред.д-ра філол.наук, проф. В.В.Дубчинського. – Х. : ВД «ШКОЛА», 2006.
3. Професійне судження в аудиті: теорія і практика [Текст] : монографія / І.М. Пожарицька. – Сімферополь: ВД «АРІАЛ», 2013. – 356 с.
4. Шерстюк О. Л. Оціночні судження в аудиті фінансової інформації / О. Л. Шерстюк // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2015. – Вип. 11. – С. 301-304.
5. Соколов Я.В. Профессиональное суждение бухгалтера / Я.В. Соколов, Т.О. Терентьева // Бухгалтер. учет. – 2005. – № 12. – С. 53-57.
- 6.Гутцайт Е. М. Аудиторская проверка спозиций теорий принятия решения в условиях неопределенности / Е.М. Гутцайт// Аудиторские ведомости. – 2001. – № 8. – 54–61.
7. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації : навч. посібник / В. Ф. Іванов. – Черкаси: Вид-во ЧДУ, 2003. № 380 с.



Островська Н. В.,
кафедра журналістики
Національного університету
«Запорізька політехніка»,
Запоріжжя

ВИСВІТЛЕННЯ ПИТАНЬ РОЗЛАДІВ АУТИЧНОГО СПЕКТРА В ЗАПОРІЗЬКИХ ЗМІ

Засоби масової інформації продукують матеріали, які створюють образ окремих соціальних груп, чим формують певні типи культури і моделі поведінки. Однак доволі часто працівники медіа не знають стандартів щодо висвітлення соціальних питань тієї чи іншої вразливої групи населення та підтримують стереотипи або й дискримінацію серед власної аудиторії. Серед таких стереотипів те, що люди з інвалідністю – нещасні, не мають майбутнього, не цікавляться нічим, окрім своєї хвороби, або навпаки те, що вони особливі, герої, не схожі на звичайних людей тощо [1]. Проте саме ЗМІ можуть сприяти змінам у ставленні до людей з інвалідністю, зруйнувати усталені щодо них стереотипи і показати їх широкі можливості.

Мета нашої розвідки: здійснити аналіз висвітлення питань розладів аутичного спектра в запорізьких ЗМІ.

Завдання: окреслити оптимальні підходи до зображення осіб з інвалідністю в журналістських матеріалах; визначити тематичні вектори і способи репрезентації питань розладів аутичного спектра в запорізьких ЗМІ.

Вивченню особливостей презентації осіб з інвалідністю в сучасних ЗМІ присвячені роботи І. Виртосу, М. Бутиріної, З. Гаджук, В. Грубич, О. Клопоти, О. Михайлової, О. Подпружнікової, В. Попович, О. Свінціцької, О. Тараненко та ін. Дослідники систематизують презентовані в медіа уявлення про людей із особливими потребами, виявляють соціальні ролі таких осіб, визначають оптимальні підходи до висвітлення зазначеної тематики, аналізують ЗМІ як засіб інформування в аспекті інтеграції в суспільство осіб із особливими потребами, розробляють стандарти відображення проблем людей з інвалідністю в медіа.

Зокрема, З. Гаджук, О. Тараненко визначають основні стратегії висвіт-



лення образу людини з інвалідністю в сучасних медіа: апеляція до почуття жалю, приниження журналістом героя публікації; надмірна героїзація; невмотивована апеляція до інвалідності; використання мови ворожнечі, від її так званих «м'яких форм», які підкреслюють «інакшість» і використовують стереотипи до форм прямої ненависті, агресії й дискримінації [2].

Акцентуючи увагу на оптимізації підходів до створення образів людей з особливими потребами, М. Бутиріна визначає як найбільш прийнятний формат індивідуалізовані історії таких людей, подані від першої особи. Саме це унеможлиблює викривлення і некоректні оцінки. Дослідниця закликає замислитися над соціальною адаптацією людей із особливими потребами методами інформаційної підтримки за допомогою масмедійних технологій [3].

«Нічого для нас без нас» – такий принцип радять використовувати як головний під час зображення осіб з інвалідністю в журналістських матеріалах [4]. Саме тому люди з інвалідністю, члени їхніх родин і громадські активісти уклали «список» порад для ЗМІ, що висвітлюють цю проблематику. З-поміж основних: уникати або долати стереотипи; використовувати коректну мову; заохочувати розуміння громадськістю проблем, із якими стикаються люди з інвалідністю; показувати людей з інвалідністю в різних ролях. І найголовніше пам'ятати, що «людина з інвалідністю – не з касты недоторканих, а звичайна людина з неповторним характером, своїми слабкостями та сильними сторонами, своїми мріями» [1].

Результати моніторингу запорізьких ЗМІ засвідчили, що найчастіше запорізькі журналісти зверталися до проблем аутизму під час висвітлення ініціатив місцевої влади, спрямованих на інклюзію людей з аутизмом, під час опису соціальних заходів підтримки таких осіб, до Всесвітнього дня інформування про аутизм, що відзначається 2 квітня. Зокрема, тематичні сюжети до цієї дати 2021 р. підготували в новинних випусках більшість регіональних телеканалів. Такі матеріали дублюються на сайтах мовників короткими замітками. Аудиторії нагадують про існування та особливості розладу, історію виникнення дати. У розкритті цієї теми вирізняється лише підхід журналістів телеканалу «TV5», які в підсумкову програму «Тиждень. Підсумки» запросили людей з аутизмом: учасників гурту «Rain People», школяра з мамою та представника міжнародної організації. Саме через показ талантів запрошених журналісти презентували спектр можливостей людей з аутизмом. Практичні поради для батьків, що дізналися про такий



діагноз своєї дитини, давала мама дитини з аутизмом. Крім того, саме в цій програмі дотримано порад експертів показувати людей з інвалідністю в різних ролях, залучати їх не тільки як героїв матеріалів, а і як експертів з різних тем. Зокрема, Білл Петерс, що є людиною з аутизмом із США і консультантом Міжнародної громадської організації «Дитина з майбутнім», розповідав, як розв'язуються проблеми дітей з аутизмом в Америці і що саме з цього досвіду реалізується в Україні [5].

Як і місцеві телеканали, новинні сайти публікують матеріали на тему аутизму найчастіше до 2 квітня: «2 квітня – Всесвітній день розповсюдження знань про аутизм», «В Запоріжжі відбулася акція в підтримку людей з аутизмом», «У Запоріжжі відкрилася онлайн-виставка до Всесвітнього дня інформування про аутизм». Більш глибоко висвітлюють проблематику питань розладу аутичного спектра портали «РепортерUA», «061» та «Верже», порушуючи теми інклюзивної освіти, проблем соціальної адаптації, особливостей різноманітних аутичних розладів, власного досвіду виховання дітей з аутизмом. З-поміж таких матеріалів відзначимо репортаж «У Запоріжжі відбувся семінар, присвячений проблемам аутизму» («РепортерUA») з коментарем консула організації «Аутизм Європа» Інни Сергієнко, інтерв'ю з батьками дітей з аутизмом «Як це – ростити дитину з аутизмом: історії запорізьких мам» («061»), статтю «Як живуть у Запоріжжі діти-аутисти» («Верже») з коментарями експертів та запоріжців, чиє життя прямо чи опосередковано пов'язане з розладами спектра аутизму.

Отже, інформаційним приводом до порушення теми розладів аутичного спектра у запорізьких медіа найчастіше є Всесвітній день поширення інформації про проблеми аутизму. Відповідно більшість матеріалів присвячена соціальним заходам підтримки людей з аутизмом. Водночас попри більш активне запровадження практики висвітлення питань розладів аутичного спектра через індивідуалізовану історію від першої особи, журналісти частіше використовують коментарі експертів, звертаючись до таких форматів, як репортажі з тематичних заходів, рерайт матеріалів з сайтів місцевої влади, громадських організацій тощо. Характерним для запорізьких медіа є використання некоректної лексики на позначення осіб з аутизмом, яка сприяє укоріненню у аудиторії стереотипів, що в результаті можуть стати причиною дискримінації соціально вразливої групи.



Література

1. Виртосу І. Як розповідати про людей з інвалідністю: поради для журналістів. 11.09.2015. URL: https://ms.detector.media/ethics/standards/yak_rozpovidati_pro_lyudey_z_invalidnistyu_poradi_dlya_zhurnalistiv/
2. Гаджук З. В., Тараненко О. В. Образ людини з інвалідністю у сучасному медіаполі. Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса. Т1 / ред. кол. І. В. Хаджинов (голова) та ін. Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. Вип. 11. Т 1. С. 54–58.
3. Бутиріна М.В. Мас-медійний образ людей із особливими потребами. Вісник Харківського національного університету ім. В. Каразіна. № 1143. Серія «Соціальні комунікації». 2014. Вип. 6. С. 35–38.
4. Нічого для нас без нас : посібник з інклюзивного прийняття рішень для засобів масової інформації / за заг. редакцією І. Г. Виртосу Упорядники : В. О. Азін, Л.Ю. Байда, Н. Госс, П. М. Ждан, А. К. Флетчер : Ленвіт, 2015. 92 с.
5. Особливі генії: як у Запорізькій області живуть люди з аутизмом. URL: <https://tv5.zp.ua/news/osoblivi-genii-jak-u-zaporizkij-oblasti-zhivut-ljudi-z-autizmom/>



Белінська І. В.,

асистент кафедри соціальних комунікацій, к.філол.н.,

Шендеровський К. С.,

доцент кафедри соціальних комунікацій, к.н.с.к.,

Інститут журналістики, Київський національний

університет імені Тараса Шевченка,

Київ

ФОРМУВАННЯ МЕДІАОБРАЗУ ТРАНСЛЮДИНИ: МАРКЕРИ НЕДИСКРИМІНАЦІЙНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ ЗА ОЗНАКАМИ ЛЮДСЬКОЇ РІЗНОМАНІТНОСТІ

Правозахисну (адвокаційну) журналістику досить часто визначають як недиСКРІМІНАЦІЙНУ журналістику, і це її часткова предметна характеристика. Ми розглядаємо предметну дефініцію правозахисної (адвокаційної) журналістики як журналістики, що допомагає інформаційними засобами українцям не тільки знати, використовувати потенціал прав людини, але фактично заповнює прогалину між декларативними та реальними правами людини. Правозахисна (адвокаційна) журналістика – це не жанр в журналістиці. Пріоритетність змісту над формою (жанр) приводить правозахисну (адвокаційну) журналістику до основної складової процесу інтерпретації – вміння змінювати перспективу.

Медіаобраз трансгендерної людини в правозахисній (адвокаційній) журналістиці марковано нейтрально-чутливою лексикою, яка визначає повагу до ознаки різноманітності та вказує на ідентифікацію людини: трансгендерна жінка, трансгендерний чоловік, транс-жінка, транс-чоловік, транс-людина, транс-персона (на відміну від дискримінаційної риторики, коли «транс» використовують як самостійний іменник та пропонують негативно забарвлені словоформи, наприклад, «деякі транси», «вона (він) – транс» тощо) [1].

Формування медіаобразу трансгендерної людини (як об'єкту) в правозахисній (адвокаційній) журналістиці (як предмету) – одне із десятка провідних завдань правозахисної (адвокаційної) журналістики на шляху



свого інституційного становлення в Україні. Це завдання є не простим, але комплексним, де кожна складова розглядається як окремо, так і у взаємодії з іншими:

- особливим за ознакою різноманітності – ознакою людини, яка здатна вбачати в майбутньому радикально нові можливості, використовувати її для власного вдосконалення (зазначене не вписується в методологічну традицію висвітлення так званих вразливих груп людей);

- персоналізованим за суб'єктом інформаційної взаємодії (на відміну від розгляду ЛГБТІ-спільноти в цілому);

- новим в українському медіаполі (2016 рік став визначним для українських трансгендерних людей, оскільки саме цього року було суттєво змінено нормативну базу, що регулює процедуру транс-переходу загалом і, зокрема, юридичне визнання гендеру – тобто отримання особистих документів, ім'я та гендерний маркер у яких відповідають гендерній ідентичності особи; у 2017 році Міжнародна організація TGEU – «Трансгендерна Європа» – розробила та оприлюднила контрольний перелік умов, які мають виконуватися для нормативних документів, що регулюють процедуру визнання гендеру, щоб вони були максимально сумісними з правами людини; в 2019 році у Лондоні (вересень) проходить перший «Марш гордості трансгендерних людей»; в 2020 році у Києві зареєстровано громадську організацію трансгендерних людей «КОГОРТА»);

- закономірним чинником об'єднуючого принципу інклюзивності у медіадіяльності (видимість людини та суттєвість її життя в українському суспільстві).

«Особливе – персоналізоване – нове – закономірно інклюзивне», на наше переконання, формує сутнісні маркери для розвитку практики висвітлення теми трансгендерних людей в практиці правозахисної (адвокаційної) журналістики. Однак, для просування якісної медіапрактики потрібно докласти зусиль щодо розвитку, вивчення методології правозахисної медіадіяльності (в цілому). Тим паче, що правозахисна (адвокаційна) журналістика в Україні потребує системних досліджень та рекомендацій щодо практики подолання чисельних конфліктів між порушенням прав людини, з одного боку, неадекватними діями або бездіяльністю влади, з другого, та сенсаціями, ще з іншої сторони.

Метод. Застосовано метод типологічного аналізу, щоб отримати впорядкований опис різноманітності формування медіаобразу, систематизувати



за характерними (типовими) ознаками.

Питання формування, розвитку медіаобразів людей (в цілому) є частими темами медіадосліджень. Так українські дослідниці Гаджук З. В. і Тараненко О. В. («Формування образу людини з інвалідністю», 2019 р.) вказують на таке: «Медіа створюють усталений образ людини чи групи людей. Адже в інформаційну добу масовокомунікаційні та соціальнокомунікаційні технології стали найбільш потужними інструментами впливу». Українські дослідники Хилько М. М. і Корнєєв В. М. («Вплив контенту засобів масової комунікації на український соціум», 2014 р.) зазначають: «Засоби масової комунікації продукують контент, який впливає на ціннісні орієнтації соціуму, формує моделі поведінки і типологію культури».

Питання формування, розвитку медіаобразів людей, чії права порушуються, так званих стигматизованих, вразливих і маломобільних груп людей активно перебувають у фокусі наукової рефлексії з 2017 року, коли розпочалась реалізація спеціальної програми стажування/підвищення кваліфікації викладачів журналістики «Академія з прав людини для викладачів та викладачок журналістики», та з 30 листопада 2018 року, коли було вперше проведено науково-практичну конференцію «Права людини в медіаосвіті та медіадіяльності». «Чи є перспектива для журналістики на цінностях прав людини? Безумовно, навіть такого питання не має бути», – стверджувала у своєму виступі адвокатка, письменниця, ведуча Громадського радіо Лариса Денисенко. Серед ключових питань науково-практичного дискурсу: співіснування прав людини та стандартів журналістики в Україні; поширення цінностей прав людини у видавничій справі, в діяльності рекламистів, піарників; участь медіа у протидії системним порушенням прав людини в Україні. Маркус Бранд, радник з демократичного врядування ПРООН в Україні, звертаючись до учасників конференції, зауважив: «Якою б журналістською темою ви не займалися, у ній завжди є місце правам людини» [2].

Темам сексуальної орієнтації, як у дослідженнях, так і в активізмі, приділено більше уваги, ніж темам гендерної ідентичності. Зауважимо, що в Законі «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» (2012) не вказано дискримінацію на основі гендерної ідентичності як одну із дискримінаційних ознак (ознак, захищених від дискримінації). У 2014 році вийшло дослідження «Вивчення поведінки трансгендерів та їх потреб у профілактичних послугах щодо ВІЛ» [3], у якому зазначено про вразли-



вість цих людей (в дослідженні – «груп людей») до сексуального насильства, проблему стигми і дискримінації.

В світовій практиці висвітлення трансгендерної людини не є новим як, наприклад, в Україні. Понад двадцять років світовій прем'єрі фільму «Хлопчики не плачуть» режисерки Кімберлі Пірс про справжню історію трансгендера, Брендона Тіни, та подій, що призвели до його трагічного вбивства. Понад два десятиліття «освіти та активності поступово призвели до нового розуміння того, що означає відповідально представляти транс-історії, що підкреслює, наскільки проблематичним може бути для акторів цисгендерів, які можуть бути номіновані та виграти престижні нагороди за роль трансгендерів» [4].

Транс-художник Піс Ернст та комік Ян Гарві торкаються історичної природи персонажа Гарві Дейла в іншому фільмі «Прозоре» та того, що потрібно для відповіді на запитання: чому транс-чоловіків часто зображують актори, визначені жінкою? Чому їхні сюжетні лінії часто закінчуються трагедією або повідомленнями про їхню неадекватність як «справжніх чоловіків»? [5].

З 2002 року GLAAD каталогізував 102 епізоди та неповторювані сюжети телевізійних сценаріїв, які містили трансгендерних персонажів, і виявив, що 54% з них були класифіковані як такі, що містять негативні уявлення на момент їх виходу в ефір. Додаткові 35% були класифіковані за категоріями від «проблемних» до «хороших», тоді як лише 12% були визнані досить новаторськими, справедливими та точними, щоб здобути номінацію на премію GLAAD Media Award [6].

Однак, оскільки більшість опитувань (доступні результати) просять людей ідентифікувати чоловіків чи жінок, але не цисгендерів чи трансгендерів, чисельність трансгендерної популяції в світі та Україні залишається незрозумілою. «Протягом останніх трьох років обізнаність про трансгендери «вибухнула»... Але в центрі уваги транс-питань в основному були зосереджені жінки-трансгендери, а чоловіки-трансгендери в основному залишились поза розповіддю» [7].

Трансгендери стикаються з поширеними упередженнями, дискримінацією, насильством та іншими формами стигматизації. Про це свідчать дослідження Mizock L, Mueser K. [8], White Hughto JM, Reisner SL, Pachankis JE [9], Reisner SL, Hughto JM, Dunham EE, et al. [10], які презентують результати локальних та інституційних рівнів, а також враховують вікову селекцію (мо-



лодь, дорослі]. Важливими є висновки Jaclyn M.W. Hughto, David Pletta, Lily Gordon, Sean Cahill, Matthew J. Mimiaga, Sari L. Reisner [11] про те, що трансгендерні жителі піддавалися «широкому спектру негативних медіа-повідомлень, пов'язаних з трансгендерами, і що збільшення частоти контакту з цими повідомленнями пов'язане з поганим психічним здоров'ям». Автори зазначеного дослідження у 2019 році провели онлайн-опитування 545 дорослих трансгендерів з оцінкою демографічних показників, негативних повідомлень, пов'язаних з трансгендерами, насильства та психічного здоров'я. Окремі багатоваріантні моделі логістичної регресії вивчали зв'язок частоти негативного впливу середовища та клінічно значущих симптомів депресії, тривоги, посттравматичного стресового розладу (ПТСР) та глобального психологічного стресу.

Особливу цінність для нашої роботи має наукова праця Вінфріда Брюггера («Образ людини в концепції прав людини», 2003 р.). За твердженням Вінфріда Брюггера, всебічний і холістичний підхід, «зосереджує увагу на універсальній суті, закладеній в основу значної кількості специфічних вимог щодо забезпечення прав людини. Більше того, розгляд образу людини у зв'язку з ідеєю прав людини також сприяє «гуманізації» академічної рефлексії... Це додає емоційності визнанню обов'язковості прав людини та дає змогу людям відчути себе частиною такого образу, поцінувати його людські характеристики» [12]. З іншого боку, одним з недоліків такого підходу до прав людини може бути небезпека зв'язку «образу трансгендерної людини» з культурою українського суспільства та її «ідеальними образами» матері, батька, вчителя, священника, захисника/захисниці незалежної України, друга/подруги, патріота тощо.

Основні висновки. Формування медіаобразу трансгендерної людини в правозахисній (адвокаційній) журналістиці можна систематизувати за наступними характерними (типовими) ознаками:

- формування персоналізованого образу трансгендерної людини сприяє формуванню всебічного та холістичного уявлення про права людини;
- використання нейтрально-чутливої лексики, утвердження поваги до людини, формування сприйняття життя людини як суттєве, важливе для суспільства в цілому;
- пріоритет висвітлення – людина з ознакою різноманітності трансгендерності (ознака гендерної ідентичності, а не сексуальної), досвідом, власними потребами, яка здатна вбачати в майбутньому радикально нові



можливості, використовувати її для власного вдосконалення; фокус на «теперішнє» та «майбутнє», а не «минуле» з медичним та соціальним станом «переходу» людини;

- розкриття суті конфлікту між порушенням прав трансгендерної людини та бездіяльністю інститутів влади на локальному рівні, відповідно і наслідкам: насильство, стигма та дискримінація трансгендерної людини/людей за ознакою різноманітності;

- розкриття ступеню проблематичності сприйняття та прийняття трансгендерної людини цисгендерною людиною/людьми. Трансгендерні люди потерпають від постійного переслідування, і тому часто можуть мати негативний досвід і високий рівень стресу. На це слід зважати як під час пошуку героя матеріалу, так і під час його написання. Не всі транслюди є активістами та публічними особами, тож варто подбати про безпеку людини;

- постійна потреба у протидії негативним повідомленням, пов'язаним з трансгендерними людьми та з несприятливими наслідками для ментального здоров'я людини. Уникати «іншування». Не варто протиставляти «їх» і «нас», вживати «меншина» та будь-яким іншим чином закладати дискримінуючі чинники у матеріал. Це також стосується цитування думок опонентів: приниження та дискримінація не є протилежною думкою, їх необхідно уникати під час підготовки контенту та протидіяти їм;

- висвітлення образу трансгендерної людини потребує від правозахисних (адвокаційних) журналістів інноваційності, справедливості та точності передачі інформації, активного застосування прийому темоінтеграції.

Звернення до ознак людської різноманітності набуває значущого та спеціального смислу в правозахисній (адвокаційній) журналістиці, бо «Людина є нею лише через інших людей». Ця історично сформована істина має глибинний спеціальний сенс як для прав людини, так і для інформації про захист прав людини: якщо ми люди лише через інших, тоді нелюдяність до інших також позбавляє нас самих гуманності – звідси потреба просувати права інших, прощати і отримувати прощення, поважати права інших людей. Ознаки людської різноманітності виступають в сукупності системи показників, які налаштовують вибір правозахисних (адвокаційних) журналістів на розв'язання конфліктів у сучасному українському суспільстві.



Література:

1. Транс-словарь: как корректно говорить и писать о трансгендерных людях // Regional Platform for Women's Rights and Interests Activists (російською). URL: <https://womenplatform.net/inspiration-and-development/trans-slovar-kak-korrektно-govorit-i-pisat-o-trans-lyudyax/>. – 22.10.2019.
2. Права людини в медіаосвіті та медіадіяльності. Матеріали науково-практичної конференції 30 листопада 2018 року // Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка.
3. Вивчення поведінки трансгендерів та їх потреб у профілактичних послугах щодо ВІЛ: короткий виклад результатів операційного дослідження / [М. Варбан, І. Волосевич, В. Головка, О. Ігнатова, Д. Міханчук, Д. Перекосова, Т. Яблоновська]. – К., 2014. – 12 с.
4. Trish Bendix. How a New Class of Trans Male Actors Are Changing the Face of Television // TIME. URL: <https://time.com/5686290/transgender-men-representation-television/> – September, 2020.
5. The Men of Transparent Sound Off on Trans Men in Media // Advocate.com [<https://www.advocate.com/arts-entertainment/2014/11/04/men-transparent-sound-trans-men-media>] – November, 2014.
6. Victims or Villains: Examining Ten Years of Transgender Images on Television // GLAAD. URL: <https://www.glaad.org/publications/victims-or-villains-examining-ten-years-transgender-images-television>
7. Cultural sexism in the world is very real when you've lived on both sides of the coin // TIME. URL: <https://time.com/transgender-men-sexism/>
8. Mizock L, Mueser KT: Employment, mental health, internalized stigma, and coping with transphobia among transgender individuals. Psychol Sex Orientat Gend Divers 2014;1:146–158 [URL: <https://psycnet.apa.org/buy/2014-26599-013>].
9. White Hughto JM, Reisner SL, Pachankis JE: Transgender stigma and health: A critical review of stigma determinants, mechanisms, and interventions. Soc Sci Med 2015;147:222–231 [URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0277953615302185>].
10. Reisner SL, Hughto JM, Dunham EE, et al. : Legal protections in public accommodations settings: A critical public health issue for transgender and gender-nonconforming people. Milbank Q 2015;93:484–515 [URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1468-0009.12127>].
11. Jaclyn M.W. Hughto, David Pletta, Lily Gordon, Sean Cahill, Matthew J. Mimiaga, Sari L. Reisner. Negative Transgender-Related Media Messages Are Associated with Adverse Mental Health Outcomes in a Multistate Study of Transgender Adults. LGBT Health. January 2021; 8(1): 32–41. [URL:<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7826438/>].
12. Bruggen W. Das Menschenbild der Menschenrechte // Jahrbuch fuer Recht und Ethik. – 1995. – № 3. – S. 121–134.

СЕКЦІЯ

«Формування та реалізація політик
попередження ненависті, насильства,
катувань, сексуальних домагань
та дискримінації: від журналістської
освіти до практики медіадіяльності»



Іванова І. Б.,

кафедра управління соціальними комунікаціями,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Лобойко М. О.,

кафедра управління соціальними комунікаціями,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця,
Харків

КОНКУРСНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ГАЛУЗІ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ ЯК ФОРМА ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ

1. Сучасний освітній процес є глобальним, він зазнає суттєвого впливу постмодерної ідеології та мультикультурності, зокрема. У останні два роки у зв'язку з пандемією та карантинними обмеженнями активізувалась система відкритої освіти, таким чином навчання стало більш універсальним. Еволюційних змін зазнає просвітницька та соціально-виховної діяльність в системі вищої освіти. Для ЗВО усіх рівнів та тих організацій, що є частиною системи відкритої освіти, з усією гостротою встає проблема запровадження нових за формою та змістом заходів. Не є виключенням і освітній простір України.

2. Важливі питання щодо оновлення просвітницьких аспектів роботи ЗВО розглядалися Радою Європи (Recommendation, 2013; The Future of Jobs Report WEF, 2020) [1], давались рекомендації, мінявся зміст та склад ключових освітніх компетенцій, European Commission (European Commission, 2019; European Commission, 2015) [1, 2] розробила стратегію реформування освітнього простору Європи, де були визначені основні напрями розвитку сучасної освіти, компетентнісний зміст освіти, де важливим є вміння адаптуватися, готовність змінюватись та взаємодіяти у мінливих умовах сучасної професійної, соціальної, екологічної систем світу.

3. У сучасній освіті варто приділяти особливу увагу навичкам інформаційної гігієни, гострим соціальним проблемам суспільства як дестабілізуючого фактору цивілізаційного розвитку світу загалом. Так The Department's



Global Engagement Center (GEC Special Report, 2020) [3, 4] визначив, що активне ведення інформаційних війн вимагає окремих зрушень в системі просвітництва, потребує пошуку засобів протидії інформаційним втручанням, виробленню комплексу навчальних дисциплін та педагогічних технологій, зміни пріоритетів в стратегіях розвитку ЗВО. Усе це спонукає до пропагування загальнолюдських цінностей, просвітницької роботи в галузі медійної освіти, навчання технік протидії маніпуляції, зокрема.

4. Ефективною практикою ведення просвітницької роботи в галузі журналістської освіти є запровадження творчих конкурсів соціальної тематики. Важливою в цьому контексті є медійна підтримка, активне інформування та пропагування власне ідеї конкурсу та його змістових настанов.

5. Важливим аспектом запровадження творчих конкурсів є поступовий відхід від авторитарної комунікації у взаємодії «викладач – студент». Це рух до демократичних настанов кооперації, співробітництва, принципів групової роботи, співпраці. І це саме той напрям, в якому має рухатись журналістська освіта загалом.

6. Харківський національний економічний університет за підтримки медіа хабу «Прес-Клуб», волонтерських організацій (ГО «Шолом ПП», «Сестра Милосердя»), регіонального відділення НСЖУ організували та провели конкурс робіт з соціальної реклами «СТІНА: проблеми соціуму». До розгляду журі було представлено більше 50 робіт з 8-ми різних навчальних закладів Слобожанщини. Географія конкурсантів була надзвичайно широкою для першого досвіду регіонального конкурсу (від Вінницької області до Рубіжного Луганської області).

7. Успішний досвід таких заходів свідчить про те, що дослідницьким завданням у перспективі є увага до впровадження конкурсів, що є багатофункціональними. Акцент у таких конкурсах має бути зроблений на проблемах інформаційної екології, медійної освіти, пропагування ідей толерантності та демократичності [5]. Крім того, конкурсна діяльність студентів може бути представлена як неформальна освіта, що виявляється як поєднання навчального процесу та виховально-просвітницьких впливів на усіх учасників заходу.



Література

1. Recommendation of the Committee of Ministers to member States on ensuring quality education (2013). Retrieved from URL CM/Rec(2012)
2. The Future of Jobs Report WEF (2020). Retrieved from URL Future of Jobs_2020.pdf [weforum.org]
3. European Commission, (2019). European Commission Country Report Romania. Retrieved from URL https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/file_import/2019-european-semester-country-report-romania_en.pdf
4. European Commission, (2015). Science Education for Responsible Citizenship. Retrieved from URL http://ec.europa.eu/research/swafs/pdf/pub_science_education/K I-NA-26-893-EN-N.pdf
5. Ivanova, I., Yaresko, K., Starkova, H., Zinenko, O., Cherniaieva, I. (2021). Information wars in the post-Soviet media: infodemic and means of its neutralizing. Revista San Gregorio, no 44, 228-240.



Зима О. Г., Просяник О. П.,
кафедра управління соціальними комунікаціями
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця
Харків

ФУНКЦІЙНО-ПРАГМАТИЧНЕ РОЗУМІННЯ ПОЛІТИЧНОГО СКАНДАЛУ І СУСПІЛЬНОГО КОНФЛІКТУ

Невід'ємним складником публічно-політичного дискурсу є феномен політичного скандалу. У феномені політичного скандалу слід виділити три істотних компонента, які можна розглядати також як етапи виникнення скандалу:

- подієве джерело скандалу (скандалу має передувати будь-яка реальна або вигадана конфліктна подія в політичному житті);
- медіальна форма, тобто надання цій події розголосу конфліктного характеру (у переважній більшості випадків це відбувається в засобах масової інформації), а також
- морально-етична прагматика, тобто обурення з боку громадської думки (оскільки подія, що розголошена як скандальна, порушує етичні норми і активізує світоглядні конфлікти, що існують в даному суспільстві).

Отже, онтологічною підставою будь-якого скандалу (зокрема й політичного) є конфлікт: подієвий, медіальний і морально-етичний.

Для розуміння сутності, структури і функцій політичного скандалу, як і будь-якого скандалу взагалі, слід розглянути причини, які його спричиняють. Таким джерелом виникнення конфліктів є розбіжності і протиріччя різного типу, зокрема конфлікти, що виникають між членами суспільства або між соціальними групами людей. Тому в першу чергу нас цікавлять розбіжності, що стосуються структури людської особистості і соціуму, тобто психічні, соціальні та світоглядно-ідеологічні відмінності, що ведуть до суперечок і конфліктів.

Проблемами конфліктів, зокрема соціальних займалися такі науковці, як Дж. Бертон, К. Боулдінг, Дж. Галтунг, Л. Герасіна, Р. Даль, Р. Дарендорф (баланс інтересів) Г. Жекало, І. Кіянка, К. Левін, М. Пірен, А. Рапопорт



та ін. Дослідженням шляхів та способів розв'язання політичних конфліктів займалися такі науковці, як Л. Кочубей, Т. Павловська, С. Сітарський, І. Станкевич та ін. Але залишаються актуальними проблеми виникнення й врегулювання політичних скандалів і суспільних конфліктів.

Метою нашої розвідки є дослідження функційно-прагматичного розуміння політичного скандалу і суспільного конфлікту в сучасних умовах для зменшення ризику виникнення порушенням прав людини.

Усі відмінності діяльнісного характеру, як правило, ведуть до виникнення протиріч, а вони, в свою чергу, стають джерелами соціальних конфліктів. Тут слід пояснити, чому ми вважаємо, що діяльнісні функції є джерелом саме соціальних конфліктів. Діяльність людини завжди пов'язана з його взаємодією з іншими людьми, отже вона завжди носить соціальний характер. Тому всякий діяльнісний конфлікт – це конфлікт соціальний.

Людина як особистість, вступаючи в суспільні відносини і виконуючи діяльність в рамках тієї чи тієї суспільної групи, стикається з феноменом конфлікту інтересів, прагнень, поглядів і думок. З одного боку, кожен з нас має особисті інтереси, прагнення, погляди і думки, а з іншого, будучи членом тієї чи тієї суспільної групи, висловлює і підтримує інтереси, прагнення, погляди і думки, властиві членам даної групи. Такі інтереси або думки можна назвати груповими, відрізнивши їх від особистих. І далеко не завжди особисті інтереси і думки збігаються або узгоджуються з груповими. Але ж людина ніколи не буває членом тільки однієї суспільної групи. Кожен з нас може одночасно бути дитиною, батьком, начальником, другом / подругою, чоловіком / жінкою, жителем міста, громадянином якоїсь країни, представником якоїсь релігії і виборцем, що постійно голосує за певну партію. Нескладно помітити, що всі перераховані групові інтереси не є антагоністичними і цілком можуть узгоджуватися з особистими інтересами конкретної людини. Якщо і виникає конфлікт, то найчастіше він пов'язаний з інтенсивністю прояву інтересу або кількістю часу, що присвячений перебуванню в тій чи тій соціальній групі. Усі ці групові інтереси знаходяться в стосунках комплементарної дистрибуції, тобто є суміжними і взаємодоповнювальними.

Набагато складніше є ситуація в разі, коли групові інтереси входять у відносини контрастивної дистрибуції, тобто відношення взаємного виключення. Так відбувається в тих випадках, коли кілька подібних громадських груп функціонують в одному і тому ж просторово-часовому континуумі,



намагаючись реалізувати власні групові інтереси і поширювати власні групові думки. Такі ситуації викликають міжгрупові соціальні конфлікти. Вони можуть виникати на всіх трьох рівнях – як на рівні мікрогруп або серединних груп, так і на рівні макрогруп.

Для розуміння сутності конфлікту розглянемо його ознаки. Будь-який конфлікт незалежно від його характеру, конкретного змісту і виду обов'язково містить у собі момент протистояння, "протиборства". Збройна сутичка сусідніх держав, сімейна сварка, службовий конфлікт, страйк, особиста драма – в усіх цих конфліктах присутнє зіткнення суперечливих або ж не-сумісних інтересів, позицій, тенденцій тощо [1, с. 43].

М. Пірен пропонує наступну схему конфлікту (рис. 1).



Рис. 1. Схематичне представлення конфлікту

Щодо характеристики сутності наведених на рис. 1 понять, то конфліктною ситуацією можна вважати нагромадження суперечностей, які містять суттєву причину конфлікту. Сутність поняття інцидент полягає у тому, що це збіг обставин, які є приводом для конфлікту. Результатом чого постає конфлікт як відкрите протистояння та як наслідок взаємовиключних інтересів і позицій [там само, с. 38].

Існує думка, що вирішити конфлікт – означає:

- ліквідувати конфліктну ситуацію;
- вичерпати інцидент [там само].

Конфлікти розгортаються між основними структурами суспільства і всередині їх: влади (законодавчої, виконавчої, судової, чиновництва, бюрократії як самостійного соціального інституту); підприємництва (державного, колективного, приватного, корпоративного, спекулятивного, мафіозного, злочинного); виробників (інтелігенції, робітників, селян тощо) [1, с. 88].

Виникнення соціальних конфліктів може бути пов'язано з порушенням прав людини, зокрема права на мирні зібрання. Важливо пам'ятати, що при вирішенні питання щодо обмеження права на мирні зібрання необхідно дотримуватися принципу пропорційності. Суть такого принципу полягає в тому, що держава має право обмежувати права людини лише тоді, коли в цьому



справді є необхідність. Причому обсяг обмеження таких заходів має бути розмірним до поставленої легітимної мети [2, с. 70]. Інакше кажучи, має бути забезпечений справедливий баланс інтересів між характером і ступенем втручання з одного боку, і причиною цього втручання – з іншого [3, с. 43]. Дотримання принципу пропорційності важливим є в тих випадках, коли конфлікт інтересів учасників мирного зібрання і суспільного інтересу є очевидним, зокрема в разі блокування транспортних комунікацій учасниками мирного зібрання. Справа в тому, що при будь-якому блокуванні транспортних комунікацій усі особи, які не беруть участі в мирному зібранні, можуть зазнавати певних незручностей, пов'язаних, наприклад, з необхідністю шукати об'їзні шляхи. З цього виходить, що суспільним інтересом за таких обставин є припинення ситуації, що викликає незручності [4, с. 82].

Сьогодні в умовах карантинних обмежень на часі стає питання попередження та розв'язання конфліктних ситуацій під час виконання права людини на свободу пересування. Так, наприклад, на території Франції діє національний комендантський час з 19.00 до 6.00. Будь-які пересування заборонені, за винятком таких випадків (і лише за наявності довідки), як пересування між місцем проживання і місцем здійснення професійної діяльності або місцем навчання, а також пересування, пов'язані з роботою, які неможливо відкласти, пересування для отримання консультацій та медичної допомоги, які неможливо надати віддалено і відкласти, або для покупки медичних препаратів, нетривалі пересування в радіусі до одного кілометра від будинку, пов'язані із забезпеченням потреб домашніх тварин, та ще декілька випадків. Недотримання цих умов тягне за собою накладення штрафу в розмірі 135 євро і 3750 євро в разі повторного порушення [5]. Як люди реагують на обмеження права на пересування? У соціальних мережах викладено відео з тисячами переглядів, які показують сотні людей, що проводять вечірки просто неба. З січня 2021 р. було зафіксовано понад 300 таких подій. Більшість учасників не носить маску. Так, наприклад, у Ліоні на вечірку зібралось 300 людей, у Ліллі – 400 учасників. Збори людей відбулися всупереч правилам охорони здоров'я та постановам влади [6; 7].

Питання права вільного пересування обговорюється у ЗМІ, які висвітлюють «ковідні» конфліктні ситуації, наприклад, демонстрації проти обмежень права на пересування у грудні 2020 року у Празі, Дюссельдорфі, Нью-Йорку, проти вакцинації у Бірмінгемі (Велика Британія). За три місяці



у Німеччині ситуація змінюється на практично протилежну. Восени минулого року були внесені істотні зміни в Закон про захист населення від інфекційних хвороб (Infektionsschutzgesetz, IfSG), що розширили повноваження центру. Одне з них, наприклад, дозволяє бундестагу оголошувати «епідеміологічну ситуацію національного масштабу», але вирішувати, які саме слід приймати в такій ситуації надзвичайні заходи (до яких можуть відноситися, припустимо, обмеження на соціальні контакти, закриття шкіл, дитячих садів і магазинів, оголошення карантину або введення комендантської години), повинні, як і раніше, влади тієї чи тієї федеральної землі. Конфлікт між центральною владою і владою федеральних земель – у питанні повноважень. У результаті сьогодні у Німеччині зростає невдоволення заходами влади з боротьби з пандемією і наголошується на більш рішучих діях уряду з цього питання. Тож, кожне суспільство має свої реакції населення на обмеження права на пересування у залежності від розуміння сутності базових прав людини.

На жаль, довіру до українських владних інститутів як всередині країни, так і на міжнародному рівні такі політичні скандали неабияк підривають. Більш глибокі причини конфліктних ситуацій у суспільстві дозволяє побачити універсальність і онтологічність базових потреб людини.

У своїх дослідженнях Дж. Бертон [8] проводить чітке розмежування між позиціями, інтересами, цінностями і потребами конфліктуючих сторін. Дослідник наводить тезу про те, що захист і забезпечення безпеки одних не передбачає утиск ресурсу безпеки інших.

Погоджуючись із думкою [9, с. 33], що вітчизняна практика розв'язання політичних конфліктів поки не набула достатнього досвіду, ми вважаємо актуальною розробку заходів і дій для створення гарантованих умов консенсусу, які б влаштували усіх суб'єктів протистояння.

Як пропонують дослідники політичних конфліктів [9, с. 23], і з цим неможливо не погодитися, громадська думка в її автентичній інтерпретації через ЗМІ може служити інструментом для розв'язання політичних конфліктів, або ж нейтралізації інформаційних війн. Врахування думки громадськості – шлях до стабілізації соціально-політичних відносин та зняття соціального напруження, що означає зниження ризику виникнення порушення прав людини.

Таким чином, відповідальність покладається на засоби масової інформації, які мають формувати суспільну думку щодо необхідності зниження



ризиків виникнення соціальних конфліктів у суспільстві, а також сприяти дотриманню прав людини в країні.

Література

1. Пірен М. І. Конфліктологія: Підручник. К.: МАУП, 2003. 360 с.
2. Тоцький Б. Принцип пропорційності: історичний аспект і теоретичні складові. Часопис Київського університету права. 2013. № 3. С. 70–74.
3. OSCE. Guidelines on Freedom of Peaceful Assembly [Electronic resource] / OSCE // Office for Democratic Institutions and Human Rights. 2010. Mode of access: <http://www.osce.org/odihr/73405?download=true>. Title from the screen.
4. Середа М. Л. Дотримання принципу пропорційності при блокуванні доріг у контексті реалізації права на мирні зібрання в Україні. Наукові записки НаУКМА. 2016. Том 181. Юридичні науки.
5. Дипломатия Франции [Электронный ресурс] <https://www.diplomatie.gouv.fr/ru/venir-en-france/coronavirus-advice-for-visitors-to-france/>.
6. Fêtes sauvages: plusieurs centaines de personnes réunies à Lyon et à Lille [Electronic resource] <https://actu.orange.fr/societe/videos/fetes-sauvages-plusieurs-centaines-de-personnes-reunies-a-lyon-et-a-lille-CNT000001yh0zj.html>
7. Covid-19. Marseille, Lille, Lyon : pourquoi cette multiplication des fêtes sauvages? [Electronic resource] <https://www.ouest-france.fr/sante/virus/coronavirus/covid-19-marseille-lille-lyon-pourquoi-cette-multiplication-des-fetes-sauvages-d75ceb1e-921f-11eb-b8aa-fc72068957c4>
8. Бертон Дж. Теория человеческих потребностей. Конфликты: теория и практика разрешения. Опыт зарубежных исследований: в 3 т. [под ред. Е. Ю. Садовской, И. Ю. Чупрыниной]. Т. 3. Алматы, 2002. С. 200–212.
9. Особливості політичних конфліктів у сучасній Україні та світі: монографія / Г. П. Щедрова, І. А. Єремєєва, Д. В. Прошин, Р. М. Ключник, Н. М. Волвенко; за ред. Г. П. Щедрової. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. 148 с.



Сащук Т. І., Шендеровський К. С.,
кафедра соціальних комунікацій
Інститут журналістики Київський національний
університет імені Тараса Шевченка
Київ

КОМУНІКАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ УЧАСТІ УКРАЇНИ В «ПАРТНЕРСТВІ БІАРРІЦ»

Впровадження основних принципів ґендерної рівності в суспільно важливих економічних, політичних та освітніх процесах вже досить тривалий час є одним із вагомих пунктів черги дня демократичного поступу України.

Значимість ґендерно орієнтованих позитивних зрушень у внутрішніх сферах життя суспільства корелює з його соціально-економічним розвитком. Показовими прикладами, які фактологічно ілюструють вище зазначене твердження, є щорічні результати Глобального звіту про ґендерний розрив (Global Gender Gap Report, GGGR) – комплексного порівняння країн світу Всесвітнім економічним форумом за рівнем ґендерної рівності/нерівності [3]. Системні високі показники країн Європейського Союзу є свідченням взаємозв'язку відсутності ґендерних обмежень, свідомого сприяння рівноправності та сталого національного економічного зростання.

Однією зі змістовних дій у напрямі розширення прав та можливостей жінок з боку української влади стала офіційна участь України в «Партнерстві Біарріц» [12]. Наріжним фактором у сприйнятті, розумінні та толеруванні суспільством такого кроку є державна комунікація, яка за своєю суттю передбачає «вираження та обмін інформацією, насамперед, з метою представлення та пояснення урядових рішень і дій, а також їхньої легітимації, захисту визнаних цінностей та підтримки соціальних зв'язків» [9, с. 7]. Саме послідовне та всебічне висвітлення процесу приєднання, подальшого повноцінного залучення та діяльності України в межах «Партнерства Біарріц» може стати запорукою безперешкодного втілення пріоритетних змін на краще, що актуалізує зацікавленість в аналізі такого інформаційного супроводу.

Передісторія міжнародної ініціативи, офіційна назва якої «Biarritz Partnership for Gender Equality» (у перекладі з англійської – «Партнерство Біарріц за гендерну рівність») [5], розпочалася на засіданні країн «Великої сімки» (G7) 25 серпня 2019 року в місті Біарріц, що в Франції.

У своїх доповідях виконавча директорка у справах жінок ООН Фумзіле Мламбо-Нгкука, а також лауреати Нобелівської премії – іракська правозахисниця Надія Мурад та лікар із Демократичної республіки Конго Деніс Мюквеге звернулися із закликами до керівників усіх країн, особливо «Великої сімки», скасувати дискримінаційні закони та впровадити сприятливі для гендерної рівності зміни. Зокрема доповідачі акцентували на забезпеченні необхідного фінансування реалізації цих змін на практиці, підзвітності та управлінні, що передбачає підтримку та залучення до процесів активних представників громадянського суспільства [5].

Таким чином, після саміту державами G7 було започатковано «Партнерство Біарріц», задекларованим наміром якого є посилення відповідальності «Великої сімки» та консолідація зусиль інших країн для досягнення гендерної рівності.

На першому етапі в об'єднання увійшли США, Канада, Німеччина, Франція, Італія, Великобританія та Японія. Свої цілі лідери країн G7 зафіксували підписанням спільного документа, який є складовою частиною декларації про «Партнерство Біарріц» і називається «Gender Equality Advisory Council's Call to Action» (у перекладі – «Заклик до дії від Консультативної ради з питань гендерної рівності»). Цей документ – своєрідний поетапний план дій із конкретними кроками впровадження стратегії досягнення гендерної рівності у межах країн партнерства [2].

Зокрема, Консультативна рада з питань гендерної рівності, що є ідеологічним ядром ініціативи, вимагає від учасників «Партнерства» ратифікувати всі відповідні стандарти гендерної рівності. Серед них – Стамбульська конвенція [4], Конвенція про насильство та домагання (ILO) [6], Конвенція про ліквідацію всіх форм дискримінації проти жінок (CEDAW) [1].

Окрім ратифікації міжнародних стандартів, головними напрямками діяльності є скасування дискримінаційних законів та/або внесення змін до положень, які вважаються дискримінаційними, а також впровадження нових законодавчих норм з дотриманням гендерної концепції та забезпечення необхідного фінансування для реалізації згаданих законодавчих ініціатив.



Однією з перших згадок «Партнерства Біарріц» в контексті України стала вітальна промова дружини Президента Олени Зеленської на третьому Українському жіночому конгресі у грудні 2019 року [8]. Під час свого виступу перша леді фактично публічно ініціювала процес приєднання України до співпраці з міжнародною спільнотою задля розширення прав та можливостей жінок. Закономірно, що артикуляція ініціативи на рівні дружини Президента в якості амбасадорки забезпечила її інформаційну підтримку з боку українських медіа.

Наступним етапом стало голосування членів та членкинь Кабінету Міністрів України, яке відбулося 7 травня 2020 року, та процедура надсилання Міністром закордонних справ України Дмитром Кулебою відповідного листа уряду до Міністерства Європи та закордонних справ Французької Республіки із заявою щодо участі України в «Партнерстві Біарріц».

11 вересня 2020 року в Міністерстві закордонних справ України відбувся урочистий захід, присвячений приєднанню України до «Партнерства Біарріц» за участю Олени Зеленської, прем'єр-міністра України Дениса Шмигала, віце-прем'єр-міністерки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції Ольги Стефанішиної та міністра закордонних справ Дмитра Кулеби. Під час заходу посол Франції в Україні Етьєн де Понсен вручив Міністру закордонних справ офіційний лист про прийняття України до «Партнерства Біарріц» [8].

Всі ці події супроводжувалися злагодженою комунікацією, покликаною повідомляти та ефективно пояснювати суспільству важливість об'єднання України з країнами-світовими лідерами для переймання досвіду й пошуку рішень заради досягнення ґендерного балансу в низці сфер життя – освіті, кар'єрі, громадській площині та інших. Окрім традиційної форми донесення інформації через взаємодію зі ЗМІ, були використані такі комунікаційні платформи, як сайт офіційного інтернет-представництва Президента України (розділ «Дружина Президента»), Урядовий портал, сайти Міністерства закордонних справ України, Міністерства освіти і науки України та Міністерства соціальної політики України, офіційні сторінки першої леді Олени Зеленської в соціальних мережах Facebook та Instagram.

Загалом із травня по грудень 2020 року у розділі «Дружина Президента» на сайті офіційного інтернет-представництва Президента України було оприлюднено 7 інформаційних матеріалів про перебіг приєднання України до «Партнерства Біарріц». У публікаціях йдеться про переваги утвер-

дження «рівності в широкому сенсі – незалежно від статі, віку, культурних, фізичних або ментальних відмінностей» [12], передісторія створення концепції міжнародного співробітництва для досягнення цієї мети та отримані позитивні результати, заходи, які має реалізувати Україна як повноправна партнерка ініціативи [8].

Детальна увага присвячена тлумаченню зобов'язань України як учасниці «Партнерства Біарріц», що стосуються п'яти векторів. Передовсім розвиток безбар'єрного та ґендерно чутливого публічного простору передбачає зміни державних будівельних норм для створення інфраструктури, дружньої до сімей з дітьми та маломобільних груп населення, поглиблена ж інтеграція ґендерного компоненту в освітній процес – це навчання дітей принципів рівності жінок і чоловіків. Щодо ефективної протидії домашньому та ґендерно зумовленому насильству, то завдання України, як пояснюється, полягають в покращенні механізму комплексного реагування на ці випадки, налагодженні роботи Національної гарячої лінії для звернень тих, хто потерпає від дискримінації, а також у розбудові системи притулків для постраждалих. Окрім того, присутній опис алгоритмів надання ширших можливостей батькам піклуватися про дітей, що торкається законодавчих та нормативно-правових актів про відпустки при народженні та догляду за дитиною, а ще зменшення розриву в оплаті праці жінок і чоловіків [11].

Стосовно особливостей висвітлення участі України в міжнародній ініціативі на персональній Facebook-сторінці дружини Президента, яка налічує понад 68 тисяч підписників, то дописи з цієї теми, на відміну від вище аналізованих інформаційних матеріалів, є меншою мірою формалізованими, з акцентованими емоційними компонентами та особистісно маркованими, що закономірно для комунікаційного каналу такого типу. Характерними з-поміж усього є ознаки горизонтальної комунікації, коли в дописах згадуються в тому чи іншому контексті та позначаються за допомогою активних гіперпосилань Facebook-профілі міжнародних партнерів, громадських організацій, як українські, так і закордонних, які виступають консультантами з впровадження анонсованих змін, що значно розширює географію контактів з адресатами інформації [10].

Вдаюю, на наш погляд, є технологія презентації участі України в «Партнерстві Біарріц» посередництвом медіа, проте не через оприлюднення офіційних інформаційних повідомлень, а безпосереднім зверненням ініціаторів-представників влади до аудиторії.



В авторській колонці першої леді під назвою «Знак рівності» для журналу «Новое время» [7], опублікованій на сайті видання 19 вересня 2020 року – через тиждень після офіційного оголошення про приєднання України до «Партнерства», перша леді України Олена Зеленська ділиться своїми рефлексіями, апелює не стільки до ratio громадськості, скільки до емоцій. Структура, присутня сюжетність, підбір аргументації, фокус на стереотипах та їхніх негативних наслідках у вигляді наочних прикладів, тональність, притаманні сторітелінгу, в сукупності стали дієвим засобом донесення необхідних сенсів. Публікація набрала майже 15 тис. переглядів та мала сотні поширень у соціальній мережі Facebook, зворотний зв'язок у вигляді великої кількості реакцій та коментарів, що свідчить про суттєве охоплення реципієнтів.

Безумовно, державна комунікація у сучасних реаліях послуговується різноманітними формами – співпраця зі ЗМІ, онлайн-комунікація, офлайн-події та заходи, реклама [9, с. 8], що дозволяють виконувати її першочергові функції, як-от інформаційну та пояснювальну. Завдяки актуальній, комплексній, чіткій та доступній комунікації розуміння, сприйняття та підтримка суспільством політичних ініціатив й реформ стають якщо не гарантованими, то доволі ймовірними. Залучення лідерів думок, авторитетних представників громадського сектору, експертних кіл розширюють межі обговорення, допомагають формуванню відповідного ставлення до впроваджуваних змін. Представлення ж потрібної інформації шляхом персоналізованої комунікації з емоційними складниками на основі життєвих історій збільшує вірогідність емпатії та толерування з боку соціуму.

Література

1. Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women. URL: <https://www.ohchr.org/en/professionalinterest/pages/cedaw.aspx>
2. Gender Equality Advisory Council's Call to Action. URL: <https://www.elysee.fr/admin/upload/default/0001/05/c47fb3263f613522a886e2636b40f0d55ec5ef6e.pdf>
3. Global Gender Gap Report 2021. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf
4. Istanbul Convention. URL: <https://rm.coe.int/168008482e>
5. The Biarritz Partnership for Gender Equality. URL: <https://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/french-g7-presidency/the-biarritz-partnership-for-gender-equality/>
6. Violence and Harassment Convention, 2019 (No. 190). URL: https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C190
7. Знак рівності. Перша леді України Олена Зеленська. Новое время. URL:



<https://nv.ua/ukr/opinion/zelenska-persha-ledi-ukrajini-pro-stereotipi-ta-rivni-prava-ukrajinciv-novini-ukrajini-50112701.html>

8. Інтернет-представництво Президента України (розділ «Дружина Президента»). URL: <https://www.president.gov.ua/news/wife>

9. Косар А., Камініс Я., Халісте Е. Комунікаційний інструментарій для державних службовців. Київ, 2018. 136 с.

10. Офіційна Facebook-сторінка Олени Зеленської. URL: <https://www.facebook.com/olenazelenska.official>

11. Перша леді обговорила з членами Кабінету Міністрів план дій на 2021 рік у межах «Партнерства Біарріц». URL: <https://www.president.gov.ua/news/persha-ledi-obgovorila-z-chlenami-kabinetu-ministriv-plan-di-65665>

12. Україна стала повноправною учасницею «Партнерства Біарріц». URL: <https://president.gov.ua/news/ukrayina-stala-povnopravnoyu-uchasniceyu-partnerstva-biarric-63521>



Бондаренко І. С.,

кафедра теорії комунікацій, реклами
та зв'язків з громадськістю
Запорізький національний університет
Запоріжжя

ГЕНОЦИД У ФОКУСІ СУЧАСНОЇ НАУКИ

Геноцид як граничний вияв дискримінаційної політики постає актуальним концептом наукових пошуків. Дотепер термін «геноцид» застосовується до характеристики гетерогенних і неоднозначних фактів цивілізаційної історії. Це пояснюється складною семантикою самого поняття, що покладається на суперечливі методологічні імперативи й має потужний європейський прототип.

Термін «геноцид» є відносно новим для сучасної науки й з'являється у праці Р. Лемкіна «Влада Осі в окупованій Європі: закони окупації – аналіз уряду – пропозиції для відшкодування» (1944). У ній автор, зокрема, зауважує: «Під «геноцидом» ми маємо на увазі знищення нації чи етнічної групи. Це нове авторське слово для позначення старих практик у їх сучасному розвитку, утворене з давньогрецького слова «genos» (раса, плем'я) і латинського «cide» (убивство), що відповідає таким поняттям, як тираніцид, гомоцид, інфантицид тощо» [1]. Водночас дослідник визначає деякі концептуальні маркери геноциду: спланована й скоординована система заходів, спрямованих на руйнування соціокультурних засновків життя національних груп з метою їх знищення. Метою такої політики зазвичай постає розпад політичних і соціальних інститутів, культури, мови, національних почуттів, релігії, економіки, знищення особистої безпеки, свободи, здоров'я, гідності й масові вбивства. На думку Р. Лемкіна, геноцид має дві фази: перша – руйнація національної моделі пригнобленої групи; друга – наві'язування національної ідентичності пригноблювача.

С. Страус констатує, що від початку геноцид поставав складним емпіричним, моральним, правовим і політичним концептом. «Для однієї групи дослідників геноцид означає абсолютне зло, що вимагає запобіжних заходів або покарання з боку уряду, для інших – термін «геноцид» має суто



юридичне значення, треті розуміють його як конкретний тип насильства. Ці широкі й потужні виміри й порівняно невелика кількість термінів, що вказують на невимовне звірство, зробили геноцид досить привабливою науковою концепцією» [2, с. 359].

Актуалізація наукового осмислення геноциду відбулася на тлі Голокосту – масового знищення ромського та єврейського населення у нацистській Німеччині. З. Бауман пояснював трагедію Голокосту умовами розвитку технократичної соціальної системи. Дослідник з болем констатував, що Голокост відбувся у сучасному суспільстві, на вищій точці цивілізаційного розвитку, на піці культурних досягнень людства. За його словами, «без-прецедентне згущення жорстокості» [3, с. 260], яке ознаменувало геноцид ХХ ст., стало результатом використання наукового менеджменту й технологій стосовно невіршених «до-модерністських» конфліктів.

У праці «Модерність і Голокост» філософ, досліджуючи феномен масових вбивств за часів Й. Сталіна й А. Гітлера, зокрема, зауважує: «Сучасний геноцид – це мотивований геноцид. Це не самоціль. Це засіб для досягнення мети. <...> Сама мета постає грандіозною візією кращого й радикально відмінного суспільства. Сучасний геноцид – це елемент соціального інжинірингу, спрямованого на створення соціального порядку, що відповідає задумам ідеального суспільства» [4, с. 91]. В іншій праці З. Бауман називає енгеніку «найбільш зловісною експресією серед грандіозних амбіцій соціального інжинірингу» [3, с. 32], а сучасний геноцид «вправую раціонального соціального інжинірингу для створення штучними засобами стану амбівалентності, необхідного для брудної і непрозорої соціальної реальності» [3, с. 38].

Так само формою соціального інжинірингу З. Бауман називає расизм, зауважуючи, що ця ідеологічна платформа постає в контексті «проекування ідеального суспільства й намірів втілити цей проект у життя завдяки планомірним і послідовним зусиллям» [5, с. 87-88]. Дослідник пояснює тисячолітній алгоритм рафінації ідеологічної доктрини рейху – царства звільненого німецького духу, у якому іншим національностям не було місця. На його думку, нацистська революція стала грандіозним експериментом соціального інжинірингу, а «племінний фонд раси» – «ключовою ланкою у низці технічних заходів» [5, с. 88].

Ідеологічною основою нацистської політики була утопічна ідея конструювання досконалого суспільства. Цей проект, підкреслює З. Бауман,



уможливився завдяки соціальному інжинірингу, точніше, завдяки його здатності розщеплювати світ на окремі механізми й деталі, на суб'єкти й об'єкти. Внаслідок цього відбувся штучний поділ людського життя на гідне й нище. «Lebensraum» як уособлення гідного життя стало ідеологемою Третього Рейху, що вправно культивувалася у свідомість німців за допомогою методів пропаганди. Боротьба з нищим життям була другим компонентом соціального інжинірингу нацистів, реалізованим через фізичне знищення мільйонів людей.

У праці «Модерність і Голокост» З. Бауман формулює визначення соціальної інженерії у розрізі расизму – науково обґрунтованого комплексу заходів, спрямованих на встановлення нового й кращого порядку; ця діяльність, уточнює дослідник, неминуче спричиняє відокремлення або, краще, знищення підливних чинників [5, с. 90]. Отже, соціальна інженерія – це, по-перше, науковий проект, що постав на підмурівках філософії Просвітництва, яка постулювала ідеї можливості людського розуму в трансформаціях соціального й природного світу. Саме в цей час формувалися перші соціологічні теорії расизму. По-друге, соціальна інженерія стала продуктом практичного / технологічного підходу до багатьох природних явищ і технічних об'єктів. З. Бауман влучно зауважує, що починаючи з епохи Просвітництва, «наукою не займалися заради неї самої, у ній вбачали найважливіший інструмент, наділений страшною силою, що дозволяє його власнику удосконалювати дійсність, змінювати її відповідно з планами й проектами людини» [5, с. 92]. За словами дослідника, садівництво й медицина поставали справжніми «архетипами» перетворювальної діяльності, а «нормальність», здоров'я й санітарія – головними метафорами цінності людського життя.

Зважаючи на численні наукові концепції геноциду, тлумачимо це поняття як суспільно-політичний і соціокультурний феномен, актуалізований спланованими заходами влади з метою знищення будь-якої спільноти. Водночас геноцид спрямований не тільки на масове знищення населення, а й руйнацію культурної й соціальної ідентичності нації / етносу. У цьому процесі важливу роль відіграють мас-медіа, що постають, як свідчить історія, потужними каналами деполітизації і драматизації насильства.



Література

1. Lemkin R. Axis Rule in Occupied Europe: Laws of Occupation – Analysis of Government – Proposals for Redress. Washington : Carnegie Endowment for International Peace, 1944. Pp. 79-95. URL : <http://www.preventgenocide.org/lemkin/AxisRule1944-1.htm>.
2. Straus S. Contested meanings and conflicting imperatives: A conceptual analysis of genocide. *Journal of Genocide Research*. 2001. Vol. 3(3). Pp. 349-375. DOI :10.1080/14623520120097189.
3. Bauman Z. *Modernity and Ambivalence*. Polity Press, 1991. 285 p.
4. Bauman Z. *Modernity and the Holocaust*. Cornell University Press, 2002. 254 p.
5. Бауман З. Актуальность холокоста. Москва : Издательство «Европа», 2010. 316 с.



Санакоєва Н.Д., Вербицька К.С.,
кафедри теорії комунікацій,
реклами і зв'язків із громадськістю
Запорізький національний університет
Запоріжжя

АКСІОЦЕНТРИЧНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Актуальним для реалізації політик попередження ненависті та дискримінації є питання аксіологічності медіапродуктів, спрямованих на подолання суспільних проблем. Сучасні медіа продукують великий обсяг контенту і мають значний вплив на формування громадської думки і ціннісних орієнтирів українців. Важливим та дієвим способом імплементації цінностей прав людини в український медіапростір є соціальна реклама.

Для українського інформаційного простору поняття соціальної реклами не є новим: все частіше проводяться регіональні та всеукраїнські конкурси (Національний фестиваль соціальної реклами, Molodiya Social Ads Festival тощо), великі компанії створюють власні проекти, громадські й державні організації порушують соціально важливі теми.

У науковому дискурсі значну увагу приділено тлумаченню поняття соціальної реклами та дослідженню різноманітних її аспектів. Зокрема, дослідженням соціальної реклами займалися: О. Агарков [1], Д. Олтаржевський [3], Н. Санакоєва [5-6], Я. Яненко [7] та інші. Визначення соціальної реклами закріплене на державному рівні в Законі України «Про рекламу», відповідно до якого це «інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку» [4].

Мета наукової розвідки полягає у дослідженні українського соціально-рекламного дискурсу щодо імплементації прав людини.

Існує багато можливостей імплементації цінностей прав людини в український медіапростір за допомогою соціальної реклами. Професор Д. Олтаржевський виділяє її головні функціональні напрямки:

- 1) формування громадської думки;
- 2) привернення уваги до актуальних проблем суспільного життя;



- 3) стимулювання дій щодо розв'язання проблем;
- 4) формування позитивного ставлення до державних структур;
- 5) демонстрація соціальної відповідальності бізнесу;
- 6) зміцнення соціально значущих інститутів громадянського суспільства;
- 7) формування нових типів суспільних відносин;
- 8) зміна поведінкової моделі суспільства [3].

Отже, за допомогою соціальної реклами можна закладати необхідні для європейського суспільства цінності прав людини. Аксиологія – вчення про цінності, що вивчає структуру ціннісного світу, сутність цінностей та їх місце в реальності, – не просто філософська основа медіаосвіти, це найважливіший спосіб інтерпретації та оптимізації масовокомунікаційного дискурсу [2].

Ціннісні домінанти ефективної соціальної реклами, на думку дослідників, пов'язані з наступними факторами:

- соціальна реклама завжди життєстверджуюча, підкреслює позитивне, стверджує цінності, важливі для суспільного буття;
- вища цінність соціальної реклами – людина, а її стратегічна мета – гуманізація суспільства. У своїй аргументації вона апелює, перш за все, до загальнолюдських цінностей. Таким чином, соціальна реклама виконує інтегративну функцію, сприяючи взаєморозумінню і стверджуючи гармонію як вищу суспільну цінність;
- прагматичний зміст соціальної реклами визначається тими установками, які отримує людина, щоб коригувати свої дії. Визначаючи орієнтири позитивної поведінки, така реклама не дозволяє людині залишитися один на один з проблемою;
- результативність соціальної реклами складно виміряти, а то і взагалі неможливо протягом життя одного покоління. Стратегічна цінність такої реклами – майбутнє [6].

На державному рівні створенням соціальної реклами, яка висвітлює порушення прав людини в різних сферах суспільного життя, опікується Міністерство культури та інформаційної політики України. Зокрема, в 2019 році запустили соціальну комунікаційну кампанію під гаслом «Твоя професія – твій вибір», спрямовану на промоцію гендерної рівності в українському суспільстві. За допомогою різних слоганів та візуальних образів в соціальних роликах утверджувалися рівні права жінок і чоловіків на опанування будь-якої професії та діяльності.



Активну просвітницьку діяльність здійснюють також громадські правозахисні організації, які займаються питаннями прав і свобод українців. Як приклад – соціальний проєкт «Йдеш у політику не одна», який реалізовано за участі громадських організацій «Український Жіночий Фонд» та «Інститут Розвитку Регіональної Преси». Відеоролик, інсталяція у вигляді лабіринту та онлайн-платформа для висловлення підтримки створені з метою подолання гендерної нерівності й забезпечення прав жінок у політиці. Для бізнесу – це можливість продемонструвати власну соціальну відповідальність та підвищити лояльність до бренду. Як приклад, косметичний бренд Dove, який у своєму проєкті #ПокажітьНас порушує питання дискримінації жінок та відмови від стереотипів.

Щоб успішно виконувати покладені на неї функції, соціальна реклама має бути конкурентоспроможною, адже необхідно оволодіти увагою споживача в медіапросторі, перенасиченому комерційною рекламою та іншими повідомленнями [5]. Вважаємо за можливе сказати, що поняття соціальної реклами сьогодні не обмежується лише продукуванням відеороликів і плакатів, а й включає створення сучасних інформаційних форматів та платформ.

Яскравим зразком такого підходу є національна кампанія про толерантність до ЛГБТ «Різні. Рівні», яка включає музичну композицію – Маніфест Толерантності, інтерактивну мапу та колекцію одягу. Продовженням кампанії є Музей прийняття, де зібрані історії батьків ЛГБТ-дітей. Описана вище кампанія привертає увагу до проблеми забезпечення прав та свобод представників ЛГБТ, сприяє руйнуванню стереотипів і формуванню європейських цінностей, а також поступово змінює сталу громадську думку. Такий підхід до висвітлення суспільних проблем є ефективним, адже використовує набагато більше інструментів впливу на емоції та свідомість українців. Саме тому застосування новітніх технологій відіграє важливу роль у комунікації із цільовою аудиторією, зокрема, зменшує роздратування й негативне ставлення до рекламних повідомлень, транслюючи цінності й моделі поведінки через естетичність, красу та гармонію [7].

У зв'язку з тим, що соціальна реклама є одним з інструментів формування громадської думки і цінностей, захисту прав та свобод людини, важливо, щоб вона сама відповідала етичним нормам. Іноді в соціальних роликах і на плакатах з певної теми порушуються права інших людей. Зокрема, на плакатах від МОЗ, пов'язаних з пандемією коронавірусу, можна



було помітити використання гендерних стереотипів, а саме «жінки займаються прибиранням, а чоловіки – освітою».

Під час створення реклами важливо пам'ятати про етичні та моральні норми. Перш за все це стосується експлуатації певних образів і представників окремих соціальних груп. Зокрема, при зображенні дітей важливо уникати маніпуляцій та демонстрацій шокового контенту. Також при висвітленні чутливих тем, таких як самогубство, булінг, насилля, варто втриматися від натуралістичності й маніпулювання емоціями. Така соціальна реклама не лише не зможе виконати своє позитивне призначення, а й завдасть шкоди суспільству.

Отже, основними критеріями добросовісної та ефективної соціальної реклами вважаємо:

- етичність (дотримання моральних і етичних норм при висвітленні чутливих тем);
- законність (відповідність нормам українського й міжнародного законодавства);
- комплексність (використання комплексу різноманітних інструментів та методів);
- актуальність (відповідність проблематиці й актуальна подача);
- креативність (вплив на свідомість та емоції сучасними нестандартними способами).

Дотримуючись цих критеріїв, на нашу думку, можна створити якісний медійний продукт, який буде ефективно виконувати своє призначення.

Отже, соціальна реклама є дієвим засобом імплементації цінностей прав людини в український медіапростір. У співпраці з журналістикою, рекламні комунікації дозволяють поширювати ідеї демократії, рівності та толерантності в нашому суспільстві. Сьогодні є багато прикладів креативних соціальних комунікаційних проектів, які сприяють впровадженню європейських прав і свобод кожного громадянина. Важливо дотримуватися правил етичності й доброчесності при створенні таких кампаній. Завданням соціальної реклами є впливати на свідомість і емоції людини з метою формування певних цінностей чи зміни поведінки, проте цей вплив не має бути маніпулятивним та шокуєчим.



Література

1. Агарков О. Соціальна реклама як інструмент профілактики негативних явищ в українському суспільстві: регіональний аспект. Український соціум. 2013. № 4. С. 151–160.
2. Кузнєцова Т. Аксиологія соціальних комунікацій: навч. посіб. Суми : Вид-во Сумського державного університету, 2012. 300 с.
3. Олтаржевський Д. Соціальна реклама: навч. посіб. Київ : Центр вільної преси, 2016. 120 с.
4. Про рекламу. Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. Дата оновлення: 21.03.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text> (Дата звернення: 22.04.2021)
5. Санакоева Н., Стащук И. Роль социальной рекламы в национальной системе медиаобразования: украинский опыт. Média a vzdělávání. Didaktika, pedagogika. Extrasystem Praha, 2015. P. 154.
6. Санакоева Н. Соціальна реклама в Україні: формування мотиваційного дискурсу особистості засобами рекламного тексту. Медіакультура в контексті між-дисциплінарних досліджень: монографія / за загал. наук. ред. В. Березенко, М. Лепського, О. Семенець ; відп. ред. К. Сіріньок-Долгарьова. Запоріжжя : Кераміст, 2017. С. 92–110.
7. Яненко Я. Соціальна реклама як чинник соціалізації у сучасному суспільстві. Образ. 2017. Вип. 4 (26) С. 130–137.



Радченко Я. Д., Санакоєва Н.Д.,

кафедра теорії комунікацій, реклами і зв'язків із громадськістю
Запорізький національний університет
Запоріжжя

СЕКСИЗМ У РЕКЛАМІ ЯК ПРОЯВ ПОРУШЕННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ

Феміністичні дослідження засобів масової інформації підкреслюють гендерну дискримінацію в рекламі з 1950-х років [10]. Проблема поширення гендерних стереотипів, об'єктивації та дискримінації жінок, а також боротьба з ними зберігається.

Сексизм є стійкою системою поглядів і уявлень людини щодо заздалегідь визначених і принципово різних соціальних ролей жінок і чоловіків. Із дитинства у людей виникає стереотип, що чоловік – це так званий «здобувач», на якого покладено відповідальність захищати свою сім'ю, а жінка – берегиня домашнього вогнища, яка веде побут і виховує дітей. При цьому обсяг та вид роботи є різними. Звідси випливає безліч інших упереджень і забобонів про те, якими мають бути чоловік і жінка. Сексизм насаджує людям переконання про психічну і фізичну різницю між ним [8, с. 2-3].

Так, модель поведінки, інтелектуальні здібності, характер, моральність і навіть талант – все це, на думку сексистів, буде заздалегідь визначатися статевими ознаками. Саме тому жінки стикалися і стикаються з упередженим ставленням до себе.

Одним із головних інструментів, що закріплює гендерні відмінності та стереотипи, є медіа та реклама. Зараз існує безліч загальноновстановлених правил, методів, які допомагають переконувати, інспірувати, тобто всіляко впливати на людей, проте коректність та етичність деяких методів є суперечливою [3, с. 81].

Дослідженням сексизму та об'єктивації в рекламі займалися такі українські та закордонні вчені: Л. Вебер, О. Веснянка, О. Голуб, Т. Злобіна, О. Кісь, І. Лилик, Т. Марценюк, А. Тіле та ін.

Питання протидії сексизму в рекламних продуктах потребує постійного та ґрунтовного аналізу. Тож актуальність наукової праці зумовлена необхідністю осмислення теоретичних та практичних аспектів функціонування жіночих образів в різних видах реклами.



Метою розвідки є проаналізувати українську рекламу на предмет використання дискримінаційних механізмів та визначення шляхів їх подолання.

Згідно з Законом України «Про рекламу», до дискримінаційної за ознакою статі реклами належить така, що «принижує гідність людей за ознакою статі; транслює стереотипні уявлення про інтелектуальні, фізичні, соціальні чи іншого роду переваги однієї статі над іншою; тиражує стереотипні ролі, що обмежують свободу життєвого вибору людини; використовує людину виключно як сексуальний об'єкт з метою привернення уваги споживачів, або будується на неоднозначних виразах з натяками на сексуальні стосунки; чи демонструє фізичне насильство представників однієї статі над іншою» [5].

Головним ідентифікатором сексизму в маркетингу є недоцільність використання жіночого тіла в рекламі. Наприклад, доцільно рекламувати колготки чи шкарпетки з зображенням жіночих ніг, тоді як акцентувати на них увагу в рекламі їжі – недоречно.

Гендерна експертка Т. Марценюк у своїй праці «Гендер для всіх. Виклик стереотипам» визначає такі різновиди сексизму в рекламі: еротизація, оречевлення, фейсизм, мачизм [2, с. 134-141].

Стратегія еротизації (з англ. *eroticization*) полягає у тому, що за допомогою оголення усього тіла або його інтимних частин (грудей, стегон, сідниць), відповідних поз (лежачи чи напівлежачи), а також контексту (зображення серед чоловічих атрибутів – автовок, ремонтних робіт, інструментів) підсилюється ідея пасивності жінки щодо чоловіка.

Прикладом цього виду сексизму є зовнішня реклама від Комбінату будівельних матеріалів, що була розміщена у Полтавській області у 2017 р. із написом «Бетон товарний грн/м³. Зі мною твердіє», і зображено напівголену дівчину у господарських рукавицях.

Держслужба України з питань захисту споживачів оштрафувала рекламодавця за порушення вимог статей 7 та 8 Закону України «Про рекламу» та припинила розповсюдження дискримінаційної реклами [4].

Суть оречевлення або об'єктивації (з англ. *objectification*) полягає у репрезентації жінки, жіночого тіла як частини рекламного товару, розрахованого на споживача-чоловіка.

Результатом використання такої стратегії є пост в Інстаграм – реклама пельменної «p.pelmeni», що на Київщині, який був опублікований у 2019



р. На ньому зображено оголену дівчину, яка їсть пельмені. За волосся її тримає чоловік, а на її обличчі – біла субстанція. Пізніше, після критики та обурення читачів – контент-мейкери додали текстову частину, у якій йшлося про те, що світлина є прикладом соціальної реклами, яка, навпаки, покликана протидіяти сексизму.

Ще одним свіжим прикладом об'єктивації, є реклама Житомирської доставки страв азіатської кухні «Точка G суші», де на світлині було зображено жінку у відкритому купальнику, а поруч – сет під неоднозначною назвою «Сісяке мацяке».

Фейсизм (з англ. faceism) також є виявом сексизму в масовій культурі, який полягає у способах представлення чоловіків та жінок, що суттєво відрізняються: у першому випадку зображують голову та обличчя, в другому ж підкреслюють тіло та його певні частини.

Таку рекламну техніку спостерігаємо у скандальному дизайні календаря фірми «Імперія-Агро» (м. Кропивницький), який активно рекламувався в соціальних медіа у 2018 р. На світлині зображено статних та усміхнених чоловіків у костюмах, які стоять навколо столу та їдять суші з оголеної дівчини, яка лежить там. Підпис – про успіх: «Стандарт якості обслуговування сільгоспвиробників № 1 у світі». У поєднанні такого тексту з представленою ілюстрацією слово «обслуговування» має подвійний сенс.

Ще одним варіантом сексизму є мачизм (з англ. machismo), який полягає в наголошуванні чоловічого домінування над жінками та зверхньо-зневажливого ставленні до них. Це виявляється у хизуванні ознаками маскулінності, демонстрацією фізичної сили, брутальності, розуму.

Прикладом використання мачизму є реклама «Цитропак-Дарниця», що трансливалася по телебаченню у 2018 р. У першій частині закадровий голос наголошує: «Голова жінки – відрізняється від голови чоловіка». У цей момент на екрані бачимо жінку та її думки у вигляді слів: «фітнес, нова сукня, кохання, нова косметика, десертики». Далі – чоловіка та його думки: «авто, бізнес, друзі, секс, футбол, спорт». Примітно, що думки жінки впродовж ролику не змінювалися, тоді як у чоловіка вони промайнули декілька разів. Наприкінці – слоган «Цитропак-Дарниця – від головного болю чоловіків і не тільки...*». Дрібним шрифтом розшифровано примітку: «Даний вираз є рекламним слоганом і не вказує на особливості застосування даного лікарського засобу». Відповідно, «для чоловіків і не тільки» – означає «для чоловіків і жінок».



Фірма-конкурент – Цитрамон Дарниця – того ж року випустила рекламу з подібним контекстом. За сюжетом, у кафе за двома різними столиками сидять чоловіки та жінки. За чоловічим столиком відбувається дискусія, де лунають такі тези: «Головне в жінці, щоб гарно виглядала», «Головне, щоб про сім'ю дбала», «Головне, щоб любила». У цей момент в розмову втручається жінка за сусіднім столиком: «Головне, щоб голова у жінки не боліла». У рекламному тексті чітко прослідковуються стереотипні твердження про призначення жінки, це є ознакою сексизму та зневажливого ставлення.

Спираючись на проаналізовані рекламні продукти, підсумовуємо, що репрезентація чоловіків та жінок подається через традиційні уявлення про маскуліність та фемінність. Тобто, жінки зображаються пасивними, надмірно емоційними, сексуальними; їхнє життєве призначення – вийти заміж, народити дітей; самореалізація полягає у виконанні хатніх справ та турботі про родину. Тоді як чоловіки в рекламі – сексуальні, успішні, багаті; чітко простежуються лідерські якості, професіоналізм, успішність.

Проблема сексизму в рекламі поширена не тільки в Україні, а й за кордоном. До книги Д. Каннінгема та Ф. Робертса «Brandsplaining: Why Marketing is (Still) Sexist and How to Fix It Jane Cunningham» увійшли результати дослідження оцінки репрезентації жінок у рекламі, яке проводилося протягом 15 років. Аби зрозуміти масштаб проблеми, було проаналізовано 120 рекламних оголошень брендів Великобританії та США, їхні сайти та соцмережі. Також було проведено опитування, в якому взяли участь 14 000 жінок у 14 країнах на чотирьох континентах, аби зрозуміти їхнє ставлення до маркетингу та реклами.

Згідно з отриманими даними, у чверті всіх рекламних роликів, у яких є жінки простежується сексуалізація, а 85% показаних в рекламі жінок є стрункими, гарними, привабливими, білими (мається на увазі колір шкіри), з чистою шкірою та блискучим волоссям. Однак проблема також полягає у тому, що тільки в кожній десятій рекламі зображають жінок, попри те, що на жіноче населення доводиться три чверті всіх покупок [9, с. 211-217].

Для того, щоб уникнути сексизму в рекламі, українські дослідники О. Голуб та О. Веснянка у poradнику «Медіа без упереджень: слова мають значення» пропонують такі рекомендації:

1. Уникати кліше та не поділяти діяльність (роботу, факх) на суто «чоловічу» та «жіночу».



2. Якщо в рекламі присутні чоловік та жінка – уникати зображення когось із них у домінантній позі.
3. Уникати двозначних слоганів та еротизації.
4. Не ототожнювати людину з товаром та не робити її «прикрасою».
5. Уникати зображення окремих частин тіла з метою акцентування уваги на сексуальності.
6. Уникати «ідеальних» образів, які є нереалістичними та спотворюють сприйняття власного тіла глядачів.
7. Не толерувати насильство, уникати зображення сцен насильства, агресії та тортур [1, с. 14].

Вважаємо, що для подолання проблеми сексизму та дискримінації в рекламі варто: залучати до створення рекламних продуктів професійних фахівців, а не аматорів; використовувати коректні та позитивні лозунги; чітко визначати цільову аудиторію та її інтереси. Також, на наше переконання, владні структури мають встановити конкретні етичні норми в рекламі, дати зрозуміле визначення того, що підпадає під сексистську рекламу та притягати до відповідальності за порушення цих аспектів.

Позитивною тенденцією у питанні протидії сексизму в медіа та рекламі є те, що на початку 2021 р. до Верховної Ради України надійшли два законопроекти щодо запобігання проявів сексизму у суспільстві, зокрема, у медіа та рекламному просторі. Перший – Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони проявів сексизму у суспільстві [6], другий – Проект Закону про внесення змін до Кодексу України про адміністративні правопорушення щодо встановлення відповідальності за прояви сексизму у суспільстві [7].

Отже, сексистська реклама транслює зображення гендерних стереотипів та ролей для соціального знецінення певних груп (жінок, чоловіків, гомосексуальних та трансгендерних людей тощо) у порівнянні з іншими. Сексизм з юридичної точки зору визначається як дискримінація за ознакою статі, тобто, нерівне ставлення без об'єктивних причин. З точки зору прав людини зневажливе ставлення жінок або стереотипне представлення їх у медіа та рекламі є прямою гендерною дискримінацією. Відповідно, тому рекламодавці, рекламні агентства та громадянське суспільство мають кидати виклик та знищувати та змінювати всю рекламу, що містить сексизм, знецінення та дискримінацію.



Література

1. Голуб О., Веснянка О. Медіа без упереджень : слова мають значення. Порадник. Як українським журналістам наблизитися до європейських стандартів. 2018. 33 с. URL: <https://rm.coe.int/manual-for-web-pdf/16809c9920>
2. Марценюк Т. Гендер для всіх. Виклик стереотипам. Київ : Основи, 2017. 256 с.
3. Нуриева С.Д., Чеджемов Г.А. Манипуляция массовым сознанием в современном обществе. Известия Института систем управления Самарского государственного экономического университета. Самара, 2017. №1(15). С. 81
4. Омбудсман зупинила чергову рекламу із невинуватим секс-натяком. Zmina. 1 листопада 2017. URL: https://zmina.info/news/ombudsman_zupinila_chergovu_reklamu_iz_nevinuvanim_seksnatjajakom-2/ (дата звернення: 20.04.2021).
5. Про внесення змін до Закону України «Про рекламу» щодо протидії дискримінації: Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 39, ст. 181. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JH6LQ00A> (дата звернення: 17.04.2021).
6. Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони проявів сексизму у суспільстві. Відомості Верховної Ради України (ВВР). № 4598 від 15.01.2021. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70830 (дата звернення: 29.03.2021).
7. Проект Закону про внесення змін до Кодексу України про адміністративні правопорушення щодо встановлення відповідальності за прояви сексизму у суспільстві. Відомості Верховної Ради України (ВВР). № 1164-IX від 02.02.2021. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70831 (дата звернення: 29.03.2021).
8. Точиленкова Н. Введення в проблему. Чому проблема сексизму в рекламі є важливою? Саморегулювання в рекламній сфері як основний шлях до її подолання. Сексизм в рекламі: його подолання через саморегулювання з боку організацій рекламної індустрії. Київ: Фонд ім. Ф. Еберта в Україні. 12 с.
9. Cunningham J., Roberts Ph. Brandsplaining: Why Marketing is (Still) Sexist and How to Fix It (Paperback). 2021. 240 p.
10. More ads that put the sex in sexism... after those cringe-worthy campaigns from the Fifties and Sixties, things didn't get any better in the Seventies! Daily Mail. November 2015. URL: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-3324657/More-ads-sex-sexism-creaky-worthy-campaigns-Fifties-Sixties-things-didn-t-better-Seventies.html> (дата звернення: 20.04.2021).



Лащенко А. В.,

студентка,
факультет журналістики

Санакоева Н. Д.,

к. філол. н., доцент,
Запорізький національний університет,
Запоріжжя

ДИСКРИМІНАЦІЯ У РЕКЛАМІ ЗА ОЗНАКОЮ СТАТІ: СПОСОБИ РЕГУЛЮВАННЯ

Дискримінація існувала в усі часи та сьогодні вона знайшла нову форму – латентну. У контексті соціалізації вона така ж руйнівна, як і відкритий прояв дискримінаційних дій. Та все ж нерівне ставлення до людини у латентній формі є менш наказовим. Особливо це стосується дискримінації у сучасній рекламній сфері, що добре прослідковується у Конституції.

Метою нашої наукової розвідки є дослідити дискримінаційну рекламу за ознакою статі та способи і механізми її регулювання в Україні.

Згідно з Законом України «Про рекламу», у рекламі забороняється «вміщувати твердження, які є дискримінаційними за ознаками походження людини, її соціального і майнового стану, расової та національної належності, статі, освіти, політичних поглядів, ставлення до релігії, за мовними ознаками, родом і характером занять, місцем проживання, а також такі, що дискредитують товари інших осіб» [1].

Як бачимо, на законних засадах у створенні реклами забороняється використовувати лише дискримінаційні твердження. Однак принизити гідність та честь людини рекламодавці здатні і без прямого словесного наголошення. Для цієї мети використовуються інші зображальні інструменти – звук, картинка, шум. Та, на наш погляд, дискримінаційну рекламу можна успішно та, головне, законно створити і зі словом, якщо воно забарвлене двозначністю. Кожна реклама містить оцінку, але тільки від рекламіста залежить, чи буде його матеріал об'єктивним та толерантним.

У сучасній рекламі нерідко зустрічається такий вид дискримінації як сексизм. Варто відзначити, що, наприклад, Рада Європи сформувала визначення сексизму зовсім нещодавно – у 2019 році. У міжнародному до-



кументі поняття тлумачать як «будь-який акт, жести, візуальну репрезентацію, сказані чи написані слова, практику чи поведінку, які базуються на ідеї, що особа чи група осіб є малозначимими через їхню стать. Сексизм – прояв історично нерівних владних відносин між жінками й чоловіками, що веде до дискримінації та перешкоджає повному поліпшенню становища жінок у суспільстві» [2].

Ідеї сексизму у рекламній діяльності розповсюджені і актуальні. Наприклад, у телевізійній рекламі горілки RIME Blanche & PRIME Noir 2018 року два види алкогольного напою асоціюють із жінками зі світлим та темним волоссям, підкріплюючи це відповідним текстом: «Вони різні, але справжня гармонія, коли вони разом». Інший приклад сексистської реклами – телевізійний ролик ТМ «Горілочка». У відеоматеріалі зображують весілля, під час якого між героями-чоловіками відбувається така розмова: « – А наречена вродлива», « – Приваблива. До вродливої їй десь грамів двісті». Знецінення жінки як людини, акцент на її зовнішності, об'єктивізація жінки – найрозповсюдженіші прояви сексизму в українській рекламній сфері.

Пояснити ефективність гендерних стереотипів у рекламі, на нашу думку, можна, звернувшись до Піраміди потреб А.Маслоу [3]. Жінка, наприклад, в українській телевізійній рекламі нерідко постає як сексуальний об'єкт. Деякі рекламисти створюють саме такий образ для героїні, аби вплинути на базові потреби аудиторії, до яких психолог А. Маслоу відніс і секс. За його теорією, задовольнити потреби найнижчого рівня найлегше. Отже, виробники, які у своїй рекламі допускають сексуальну об'єктивізацію, мають на меті швидко і ефективно привернути увагу аудиторії до рекламованого товару чи послуги, нехтуючи нормами моралі.

Можна зробити висновок, що стереотипність ролі чоловіка та жінки зруйнувати непросто, адже для цього не вистачає законодавчих інструментів. А якщо реалізувати політику попередження сексизму у рекламі не може влада, то й відповідно освітяни не мають дієвих механізмів боротьби з цим явищем. Викладачі, пояснюючи сьогодні студентству проблему сексизму у рекламі, можуть спиратися лише на іноземний досвід та на етичні засади, оскільки у Законі України «Про рекламу» заборона щодо сексизму є нечітко окресленою. Та нещодавно владою були прийняті кроки для вирішення цієї неточності. У березні 2021 року Верховна Рада України постановила прийняти за основу проєкт про внесення змін до Закону України «Про рекламу» щодо протидії дискримінації за ознакою статі, поданий



народним депутатом України М.О.Бардіною та іншими народними депутатами. Зокрема правки стосуються визначення «дискримінаційна реклама за ознакою статі» та посилення захисту прав споживачів реклами [4]. На нововведеннях у Законі України «Про рекламу» буде виховуватися покоління Альфа. Його представникам, які оберуть професію рекламіста, тільки доведеться вступати до вишу та опановувати вже змінену відповідно до оновленого закону освітню програму. Майбутні виробники реклами навчатимуться, коли сексистські стереотипи про жінок та чоловіків будуть зруйнованими на рівні Конституції.

І все ж, зазначимо, що сексистська реклама в Україні вже спричинила незворотні негативні наслідки. Свідками знецінення жінок і чоловіків у медіадіяльності стали представники, як мінімум, одного покоління українців. А це вже свідчить про укорінення сексизму у підсвідомості громадян віком від 20 до 30 років. Змінити сприйняття реклами або, простіше кажучи, перевиховати дорослих людей дуже важко. Ці громадяни вже отримали вищу освіту, тобто вийшли з останнього соціального інституту, де для них був можливим зв'язок «учень-вчитель». Це свідчить про те, що для знищення у свідомості таких українців сексистських ярликів, нав'язаних рекламою, можна використати лише один інструмент – закон, що матиме вже не такий сильний ефект.

Саме тому у наших реаліях дуже важливо розпочати активну політику попередження дискримінації за ознаками статі в рекламній сфері держави, а також розробити механізми знищення сексистських шаблонів у свідомості дорослих громадян, на яких журналістська освіта вже не має впливу. Для впровадження останньої ініціативи пропонуємо використувати не лише закон, а й неформальну освітню платформу, яку можна створити на телебаченні у вигляді реклами антиреклами. Запропонований нами метод полягає у публікації архівної сексистської реклами, яка свого часу була відомою серед українців, з виправленнями дискримінаційних тверджень, сюжетів, образів, звуків відповідно з толерантними та правовими нормами. Таким чином рекламодавець зацікавить аудиторію вже відомим для неї роликом та водночас на прикладі запропонованих ним змін навчить її сприймати чоловіка та жінку не крізь призму стереотипів.



Література

1. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Рада Європи. Рекомендації CM/Rec(2019)1 «Запобігання та боротьба із сексизмом». URL: <https://rm.coe.int/cm-rec-2019-1-on-preventing-and-combating-sexism-ukr/1680968561>
3. Maslow Abraham. A Theory of Human Motivation / Abraham Maslow. Psychological Review. – V. 50, No. 4. – 1943. – P. 370–396. URL: <https://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>
4. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про рекламу» щодо протидії дискримінації за ознакою статі від 04.05.2020 № 3427. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=68746



Леховіцер Д.О.,
аспірант кафедри журналістики
Запорізького національного університету

МІФ «НЕІСНУВАННЯ» ЯК ФОРМА МЕМОЦИДУ В МЕДІЙНИХ ПРАКТИКАХ

Теорія та історія соціальних комунікацій оперує терміном соціальної пам'яті, який позначає досвід соціальної взаємодії, тож цей термін є близьким, однак не тотожним історичній пам'яті. Історичну пам'ять складають рефлексії про події минулого, які можуть виявлятися у спогадах, міфах, тож варто говорити про історичну складову соціальної пам'яті. Студії історичної пам'яті виявляють неоднорідність такої пам'яті за глибиною, інтенсивністю, змістом, значущістю. Часом історична пам'ять переривається через зовнішні чинники, які не дають вербалізуватися спогадам про події минулого, в таких випадках можна говорити про вияви цієї перерваної пам'яті у формі міфів «неіснування», які маркують мемоциди.

Метою дослідження є з'ясування взаємозалежності формування міфів «неіснування» націй у медійному просторі через політику цензури та мемоцидів.

Реалізація мети передбачала такі завдання:

1. Проаналізувати і окреслити активність в українській науковій традиції присутність термінів «мемоцид», «міф неіснування», «меморіцид», «постпам'ять».

2. Окреслити медійну презентацію міфу «неіснування» в українському медіапросторі.

В англomовному науковому дискурсі активно функціонує термін «мемоцид», який часто використовується як еквівалент «геноциду». Термін «мемоцид» складається із двох частин: «мем» – термін уведений Р.Докінзом, який використав слово із значенням «пам'ять», «спогад» для позначення «одиниці культурної передачі», ідеї. Термін був використаний аналогічно до слова «ген», це ідеї, котрі поширюються і не залежать від еволюційних процесів розвитку культурного простору. Друга частина терміна асоціюється із геноцидом, тож мемоцид може розглядатись в окремих випадках



як різновид геноциду. Мемоцид полягає у вилученні та викоріненні із культури ідей і навіть їх слідів [5].

Термін мемоцид є близьким із таким видом комунікаційного насильства як цензура. Вона виявляється у двох різновидах: заборонна (заборона випуску, засекречення існуючих видань) і каральна (бібліоцид (знищення медіатору), спецхран (обмеження доступу до медіатору), санкції проти видавництва та автора). Проте цензура полягає у заборонах та обмеженнях свободи слова в мас-медіа з боку держави або влади панівної соціальної групи, а мемоцид є спробою дискредитації, знищення ідей, для чого може бути використаний такий інструмент як цензура зокрема. Дослідження мемоциду стосуються окремих націй або етнічних груп [3].

Питання знищення пам'яті і боротьба із спогадами та уявленнями про минуле цілих народів входить у поняття меморіциду, цей термін також активно використовується і часто приймається як техніка знищення пам'яті, вона полягає у знищенні релігійних споруд, шкіл або інших ознак присутності «іншого». Такі практики залучались до інструментарію радянського режиму, зокрема на території України. Він стосувався як знищення пам'яті самих українців про своє минуле, так і знищення пам'яті про цілі народи, наприклад, кримських татар. Меморіциди зокрема супроводжують етнічні чистки [6].

Процес передачі спогадів між поколіннями, зокрема спогадів травматичних позначається терміном пост пам'ять, який започаткувала М.Гірш: «Термін «постпам'ять» призначений для передачі часової та якісної відмінності від пам'яті тих, хто вижив, вторинної якості або якості пам'яті другого покоління, основи витіснення, заміненості та запізнілості. Постпам'ять є потужною формою пам'яті саме тому, що її зв'язок із об'єктом або джерелом опосередковується не через пригадування, але через уявлення, проекцію та створення - часто базується на мовчанні, а не на мові, а на невидимому» [4, 9]. Цей термін науковиця використала для позначення пам'яті і спогадів людей, що пережили Голокост.

На основі використання технологій знищення пам'яті про окремі групи людей у суспільствах заплілюються міфи «неіснування», коли заперечується існування представників етнічних груп або народів, відбувається їхнє фізичне знищення та робляться спроби вилучення культурно-соціального сліду. Такі приклади в тоталітарних режимах не рідкісні. В Україні такою етнічною групою, зокрема, були кримські татари, які були виселені зі своїх



земель, а згадки про них у архітектурі, побуті активно знищувались. Більше того, у період Незалежності в Україні запускались різноманітні міфи «небезпеки» кримських татар, які планують захопити Крим. В сучасних реаліях окупований Крим стає об'єктом мас-медіа, створено посібник для медіа «Крим у контексті окупації», проводяться круглі столи правозахисників та журналістів. Інтерес до кримських татар у медіа збільшився, зокрема А.Безверха у дослідженні «Медійна репрезентація кримських татар в українських ЗМІ до і після анексії Криму в 2014 році» зазначала, що змінилась риторика висвітлення теми кримських татар, у медіа з'явилися образи кримсько-татарських активістів.

Однією із груп, яка потребує державної підтримки та стратегії розвитку, є роми. Держава усувається від вирішення питань інтеграції ромів в українському суспільстві. Етнічні групи можуть сподіватись лише на власних активістів та діяльність громад. Як вказує Уповноважений ВРУ з прав людини Людмила денісова у доповіді «Вплив пандемії COVID-19 на ромську громаду в Україні», «За 7 років становище ромської громади не покращилось. Проблеми, з якими стикається ромська громада у сфері доступу до інформації, соціальних, освітніх, медичних послуг, працевлаштування, документування тощо, набули ще більшої гостроти і актуальності та виявили суттєві прогалини у реагуванні влади на надзвичайні виклики та підтримку цієї категорії громадян. Соціальна відчуженість, маргіналізація та сегрегація ромів ще більше посилили небезпеку негативного впливу на них пандемії COVID-19» [2]. Ромська громада в період другої світової війни поряд із євреями стали жертвами фізичного винищення. Пам'ять про події Голокосту обох цих народів не представлена в Україні. Це створює прецедент «неіснування», тож важливі і болючі події в Україні не відрефлексовані і не представлені у політиці пам'яті. Для порівняння М.Гон та Н.Івчик наводять приклад Польщі: «Ведучи мову про пам'яттєву політику двох держав передусім звернемо увагу на здійснення ними перформенсу. В даному випадку маємо підстави констатувати певну тотожність комеморативних практик: адже як Україна, так і Польща проводять відповідні заходи з нагоди Міжнародного дня пам'яті жертв Голокосту, вшановують пам'ять його жертв. Водночас у даному ракурсі порівняння не можна не згадати про відзначення Польщею в серпні 1995 р. 50-річчя з часу ліквідації гетто в Лодзі чи проведення цією державою окремих заходів, які демонструють визнання її титульної нацією факту здійснення поляками злочину супроти жертв у час



геноциду. Йдеться про жалобні церемонії, які, починаючи з 2001 р., проводяться в Єдвабне – містечку, де частина місцевих мешканців 10 липня 1941 р. спалила живцем кількасот тамтешніх євреїв» [1, 20-21]. Тож в Україні ці кроки до відзначення жертв Голокосту не є спланованими та чіткими і медіа реагують на окремі події у сфері політики пам'яті.

Література

1. Гон М., Івчик Н. Політика пам'яті України й Польщі щодо жертв Голокосту: особливості реалізації. *Intermarum: історія, політика, культура*. 2014. № 1. С.18-30.
2. Уповноважений ВРУ з прав людини презентувала спеціальну доповідь «Вплив пандемії COVID-19 на ромську громаду в Україні». 23/12/2020. <https://www.ombudsman.gov.ua/ua/all-news/pr/prezentovala-specz%D1%96alnu-dopov%D1%96d-vpliv-pandem%D1%96%D1%97-covid-19-na-romsku-gromadu-v-ukra%D1%97n%D1%96/>
3. Ganguly Deb Kamal. Mnemonic Imagination: Possibilities of Memory-germination in the time of Memocide. *Lensight*, oct - dec, 2015. https://www.academia.edu/21044579/Mnemonic_Imagination_Possibilities_of_Memory_germination_in_the_time_of_Memocide?auto=download
4. Hirsch M. Surviving Images: Holocaust Photographs and the Work of Postmemory. *The Yale Journal of Criticism*. 2001. Vol. 14. № 1. P. 5-37.
5. Memocide. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Memocide>
6. Sémelin, Jacques; Hoffman, Stanley. *Purify and Destroy: The Political Uses of Massacre and Genocide*. 2007. Columbia University Press.



Тарасюк В. Ю.,
доцент, кафедра журналістики
Русинко-Бомбик Л. М.,
викладач, кафедра журналістики
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

МОВА ВОРОЖНЕЧІ ЯК ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ: ЗАКАРПАТСЬКИЙ ДОСВІД

Сучасні засоби масової інформації активно впливають на формування світосприйняття, тому будь-яке розпалювання ними ненависті призводить до негативних наслідків, аж до міжнародних конфліктів і воєн включно. Зважаючи, що Україна перебуває в стані війни з Росією, зазнає систематичних інформаційних атак з боку інших держав, питання мови ворожнечі в медіа ще більше актуалізується. Водночас ця тема ще не сповна досліджена. Особливо аналізу потребують матеріали ЗМІ на регіональному рівні. Хоч загалом окремим аспектам окресленої проблеми дослідники приділяють певну увагу [1], [2], [3]...

У пропонуваному дослідженні здійснено спробу доповнити напрацювання за темою, винесеною в заголовок цієї статті. Мета – проаналізувати мову ворожнечі як проблему розвитку регіональних ЗМІ на прикладі закарпатських онлайн-видань («Закарпаття онлайн», «Трибуна», «Дзеркало Закарпаття», «Закарпаття інфо»). Для досягнення поставленої цілі сформульовано такі завдання:

- у контексті теми окреслити сутність понять «розпалювання ненависті» і «мова ворожнечі»;
- виявити частотність фіксування мови ворожнечі в мережевих закарпатських медіа;
- визначити найпоширеніші види висловлювань у публіцистичних текстах онлайн-видань;
- запропонувати шляхи протидії агресивній риториці в інтернет-ЗМІ.

Пропонований підхід сприятиме як теоретичному напрацюванню в обраній проблемі, так і практичній значимості поданої статті. Зокрема, в



напрямку зменшення риторики ненависті в медіа. Реалізувати завдання покликана сукупність методів: монографічний (допомагає з'ясувати сутність понять «розпалювання ненависті» і «мова ворожнечі»); контент-аналіз (сприяє виявленню частотності фіксування мови ворожнечі та визначенню найпоширеніших видів висловлювань у публіцистичних текстах) та моделювання (дає можливість окреслити шляхи протидії агресивному мовленню в засобах масової інформації).

Пер ніж перейти власне до аналізу практичного матеріалу, необхідно підкреслити: нині «термін «розпалювання ненависті» трактується як поняття, що покриває всі форми самовираження, які включають поширення, провокування, стимулювання або виправдання расової ненависті, ксенофобії, антисемітизму чи інших видів ненависті на основі нетерпимості, включаючи нетерпимість у вигляді агресивного націоналізму або етноцентризму, дискримінації та ворожості щодо меншин, мігрантів та осіб з емігрантськими коренями» [4]. Поширене в українському науковому обігу словосполучення «мова ворожнечі» (іноді мова ненависті) запозичене з англійського виразу «hate speech» і не має серед фахівців єдиного тлумачення. Однак, як зазначає Т. Печончик, визначення «ґрунтуються на встановленні факту розпалення ворожнечі, приниження чи дискримінації за певними ознаками у висловлюваннях, із перерахуванням цих ознак» [5].

Слушною є думка Р. Пикалюка, який стверджує: «Українське законодавство з питань інформації регулює використання мови ворожнечі в медійному просторі, тому відкриті її прояви можливі лише у маргінальних ЗМІ (наприклад, радикально налаштованих громадських організацій, політичних партій тощо). Водночас непоодинокі випадки неявних проявів дискримінації та мови ворожнечі в ЗМІ і у вигляді окремих висловлювань, і у формі транслявання соціальних стереотипів, що побутують у суспільстві в певний період» [6, с. 139]. Саме така тенденція спостерігається в закарпатських медіа, зокрема онлайн-ЗМІ. Проаналізовані в них 200 текстів свідчать, що висловлювання ненависті варіюється в межах 2–9 відсотків від загальної кількості розглянутих публікацій. Особливо сказано простежується на прикладі дотримання (а в нашому випадку недотримання) принципів міжетнічної толерантності. Останню науковці витлумачують «як відсутність негативного ставлення до інших етносів, їх культури, традицій, віросповідання, звичаїв» [7, с. 63].

У контексті вищесказаного лідером антирейтингу залишається ром-



ська проблематика. Уже в самих заголовках журналісти підкреслюють приналежність певних осіб до названої національної меншини, удаючись до негативних відтінків. Такі приклади непоодинокі: «Закарпатські цигани на камеру призналися, що обкрадають киян» [zakarpatty.net.ua] [8], «На Закарпатті цигани жорстко побили інваліда АТО» [trubyna.org.ua] [9], «Цигани влаштували масове побоїще у селі на Закарпатті» (<http://dzerkalo-zakarpatty.com>) [10], «Закарпатські цигани безкарно промишляють у Києві» [zakarpattia.info] [11] тощо.

Часто зневажливі висловлювання стосуються окремих груп населення з, так би мовити, територіальною фіксацією. Скажімо, мова про осіб без певного місця проживання: «Свалявські бомжі розклали вогнище прямо в хаті, через що й сталася пожежа» [trubyna.org.ua] [12]. Або ж: «44-річний тячівський «бомж» крав усе, що міг» [zakarpatty.net.ua] [13].

Так само в негативному сприйнятті медіа часто подають образ закарпатців, пов'язуючи їх із перевезенням контрабанди, супроводженням нелегалів, подвійним громадянством. Сказане ілюструє такий приклад: «Закарпатець нашпигував свій «Peugeot» цигарками й хотів потрапити до Угорщини» [zakarpattia.info] [14].

Негативні висловлювання в закарпатських інтернет-ЗМІ стосуються й місцевих угорців. У виданнях найбільше творять їх псевдообраз як таких, котрі ігнорують українську мову. Так само це стосується населених пунктів, де компактно проживає згадана меншина. Приміром, перебуваючи саме в одному з відповідних райцентрів, автор публікації зазначає: «Закарпатське Берегово: якщо запитаєш українською, можуть і не відповісти. Спеціально» [dzerkalo-zakarpatty.com] [15].

Некоректно в медіа використовують висловлювання й про осіб з інвалідністю. Скажімо: «На Закарпатті інвалід залупцював свого товариша по чарці костуром», «відтак затримали й войовничого інваліда, котрий зізнався у скоєному» [zakarpatty.net.ua] [16].

Поширені в обласних інтернет-виданнях і негативні судження щодо жителів Кавказу. Останні також фігурують у кримінальній хроніці: «Під час проведення відповідних оперативних заходів у поле зору правоохоронців потрапили місцеві «кавказці», «за це з кожного сомалійця ужгородські «кавказці» отримували по 2,5 тисячі доларів» [zakarpatty.net.ua] [17]. Або ж некоректними є висловлювання про військовослужбовців, які воювали на Сході України в умовах війни. До прикладу: «В Ужгороді п'яний «АТОш-



ник» Ратушняк під дулом автоматів з матюками проривався у військову частину, «ужгородський «АТОшник за викликом» [zakarpatty.net.ua] [18].

Уже вищенаведені зразки наочно ілюструють, що мова ворожнечі – характерне для закарпатських ЗМІ, зокрема інтернет-видань, явище. І хоч вона не домінує в журналістському мовленнєвому середовищі, та все ж залишається серйозною проблемою в розвитку регіональних медіа. Особливо риторика ненависті спостерігається в кримінальній тематиці, пов'язана з національними меншинами та певними групами населення (часто з урахуванням територіального принципу).

Нерідко творчі працівники медіа не стільки самі вдаються до негативних висловлювань, скільки тиражують їх, послуговуючись підготовленими прес-релізами від правоохоронців або ж органів влади. Покращити ситуацію спроможні медіаосвіта, просвітницькі заходи, моніторинг мови ворожнечі в засобах масової інформації та його оприлюднення. Вітчизняні, зокрема й регіональні, ЗМІ покликані розвиватися на засадах гуманізму, толерантності, на кращих європейських цінностях з одного боку та з урахуванням небайдужості влади, громадських інституцій, суспільства загалом до проявів ворожнечі в публічному мовленні з іншого.

Література

1. Дуцик Д. Р. «Мова ворожнечі» в дискурсі українських медіа. Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: зб. наук. пр. Дон. держ. ун-ту упр. Сер. «Соціологія». [гол. ред. Поважний О. С.... та ін.]. Донецьк: [Вид-во ДонДУ], 2012. Т. XIII. Вип. 217. С. 112-118.
2. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору. URL: <http://ippi.org.ua/sites/default/files/isakova.pdf>.
3. Кузнєцова Т. Мова ворожнечі в регіонах: сучасні надбання в одеських медіа. Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». 2019. Випуск 45. С. 192-199.
4. Рекомендація N R (97) 20 Комітету міністрів Ради Європи державам-учасницям з питань «розпалювання ненависті». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_093?lang=en#Text.
5. Печончик Т. Чому мова ворожнечі з'являється у ЗМІ. URL: <http://www.cje.org.ua/ua/blog/chomu-mova-vorozhnechi-zyavlyayetsya-u-zmi>.
6. Пикалюк Р. Мова ворожнечі та вдосконалення стандартів вітчизняної медіадіяльності. Права людини та мас-медіа в Україні: збірник конспектів лекцій [тексти]. Авт. кол. за ред. Виртосу І., Шендеровського К. К.: Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. С. 137-144.
7. Бідзіля Ю. Сучасна етнічна преса Закарпаття (XX-XXI ст.). Бідзіля Ю., Соломін Є., Толочко Н., Шаповалова Г., Шебештян Я. Медіа Закарпаття крізь призму етнотолерантності. Ужгород: Гражда, 2019. 372 с.



8. Закарпатські цигани на камеру призналися, що обкрадають киян. URL: <https://zakarpattya.net.ua/News/204094-Zakarpatski-tsyhany-na-kameru-pryznalsia-shcho-obkradaiut-kyian-VIDEO>.

9. На Закарпатті цигани жорстко побили інваліда АТО. URL: <https://trubyna.org.ua/novyny/na-zakarpatti-tsyhany-zhorstko-pobyly-invalida-ato/>.

10. Цигани влаштували масове побоїще у селі на Закарпатті. URL: <http://dzerkalo-zakarpattya.com/?p=130446>.

11. Закарпатські цигани безкарно промишляють у Києві. URL: <https://zakarpattia.info/zakarpatski-czygany-bezkarno-promyshlyayut-u-kyievi-video/>.

12. Свалявські бомжі розклали вогнище прямо в хаті, через що й сталася пожежа. URL: <https://trubyna.org.ua/novyny/svalyavski-bomzhi-rozklaly-vohnyschepriamo-v-hati-cherez-scho-j-stalasya-pozhezha/>.

13. Закарпатські «бомжі» «підробляли» крадіжками. URL: <https://zakarpattya.net.ua/News/71814-Zakarpatski-bomzhi-pidroblialy-kradizhkamy>.

14. Закарпатець нашпигував свій «Peugeot» цигарками й хотів потрапити до Угорщини. URL: <https://zakarpattia.info/zakarpatecz-nashpyguvav-svij-peugeot-czyga/>.

15. Закарпатське Берегово: Якщо запитаєш українською, можуть і не відповісти. Спеціально URL: <http://dzerkalo-zakarpattya.com/?p=60587>.

16. На Закарпатті інвалід залупцював свого товариша по чарці костюром. URL: <https://zakarpattya.net.ua/News/97962-Na-Zakarpatti-invalid-zaluptsiuvav-svohotovarysha-po-chartsi-kosturom>.

17. На Закарпатті ліквідували канал нелегальної міграції, організований «кавказцями» URL: <https://zakarpattya.net.ua/News/73203-Na-Zakarpatti-likviduvalykanal-nelehalnoi-mihratsii-orhanizovanyi-kavkaztsiamy>.

18. В Ужгороді п'яний «АТОшник» Ратушняк під дулом автоматів з матюками проривався у військову частину. URL: <https://zakarpattya.net.ua/News/181575-V-Uzhorodi-piany-ATOshnyk-Ratushniaka-pid-dulom-avtomativ-z-matiukamy-proryvavsia-u-viiskovu-chastynu-VIDEO-18+>.



Тулузакова О. Г.,

кандидат філологічних наук, доцент б.в.з. кафедри
журналістики, Чорноморський національний університет
ім. Петра Могили,

Чулкова А. В.,

викладач кафедри журналістики, Чорноморський
національний університет ім. Петра Могили,
Миколаїв

ІНФОРМАЦІЙНІ ПОВІДОМЛЕННЯ ОФІЦІЙНИХ СТРУКТУР У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: МОВА ВОРОЖНЕЧІ

У сучасному світі соціальні мережі давно стали тим джерелом, з якого людина може отримати офіційну інформацію. Наприклад, у мережі Фейсбук можна побачити офіційні повідомлення обласних та міських державних установ, поставити питання меру міста, голові обласної державної адміністрації чи будь-якій іншій офіційній особі. Також у соцмережах є можливість прокоментувати повідомлення та висловити власну думку з приводу написаного. Тож, вплив інформації з офіційних джерел на людей важко переоцінити.

Основним завданням людини, яка робить публікації на сторінках соціальних мереж, має бути подання інформації максимально повно і нейтрально. Одним з основних засобів для цього є мова, яка формує світосприйняття реципієнта. У подачі матеріалу з негативної точки зору часто маємо справу із мовою ворожнечі (інші терміни – мова ненависті, мова нетолерантності).

Звернімося до визначення «мови ворожнечі». Поняття «мова ворожнечі» походить від англ. "hate speech". На разі немає одного усталеного визначення поняття. Так, наприклад, у Рекомендації Комітету міністрів Ради Європи №97(20) подано таке трактування: «Під терміном «мова ненависті» слід розуміти всі види висловлювань, котрі поширюють, розпалюють, підтримують або виправдовують расову ненависть, ксенофобію, антисемітизм та інші форми ненависті, викликані нетерпимістю, в тому числі нетерпимістю, що виявляється у формі агресивного націоналізму та етноцентризму,



дискримінації меншин і ворожого ставлення до них, а також іммігрантів та осіб, що за своїм походженням належать до іммігрантів».

Інститут масової інформації, крім вербальної складової, додає ще й візуальну і визначає мову ворожнечі як «слова, фото чи зображення, які створюють або поглиблюють ворожнечу між групами в суспільстві чи окремими людьми».

Найширше визначення подає Центр «Сова» (<http://xeno.sova-center.ru/>): мова ворожнечі – це некоректні висловлювання на адресу етнічних, конфесійних чи певних соціальних груп як спільнот і на адресу конкретних людей як представників цих спільнот.

Важливо відзначити, що в усіх визначеннях прямо чи опосередковано вказано на те, що мова ворожнечі порушує права людини.

Мова відіграє принципове значення у соціальному пізнанні. Саме мова служить найважливішим засобом оформлення наших уявлень про явища навколишнього світу та формування буденних стереотипів. Стереотипи ґрунтуються на логічній помилці, що допускає меншу різницю між людьми однієї групи, ніж між людьми різних груп.

Стереотипи є небезпечними як відносно однієї групи, що налаштована проти іншої, так і відносно однієї конкретної людини. «Інші», «незнайомці», «іноземці», «вони» сприймаються як злі, небезпечні, ворожі. Люди можуть сприймати і себе як «неправильних» за те, що вони належать до іншої групи (етнічної, расової, культурної, вікової) і тим самим руйнувати себе.

Важливим аспектом стереотипізації є розуміння поняття етносу, або етностереотипи. Автостереотипи (уявлення етносу про себе) найчастіше є позитивними, на відміну від гетеростереотипів (уявлення етносу про інші етноси), яким загалом притаманна негативна оцінка.

Щодо поширення стереотипів у ЗМІ, то тут доцільно говорити як про стереотипи, що їх мають самі журналісти, так і про стереотипи читачів/глядачів/слухачів журналістських матеріалів. Варіантів поширення стереотипів може бути декілька. Це і неусвідомлення самим журналістом власної упередженості щодо певної соціальної групи, і привернення якнайбільшої уваги до свого матеріалу (апеляція до стереотипів реципієнта), і відверта дискримінація (наприклад, подання інформації російськими ЗМІ про українських «карателів», «хунту» тощо).

Відповідно до теорії стереотипізації необхідно розглянути поняття ксенофобії (від грецького ξένος «ксенос» [чужий] і φόβος «фобос» [страх,



нетерпимість). Ксенофобія є вербалізацією (усною чи письмовою) мови ворожнечі. Мова ворожнечі – це або трансляція власної ксенофобської позиції журналіста (наприклад, підсвідома трансляція), або апеляція до ксенофобії реципієнта (наприклад, прагнення до якнайбільшої уваги до матеріалу), або формування нових стереотипів в аудиторії (що характерно для інформаційної війни), або ж усе разом. Тобто мова ворожнечі – це вербальний (усний чи письмовий) вияв ксенофобії.

Ксенофобія може набувати різних форм несприйняття, залежно від конкретної групи. Відповідно, на лінгвальному рівні, ми спостерігаємо образливі вислови, заклики до дискримінації тощо, які трактуємо як мову ворожнечі.

Як приклад етнічної ксенофобії, а, відповідно, і мови ворожнечі, розглянемо лексему «іноземець», що її вжито в заголовку до повідомлення Київської міської прокуратури від 19.02.2021 р.: «Затримано іноземця, який через конфлікт на дорозі до смерті побив пішохода в центрі Києва». У заголовку вжито саме ті слова, які змушують людину проглянути повідомлення. Окрім згаданого «іноземець» також маємо «конфлікт на дорозі», «побив до смерті». У заголовку не вказано національність постраждалого, проте контекстуально створюється опозиція: «негативне – позитивне»: «іноземець = чужий, «свій, наш, українець». Тобто початок повідомлення для більшості людей сприймається приблизно так: «не наш» вбив «нашого».

Зважаючи на те, що більшість людей читають передовсім заголовки, а саме повідомлення або читають не уважно або не читають зовсім, можемо стверджувати, що багато коментарів під цим постом у мережі, викликані саме заголовком.

Таким чином сторінка Київської міської прокуратури отримує охоплення й перегляди, які є найціннішим для статистики у соцмережі. Не маючи доступу до статистики сторінки, аналізуємо успішність повідомлення за кількістю позначок «подобається» під цим постом – 279.

Проте й сам текст повідомлення, лаконічний і чіткий, яскраво представляє особу, яка скоїла правопорушення. Після опису ситуації зазначено: «Водієм «Хюндай» виявився громадянин Азербайджану 1992 року народження, що має посвідку на проживання в Україні. Померлий пішохід – киянин, 1969 року народження.» Тобто у тексті маємо знову опозицію «громадянин Азербайджану» – «киянин» = «чужий» – «свій». До цього ж

додається ще опозиція «молодий» – «старий». В українській культурі старшим людям найчастіше співчують, тож у варіанті «молодий-старий» позитивну конотацію має саме «старий».

Логічним явищем продукування мови ворожнечі у подібних повідомленнях є її поширення серед читачів. Відповідно у коментарях фіксуємо мову ворожнечі (авторський стиль збережено). Важливо відзначити, що переважна більшість коментарів містить мову ворожнечі в усіх можливих її виявах: від образ іншої національності до закликів збирати групи людей, щоб покарати. При чому саме пропонуване «покарання» варіюється від побиття до вбивства.

The image shows a screenshot of social media comments, likely from Facebook, organized into two columns. The left column is titled "Київська міська прокуратура" (Kyiv City Prosecutor's Office) and the right column is titled "Відповіді" (Answers). The comments are in Ukrainian and Russian, discussing territorial issues, national identity, and the actions of certain groups. The comments are dated and include reaction counts.

Київська міська прокуратура

Найвідповідніше

До яких пір будуть чуженці вбивати українців на своїй землі? Покарання повинне бути більш суворе.
23 год Подобається Відповісти 166

View 1 more reply...

В Пітері азер побив місцевого так там люди розігнали ринок.
20 год Подобається Відповісти 51

View 3 more replies...

Відповіді

Останнім часом багато негативних новин транслюють за участю іноземців. Вони залишаються не покараними і через багато собі дозволяють (((Потрібно підрізати уже це коріння

20 год Подобається Відповісти 41

а Вам не здається, що це робиться навмисно?
11 год Подобається Відповісти 1

Київська міська прокуратура

Его нужно очень жестко наказать, что бы другим не повадно было, приехали в чужую страну ведите себя спокойно и вежливо, как подобает гостям, а-то если нас это сильно достанет, в течении месяца, назад вас в горы отправим
23 год Подобається Відповісти 34

Після санкції змінять з ч.2 ст. 121 КК на 119 КК
20 год Подобається Відповісти 3

За убийство нашего гражданина Украины. Должно быть максимально жесткое наказание. Интересно а где реакция наших националистов? Денег не платят так сядят по нормам.
9 год Подобається Відповісти 6

Відповіді

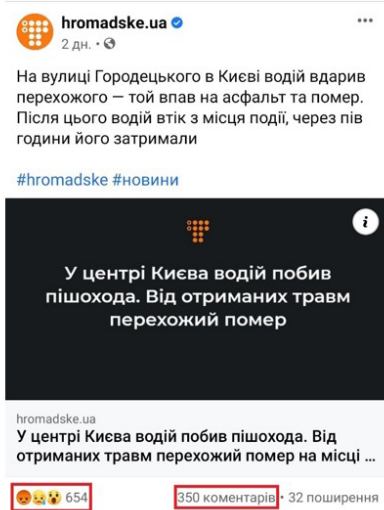
На основании какого разрешения он находился на территории Украины? Чем он здесь занимался? Или за взятки решил вопрос, как всегда?
23 год Подобається Відповісти 34

какая разница на каком основании он находился в этой стране и какая Вам разница, чем он занимается? Речь совсем о другом, из-за импульсивности и эмоций, пострадали оба человека...
23 год Подобається Відповісти 7

разница в том, что мы на своей земле, а он здесь был в гостях. И не стоит приезжим забывать о уставе СЛАВЯНСКОЙ земли.
22 год Подобається Відповісти 18

Поодинокі коментарі людей, обізнаних у правових нормах, не можуть протистояти тій навалі негативних емоцій, що їх висловлюють у коментарях. Тож маємо 166 уподобань до коментаря (орфографію оригіналу збережено): «До яких пір чужинці будуть вбивати українців на своїй землі? Покарання повинне бути більш суворе» і лише шість на коментар Ігоря Розкладая (Центр демократії та верховенства права) «Ви думаєте громадянство має значення? Згадайте кейс Індила».

Уважаємо, що і заголовок, і текст статті абсолютно невинувато вказують на національність людини. На противагу розглянемо, як цей випадок висвітлювали «BBC Україна» та «Громадське» у тій самій мережі Фейсбук.



З моменту кожної публікації пройшло близько двох днів. Кількість уподобань під публікацією різниться (на момент аналізу публікацій): 1435 на «BBC Україна» та 654 на «Громадському». Натомість за емоціями, висловленими в коментарях, публікації схожі. У коментарях фіксуємо обурення, співчуття та інші емоції, які може викликати подібна ситуація. Проте відзначаємо, що всі ці емоції стосуються переважно не людини певної національності чи певного віку, а людини як такої, людини, яка скоїла правопорушення, в результаті чого загинула інша людина. Коментарів, де використано мову ворожнечі щодо іншої національності абсолютна мен-



шість: до десяти коментарів на загальну кількість – близько 350 у повідомленні «Громадського» та загальну кількість – близько 470 у повідомленні ВВС Україна. До того ж на два з таких коментарів були відповіді про те, що національність не має значення. Тож можемо спостерігати, як нейтральне подання інформації продукує нормальну людську реакцію у коментарях.

Таким чином, вважаємо, що використання мови ворожнечі в текстах офіційних установ має серйозну небезпеку – вихід протистояння з віртуальної сфери у реальну та подальше фізичне протистояння різних соціальних груп. На жаль, на законодавчому рівні в Україні ще не передбачено відповідальності за коментарі в соціальних мережах. Проте маємо пам'ятати про відповідальність передусім тих, хто пише матеріал у соціальних мережах для інформування читачів.



Плеханова Т. М.,

кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри видавничої справи та редагування
Запорізький національний університет

РЕГІОНАЛЬНІ ОНЛАЙН-МЕДІА: ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ НАСИЛЬСТВА В СІМ'Ї

Останніми роками тема домашнього насильства вийшла на перший план і охопила окрему нішу у медіа, заявивши про себе вголос на весь світ. Цьому передувала низка подій у світі, як соціальних, так і політичних. Швидкість технічного прогресу у сфері медій та соціальних мереж, масовість їхнього охоплення аудиторій дали «зелене світло» різноманітним інформаційним потокам. У момент, коли суспільство звикло до базових можливостей, які надають онлайн-медіа та соціальні мережі, звикло до їхньої інтеграції у буденність, суспільно важливі та навіть критичні теми почали проступати на поверхню, а тема домашнього насильства набула надзвичайного розголосу.

Мета статті – виявлення особливостей висвітлення теми домашнього насильства у інтернет-виданнях запорізького регіону.

Насильство в сім'ї є актуальною проблемою сьогодення. Слід відзначити, що в Україні з часу прийняття законодавчих актів, які регулюють взаємини в сімейному середовищі, завдяки зусиллям ряду громадських організацій, засобам масової інформації, органів державної та місцевої влади ужито заходів, які посприяли суттєвим змінам у ставленні суспільства до проблеми домашнього насильства, становленню системи реабілітації осіб, які від нього постраждали, посиленню захисту дітей від насильства у сім'ї та ін.

Чималу роль у питанні побутового насильства відіграє інформаційна політика в засобах масової інформації. Те, як само новинарні видання реагують на випадки побутового насильства в першу чергу формує загальну суспільну думку та схиляє до тієї чи іншої позиції. Не в останню чергу на людей впливають не великі всеукраїнські ЗМІ, а місцеві регіональні засоби масової інформації.

Проаналізувавши 10 найбільш популярних запорізьких новинарних онлайн-видань щодо висвітлення теми домашнього насильства за 2020-2021 роки, ми отримали такі результати:

- «061.ua» – 19 публікацій
- Actual.Today – 9 публікацій
- MV.org.ua – 9 публікацій
- «Запорозька Січ» – 4 публікації
- «Індустріальне Запоріжжя» – 3 публікації
- ІpNews – 3 публікації
- Akzent.zp.ua – 2 публікації

На 3 сайтах взагалі не виявлено інформації щодо побутового насильства.

З цієї статистики можемо зробити висновок, що більшість сайтів приділяють не достатньо уваги досліджуваній темі. Щодо змісту інформації, яка подається в цих онлайн-медіа, то можемо констатувати, що майже усі новини про побутове насильство представляють з себе невелику замітку та коментар офіційних державних органів, зокрема поліції. Приклади заголовків:

«У Запоріжжі чоловік на очах у дітей погрожував зарізати сестру» (24.03.21 «Запорозька Січ»); «У Запоріжжі чоловік побив дружину на очах у дитини» (26.01.21 «Запорозька Січ»); «На Запоріжжі хлопчик вбив власного батька» (08.10.20 «Запорозька Січ»); «В Запоріжжя дочка издевалась над матерью» (15.02.21 «Індустріальне Запоріжжя»); «Житель Запорожской области до смерти избил свою жену и пытался солгать полиции» (25.12.20 «061.ua»); «Под Запорожьем во время семейной ссоры 10-летний ребенок ударил отца ножом - он погиб, - полиция» (08.10.20 «061.ua»); «В Мелитополе продолжают заниматься рукоприкладством» (15.03.21 MV.org.ua); «Ела побелку со стен: украинка заморила голодом трехлетнюю дочь» (02.03.21 MV.org.ua); «Убийство отца 10-летним сыном под Запорожьем: что известно о семье и новые подробности того дня» (09.10.20 Akzent.zp.ua); «В Запорожье бывший муж пытался выломать дверь в квартиру жены, еще один мужчина – регулярно избивал мать» (30.03.21 Akzent.zp.ua); «В Запорожье во время карантина «процветает» домашнее насилие: полицейские продолжают борьбу» (28.04.20 Actual.Today); «В Запорожье брат совершал физическое насилие над сестрой, а сын – над отцом и матерью» (23.03.21 Actual.Today).



Інколи інформація про побутове насильство висвітлюється у вигляді статистичних даних з прес-служби державних органів: «В Запорожье за неделю полиция получила более 70 вызовов о домашнем насилии» [15.02.21 «061.ua»]; «В Запорожской области с начала года полиция зарегистрировал 107 фактов домашнего насилия в отношении детей» [15.12.20 «061.ua»]; «В Запорожской области в месяц фиксируют до 100 админпротоколов по домашнему насилию» [25.06.20 Actual.Today]; «В Мелитополе полиции поступило 410 обращений по поводу насилия» [21.02.21 MV.org.ua]; «Домашнее насилие, пьяные водители, нарушение карантина: в Запорожской области за сутки полицейские вынесли ряд админпротоколов» [28.01.21 Actual.Today].

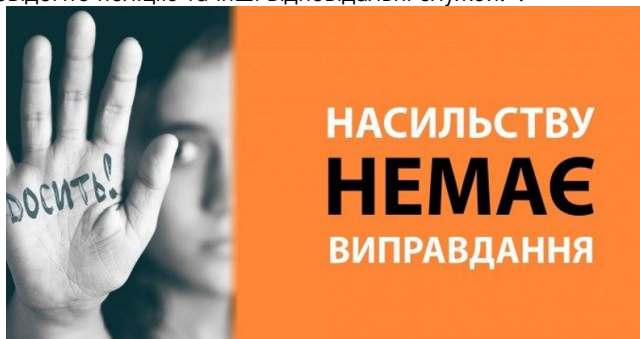
Характер подачі таких матеріалів сухий, без стилістичних засобів експресії, хоча інколи можна натрапити на такі оціночні судження як «неадекватна жінка», «неадекватний чоловік», «жорстокий батько», «хвора на голову матір», «домашній тиран» тощо.

Окрім власне висвітлення випадків побутового насильства, онлайн-медіа запорізького регіону пишуть про факти та ініціативи протидії проявам домашнього насильства, наприклад: «Приют для жертв домашнего насилия и равные права: в Запорожье прошёл Марш женщин и акция «Смотри, куда жмёшь»» [8.03.2021 «061.ua»]; «В Запорожье коммунальный центр «Затишна домівка» сможет принимать пострадавших от домашнего насилия» [25.02.2021 «061.ua»]; Запорожские полицейские посетили проблемные семьи» [05.04.21 Actual.Today]; «В Запорожье во время карантина «процветает» домашнее насилие: полицейские продолжают борьбу» [28.04.20 Actual.Today]; «В Запорожье женщины на 8 марта проведут акцию с требованием создать приют для пострадавших от домашнего насилия» [05.03.21 «061.ua»]; «Запорожские полицейские присоединились к Всеукраинской акции «16 дней против насилия»» [27.11.20 «061.ua»]; «Запорожцы опубликовали петицию с просьбой создать приют для пострадавших от домашнего насилия» [08.10.20 «061.ua»].

Найбільш цінними і корисними, на нашу думку, є публікації, в яких розкриваються причини та наслідки цієї проблеми, подаються фахові поради психологів або представників МВС щодо протидії насильству в сім'ї та адреси, куди можна звернутися по допомогу, аналізуються зміни в законодавстві України та попереджається про відповідальність за подібні злочини: «Штрафы за домашнее насилие в Украине могут увеличить в сто

раз» [09.08.20 «Індустріальне Запоріжжя»]; «Куди запоріжцям в складних обставинах звернутись по допомогу» [23.02.21 «Запорозька Січ»]; «В Запорожьем за домашнее насилие в отношении пожилой матери мужчине грозит тюремное заключение» [23.03.21 «061.ua»]; «Во время карантина в Запорожье домашнего насилия стало вдвое больше: нужен приют и поддержка власти в борьбе» [03.10.20 «061.ua»]; «Насилие порождает насилие: что не так в истории с извинениями девочки на коленях» [09.05.20 «061.ua»]; «В Украине резко растут случаи домашнего насилия: как хотят изменить наказания тиранам» [08.03.21 MV.org.ua]; «Мать ударила дочь и пошла под суд» [20.01.21 MV.org.ua]; «Ірина Куратченко: як вдома не стати жертвою контролю та влади» [07.10.20 Akzent.zp.ua]; «Насилие – это мусор, который надо выносить из дома: в Запорожье обсудили стратегию борьбы с домашним насилием» [25.06.20 Akzent.zp.ua]; «Бьет – значит любит»: интервью с запорожским психологом о домашнем насилии, абьюзе и как с этим бороться [28.02.21 Akzent.zp.ua].

Гарним прикладом якісного подання інформації з теми насильства в сім'ї вважаємо публікацію одного з сільських центрів соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді, в якій цитується закон України «Про запобігання та протидію домашньому насильству», надаються конкретні поради як захиститися від домашнього насильства: «Ваші кроки у разі домашнього насильства, щоб захистити себе та дітей», публікується «Контактна інформація для осіб, які постраждали від домашнього насильства, гендерної дискримінації та торгівлі людьми». І наприкінці статті автори закликають «Якщо ви стали свідками насильства (експлуатації, неналежного ставлення) над дітьми як з боку батьків, так й інших осіб, не залишайтеся байдужими – повідомте поліцію та інші відповідальні служби!».



Насильство у сім'ї – важлива соціальна проблема!



Отже, тільки віднедавна тема насильства в родині стала предметом публічного обговорення. Щоб перемогти реальне зло, треба відкрито обговорити проблему та шукати шляхи вирішення. За даними Інституту соціологічних досліджень НАН України, 68 % жінок зазнають знущання в сім'ї, з них чверть «як правило» або «часто» потерпає від побоїв. Кожна десята дівчина зазнає постійного насильства. Проаналізувавши матеріали заповітряних регіональних онлайн-медіа, можемо констатувати, що майже усі новини про побутове насильство – це невелика замітка та коментар офіційних державних органів, зокрема поліції. Публікацій, в яких розкриваються причини та наслідки цієї проблеми, подаються фахові поради психологів або представників МВС щодо протидії насильству в сім'ї та адреси, куди можна звернутися по допомогу, аналізуються зміни в законодавстві України та попереджається про відповідальність за подібні злочини, складають лише близько 20% від усіх, що висвітлюють цю тему. На нашу думку, цього явно не достатньо для того, щоб протидіяти проявам насильства у сім'ї та якісно проінформувати населення про шляхи вирішення цієї проблеми.



Плеханова Т. М.,

кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри видавничої справи та редагування
Запорізький національний університет

Кравчук С. М.,

студентка факультету журналістики
Запорізький національний університет

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК СПОСІБ ПРОТИДІЇ ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ

За оцінками ООН та правозахисних організацій, режим самоізоляції став каталізатором сплеску домашнього насильства у всьому світі. При чому його жертвами стають представники всіх верств населення – від блогерів до відомих політиків. Тема домашнього насильства стала справжнім трендом соціальних мереж не лише через карантин. У соціальній мережі можна знайти безліч відео, присвячених «аб'юзивним» стосункам (тобто таким, у яких один із партнерів кривдить іншого). Це стосується не лише романтичних стосунків, а й стосунків в межах родини, де одним із «аб'юзерів» може бути котрийсь із батьків. Саме під час карантину жертва домашнього насильства може залишитися в самоізоляції разом зі своїм кривдником. І саме тому в соціальних мережах про це почали говорити ще більше, ніж раніше. До обговорення теми домашнього насильства активно долучилися у соціальних мережах люди різних вікових категорій та соціальних статусів.

Окремі науковці розглядають соціальні мережі як один з інструментів формування і розповсюдження громадської думки. Так, у роботі А. Руденко [1] досліджено дотичну тему соцмереж як ефективного засобу громадської самоорганізації. А І. Динник [2] приділяє увагу соцмережам як засобу суспільного розвитку у побудові конструктивного та комунікативного діалогу. Щодо теми домашнього насильства та її висвітлення, низка окремих організацій, як от Рада Європи [3], ГО «Ла Страда-Україна» [4] та інформаційна кампанія «Розірви Коло» [5], представляють свої рекомендації, практичні та навчально-методичні посібники зі запобігання та протидії домашньому



наси́льству. Ці видання мають на меті сформувати ключові компетентності та посприяти формуванню стандартів саморегулювання при висвітленні теми ґендерно зумовленого наси́льства.

Соцмережі є найбільш дієвим засобом розповсюдження соціально значущої теми на ініціативних засадах – тобто виключається можливість маніпуляції з боку офіційних джерел чи ЗМІ. І хоча вони так само транслюють інформацію, як і їхні «колеги по цеху», роблять вони це за допомогою власних засобів. Стосується це і критичної теми домашнього наси́льства, якій соціальні мережі дали право голосу від «першої особи». І в той час, коли науковці здебільшого приділяють увагу методам висвітлення теми домашнього наси́льства саме за допомогою ЗМІ, бракує робіт, які б розглядали методи та форми, які використовують соціальні мережі – чим, власне, і зумовлена актуальність нашої роботи.

Мета статті – виявлення ролі соціальних мереж у протидії домашньо-му наси́льству.

Завдання:

- 1) Окреслити поняття домашнього наси́льства.
- 2) Виявити основні форми повідомлень, через які розкривається тема домашнього наси́льства у соціальних мережах.

Законом України «Про запобігання та протидію домашньому наси́льству» поняття «домашнє наси́льство» тлумачиться як «діяння (дії або бездіяльність) фізичного, сексуального, психологічного або економічного наси́льства, що вчиняються в сім'ї чи в межах місця проживання або між родичами, або між колишнім чи теперішнім подружжям, або між іншими особами, які спільно проживають (проживали) однією сім'єю, але не перебувають (не перебували) у родинних відносинах чи у шлюбі між собою, незалежно від того, чи проживає (проживала) особа, яка вчинила домашнє наси́льство, у тому самому місці, що й постраждала особа, а також погрози вчинення таких діянь» [6]. Відтак інформаційні повідомлення, які охоплюють увесь тематичний спектр цього поняття, можемо розглядати як матеріали для висвітлення теми домашнього наси́льства.

Соціальні мережі, залежно від їхньої класифікації, мають власні особливості та засоби презентації контенту на ту чи іншу тему. Серед тих соціальних мереж, якими українці користуються найчастіше [7], лідерами можна вважати «Facebook», «YouTube» та «Instagram».



1. Facebook

Facebook як соціальна мережа для спілкування зазвичай передбачає обмін інформацією за допомогою текстових постів, рідше – фото- та відеоконтенту.

Тема домашнього насильства, як і у більшості соцмереж для спілкування, розкривається за допомогою декількох засобів: новин від ЗМІ, особистих постів із власною думкою щодо теми, тематичних груп (які публікують низку постів, починаючи від базового інформування, завершуючи реальною допомогою) та закритих груп підтримки та порятунку. Відповідний контент найчастіше супроводжується хештегами, які зазначають тематичну спрямованість того чи іншого посту.

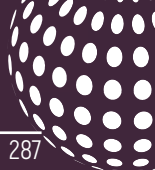
2. YouTube

YouTube має форму відеохостингу, проте все ще залишається соціальною мережею, яка допомагає обмінюватися медіаконтентом. На цій платформі форми, яких набувають інформаційні потоки з теми домашнього насильства мають різноманітний характер, з яких можна виокремити:

- соціальну рекламу (про протидію і небайдужість – це ролики від «Розірви коло», Cut be Womens Aid);
- аналоги телевізійних сюжетів (новини, програми – від BBC, НТВ);
- особисті ролики з відеоблогів (історії з власного життя, інформативні відео – Katya Konasova, Регіна Тодоренко, Robina Hoodina);
- ролики з циклів програм на YouTube (відео у стилі рубрики каналу – Без лица, TUT.BY, «Закон о домашнем насилии: разрушение или спасение семьи?»);
- авторські програми та фільми (ролики на 1-2 години, в яких присвячується увага різним аспектам теми: «Бьет – значит бьет», «Жена», «Перерождение»).

3. Instagram

Instagram є ще однією мережею для обміну медіаконтентом, проте саме на його теренах тематичні фото та пости про домашнє насильство набувають неабиякого розголосу (зокрема, тег #домашнеенасилие станом на квітень 2021 року налічує 31,6 тисячу постів). Як і на Facebook, контент складається з новин від ЗМІ, особистих блогів, відкритих тематичних акаунтів та закритих акаунтів для жертв насильства.



Саме медійна складова Instagram в один момент допомогла одному хештегу з теми домашнього насильства у відповідь на декриміналізацію домашнього насильства у Російській Федерації. Тег #янехотелаумирать моментально перетворився на масштабну соціальну акцію, яка розповсюдилася декількома країнами (зокрема, Росія, Білорусь, Казахстан тощо). Сам тег користувачі підкріплювали яскравими ілюстраціями того, який вигляд мають жертви домашнього насильства, у додаток до яскравих лонгрідів зі статистикою смертності цих самих жертв, а також їхніми трагічними історіями. Загалом за період з липня 2019 по квітень 2021 тег набрав 24,6 тисяч постів.

4. TikTok

Хоча TikTok не входить до офіційних рейтингів популярних соціальних мереж, ми не можемо не відзначити його роль у висвітленні теми домашнього насильства. Відтак у додаток до тематичних відео із власними історіями/реконструкціями/інформуванням користувачі створили німий жест крику про допомогу. Кожна жертва домашнього насильства може записати беззвучне відео без жодних підписів або тегів, але із одним жестом – людина підіймає розкриту долоню, згинає великий палець і накриває його рештою пальців. Інші користувачі можуть запропонувати людині свою допомогу. За даними TikTok, які він надає у відповідь на запит #международныйжестпомощи, станом на 22 квітня 2021 року цей тег набрав 376,1 тисячу переглядів.

У цій соцмережі дописувачі навіть запустили флешмоб, щоб привернути увагу до проблеми насильства. Користувачі – переважно молодь – зображують себе жертвами домашнього насильства, накладають макіяж, наче на них синці й забої.

Отже, засоби, за допомогою яких соціальні мережі висвітлюють тему домашнього насильства, являють собою повідомлення інформативного та/або особистого характеру, інструкцію про методи протидії насильству або заклик до боротьби. Будь-яка із цих форм трапляється користувачам на теренах того чи іншого соціального майданчика і привертає до себе увагу. І чим популярнішими стають соціальні мережі, тим дедалі більшого розголосу набуватимуть такі соціально значущі теми, як тема домашнього насильства, а значить і більше людей зможуть отримати інформацію та знайти допомогу.



Література

1. Руденко А. Ф. Соціальні мережі як ефективний засіб громадської са-моорганізації в сучасній Україні. Анотація. URL : <http://old2.niss.gov.ua/content/articles/files/Rudenko-52ea7.pdf>
2. Динник І. Соціальні мережі як засіб суспільного розвитку. Ефек-тивність дер-жавного управління. 2017. №1. Ч.1. С. 64–69
3. Рекомендації для ЗМІ щодо розробки стандартів саморегулювання. URL : <https://rm.coe.int/vaw-media-guidelines-ukrainian/1680a077ec>
4. Запобігання та протидія проявам насильства: діяльність закладів освіти. На-вчально-методичний посібник. URL : https://www.unicef.org/ukraine/sites/unicef.org.ukraine/files/2020-07/Посібник_Протидія%20насилъству_0.pdf
5. Путівник координатора заходів у сфері запобігання та протидії до-машньому насильству. Практичний посібник. URL : https://ukraine.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/GBV%20Guide%20for%20CoordinatoNAL_WEB_27042020.pdf
6. Закон України. Про запобігання та протидію домашньому насиль-ству. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19#Text>
7. Соцсети как источник информации. URL : <http://rb.com.ua/blog/socmerezhi-jak-dzherelo-informacii/>



Грабовець І.В.,

к.соц.н., доцент, в.о.завідувача кафедри

соціології та масових комунікацій

Криворізького державного педагогічного університету;

Комарова О.О.,

к.соц.н., старший викладач кафедри

соціології та масових комунікацій

Криворізького державного педагогічного університету

МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ У ПОПЕРЕДЖЕННІ ТА БОРОТЬБІ ІЗ СЕКСУАЛЬНИМ ДОМАГАННЯМ ТА ДИСКРИМІНАЦІЄЮ

Сучасний світ орієнтований на максимально можливий захист прав людини в усіх сферах, прояви будь-якої дискримінації засуджуються і викликають обурення в активній частини громадськості, на законодавчому рівні окремих країн та рівні міжнародних спільнот приймаються закони, конвенції, декларації... Здавалося б, у світі скоро не залишиться місця проявам різного роду дискримінацій та порушенню прав, тим більше в Україні, яка орієнтована на ратифікацію майже усіх міжнародних конвенцій з цього приводу. Але... Якщо насилля не видно, це не означає, що його не існує. Сексуальні домагання та дискримінація – це саме ті злочини, які досить часто є «невидимими», можуть навіть здаватися цілком законними і такими, що не виходять за межі «норми». Та статистика свідчить про інше: за останніми даними, кожна третя жінка на землі зазнає фізичного або сексуального насильства, і в більшості випадків його здійснює інтимний партнер [1]. Отже, проблема захисту від сексуальних домагань та дискримінації не втрачає своєї актуальності і сьогодні і до її вирішення долучаються державні владні чиновники, насамперед правоохоронні органи, громадські організації та особи, не байдужі до такого соціального лиха. І безперечно, до цієї важливої справи необхідно привернути належну увагу ЗМІ, які (в чому переконливо свідчить практичний досвід) впливають на формування свідомості людей, на їх моральне виховання, на утвердження норм правової культури у суспільних відносинах. Ефективне використання



можливостей ЗМІ, які у взаємодії з органами державної влади, насамперед з правоохоронними структурами, можуть активно сприяти проведенню заходів профілактики насильницьких злочинів сексуального спрямування.

Медіа відіграє важливу роль у протидії порушенням прав людини, зокрема у попередженні та боротьбі із сексуальним домаганням та дискримінацією. Дискримінаційні судження, національні та гендерні стереотипи, які поширюються у засобах масової комунікації, свідомо чи несвідомо підштовхують аудиторію до хибних суджень про певні національності, представників певної статі чи професії. І навпаки, сексизм у ЗМІ – електронних, друкованих, візуальних і аудіо – сприяє формуванню середовища, у якому толерують «повсякденний» сексизм і представляють його незначним.

Таким чином, метою нашого дослідження є розгляд та аналіз медіа в якості інструмента попередження та боротьби із сексуальним домаганням та дискримінацією. Для реалізації поставленої мети необхідно дослідити інформаційні джерела за темою дослідження, розглянути механізми захисту прав людини, яка постраждала від сексуальних домагань або дискримінації, проаналізувати випадки та причини виникнення таких правопорушень в Україні.

Сьогодні ЗМІ й електронні, й друковані можна успішно використовувати для запобігання насильству, адже сучасна молодь до телебачення, радіо, газет, журналів, мережі Інтернет звертається в пошуках важливої інформації, таким чином поповнюючи свої знання, розширюючи світогляд. Від того, що споживач інформації побачить/прочитає/почує в медіа, багато в чому залежить його світоглядна позиція і орієнтація на певні цінності. Дискримінативні висловлювання в медіа не тільки не сприяють формуванню негативного ставлення до сексуальних дискримінацій у суспільстві, а й можуть образити значну частину споживачів інформації. Адже, сприйняття світу через призму медіа посилює закріплені в минулому стереотипи у суспільстві. Наприклад, заголовок «Радіу замінували секс-бомбами: фотопарад нових нарядів з парламенту» порушує журналістські стандарти, зокрема відокремлення фактів від коментарів і точності. Такий заголовок і подача матеріалу одразу задає певну інтонацію читання та відволікає від головної новини дня – початку сесій Верховної Ради після літніх канікул. «Сумна Лобода крупним планом показала пишні груди» показує нам фото з інстаграм-сторінки, з якої зробили «новину» [2].

Масштабність наслідків під час висвітлення матеріалів на тему насиль-



ства неможливо передбачити. Так, часто журналісти, нехтуючи етичними нормами, не отримавши згоду у письмовій формі розкривають деталі інформації про постраждалу особу, наводять відео/фотографії тілесних ушкоджень, включають до репортажу фотографії/ілюстрації, що зображують сцени насильства, відверто наполягають на тому, щоб людина детально описувала подробиці або обставини [3].

Так, після сюжету ТСН (1+1) та матеріалів інших ЗМІ про потерпілу у справі, де повідомлялося про сексуальне насильство і тортури, застосовані до жінки і чоловіка з боку поліцейських Кагарлицького відділення поліції, деякі ЗМІ опублікували ім'я, місце проживання і фотографію жертви. Вони також описали її характер і поведінку. Це неприпустимо для медіа, на цьому наголошує і моніторингова місія ООН з прав людини. Так, при висвітленні випадків сексуального насильства всі зацікавлені сторони, зокрема і ЗМІ, повинні враховувати, що інтереси жертв на першому плані, а отже журналістам потрібно уникати повторної травматизації і стигматизації жертви, не відтворювати гендерні стереотипи, такі, як звинувачення жертви, і публічно поширювати особисті дані людини лише за умов її інформованої згоди [4]. У сучасному суспільстві ця доцільність обумовлена і розширенням технічних можливостей інформаційного забезпечення суспільства та відповідно необхідністю удосконалення нормативно-правової бази діяльності суб'єктів інформаційної діяльності.

Кримінологами запропоновано ряд напрямів профілактики правопорушень ЗМІ, що впливають із завдань, які стоять перед правоохоронними органами. Так, В.І Томін виділив два основні напрями запобігання правопорушенням ЗМІ: 1) це зусилля, що мають своїм безпосереднім завданням правове виховання населення; 2) спонукання населення до надання допомоги державним органам у розкритті злочинів та розслідуванні кримінальних справ [5, с.11]. Для цього потрібно наповнювати телеефір та контент інтернет-медіа якісними українськими програмами та фільмами, які б виховували населення на засадах християнської моралі, пропагували духовні цінності, високі моральні якості, правдивий патріотизм, пропагували культ доброзичливих сімейних відносин, утворити належний бар'єр для проникнення низькопробних творів, що пропагують насильство, розпусту, цинізм, культ сексу.

Є. Сокурєнко, журналістка Центру прав людини ZMINA підготувала для MediaLab рекомендації, як фахово і коректно писати про насильство, адже



зустрічаються матеріали, у яких журналісти перекладають вину за злочин з людини, яка його скоїла, на людину, яка потерпіла. Так, важливими серед рекомендацій є: не перекладати провину за насильство на людей, які його зазнали, посилаючись на перевірені і документально підтверджені факти, відбирати для матеріалу коментарі у фахівців, які знаються на темі із людьми, що пережили насильство, говорити так, щоб їм не нашкодити, а також бути обережними зі стилістикою [6].

Важливою проблемою є також взаємодія правоохоронних органів із громадськістю, тому необхідно висвітлювати через ЗМІ і ці питання, зосереджуючи головну увагу на позитивних прикладах такої діяльності, на вирішенні складних проблем. Слід наполегливо через медіа плекати довіру у населення до тих владних органів, які за службовим покликанням мають працювати з жертвами сексуальних домагань, показувати їх можливості, надавати допомогу за різних обставин.

Література

1. Насилие в отношении женщин [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women> Дата звернення 20.04.2021
2. Посібник із гендерно чутливої журналістики [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://irrp.org.ua/posibnyk-iz-genderno-chutlyvoyi-zhurnalistyky>
3. Рекомендації для медіа щодо висвітлення гендерних питань і конфлікту [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://ukraine.un.org/sites/default/files/2020_09/guidelines_ukr_prew_40719_compressed.pdf
4. Місія ООН - про Кагарлик: Неприпустимо розголошувати в медіа особисті дані жертв насильства [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3038156-misia-on-pro-kagarlik-nepripustimo-rozgoslovuvati-v-media-osobisti-dani-zertv-nasilstva.htm>
5. Томин В.І. Использование средств массовой информации в борьбе с преступностью / В.І. Томин. – Горький, 1976. – 27 с.
6. Як писати про сексуальне насильство, щоб своїм текстом не з'валтувати людину повторно [Електронний ресурс] // Режим доступу: https://zmina.info/instructions/jiak_pisati_pro_seksualne_nasilstvo_shhob_svojim_tekstom_ne_zvaltuvati_ljudinu_povtorno/?fbclid=IwAR0T-LoLT0qi_JbD2Qe6Q5mBDbpJz2_uu_oQSr1L4vN1LA8ezkOwc-nVgZ4



Винарчик М. К.,

студентка 3-го курсу спеціальність «журналістика»
Інституту права, психології та інноваційної освіти
Національного університету «Львівська політехніка»
Науковий керівник завідувач кафедри ЖЗМК
Національного університету «Львівська політехніка»
к.н. із с.к., доцент **Галаджун З.В.**

СЕКСИЗМ ТА ОБ'ЄКТИВАЦІЯ У ЗАГОЛОВКАХ НОВИННОГО САЙТУ TSN.UA

Щодня ми споживаємо інформацію з медіа та не завжди аналізуємо її якість. "Блондинка спричинила ДТП" на перший погляд проблеми у формулюванні заголовку нема, читача цікавить чи є постраждалий. Таке висловлювання дискримінує світловолосих жінок, адже прямого зв'язку між статтю водія та кольором волосся нема. Та згодом сексистські висловлювання стають звичлими і переростають в упереджене ставлення до жінок. Аби виявити сексизм варто зазначити його тлумачення.

Метою нашої роботи є дослідження дискримінації за статтю та об'єктивності у заголовках матеріалів

Об'єктом дослідження є матеріали новинного сайту "TSN.UA" за березень-квітень 2021 року.

Предметом дослідження стали сексизм та об'єктивність у заголовках матеріалів "TSN.UA".

Сексизм – упередження, засноване на проблемі статі. // Ідеологія, яка встановлює нерівні права чоловіків і жінок, або ж статеву дискримінацію [1]. "Жіноча логіка", "чоловічий характер", "слабка стать" ці та схожі за змістом штампи не рідко "прикрашають" журналістські матеріали. Часто сексистські заголовки продовжують матеріалом взятим з повітря. До прикладу, 15 квітня спортивний портал "Деро.Сектор" опублікували матеріал: "Красуня-тенісистка оголила свої принади на відпочинку в Домінікані". У тексті два речення: "22-річна тенісистка Фанні Штоллар поділилась новою світлиною в соцмережі. Фанні виклала спокусливе фото з Домінікани" [2]. Звісно новини, що стосуються тенісу актуальні для спортивного порталу, та сексистська оцінка фото спортсменки сумнівний матеріал для інформаційного порталу.



Проти проявів сексизму в медіа і політиці щодо жінок існує кампанія – “Повага” [3]. На її сайті функціонує база експерток для ЗМІ «Спитай жінку». Охочі можуть отримат контактні дані й інформацію про експерток з різних сфер, шляхом запиту через електронну форму. Авторки та автори з різних міст можуть вести на сайті власні колонки. Є рубрики, де у форматі інтерв'ю, оглядів, статистичних даних, рецензій тощо висвітлюють дискримінацію у різних сферах життя. Також говорять про домашнє насильство, сексуальні домагання, новини міжнародного законодавства у сфері рівних прав та досягнення гендерних політик. Серед проєктів: серія відеоісторій “Шлях жінки в політику”, серія подкастів “Це зробила вона» та інше.

За сексистські висловлювання серед політиків та сексистський матеріал у ЗМІ щороку нагороджують антипремією “Це яйце”. Ця антипремія – відповідь низки громадських організацій за образливі висловлювання. До прикладу у 2019 лауреатом премії став Володимир Зеленський. Під час виступу на найбільшому в світі кампусі стартапів «Station F» у Франції, він назвав українок одним із “брендів” країни [4].

Аби виявити проблему дискримінації у матеріалі автори/ки посібника із гендерно чутливої журналістики радять застосовувати “reversibility test”, “тест на оберненість” [6]. Замість згадки про жінку описуємо чоловіка, чи добре виглядатиме такий текст?

Наприклад візьмемо заголовок матеріалу TSN.ua за 08.04.2021 “Ух яка: Гейлі Бібер підкреслила стрункі ноги шкіряною мініспідницею” [6].

Ух яка: Гейлі Бібер підкреслила стрункі ноги шкіряною мініспідницею.	Ух який: Джастін Бібер підкреслив стрункі ноги шкіряними шортами
--	--

Або заголовок матеріалу про українську співачку Ірину Федишин опублікованого 09.03.2021 [7].

Ефектна блондинка: Ірина Федишин підкреслила стрункі ноги рожевою сукнею-жакетом.	Ефектний блондин: Олег Винник підкреслив стрункі ноги рожевим жакетом.
---	--

Текст матеріалу: “Ірина Федишин виклала в Instagram серію знімків, на яких похизувалася новим яскравим луком. Співачка постала у рожевій сукні-жакеті з поясом на талії, в якій її ноги мали стрункий та привабливий вигляд.” [7]. Далі описують зачіску, макіяж, прикраси та сексуальність співачки у такому образі. Але якщо ми уявимо матеріал з цим текстом про чоловіка, то він скоріш за все буде недолугим або ж смішним.



У березні 2020 року інститут масової інформації опублікував моніторингове дослідження гендерного балансу на прикладі 17 популярних українських онлайн-медіа. Найменше експерток у моніторинговий період було зафіксовано на сайті ТСН (5%). Моніторинг ІМІ показав, що деякі загальнонаціональні онлайн-медіа дозволяли собі сексизм або об'єктивізацію жінок, тобто зводили особистість лише до жіночого тіла, що є надзвичайно шкідливим прикладом для аудиторії [8].

Об'єктивація – втілення чого-небудь у предметних формах, образах і т. ін. [9]. У статті “«Не по суті, а по статі»: 6 тез про гендерно чутливу журналістику” експерт із комунікацій Микола Ябченко привів приклад: «мер із дружиною» або «високопосадовець із дружиною». «Тобто жінку не сприймають як окрему особистість, але натомість сприймають як додаток до якогось успішного чоловіка», – пояснив він [10].

Ми підібрали приклади заголовків таких з новинного сайту TSN.UA. У матеріалі “Ведучий ТСН Святослав Гринчук з дружиною-красунею вийшов у світ” [11], що опублікували 26 березня присутня об'єктивація. “Дружина-красуня” – вочевидь таким чином авторка хотіла зробити комплімент.

За словами журналістки та правозахисниці Ольги Веснянки, компліменти, як і висловлювання: “слабка стать” чи “нехай першою скаже жінка” є недоречними. «Тобто треба позбутися цих синонімів та з повагою ставитися до співрозмовників і співрозмовниць», – зазначила вона [10].

8 квітня 2021 р. на сайті оприлюднили матеріал “Молода дружина Макаревича вперше прокоментувала стосунки з 67-річним музикантом” [12]. “Молода дружина” без вказівки імені – ознака об'єктивації. “стосунки з 67-річним музикантом” – ознака ейджизму, тобто вікова дискримінація. Ще один матеріал “Ось це розмір: сексапільна дружина зірки світового футболу засліпила шикарним бюстом” [13] опублікований на сайті TSN.UA 16 квітня 2021 року. У ліді матеріалу автор теж не вказує ім'я жінки, але знову додає сексизму: “Мати п'яťох дітей не соромиться виставляти напоказ апетитні форми.” Далі вказує, що мова йде про Ванду Нару. Вона модель, агент та дружина форварда «Парі Сен-Жермен» Мауро Ікарді. У тексті йдеться про фігуру моделі: “Селфі вийшло неймовірно гарячим завдяки об'ємному бюсту красуні, від якого дуже складно відвести погляд.” та інші фото жінки. Та найцікавіше, що цей матеріал розміщений у рубриці “Спорт”.

У вже згаданому посібнику із гендерно чутливої журналістики для збалансованості матеріалу радять: користуватися методом дзеркала, ставити



чоловікам і жінкам однакові запитання. Ви ж не запитували б у політика про улюблений рецепт паски. Спробуйте поставити за стандарт дотримання гендерного балансу. Цитувати жінок і чоловіків порівно [5].

У висновку варто зазначити, що сексизм переростає в упереджене ставлення, принижує та викликає ворожу налаштованість. Аби уникнути цього, перш за все, потрібно дотримуватись стандартів журналістики, адже дискримінація суперечить їм. Також корисно застосовувати поради від експертів та бути толерантним.

Література

1. Сексизм [Електронний ресурс] // СЛОВНИК.ua – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/sccv>
2. Красуня-тенісистка оголила свої принади на відпочинку в Домінікані [Електронний ресурс] // Діпо.Сектор. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/scct>
3. Повага – кампанія проти сексизму в медіа і політиці [Електронний ресурс] // Повага – Режим доступу до ресурсу: <https://povaha.org.ua/pro-sajt/>.
4. Антипремія "Ще яйце!" [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/sccp>
5. Посібник із гендерно чутливої журналістики [Електронний ресурс] // IRPP.org. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/sccr>
6. Ух яка: Гейлі Бібер підкреслила стрункі ноги шкіряною мініспідницею [Електронний ресурс] // TSN.UA. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/sccm>
7. Ефектна блондинка: Ірина Федішин підкреслила стрункі ноги рожевою сукнею-жакетом [Електронний ресурс] // TSN.UA. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/scbg>
8. Машкова Я. 81 на користь чоловіків: коли жінки стануть людьми для українських медіа [Електронний ресурс] / Яна Машкова // ІМІ. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/scck>
9. Об'єктивація [Електронний ресурс] // СУМ – Режим доступу до ресурсу: <http://sum.in.ua/s/ob.jektyvacija>.
10. Вольвач Я. «Не по суті, а по статі»: 6 тез про гендерно чутливу журналістику [Електронний ресурс] / Яся Вольвач // Повага. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/sbyk>.
11. Ведучий ТСН Святослав Гринчук з дружиною-красунею вийшов у світ [Електронний ресурс] // TSN.UA. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/sccc>
12. Молода дружина Макаревича вперше прокоментувала стосунки з 67-річним музикантом [Електронний ресурс] // TSN.UA. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/sccb>
13. Ось це розмір: сексапільна дружина зірки світового футболу запліла шикарним бюстом [Електронний ресурс] // TSN.UA. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://surl.li/sccj>



Волинець Г. М.,

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри журналістики

Національного університету «Запорізька політехніка»

Запоріжжя

ЗБРОЙНІ КОНФЛІКТИ КРИЗЬ ПРИЗМУ РЕПОРТАЖНОЇ ФОТОГРАФІЇ

Науковці стверджують, що конфлікт – це невід’ємне соціальне явище: «Будь-який конфлікт, що виникає в соціальному середовищі між людьми, є соціальним у широкому значенні цього слова. Сторони, які беруть участь у соціальному конфлікті, мають чіткі соціальні інтереси, реалізація яких зустрічає протидію» [5]. Воєнні конфлікти стали поштовхом для розвитку репортажної фотографії: саме у XIX ст. (під час висвітлення Кримської війни 1854–1856 рр., Громадянської війни в США 1861–1865 рр., Російсько-турецької війни 1877–1878 рр. тощо) почали формуватися засади цього жанру. На сьогодні репортажна світлина є одним із ключових зображальних жанрів мас-медіа.

Мета цієї розвідки – визначити характерні особливості репортажної фотографії при висвітленні збройних конфліктів. Реалізація мети передбачає розв’язання таких завдань: окреслити теоретико-методологічне підґрунтя у вивченні жанрових особливостей репортажної фотографії; детермінувати поняття «репортажна фотографія»; узагальнити практичний досвід роботи над мілітарними фоторепортажами.

Науковий інтерес до цього жанру формувався із середини минулого століття. Фоторепортажі стали предметом досліджень багатьох українських вчених: С. Горевалова, Н. Зикун, О. Фурмана, М. Максимовича, Я. Табінського; а також і зарубіжних – С.Аллана, Е.Боргес-Рей, А. Гарсія, Дж. Кендри та ін. Утім, сучасні процеси трансформації та модифікації жанрів журналістики взагалі, й фотожурналістики зокрема, залишаються малодослідженим, що й зумовлює актуальність нашої наукової розвідки.

Термін «фоторепортаж» – багатозначний: «цим терміном позначають і спосіб зйомки, і окремий інформаційний знімок, отриманий репортажним способом, і кілька фотографій, що висвітлюють розвиток якої-небудь події чи явища» [7, 331]. Вчені визначають жанр фоторепортажу як матеріал, у



якому «дібрані у певній послідовності фотознімки в динаміці (в розвитку) показують наочно, себто візуально, те, що відбулося чи відбувається. Доповнений текстовим поясненням фоторепортаж не тільки поживляє, а й відповідно впливає на читача через зорове сприйняття [2, 291]. За словами М.Максимовича, «фоторепортаж за суттю є доволі складним жанром фотожурналістики, оскільки поєднує в собі чимало елементів інших жанрів: пейзаж, портрет, натюрморт» [4, 71].

У теорії сучасного журналістикознавства виокремлюють декілька жанрів фотографії, які відзняті репортажним методом:

- прес-фотографія (новинна) – «знімання поточної події від місцевого до міжнародного масштабу, дуже оперативна і, як правило, відображає теперішню мить» [2, 297];

- репортаж – «новини, проте з осмисленням, аналізом причин, наслідків, фотограф працює не як фіксатор подій, він намагається їх аналізувати», «гарний репортаж – це історія, а фотограф повинен вміти розповісти цю історію з достатнім захопленням і яскравістю, не забуваючи при цьому про деталі» [2, 297];

- документальна фотографія – «той самий репортаж, проте знімається він довго, іноді роками, робота присвячена цікавій і, як правило, значущій темі» [2, 297].

Репортажна фотографія підпорядкована загальновідомим принципам: оперативність, актуальність, самодостатність (часто провідні ІА та впливові авторитетні видання використовують такі виразні та емоційні світлини в рубриці «Фото дня» / «Фото тижня»), об'єктивність, правдивість, точність тощо. Крім того, «якщо репортер-документаліст докладе зусиль, віднайде деталі й символи події, то на фотографіях з'явиться і атмосфера цього місця, і характери людей, і динамічність» [7, 329]. Вимоги до фоторепортажів із зони воєнних дій, збройних конфліктів стають усе складнішими: сьогодні недостатньо просто поінформувати про подію: від професійного фотожурналіста, на думку О. Фурмана, чекають якісних, високого художнього рівня світлин [8, 57]. Дослідники наголошують на тому, що запит на репортажі стрімко скорочується не лише в Україні, але й у всьому світі: «І в країнах СНД, і на Заході є непопулярними репортажі на теми неблагополуччя – про жертви воєн, конфліктів і катастроф. Але різниця в тому, що за кордоном ці репортажі можна побачити не тільки через «професійні» ЗМІ, але і завдяки величезній кількості виставок, фондів, громадських організацій тощо. У нас це практично неможливо» [8, 59].



С. Горевалов та Н. Зикун виокремлюють новий жанр-гібрид – військово-соціологічну фотографію, що «розвивається в межах фотографічного репортажу»; «документальна фотографія, разом із репортажною, створює цілісне зображення та є соціологічним документом. Зазначений вище вид фотографії має свої традиції: від роботи з архівною світлиною до власне фотографічної творчості з метою документування та збагачення виразних можливостей прес-фотографії на мілітаристичну тематику» [1, 67]. Науковці акцентують на документальній цінності таких фотографій і визначають, що «мілітарна соціологічна прес-фотографія повинна фіксувати стан, який, у результаті зміни життєвих стандартів армії може стати здобутком історії» [1, 67]. Для розрізнення документальної та прес-фотографії науковці висловлюють таку тезу: «фотографія в журналістиці показує поточну подію, а документальне фото відображає стан справи, як соціологічний образ реальності», при цьому надзвичайно важливим є «ефект впливу на реципієнта» [6, 83].

Репортажна фотографія, за словами дослідників, містить експресивний компонент, «проте перед авторами існує вимога – жорстко дотримуватись всіх етичних меж, які є результатом неупередженого ставлення до фотожурналіста» [6, 83]. Саме тому для репортажної фотографії важливий баланс емоції та етики. М. Максимович зазначає, що «журналістське співтовариство під час обговорення таких світлин завжди розділяється на два табори, дискутуючи над тим, що ж важливіше: відкласти фотоапарат і допомогти людям, чи відсторонено виконувати свою роботу, фіксуючи саму подію» [4, 71]. У подібних екстремальних ситуаціях фотожурналіст не має часу на консультацію із редакцією і приймає рішення самостійно. Втім, якщо журналіст не залишив свої професійні обов'язки (і виконує безпосередньо свою роботу – фотографує), то за сучасними стандартами – він не порушує етичних норм: не він стріляє і вбиває, не він підбурює до насильства, врешті він не є лікарем. Звичайно, журналіст може надати необхідну першу допомогу, але якщо він припинить документувати перебіг збройного конфлікту, то як світова спільнота дізнається про загострення, про наявну проблему. На це звертає увагу й Маргарита Ахвледіані, грузинська журналістка, програмний директор GO Group Media; JAMnews (Тбілісі): попри емоційну складову фоторепортажу, попри напруженість під час збройного конфлікту журналіст повинен намагатися уникати узагальнень і оціночних суджень, натомість основне його завдання – фіксувати факти, збирати інформацію.



Отже, робота під час збройного конфлікту вимагає від фоторепортера перш за все внутрішніх сил: зібраності, певною мірою відстороненості, вміння стабілізувати власні емоції тощо. Також важливою є фізична і психологічна підготовка військового журналіста: на сьогодні є спеціальні курси підготовки до роботи в зоні бойових дій. Саме під час збройних конфліктів репортажна фотографія набуває функції документальності: ці знімки можуть свідчити про злочини, про порушення прав людини.

Література

1. Горевалов С., Зикун Н. Фотожурналістика силових структур України в системі масових комунікацій. Держава та регіони. Соціальні комунікації. 2013. № 1. С. 64–68. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/drsk_2013_1_15.pdf
2. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і допов. / ТО. Приступенко, Р.В. Радчик, М.К. Василенко та ін.; за ред. В.В. Різуна. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. 352 с.
3. Максимович М. Сучасна фотожурналістика: проблеми, виклики, перспективи. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Журналістські науки. 2019. Випуск 3. С. С. 29–36. URL: <http://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/vypusk-3-nomer-910-2019/suchasna-fotozhurnalistyka-problemy-vykylyku-perspektyvy>
4. Максимович М. Фоторепортаж в царині сучасної зображальної журналістики. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2020. Випуск 4. С. 68–74. URL: <http://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/vypusk-4-nomer-2020/fotoreportazh-v-caryni-suchasnoyi-zobrazhalnoyi-zhurnalistyky>
5. Орлянський В.С. Конфліктологія : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 160 с.
6. Табінський Я. Трансформація жанрів у фотожурналістиці: теоретичний та генологічний аспекти. Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика. 2020. Вип. 47. С. 77–87. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2020_47_10
7. Табінський Я. Фотографія у системі нових медій. Вісник Львівського університету. Серія журналістика. 2013. Випуск 37. С. 226–333.
8. Фурман О. Тенденції розвитку фотожурналістики останніх років. Наукові дослідження українського медійного контенту: соціальний вимір. № 1(8). 2014. С. 55–60. URL: https://issuu.com/kaf_evm/docs/ndumk_1_2014
9. Allan S. Witnessing in crisis: Photo-reportage of terror attacks in Boston and London. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1750635214531110>
10. Garcia A. Vista do Photo-novel and photo reportage: concepts, confluences, (un)limits. URL: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21252/11557>



Орлова Н. В.,

кандидат наук із соціальних комунікацій
кафедра української філології та журналістики
Херсонський державний університет
Херсон

ТЕМА ЗАБОРОНИ АБОРТІВ В УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ МЕДІА: ДО ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТУ

Кожна держава світу по-своєму розв'язує проблему штучного переривання вагітності. Від повної заборони абортів як злочину проти життя до виняткових випадків (згвалтування), медичних або соціально-економічних показників, рішення самої жінки. Україна належить до тих держав, де аборт дозволено за бажанням жінки.

У жовтні 2020 р. європейську спільноту сколихнула хвиля протестів поляків проти рішення Конституційного трибуналу щодо заборони абортів. І до цього законодавство Польщі – однієї із найбільш релігійних країни Європи – було достатньо суворим щодо процедури штучного переривання вагітності. Згідно із законом від 1993 р. це дозволено лише за медичними показниками (загроза життю і здоров'ю жінки, наявність у плода невиліковної хвороби, згвалтування). Судді Конституційного трибуналу Польщі другу позицію визнали неправомірною і своїм рішенням від 22 жовтня 2020 р. фактично заборонили аборти. Аналітики пояснюють це ідеологічною перевагою консервативних сил у нинішній польській владі, які виступають за традиційні цінності. Рішення Конституційного трибуналу викликало обурення значної частини поляків. Соціальними мережами почав ширитися рух «Moje ciało – moja sprawa». З огляду на резонансність теми її підхопили українські та зарубіжні медіа.

Метою наукової розвідки є аналіз висвітлення теми заборони абортів у Польщі українськими та зарубіжними виданнями.

Завдання дослідження: а) виявити особливості висвітлення проблеми заборони абортів; б) проаналізувати глибину розробки теми; в) визначити об'єктивність подачі матеріалу.



Джерельною базою дослідження слугували журналістські публікації із заявленої теми найбільш популярних і авторитетних друкованих/електронних ЗМІ суспільно-політичного спрямування Польщі («Gazeta Wyborcza», «Rzeczpospolita»), Великобританії («The Guardian»), Росії («Известия», «Аргументы и факты»), України («Європейська правда», «День»). Вибірка охопила часовий проміжок осінь 2020 р. – весна 2021 р.

Ліберально-демократичне видання Польщі – щоденна політична «Gazeta Wyborcza» – активно висвітлювало тему заборони абортів. Так, у матеріалі Агнешки Добкевич «Kolejny dzień protestów przeciw zakazowi aborcji. Wałbrzych: kobiety kontratakują» (24.11.20) йдеться про перебіг протестів у місті Валбжих [1]. У репортажі авторка передає настрої протестувальників, серед яких чимало жінок. Перед офісом правлячої партії PiS вони скандують «J ... ś PiS» (іди геть, PiS), «Це похорон вашого уряду, жінки вас не пробачать» [1]. Репортаж має яскраві фото, що ілюструють атмосферу протесту. Ще один репортаж журналісток «Gazeta Wyborcza» Кароліни Козакевич, Домініки Твєрек та Кароліни Кієк «Tłumy młodych przeszły przez Wrocław w proteście przeciwko zakazowi aborcji. Skandowali «Je...ś PiS»» (23.11.20) повідомляє про кількатисячний марш у Вроцлаві молоді, який організований під гаслом «Револуція – це жінка» [2].

У матеріалах, що з'являються в «Gazeta Wyborcza» через тиждень від початку перших протестів, уже фіксуємо аналітику. Наприклад, у проблемному звіті Міхала Вотчука «Zaskakujący dwugłos radnych PiS o wyroku ws. zakazu aborcji» (29.10.20) висвітлюється позачергове засідання радників правлячої партії PiS [3]. Автор наводить суперечливі думки учасників зборів (одні говорять про те, що у складних випадках аборт має бути рішенням жінки, інші наполягають на праві захисту життя від зачаття і засуджують «вульгарні форми протестів»). Журналіст у заголовок матеріалу виносить своє судження про радників, називаючи їхні голоси «дивовижними».

Розміщують бесіду з лікарем-гінекологом проф. Wielgoś про заборону абортів «Czuję się bezradny, solidaryzuję się z kobietami» (29.10.20). Журналіст Войцех Карпешук з гостем обговорюють складні з морального і правового аспектів питання: як повинен гінеколог говорити з вагітною пацієнткою з діагностованими вадами плода; чи повинен він повідомляти правоохоронні органи про намір жінки перервати вагітність за кордоном [4].

Редакція «Gazeta Wyborcza» повідомляє і міжнародні новини з цієї теми. Це замітка Мацея Орловські «Oklahoma (niemal) całkowicie zakazuje



aborcji. Zgwałcone kobiety będą musiały rodzić» (27.04.21), що інформує про майже повну заборону абортів в американському штаті Оклахома [5]. Губернатор Кевін Стітт наголосив на дотриманні передвиборчої обіцянки і підписав закон, що забороняє аборти згвалтованим жінкам.

Інша впливова загальнонаціональна щоденна польська газета «Rzeczpospolita», зважаючи на своє ліберально-консервативне спрямування, висвітлює тему заборони абортів переважно на засадах традиційних цінностей. У виданні фіксуємо більше аналітичних та публіцистичних матеріалів, ніж інформаційних. Так, Міхал Шулджинський у загальнодослідницькій статті «Spokój sumienia czy mniej aborcji» (07.02.21) міркує про складність морального вибору народних депутатів під час голосування за заборону абортів [6]. Автор висловлює власну думку про те, що аборти не є нормальними. Водночас повна заборона є контрпродуктивною і може тільки погіршити ситуацію.

Публікація «Abp Jędraszewski: Zamiast «Ukrzyżuj», tłum krzyczy «Aborcja»» (02.04.21) є публіцистичним зверненням до аудиторії архієпископа Кракова Марека Єдрашевського [7]. Він очолив традиційний Хресний шлях у Кальварії Зебжидовській, під час якого висловився щодо абортів. Архієпископ порівняв прихильників абортів з тими, хто вимагав розп'яття Христа. У заголовок винесено цитату священника, в якій подано образ нерозумного, здичавілого натовпу, що колись кричав «Розпни», а нині «Аборт». Архієпископ закликав поляків не вбивати ненароджених дітей і захищати таким чином свою людяність.

Про «абортивний туризм» польських жінок до Чехії йдеться у polemічній статті «Ambasada do władz Czech: Nie ułatwiajcie aborcji Polkom» (02.05.21). Заступник посла Республіки Польща Антоні Врега надіслав представникам чеського уряду, Міністерству охорони здоров'я Чехії лист, в якому застерігає чеську владу приймати закон про аборти іноземним жінкам, оскільки це призведе до «абортивного туризму» і порушень польськими жінками законів країни. Цей лист оприлюднив чеський тижневик «Респект». Відповідь на звернення польського посла дав міністр охорони здоров'я Чехії Ян Блатний, який зазначив, що «проведення абортів для іноземців з країн ЄС, включаючи Польщу, вже відповідає національному та європейському законодавству» [8]. Висновок із дипломатичного спілкування прогнозований: польський тиск не спрацює, і Міністерство охорони здоров'я Чехії підтримує поправку Сенату щодо дозволу іноземним жінкам



здійснювати процедуру переривання вагітності.

Аналіз опитування поляків щодо поточного стану справ про заборону абортів подала Зузанна Дамбровська у публікації «Sondaż: Ilu Polaków chce zaostreżenia przepisów aborcyjnych w Polsce?» [01.03.21]. Вона проаналізувала результати опитаних відповідно до їх соціального статусу, віку, політичних та медійних уподобань, релігії. Журналістка дійшла висновку: тема абортів поляризує польське суспільство. Цікаво, що прихильників ліберального підходу переважна більшість [9].

Авторитетна британська щоденна газета ліво-центристської орієнтації «The Guardian» активно висвітлювала тему заборони абортів у Польщі. У першу ніч протестів, 23 жовтня 2020 року, редакція публікує статтю «Pro-choice protesters march in Polish cities amid abortion ban anger» [10]. Текст рясніє протестними вигуками «У вас кров на руках», «Ви створюєте пекло для жінок», оцінними судженнями («у Польщі найбільш драконівські закони про аборти в Європі», «жорсткі католицькі активісти»). Наводять позиції різних сторін, проте за емоційним фоном публікації відчувається підтримка протестувальників.

Стаття «The Guardian view on Poland's abortion ban: a betrayal of democracy» (28.10.20) розкриває погляд редакції на заборону абортів у Польщі [11]. Наводять передісторію події. Трактуючи прийняття урядом Я. Качинського та його партії «Право і справедливість» (PiS) скандального закону, редакція не приховує різко негативного ставлення до «надпотужної церкви» і «авторитарного уряду», який «протягом шести років успішно маніпулював судами і державними ЗМІ, невпинно орієнтувався на меншини та ігнорував зобов'язання щодо членства в Європейському Союзі» [11]. Висловлюються застереження щодо руху Польщі до тоталітаризму і припущення, що протести можуть стати переломним моментом, адже все більше поляків готові боротися за свої права.

Російська преса відреагувала на тему заборони абортів у Польщі доволі стримано. «Известия» подають кілька новинних матеріалів: «КС Польши счел противоречащим конституции аборт по медпоказаниям» (22.10.20) є рерайтом тексту з сайту «Rzeczpospolita»; «Полиция Варшавы задержала 15 протестующих против абортов» (23.10.20) висвітлює інформацію силових структур Польщі щодо кількості затриманих та правомірність застосування фізичної сили і газу [12]. Через тиждень від початку протестів «Известия» публікують огляд К. Сеніна «Это война»: жители Польши вышли на



улицы ради права на аборт» (29.10.20). Автор на основі вивчення реакції міжнародних ЗМІ здійснив огляд медіатеми заборони абортів. Журналіст не втримався від емоційних висловів («возвращение в Средневековье», «последовательное «закручивание гаек»), покликався на неназваних «лидеров протестов» і «экспертов», а правлячу партію PiS визначив як націоналістичну.

Видання «Аргументы и факты» так само опублікувало кілька новинних повідомлень (тверду замітку «Массовые протесты против запрета абортов в Польше», що з'явилася на п'ятий день протестів (27.10.20); розширену інформацію, узагальнену з польських медіа «Что за митинги проходят в Варшаве?» (27.10.20). У публікації «В России предлагают запретить аборт в частных клиниках» йдеться про ініціативу депутатки Держдуми Інги Юмашевої «запретить проведение искусственного прерывания беременности вне государственного медучреждения» [13]. Тема Польщі тут згадується побіжно.

Інтернет-видання «Українська правда», зокрема його проект «Європейська правда» регулярно й оперативно інформували українців про перебіг протестного руху. Окрім новинних повідомлень, фіксуємо аналітичні публікації. У перший день масових протестів спеціальна кореспондентка з Варшави О. Бабакова оприлюднює статтю «Польща без абортів: які наслідки матиме скандальне рішення Конституційного суду» (23.10.20). Журналістка подає історію «абортійного компромісу» і всі подальші події з позицій праволюдності, називаючи 22 жовтня у Польщі «Чорним днем для прав людини» [15].

Ще одна аналітична публікація Т. Кравцової і М. Корнієнко «Вбивство чи можливість вибору: як міжнародне право регулює питання абортів» (04.11.20) дає українському читачеві ґрунтовне пояснення «полеміки щодо абортів – дискусії морального, релігійного та правового статусу переривання вагітності» [16]. Авторки у висновку статті роз'яснюють принципи Європейської конвенції про захист прав людини та основоположних свобод щодо абортів, ст. 8 якої «не розглядає аборт як злочин проти життя та вбивство ненародженої дитини» [16].

Редакція щоденної всеукраїнської суспільно-політичної газети «День» у висвітленні теми заборони абортів у Польщі обмежилася короткими інформаційними повідомленнями, написаними за матеріалами міжнародних новинних ресурсів.



Висновки. Тему заборони абортів у Польщі не обійшли увагою аналізовані друковані/електронні видання. Не зафіксовано грубих викривлень і свідомих маніпуляцій, проте помічено особливості подачі (від коротких інформаційних повідомлень (газети «Известия», «Аргументы и факты», «День») до ґрунтовних аналітичних публікацій («Європейська правда», «The Guardian» «Rzeczpospolita», «Gazeta Wyborcza»). Деяка тенденційність простежується у польських виданнях: більш ліберальна «Gazeta Wyborcza» транслює меседжі на захист протестного руху; консервативна «Rzeczpospolita» переважно просуває ідею підтримки рішення Конституційного трибуналу Польщі. Позитивне враження справили публікації «Європейської правди» та «The Guardian», в яких подано ґрунтовний аналіз ситуації з позицій прав людини.

Література

1. Dobkiewicz A. Kolejny dzień protestów przeciw zakazowi aborcji. Wałbrzych: kobiety kontratakują. Wyborcza.pl. веб-сайт. URL: <https://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/7,35771,26431905,kolejny-dzien-protestow-przeciw-zakazowi-aborcji-walbrzych.html>
2. Kozakiewicz K., Tworek D., Kijek K. Tłumy młodych przeszły przez Wrocław w proteście przeciwko zakazowi aborcji. Skandowali «Je...ć PiS». Wyborcza.pl. веб-сайт. URL: <https://wroclaw.wyborcza.pl/wroclaw/7,35771,26427313,rewolucja-jest-kobieta-twa-demonstracja-przeciwko-zakazowi.html>
3. Wojtczuk M. Zaskakujący dwugłos radnych PiS o wyroku ws. zakazu aborcji. Wyborcza.pl. веб-сайт. URL: <https://warszawa.wyborcza.pl/warszawa/7,54420,26458404,zaskakujacy-dwuglos-radnych-pis-o-wyroku-ws-zakazu-aborcji.html>
4. Karpieszuk W. Ginekolog prof. Wielgoś o zakazie aborcji: Czuję się bezradny, solidaryzuję się z kobietami. Wyborcza.pl. веб-сайт. URL: <https://warszawa.wyborcza.pl/warszawa/7,54420,26732837,ginekolog-prof-wielgos-czuje-sie-bezradny-solidaryzuje-sie.html>
5. Orłowski M. Oklahoma (niemal) całkowicie zakazuje aborcji. Zgwałcone kobiety będą musiały rodzić. Wyborcza.pl. веб-сайт. URL: <https://wyborcza.pl/7,75399,27024456,oklahoma-niemal-calkowicie-zakazuje-aborcji-zgwalcone-kobiety.html>
6. Szuldrzyński M. Spokój sumienia czy mniej aborcji. Rzeczpospolita. веб-сайт. URL: <https://www.rp.pl/Szalenstwa-tego-swiata/302059993-Spokoj-sumienia-czy-mniej-aborcji.html>
7. Jędraszewski M. Abp Jędraszewski: Zamiast «Ukrzyżuj», tłum krzyczy «Aborcja». Rzeczpospolita. веб-сайт. URL: <https://www.rp.pl/Kosciol/210409861-Abp-Jedraszewski-Zamiast-Ukrzyzuj-tlum-krzyczy-Aborcja.html>
8. Ambasada do władz Czech: Nie ułatwiajcie aborcji Polkom. Rzeczpospolita. веб-сайт. URL: <https://www.rp.pl/Dyplomacja/210509961-Ambasada-do-wladz>



Czech-Nie-ulatwiajcie-aborcji-Polkom.html

9. Dąbrowska Z. Sondaż: Ilu Polaków chce zaostrzenia przepisów aborcyjnych w Polsce? Rzeczpospolita. веб-сайт. URL: <https://www.rp.pl/Spor-o-aborcje/302289966-Sondaz-Ilu-Polakow-chce-zaostrzenia-przepisow-aborcyjnych-w-Polsce.html>

10. Pro-choice protesters march in Polish cities amid abortion ban anger. The Guardian. веб-сайт. URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/oct/23/poland-braced-for-more-protests-over-abortion-ban-ruling>

11. The Guardian view on Poland's abortion ban: a betrayal of democracy. The Guardian. веб-сайт. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/oct/28/the-guardian-view-on-polands-abortion-ban-a-betrayal-of-democracy>

12. Полиция Варшавы задержала 15 протестующих против абортів. Известия. веб-сайт. URL: <https://iz.ru/1077585/2020-10-23/politciia-varshavy-zaderzhala-15-protestuiushchikh-protiv-abortov>

13. Сенін К. «Это война»: жители Польши вышли на улицы ради права на абортів. Известия. веб-сайт. URL: <https://iz.ru/1079762/kirill-senin/eto-voina-zhiteli-polshi-vyshli-na-ulitsy-radi-prava-na-aborty>

14. В России предлагают запретить абортів в частных клиниках. Аргументы и факты. веб-сайт. URL: https://aif.ru/politics/russia/v_rossii_predlagayut_zapretit_aborty_v_chastnyh_klinikah

15. Бабакова О. Польща без абортів: які наслідки матиме скандальне рішення Конституційного суду. Європейська правда. веб-сайт. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2020/10/23/7115656/>

16. Кравцова Т, Корнієнко М. Вбивство чи можливість вибору: як міжнародне право регулює питання абортів. Європейська правда. веб-сайт. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2020/11/17/7116617/>



Сидоренко О. П.,

доцент, к. пед. н., кафедра журналістики та філології,
Сумський державний університет

Крицька В. А.,

студентка кафедри журналістики та філології,
Сумський державний університет,
Суми

МЕДІАОБРАЗ МІГРАЦІЇ: ЛЕКСИЧНІ МАРКЕРИ ДИСКРИМІНАЦІЇ ЗА ЕТНІЧНОЮ ОЗНАКОЮ

На сьогодні міграція є одним із найбільш резонансних процесів у глобалізованому світі. Неконтрольована і масштабна, вона може мати негативні, деструктивні наслідки: від гетерогенізації етнічного складу країни, диференціації населення за етнічною ознакою, посилення стереотипного сприйняття певної етнічної групи, ксенофобних настроїв місцевого населення до загострення міжетнічної ворожнечі, відкритої дискримінації та агресії. Тому події, пов'язані з міграційними процесами, є важливою складовою світового порядку денного, для українських медіа зокрема, оскільки географічне положення України безпосередньо сприяє міграційним потокам з країн Азії до Європейського Союзу. З іншого боку, Україна як країна-реципієнт приваблює мігрантів з огляду на сприятливі економічні, правові й культурні умови: це свобода віросповідання, законодавча підтримка запобігання та протидії дискримінації – релігійної, етнічної, національної, ефективна політико-правова база протидії ксенофобії та расизму. За даними Міжнародної організації з міграції та Національного інституту стратегічних досліджень, станом на грудень 2019 року в Україні постійно проживало 285 тис. іноземців (менше 0,7% усього населення). Серед них значна частина іноземних студентів (55 тис. осіб), трудові мігранти (більше 16 тис. осіб), біженці та особи, яким надано додатковий захист (більше 2 тис. осіб). Крім того, для України притаманна і неврегульована міграція, через її територію здійснюється і незаконний транзит до країн Євросоюзу. За результатами дослідження «Мігранти з неврегульованим статусом в Україні» Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України,



кількість мігрантів із неврегульованим статусом, які перебували в Україні на кінець 2019 року могла становити до 60,9 тис. осіб. Склад мігрантів за країною громадянства досить різноманітний. Найбільше із них громадян Росії, Азербайджану, Узбекистану, Вірменії, Молдови, Грузії. Значно менше – В'єтнаму, Таджикистану, Білорусі, Туреччини.

Розроблення питань міграції перебуває передусім у площині міждисциплінарних наукових досліджень, на стику політології, психології, соціології, демографії, економіки, права тощо. Не оминає цього питання й соціокомунікативістика. Предметом наукового зацікавлення дослідників стали роль медіаконтенту у формуванні образу мігрантів, прояви дискримінації за етнічною ознакою в історичному контексті і в сучасних ЗМІ, ксенофобний дискурс, формування опозиції «свій-чужий», використання мови ворожнечі в етнічно-забарвленому контексті, роль ЗМК в міжетнічних конфліктах. Таким питанням присвячено наукові розвідки І. Бобка, С. Козиряцької, Ю. Подаєнко, Р. Пикалюка, Г. Родик, О.Симонової, І. Юріної та інших. Незважаючи на значні теоретичні напрацювання, практичні рекомендації щодо запобігання проявів дискримінації у ЗМІ, уникнення ксенофобних дискурсивних практик, дотримання толерантності у висвітленні етнічних питань, на сьогодні спостерігаємо порушення керівних принципів PICUM [1, с. 20] щодо висвітлення міграційної тематики.

Мета роботи – виявити актуальні тенденції формування образу мігрантів у мас-медіа, зокрема вербальні засоби дискримінації осіб за етнічною ознакою.

З явищем міграції пов'язані різноманітні конфліктогенні ризики. З одного боку, це може виявлятися у ворожому ставленні місцевих жителів до представників іншої етнічної групи, а з іншого, як акцентується в національній доповіді «Українське суспільство: міграційний вимір», «...вихідці з держав-донорів, де утискаються етнокультурні права, дозволяється або практикується дискримінація за етнічною, національною, релігійною ознаками, які є ареною розгортання етнічних конфліктів, ... постають не лише жертвами, але й носіями цих практик. Вони продовжують їх використовувати і в країні-реципієнті, що неминуче руйнує атмосферу міжетнічної злагоди та толерантності в країні прибуття (зокрема, це стосується й України)» [4, с. 36]. Тому взаємодія між населенням країни-реципієнта та мігрантами значною мірою залежить від соціальних образів і стереотипів. Згадування національності, країни походження, мови та інших характе-



ристик мігрантів у засобах масової інформації сприяє тому, що у свідомості місцевого населення вони ототожнюються із ситуацією, яка стала інформаційним приводом. Позитивна конотація таких повідомлень, безумовно, викликатиме інтерес громадськості до інших народів, до їхнього життя та культури, формуватиме прихильне ставлення етнічної групи. І навпаки, інформація з негативною конотацією, може викликати ворожість, заактуалізувати стереотипні уявлення, дискредитувати представників «іншої» етнічної групи. Так, за даними соціологічного опитування щодо прояву дискримінації за етнічною ознакою, 86% реципієнтів – користувачів мережі Інтернет – зауважили, що стикалися з фактами дискримінації за національною ознакою, зокрема такими її проявами, як приниження або непристойні висловлювання, упереджене ставлення відчували 49,7 % опитаних, а от зверхнє ставлення до іншого етносу, приниження достоїнств представників інших націй, неповагу до чужої думки, прихильної до іншої нації виявили до 46 % реципієнтів [3, с. 249].

Для того, щоб з'ясувати, наскільки медіадискурс може зумовлювати таку соціальну ситуацію із фактами дискримінації за етнічними ознаками, нами проаналізовано медіатексти, які могли потенційно містити дискримінаційну складову. Такі тексти було виокремлено з урахуванням змісту поняття дискримінація, визначеного Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», – «ситуація, за якої особа та/або група осіб за їх ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, ... етнічного .. походження, громадянства... зазнає обмеження у визнанні, реалізації або користуванні правами і свободами в будь-якій формі, встановленій цим Законом, крім випадків, коли таке обмеження має правомірну, об'єктивно обґрунтовану мету, способи досягнення якої є належними та необхідними» [2, с. 8]. Мовними індикаторами потенційно дискримінаційних дискурсів з питань міграції обрано лексеми з нейтральною конотацією: «міграція», «мігрант», «іммігрант», «іноземець», «іноземний громадянин», «гість/гості», «біженець»; та лексеми з негативною конотацією (інгерентною та адгерентною), як-от: «гастарбайтер», «нелегал», «особа не слов'янської зовнішності», «особа кавказької національності», «виходець із Середньої Азії». Крім того, як слова-індикатори було використано назви осіб за країною громадянства. Загалом матриця контент-аналізу охоплювала такі змінні, як: емоційний компонент матеріалу (явно негативний, нейтральний, позитивний), характеристики



мігрантів: національність, синоніми, що використовуються для опису мігрантів; інформаційні приводи (торгівля наркотиками; реєстрація, штрафи; незаконне працевлаштування, депортація, злочини тощо); тематика (ситуативний контекст).

Результати опрацювання потенційно конфліктних текстів, які торкаються питань міграції – внутрішньої і зовнішньої, засвідчили, що стосовно внутрішньої міграції населення в мас-медіа використовується практика емоційно нейтрального дискурсу. Негативна конотація інформаційних повідомлень притаманна матеріалам, що стосуються питань зовнішніх міграційних процесів – 42% опрацьованих матеріалів. Наприклад, контент аналіз відеоматеріалів на Ютуб-каналах телепрограм «Гроші», «Надзвичайні новини» та «Вікна-новини» за 2016-2021 рр. дозволив виявити лише кілька новинних сюжетів, у яких журналісти торкалися питань міграції – часові межі виходу матеріалів 2016-2018 рр. Відповідні інформаційні приводи зумовлені світовими міграційними процесами, пов'язаними із геополітичною ситуацією. Мову ворожнечі спостерігаємо в матеріалі «Політичні біженці» (Вікна-новини. СТБ) за 3 липня 2017 року: «втікачі від кремлівського режиму». Ситуативний контекст повідомлення актуалізує в емоційно нейтральному слові конотативну сему «рятуватися втечу, відчуваючи страх перед кимсь, чимсь» [СУМ, т. 10, с. 512], що може спровокувати суб'єктивне негативно-принизливе ставлення до суб'єктів політичної події. У публікації «На штурм кращого життя» (Вікна-новини. СТБ) за 30 жовтня 2018 р. диктор називає біженців «ною хвилею нелегалів із Гондурасу». У випуску «Мешканці Яготина проти розселення біженців з Сирії» (Надзвичайні новини. ICTV) за 8 березня 2016 р. кореспондентка використовувала різні інтерпретації та порівняння, пов'язані з біженцями: «яготинці насправді бояться кочівників», «...попереджає про велику терористичну загрозу від таких непроханих гостей», «безробітні і неблагополучні мусульмани піднімуть місто з колін», «не утримувати нав'язаних Європою іноземців». У матеріалі «Сирійські біженці вже в Україні» (Гроші. 1+1) за 14 березня 2016 р. ведучий та журналістка використовували дискримінаційні вислови: «як містечко Яготин збирається прихистити екзотичних біженців?», «експеримент із сирійським присмаком», «вони наступають», «зустрічайте – сирійські біженці переїжджають в Україну» (сарказм), «незабаром дві сотні чужинців планують оселитися в Яготині», «невже з дня на день Україну накриє арабська навала?», «чужинці приїдуть до Яготина вже в травні», «чому наша



держава не піклується так про українців?» (сарказм). Більшість із цих слів передають упереджене ставлення з боку журналіста. Такі висловлювання, відповідно, впливають і на думку суспільства, яке споживає цю інформацію, і сприяють формуванню негативного медіаобразу мігрантів.

Якщо в загальноукраїнських медіа образ мігранта формується переважно в нейтральній емоційній тональності, то місцеві медіа досить часто вдаються до мови ворожнечі, у заголовках зокрема: «У Луцьку виявили нелегала з Вірменії», «В Устилузькій громаді затримали нелегала з Марокко, який хотів потрапити до ЄС», «Нелегал з Литви, який пробирався до України через Буг у Любомльському районі, заплатить штраф», «Турок, що проживав у ЄС, організував канал міграції нелегалів до Польщі на кордонні з Волинню», «Переправляв нелегалів до Польщі за тисячу євро», «Секрет популярності екзотичних одружень простий: дружина-українка відкриває мігранту двері в омріяну Європу» (за матеріалами інтернет-видання БУГ). Варто наголосити на тому, як у ЗМІ формуються заголовки до інформаційних матеріалів. Привертає увагу, що деякі з них містять пряму вказівку на етнічну приналежність в контексті того чи іншого злочину. Але при цьому в самому матеріалі використовується коректна лексика. У матеріалі під заголовком «У Запоріжжі схопили двох молдован в бігах – втекли з банди і залягли на дно в Україні» використовується коректні найменування «члени злочинного угруповання», «громадяни Молдови», «два громадянина 24 та 25 років ... перебували в розшуку на території Молдови» [Znaj.ua]. Відтак через заголовковий комплекс, який виконує функцію первинного інформування, створюється своєрідний кримінальний медіаобраз іноземця, що не сприяє запобіганню міжетнічних конфліктів, а навпаки посилює стереотипне сприйняття їх як «чужих» і провокує до певної міри ксенофобні настрої громадян.

У формуванні медіаобразу міграції можна визначити кілька рівнів прояву дискримінаційних явищ за етнічною ознакою. Один із них – це криміналізація, коли мас-медіа формують уявлення про мігрантів як основне джерело злочинів, як схильних до кримінальної діяльності, до девіантної, асоціальної поведінки: «Окружний суд у Пулавах ухвалив взяти молдованина, якого підозрюють у вбивстві 26-річної уродженки Володимира-Волинського», «На Ягодіні молдован намагався підкупити прикордонників»; «У Польщі трьох українців група грузинів порізала ножем»; «В Києві затримали «зłodія в законі» грузинського походження»; «Судитимуть двох гру-



зинів, які пограбували сім'ю»; «На Волині розшукують вірмена, що скоїв низку злочинів» (БУГ); «19-річного румуна, підозрюваного в убивстві, затримали поблизу кордону на Закарпатті»; «На ПП «Тиса» на Закарпатті службовий собака знайшов у румуна марихуану» (Закарпаття). Дегуманізація образу мігранта або представника іншої етнічної групи виявляється в тому, що в матеріалах ЗМІ інформація про суб'єкт подається в такому ситуативному і мовному контексті, коли досягається зниження цінності життя людини або певної групи осіб за рахунок позбавлення їх людських рис: «У Москві п'яний молдаванин покусав поліцейського» (Obozrevatel); «Молдаванин намагався повернутися на батьківщину через Дністер у гумовому дитячому басейні... службовий собака допоміг знайти та затримати власника, який заховався у кущах» (УНІАН); «На Закарпатті затримали трьох нелегалів-молдован. Іноземці взагалі не мали документів» (Закарпаття). Така дискурсивна тактика сприяє тому, що особу ніби позбавляють її індивідуальності й роблять її частиною певної, нібито «неповноцінної», групи. Найагресивнішою формою дегуманізації є демонізація, коли фактичному або гіпотетичному ворогу приписуються такі характеристики, що мають викликати найбільш негативні емоції: страх, злість, відразу. Специфіка такої дискурсивної технології виявляється в тому, щоб подати супротивника як абсолютне зло, яке має бути знищене. Прикладів дегуманізації в аналізованому контенті нами виявлено не було.

Результати наших спостережень дозволяють зробити висновок про те, що засоби масової інформації не стільки відтворюють усталені етнічні стереотипи, які склалися у свідомості громадян щодо певних етнічних груп, скільки активно формують їх. У висвітленні загальних теми міграції переважають тексти нейтральної емоційної тональності з інформаційною прагматикою. Якщо ж інформаційний контекст будується навколо осіб із вказівкою на їхню етнічну приналежність, то близько 70% інформації передає упереджене ставлення журналіста, що проявляється через мову ворожнечі, за допомогою якої формується потенційно конфліктний контекст. Із трьох рівнів дискримінації осіб за етнічною ознакою в мас-медіа переважають дискурсивні практики криміналізації образу мігрантів, що потенційно може провокувати упереджене ставлення до осіб інших національностей та призводити до загострення міжетнічної ворожнечі.



Література

1. Мова ворожнечі та ЗМІ: Міжнародні стандарти та підходи. Редакція та упорядкування: Олена Бондаренко, Максим Буткевич, Ірина Федорович. К., 2015. 64 с.
2. Пономарьов С.Ю., Федорович І.Ю. Запобігання та протидія дискримінації в Україні: Посібник для працівників органів державної влади та місцевого самоврядування. К.: Міжнародна організація з міграції, Представництво в Україні, 2014. 74 с.
3. Симонова О.М., Бобок І.І. Дискримінація за національними ознаками в мережі Інтернет. Інформатика та математичні методи в моделюванні. 2018. Том 8, №3. С. 245–255.
4. Українське суспільство: міграційний вимір: нац. доповідь. Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України. К., 2018. 396 с.



Почапська О. І.,
кафедра журналістики
Кам'янець-Подільський національний
університет імені Івана Огієнка
Кам'янець-Подільський

КСЕНОФОБИЯ У РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА (АНАЛІЗ МЕДІА ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Ксенофобія – актуальна і важлива проблема, що заважає формуванню демократичного свідомого суспільства, а, відтак, є однією із найскладніших проблем порушення прав людини в сучасному суспільстві.

Протиставлення «свій» – «чужий», яке культивується стереотипним сприйняттям дійсності, а також посилюється політичним протистоянням як на міжнародному, так і на внутрішньо державному рівні окремими силами, що зацікавлені у розпалюванні ворожнечі й перешкодженні консолідації суспільства.

На сьогодні ми спостерігаємо перехід ксенофобії на якісно новий рівень – інформаційний, що активно культивується і підтримується окремими медійними осередками. Боротьба із ксенофобією – це боротьба за права людини і громадянина, що в контексті сучасної геополітичної ситуації (загострення міжетнічних, міжнаціональних і міждержавних конфліктів) є необхідною і своєчасною. У цьому контексті й актуалізується обрана тема дослідження.

Дослідженням проблеми ксенофобії в українських медіа займалися і продовжують займатися такі науковці, як О. Кузнецова [2], К. Вітман [1], І. Мельничук [3] та ін. Разом з тим, фокусуючись на всеукраїнських медіа, дослідники залишають поза увагою регіональні медіа, що є максимально близькими до своєї цільової аудиторії, а, отже, мають на неї значний вплив.

Результати дослідження. У «Короткому словнику сучасних понять та термінів» (за ред. А. Макаренка) ксенофобія тлумачиться так: «1) нав'язливий страх перед незнайомими людьми, острах чужих; 2) ворожість, нетерпимість, ненависть та презирство до осіб іншої віри, культури, національності, до іноземців, представників інших регіонів, а також до чогось незнайомого, чужого, незвичного» [Цит. за: 2, с. 35].



В межах медіа проблеми ксенофобії підсилюються маніпулятивними можливостями інфомедійного простору, що врешті призводить до розпалювання міжетнічної, міжконфесійної, міжрасової ворожнечі.

Досліджуючи проблеми ксенофобії в регіональних виданнях, ми акцентували увагу на медіа Хмельницької області (газети «Подільнин», «Край Кам'янецький», «Свобода», «Подільські вісті»; телеканали «33 канал», «Перший Подільський», «ТВ7»; інтернет-ресурси: 3849.com.ua, vdalo.info, ПоділляNEWS) за період із квітня 2020 року по квітень 2021 року

Загалом за вказаний період о зазначених медіа було опубліковано / вийшло в ефір 127 матеріалів із ксенофобським трактуванням подій. Тематично їх можна поділити так:

- роми і проблеми ромських громад в контексті населення регіону;
- протистояння УПЦ МП, УПЦ КП, ПЦУ;
- мусульманські громади і особливості їх асиміляції в регіоні;
- іноземці й особливості їх поведінки.

Із визначених тематичних груп найбільш вагомою є група «Роми і проблеми ромських громад в контексті населення регіону» (див. Таблиця 1) – 63 матеріали (49,6%); проблема протистояння УПЦ МП, УПЦКП, ПЦУ – 28 матеріалів (22%), мусульманські громади і особливості їх асиміляції в регіоні – 16 матеріалів (12,6%), іноземці й особливості їх поведінки – 20 матеріалів (15,8%).

Таблиця 1. Ксенофобські матеріали в медіа Хмельниччини

Медіа	Роми і проблеми ромських громад в контексті населення регіону	Протистояння УПЦ МП, УПЦ КП, ПЦУ	Мусульманські громади і особливості їх асиміляції в регіоні	Іноземці й особливості їх поведінки
«Подільнин»	2	4	1	4
«Край Кам'янецький»	4	3	2	4
«Свобода»	12	9	1	3
«Подільські вісті»	4	1	2	2
«33 канал»	7	4	2	2
«Перший Подільський»	9	2	2	1
«ТВ7»	6	1	2	1
3849.com.ua	3	1	1	1
vdalo.info	7	2	2	1
ПоділляNEWS	9	1	1	1



Проблема ромів і ромських громад в Хмельницькому регіоні стала проблемою, яка активно використовувалася під час передвиборчої кампанії ВО «Свобода», що, до прикладу, у Кам'янці-Подільському підняло рейтинг представників ВО «Свобода» на місцевих виборах. Публікації із використанням словосполучення «бродячі цигани» або «цигани-зłodії» траплялися практично у кожному номері газети «Свобода»: «Бродячі цигани таборуються у дворі по Соборній» [Свобода. 2020. Червень. С. 2], «Цигани крадуть – поліція мовчить» [Свобода. 2020. Серпень. С. 3], «Бродячі цигани покинули місто» [Свобода. 2021. Лютий. С. 3], «Хто краде? Роми!» [Подольнин. 2020. № 27. С. 4] та ін.

Проведене опитування студентами на вулицях міста (в межах виконання спільного науково-дослідного проекту «Різні – рівні», жовтень 2020 року) показало, що присутність ромів на вулицях міста лякає лише 12 (1,2%) із 1000 опитаних. Решта опитаних вказали, що особисто вони дискомфорту від присутності ромів не відчували, проте їх лякали історії, які вони чули про ромів від друзів, знайомих та зі сторінок місцевих газет.

Друга за популярністю тема, що містить ознаки ксенофобії, це релігії та їх співіснування в регіоні. Найбільша проблема – це створення української помісної церкви. Особливо з боку УПЦ МП. Відтак, на інтернет-ресурсах Кам'янця-Подільського тема переходу церков, що є пам'ятками архітектури, у власність помісної української церкви подається як викорінення ворожого елемента (з боку прихильників помісної церкви) чи боротьби з «невірними» (з боку УПЦ МП): «Готуйся до війни!» – у футболках з таким написом стартувала «мирна» колона вірян московського патріархату. Такі «мирні» віряни мають іти на Ростов, а не українськими дорогами до українських святинь» [Vdalo.info].

Щодо приїзду іноземців та їх адаптації в регіональному соціальному просторі, зустрічалися такі публікації: «Янки в місті в на Камені» [Подольнин. 2020. Грудень], «Кам'янецький університет чорніє» [Свобода. 2021. Квітень], «Регіон не для чужих, бо й своїм нема де працювати» [Свобода. 2021. Березень] і под.

Зважаючи на те, що популярність видань досить висока, а видання «Свобода» поширюється безкоштовно (як офіційне видання ВО «Свобода») охоплення аудиторії коливається від 20 до 25 тис. осіб, що для розпалювання протистоянь в регіоні є суттєвим показником.



Аналізуючи медіа Хмельниччини, приходимо до висновку, що ксенофобна тематика використовується як метод привернення уваги потенційного електорату і загравання із аудиторією відповідно до її інформаційних очікувань.

Перспективи подальшого дослідження. Зважаючи на те, що в регіональних медіа ксенофобна тематика має значне поширення, у перспективі плануємо дослідити вплив подібних публікацій на свідомість населення регіону.

Література

1. Вітман К. М. Інтолерантність у мас-медіа та публічному дискурсі України. Держава і право. Вип. 55. С. 520–526.
2. Кузнецова О. Видова характеристика ксенофобії у мас-медіа. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2012. Вип. 33. С. 134–145.
3. Мельничук І. А. Деякі аспекти проблеми толерантності в сучасних українських ЗМІ. Вісник Житомирського державного університету. Випуск 40. Філософські науки. С.19–25.
4. Погорецький В. Ксенофобія в Україні – міф чи реальність? [Електронний документ]. Режим доступу: <http://zolotapektoral.te.ua/ksenofobiya-v-ukrajini-mif-chy-realnist/>



Іванець Т. О.,

доцент кафедри теорії комунікації,
реклами та зв'язків із громадськістю
Запорізький національний університет,

Доценко К. О.,

доцент кафедри теорії комунікації,
реклами та зв'язків із громадськістю
Запорізький національний університет,
Запоріжжя

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ПРОФЕСІЙНОЇ СФЕРИ: ІНФОРМАЦІЙНА КАМПАНІЯ ЩОДО ЇХ ПОДОЛАННЯ

Актуальність теми нашого дослідження полягає в аналізі значущості та потрібності інформаційних кампаній українських Міністерств, що опікуються цими проблемами за останні три роки. Фахівцями було підготовлено серію українських відеороликів про гендерну рівність та протидію стереотипам у професійній діяльності. Їх мета – показати, що жінки та чоловіки мають право на рівну оплату праці та свободу у виборі професії.

Гендерна тематика для України не є новою. І потрібно віддати належне великому обсягу роботи неурядових організацій, які активно працюють із проблемами гендеру, а також «роботі державних установ, управлінь і центрів», де цій темі останнім часом також «приділяється певна увага» [1].

У лютому 2019 р. у рамках популяризації процесу євроінтеграції Міністерство інформаційної політики України представляє комунікаційну кампанію під гаслом «В професії всі рівні», спрямовану на промоцію гендерної рівності у суспільстві. Отже, проаналізуємо серію відеороликів соціальної реклами [Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/news/2943.html>] 2019 року. Мета роликів – протидіяти стереотипам про поділ професій на «жіночі» та «чоловічі» й показати українцям, що професійність не має статі. Ролики отримали статус соціальної реклами та демонструються на загальнонаціональних та регіональних телеканалах, у кінотеатрах та в мережі інтернет.

Перший відеоролик називається «В професії всі рівні – поліція» [Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/news/2943.html>]. Ролик триває 30 секунд. У



сюжеті цієї соціальної реклами показано жінку та чоловіка, які розділені стіною у душі, бо вони різних статей. Але вони не розділені у роботі, адже «в професії всі рівні». У кінці відео жінка та чоловік посміхаються, тому що вони обоє можуть обіймати улюблену посаду поліціанта. Другий відеоролик має назву «В професії всі рівні – перукар», а третій – «В професії всі рівні – лікар» [Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/news/2943.html>]. Усі ролики схожі, у них лише змінюються люди та професії. У другому ролику жінка та чоловік працюють у перукарні, а в третьому – є лікарями. На нашу думку, ця проблема рівності у професії представлена певною мірою однобічно, бо мова йде про професії нейтральні, які не мають вагомого протистояння в суспільстві. Натомість існують професії більш ґендерно марковані: жіночі – вчителька, кравчиня чи продавчиня, або чоловічі – політик, слюсар, електрик чи, де існують більш вагомі розбіжності у сприйнятті суспільством. Отже, досліджувана перша серія соціальної реклами, на нашу думку, є однобічною, можна було б її зробити більш емоційною, напруженою. Однак, це може бути першим кроком у привертанні уваги суспільства до проблем, які раніше замовчувалися і були неактуальними.

Деяким чином ці прогалини намагаються подолати наступною інформаційною кампанією. Так, у травні 2020 р. у рамках популяризації процесу євроінтеграції Міністерство культури та інформаційної політики України представляє ще одну комунікаційну кампанію в цьому ж ключі під гаслом «Твоя професія – твій вибір», спрямовану на промоцію ґендерної рівності в суспільстві [Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/news/3039.html>].

Інформаційна кампанія також має на меті протидіяти стереотипам у професіях та показати, що жінки та чоловіки мають право на рівну оплату праці та свободу у виборі професії, повідомляє кореспондент Укрінформу. “Це надважливий продукт, який має на меті позбавлення не тільки нерівності в оплаті праці, але й позбавлення ґендерно зумовлених стереотипів”. Відомий вислів “За кожним сильним чоловіком стоїть сильна жінка”. На перший погляд, нічого поганого в ньому немає, але кожна жінка має право на реалізацію свого потенціалу. “Розвиток українського суспільства яскраво демонструє, що у жінок надзвичайно потужний потенціал, який багато років був недооцінений. І на пострадянському просторі Україна є одним з лідерів, який демонструє, що залучення жінок до соціально-економічних, політичних, культурних, мистецьких процесів є правильним, логічним кроком, і це приводить до трансформацій, коли суспільство стає



більш потужним, збалансованим, і зрештою це має на меті краще життя для кожного з нас,” – повідомила на презентації перший заступник міністра інформаційної політики Еміне Джапарова [2].

Кампанія представлена п'ятьма відеороликами, які показують, що професійність не має статі. Ролики розповідають історії про чоловіка-кондитера та жінку-регібістку, чоловіка-флориста та жінку-електрика, бізнеследі та чоловіка-вихователя у садочку, про офісних працівників різної статі, та мають на меті зламати стереотипи мислення про поділ професій на «жіночі» та «чоловічі». Як зазначено на сайті Міністерства культури та інформаційної політики України: «Гендерна рівність займає стереотипне місце у системі прав людини та серед цінностей Організації Об'єднаних Націй (ООН). Одним з фундаментальних принципів Статуту ООН, який було прийнято світовими лідерами у 1945 році, є «рівні права чоловіків та жінок», а також захист та просування прав жінок як відповідальність кожної держави» [3].

Інформаційні ролики демонструються на загальнонаціональних та регіональних телеканалах, були представлені у кінотеатрах (при відсутності карантину) та в мережі інтернет. Перший ролик має назву «Твоя професія – твій вибір. Дитячий садок» [Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/news/3039.html>] і розповідає про жінку, яка керує компанією, та чоловіка, який працює в дитячому садку. Жінка змогла побудувати успішну кар'єру у професії, а чоловік щасливий працювати з дітьми.

Другий ролик має назву «Твоя професія – твій вибір. Дівчина-електрик та флорист» [Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/news/3039.html>]. Сюжет складається з показу двох людей: жінки, яка працює електриком, та чоловіка, який працює флористом. І жінка, і чоловік задоволені своєю професією. Третій ролик має назву «Твоя професія – твій вибір. Винагорода за працю має бути чесною» [Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/news/3039.html>]. Герої ролику – Катя та Сергій. Обидва отримали однакову освіту, займають одну посаду, працюють однакову кількість годин, але Сергій отримує 12000 гривень, а Катя – 8400 гривень. Ролик розповідає про різницю в заробітній платні. У 2019 р. міністерка соціальної політики Юлія Соколовська зауважила: «Наразі в Україні жінки отримують, наприклад, на 21% нижчу заробітну платню, у порівнянні з чоловіками. Цей показник вищий, ніж у більшості країн Європи. Потрібно це змінювати. По суті, це невикористаний потенціал як для самих жінок, так і для країни в цілому» [2].



Четвертий ролик має назву «Твоя професія – твій вибір. Тато та мама військова» [Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/news/3039.html>]. Тут розповідається про сім'ю, в якій мама – військова, адже це її покликання, а тато виховує дітей та піклується про них. Ролик має на меті показати, що виховування дітей – це не тільки жіноча справа.

П'ятий ролик – «Твоя професія – твій вибір. Регбістка та кондитер» [Режим доступу: <https://mkip.gov.ua/news/3039.html>]. Останній ролик знайомить нас з двома командами: регбісти та кондитери. Ця соціальна реклама змінює думку про те, що місце жінки на кухні, адже кондитерами тут є чоловіки. А жінки – регбістки та займаються так званою «чоловічою справою». Усі п'ять роликів намагаються подолати стереотипи, які насаджувалися довгий час у суспільстві. Сьогодні кожен із нас може обирати, ким він хоче бути. Та кожен із нас має право отримувати рівну заробітну платню.

У жовтні 2020 р. в Україні запустили чергову кампанію з підтримки гендерної рівності «Йдеш у політику не одна». Проєкт покликаний продемонструвати підтримку політикиням, котрі тільки розпочинають кар'єру, і тим, хто вже має досвід. Ідея, дизайн, розробка та реалізація складників кампанії належить технологічній креативній агенції «Isdgroup» [4].

Ролик розповідає історію кількох жінок. Кожна з цих історій про те, що у своєму бажанні йти в політику жінка не залишається наодинці – подруги допомагають жінці під час агітації, друзі та знайомі через радіо голосують за ініціативу, і дівчина урочисто відкриває спортивну школу, сидючи на інвалідному візочку. А тато допомагає в піклуванні за донькою, поки мама займається волонтерством, щоб уже через декілька годин разом із дружиною радіти її успіхам на музичному концерті.

Тема гендерної нерівності актуальна в Україні. У 2020 р. Україна посіла 52 місце серед 162 країн в Індексі гендерного розриву (Global Gender Gap Report). Індекс гендерної нерівності – це інтегральний показник, який відображає нерівність у можливостях досягнень між чоловіками і жінками в трьох вимірах: репродуктивне здоров'я, розширення прав і можливостей, а також на ринку праці [5]. Аналізуючи гендерний профіль України, можна побачити, що відсоток жінок в парламенті складає 21%, жінок на керівних посадах – 23%, а показник зайнятості жінок складає лише 47%. У середньому жінки заробляють на 23% менше, ніж чоловіки: у сфері поштової та кур'єрської діяльності – на 35% менше; у сфері фінансової та страхової



діяльності – на 33% менше; у сфері мистецтва, спорту, розваг, відпочинку – на 30% менше.

На шляху до встановлення ґендерної рівності в українському суспільстві, на думку дослідників, протистоять такі чинники:

- стереотипи масової свідомості, які й досі розглядають жінку як слабку стать у порівнянні з чоловіком, яка є другорядною в суспільному, політичному та економічному житті;

- нерівний розподіл репродуктивної праці між жінками та чоловіками;

- кризова економічна ситуація, від якої жінки страждають більше, ніж чоловіки. Зокрема це стосується безробіття, яке нерідко штовхає жінок на заробітчанство, що призводить до продажу жінок та подальшої сексуальної експлуатації;

- слаборозвинуте громадянське суспільство, у тому числі пасивність жіночих організацій та окремих жінок у відстоюванні своїх законних прав та свобод.

Просуванням ґендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок в Україні займається Програма розвитку ООН (ПРООН) [6].

ПРООН намагається вирішувати питання ґендерної рівності шляхом:

- підтримки ініціатив для стимулювання структурних змін, які наближують досягнення ґендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок, на противагу стереотипам, що розглядають жінок передусім як отримувачок допомоги;

- інтеграції принципів ґендерної рівності у діяльність ПРООН у сфері захисту довкілля, енергетики, реагування на кризу та відновлення;

- планування діяльності ПРООН із врахуванням пріоритетних для організації тем, таких як ґендерна рівність та розширення прав і можливостей жінок у контексті досягнення сталого розвитку;

- вироблення організаційних механізмів для просування принципів ґендерної рівності, наприклад, присвоєння Знаку ґендерної рівності і використання ґендерного маркеру, що дозволяють отримати вимірювані стандарти й стимули для подальшого покращення [6].

Стереотипи щодо ґендеру довго насаджувались у нашому суспільстві. Дівчата звикли чути, що «жінка – це берегиня, вона повинна бути слабкою, її обов'язок – знайти чоловіка та виховувати дітей». І хоча у 21 сторіччі люди відходять від цих рамок, серед людей все ще популярна дискримінація жінок.

Отже, впродовж 2019-2020 років в Україні було проведено три рекламні кампанії, спрямовані на популяризацію гендерної рівності. Соціальні ролики не можуть кардинально змінити суспільство та зламати усталені думки. Але вони допомагають маленькими кроками змінювати нашу країну. Вони звертають увагу на проблему, не мовчать про неї, привертають увагу.

Отже, у ході наукового дослідження виявили, що інформаційна діяльність в Україні у вигляді соціальної реклами має достатньо відчутний вплив на суспільство. Серії роликів, що підготовані впродовж трьох останніх роликів, засвідчують, що ця тема виведена в статус загальнонаціональної і має лобіювання на всіх рівнях. Однак, крім рівності у професії маємо враховувати й економічні чинники, які власне ділять види діяльності на «чоловічі» чи «жіночі» через різний рівень оплачуваності. Адже переважна більшість чоловіків не йдуть до шкіл чи дитячих садків не через відсутність покликання, а через низьку оплачуваність, вважаючи, що це – жіноча сфера, адже жінці оплата нібито не є визначальною. І навпаки, високооплачувані посади можуть займати і займають переважним чином чоловіки через вищий рівень мобільності, можливість пожертвувати часом, проведеним із родиною і віддати його роботі. Суспільство має поступово перебудовуватися і фінансовий важіль тут найголовніший. А інформаційна діяльність і надалі має проводитися з метою нагадування, що зміна ситуації можлива і потрібна для нас.

Література

1. Андрушко Л. Гендерні стереотипи в українській телерекламі. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/23/42.PDF
2. «Твоя професія – твій вибір». Презентація комунікаційної кампанії. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2679877-tvoa-profesia-tvij-vibir-prezentacia-komunikacijnoi-kampanii.html>
3. Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkp.gov.ua/>
4. Соціальна кампанія «Йдеш у політику не одна». URL: <https://neodna.org.ua/about>
5. Гендерний профіль України. Основні факти. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/gender-equality/comparative-gender-profile-of-ukraine-.html>
6. Програма розвитку ООН (ПРООН). URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home.html>



Панченко Д. Д.,

кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики
Київ

РОЛЬ МЕДІА В АКТУАЛІЗАЦІЇ ПРОБЛЕМИ ЗАХИСТУ ВІД СЕКСУАЛЬНИХ ДОМАГАНЬ

Медіа мають інформувати чітко, оперативно та з дотриманням журналістських стандартів й етики. Це стосується не лише висвітлення загальних політичних та економічних тем, які є важливими для свідомого громадянства. Роль засобів масової інформації полягає й у виховальній та просвітницькій функціях, аби факти деколи замовчуваної соціальної тематики не просто документувалися у новинних стрічках, а й змінювали ставлення людей до проблеми – зрушували механізми роботи державних і правоохоронних структур, створювали схеми дій у певних ситуаціях, а також викорінювали стереотипізацію через сталі культурні міфи та поширені гендерні стереотипи. Зокрема, ідеться про тему сексуальних домагань. Українська статистика, відповідно до першого Національного опитування з питань рівності між жінками і чоловіками в Україні, проведеного Національним демократичним інститутом засвідчує: 97% опитаних вважають, що жінки частіше стають об'єктами сексуальних домагань на робочому місці, ніж чоловіки; а 76% респондентів переконані, що ймовірність цькування жінок на роботі є значно більшою, ніж ймовірність цькування чоловіків [1]. Медіа повинні долучити до привернення уваги до цієї ситуації аби наведена статистика не залишалась просто цифрами, а стала рушієм до змін.

13% українців особисто знають когось, хто зазнавав сексуальних домагань [2]. Це статистика 2018 року з презентації результатів Національного опитування з питань рівності між чоловіками та жінками в Україні. Такий відсоток позитивних відповідей дорівнює приблизно понад чотирьом мільйонам дорослих українців. Тобто, якщо у компанії ваших друзів, наприклад, двадцять людей – двоє з них точно могли зіткнутися з цією проблемою. Водночас у дослідженні зазначається, що 76% жінок, які хоча б раз потерпа-

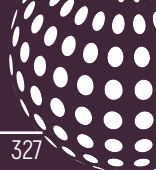


ли від харасменту, не зверталися по допомогу [2]. Актуальність проблеми вимагає її вирішення на законодавчому рівні, а також у принципах роботи українських засобів масової інформації. Нині це питання регламентується ухваленим у 2005 році Законом України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» [3], а також чинним з 2018 року Законом України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» [4], що визначає організаційно-правові засади запобігання та протидії домашньому насильству. Л. Чернявська зазначає, що «лише 4% випадків сексуального насильства щодо жінок здійснюють незнайомі чоловіки» [5].

Відомо, що всього існують чотири основні форми насильства: фізичне, сексуальне, економічне та психологічне [4]. Тому й можна стверджувати, що насильство – це не лише фізичний вплив, а й діяння (дії або бездіяльність) фізичного, сексуального, психологічного або економічного насильства, що можуть передбачати як тілесні uszkodження та ненадання допомоги, так і словесні образи, погрози, умисне позбавлення житла або їжі, а також будь-які дії сексуального характеру без добровільної згоди, до чого й можна віднести сексуальні домагання [4].

Однак саме поняття «сексуальних домагань» є ширшим як у міжнародному законодавчому розумінні, так і в українському. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок та чоловіків» визначає сексуальні домагання як «дії сексуального характеру, виражені словесно (погрози, залякування, непристойні зауваження) або фізично (доторкання, поплескування), що принижують чи ображають осіб...» [3]. Зазначений Закон також передбачає механізм захисту від сексуальних домагань – можна звернутися до Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань рівних прав та можливостей жінок та чоловіків, правоохоронних органів та суду. Зокрема, стаття 154 Кримінального кодексу України також визначає механізми покарань за примушування особи без її добровільної згоди до здійснення акту сексуального характеру з іншою особою – штраф до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або арешт на строк до шести місяців [6].

Утім, реалізація навіть наявних норм законодавства ускладнюється тим, що потерпілі, крім того, що соромляться та бояться розповісти, а також відважитися піти до поліції, аби написати заяву, зобов'язані доводити свою правоту, хоча законодавчі акти передбачають відповідальність навіть і за



усні прояви домагань на роботі. Цікаво, що «європейська практика передбачає, що у разі звернення людини до суду з приводу сексуальних домагань, обов'язок наведення доказів покладається на роботодавця – саме він має доводити свою правоту або невинуватість» [7]. Про це зазначають юристки громадської організації «Трудові ініціативи» та зауважують, що приблизно «80% справ щодо сексуальних домагань містять зустрічні позови чоловіків щодо відновлення честі, гідності і репутації, які суд, зі свого боку, задовольняє» [7]. Подібна практика аж ніяк не сприяє збільшенню статистики звернень жінки за захистом до державних органів. Натомість значно більша кількість випадків насильства залишаються невідомими, оскільки жінка не надає їм розголосу через побоювання осуду з боку оточення, подальшого психологічного тиску, звинувачень у провокації тощо.

Недарма останнім часом з'являються все більше соціальних рухів щодо захисту жінок від сексуальних домагань. Медіа відіграють активну роль у висвітленні цих процесів та, тим самим, сприяють актуалізації проблеми в суспільстві. До найбільш популярних подібних акцій можна віднести акцію «5D» (п'ять варіантів поведінки, у разі сексуальних домагань до себе або іншої особи: «відволікати, залучати інших, документувати, втручатися, допомагати після»), що розроблена брендом «Loreal Paris» спільно з організацією «Ihollagram» [8], що навчає давати відсіч сексуальним домаганням у громадських місцях. Ще одна акція, більш відома як «BlackDot», заснована групою ірландських активісток та має на меті звернути увагу на проблему сексуального насильства. Жінки, які потерпають від будь-якого прояву насильства та бояться звертатися до правоохоронних органів, малюють на долоні чорну цятку, що має стати сигналом «крику про необхідність допомоги» для оточення [9]. Схожим за ідеєю є соціальний рух Polished Man, ініційований австралійцем Елліотом Костеллоцем, який своїм прикладом закликав чоловіків наносити лак будь-якого яскравого кольору на один із нігтів, щоб акцентувати увагу на проблемі насилля над дітьми. Ідея з'явилася після поїздки до Камбоджі, де одна дівчинка, яка страждала від насильства, розмалювала нігті чоловіка у синій колір [10]. Сьогодні ця акція набула дещо ширших масштабів – чоловіки наносять чорний або будь-який інший колір на один із нігтів у знак підтримки руху боротьби проти сексуальних домагань до жінок. До цього можна й додати акцію «metoo», яка в Україні має назву «ЯнеБоюсьСказати» [11]. Швидко її розповсюдження в країні підтверджує, що припинення практики замовчу-



вання є одним із перших кроків до вирішення проблеми, що й має братися за основу у роботі засобів масової інформації.

Яку роль у висвітленні теми сексуальних домагань можуть відігравати медіа? У посібнику «Медіа та протидія насильству. Посібник для журналістів і журналісток», створеному у рамках інформаційної кампанії «Розірви коло» в партнерстві з Міністерством соціальної політики України за підтримки уряду Великої Британії, чітко визначені «три «ні» у написанні матеріалів про насильство» – вони стосуються відмови від стереотипів, віктимізації та драматизації – головні правила для медіа, яких варто дотримуватися [12]. Неупередженість, об'єктивність та приватність –також основоположні правила у висвітленні теми сексуальних домагань. Важливо розділяти факти й оцінні судження, водночас підтверджуючи кожен факт коментарем фахівця.

Справді, сьогодні медіа все більше поширюють згадану тему на державний загал. А втім, це не надає таких бажаних результатів, які могли б бути, якби правоохоронні органи України працювали на повну силу. Для прикладу, інтернет-ресурс «Гендер в деталях» розглядав питання висвітлення проблеми сексуальних домагань в Україні та світі. Авторка порівнює скандал навколо Гарві Вайнштейна та завідувача кафедри хореографії Рівненського державного гуманітарного університету Володимира Годовського. Якщо Вайнштейна засуджено до 23 років тюремного ув'язнення, то до В. Годовського «не застосували адміністративні заходи впливу за місцем роботи» [13].

До речі, тут можна згадати й нещодавній скандал, який ще не встиг отримати багато розголосу у медіа, а втім, широко розповсюджується у соціальних мережах – українська поп-співачка Оля Полякова зробила відкриту заяву про домагання з боку музичного продюсера Костянтина Меладзе, у такий спосіб підтримавши таку саму заяву російської виконавиці Ані Лорак в ефірі програми «Судьба человека». Водночас Полякова раніше, у 2019 році, розповідала про подібні сексуальні домагання з боку Меладзе в інтерв'ю Дмитрові Гордону.

«Кому дзвонити, коли гвалтує поліція?» – гасло акцій, приурочених до злочину, скоєного 23 травня 2020 року працівниками поліції міста Кагарлик, що на Київщині, – згвалтування жінки-свідка у поліцейському відділку. Справа викликала суспільний резонанс не лише у засобах масової інформації, але й сколихнула суспільство загалом. Такий резонанс результував



у скороченні штату поліції Кагарлика та заявами про необхідність масових переатестацій, які так і не відбулися. А втім, до роботи медіа у висвітленні цієї історії є питання. На засновану «Детектор медіа» та «Інститутом масової інформації» форму для подання публічної скарги (ініціатива «МедіаЧек») надійшов акт від громадянки щодо матеріалів із сайту «ТСН.ua» та ефіру каналу «1+1» на тему цих подій. «МедіаЧек» визначив, що дійсно були допущені «порушення права на приватність потенційної жертви злочину, порушення професійного журналістського стандарту наведення джерел інформації, розкриття імен затриманих осіб» [14]. У червні 2020 року копію висновку надали Національній раді України з питань телебачення і радіомовлення.

Ще одним прикладом важливої ролі медіа в актуалізації теми сексуальних домагань, є випадок нападу у потягу «Маріуполь – Київ» – побиття та спробу зґвалтування – на Анастасію Лугову, яка перебувала у купе разом із сином. Ситуація набула такого розголосу в медіа (зокрема, також завдяки інфлюенсерам), що відтоді наголошується на поновленні супроводження потягів далекого сполучення співробітниками Національної поліції [15]. Зокрема, таке тематичне медіа як «ZMINA» має окрему рубрику «Сексизм» що, присвячена висвітленню тем, пов'язаних із сексуальними домаганнями, сексизмом, феміністичним рухом і дотриманням захисту гендерних прав. Кампанія «Повага» у рубриці «Статті» має як матеріали щодо випадків порушення прав жінок, пов'язані з домаганнями та сексизмом, так і «путівники» для медіа щодо того, як треба працювати з такою темою. Наприклад, у матеріалі «Як висвітлювати теми, пов'язані з сексуальною експлуатацією? Чекліст для ЗМІ» зазначається: «завдання журналістів – бути корисними, чесними, справедливими та неупередженими... Ви повинні використовувати чіткі факти, уникаючи ажіотажу та маніпуляцій», – наголошує журналістка «Reuters» Мелані Чірі. Якраз із цього матеріалу й можна визначити найбільш правильний шлях у висвітленні й сексуальних домагань: «ставитися до постраждалих із розумінням і повагою, уникати сенсаційності й ажіотажу, використовувати чіткі й однозначні факти, ..., уникати оціночних суджень та упереджень, уникати стигматизуючих виразів і визначень» [16].

Зокрема, в контексті цієї ж теми варто згадати проведене громадською організацією «Центр прав людини «ZMINA» у межах кампанії «Жінки проти пандемії» онлайн-опитування щодо проблем жінок під час запровадженого через COVID-19 карантину. Дослідження охоплювало 976 анкет

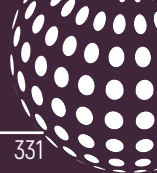
респонденток від 18 років із різних регіонів України. Результати показали, що: для 11% опитаних зросла кількість сварок із чоловіком або партнером/партнеркою. Цей факт є додатковим свідченням того, що українські жінки потребують зміни стереотипності мислення про себе серед населення [17].

Як бачимо, попри наявне міжнародне та українське законодавство, що регламентує проблему сексуальних домагань і механізми захисту потерпілих, не менш важливу роль в боротьбі з такими протиправними діями відіграють саме медіа. Центр демократії та верховенства права зауважує: «Роль журналіста в суспільстві – презентувати правду» [18].

Тому й зазначаємо, що найважливіше завдання медіа у теми сексуальних домагань – висвітлювати. А саме: розповідати про подібні ситуації, як вони вирішуються, якими є перепони та як їх долати, як українське та міжнародне законодавство може у цьому допомогти, визначати детальні механізми захисту та поведінки, формувати суспільну свідомість, допомагати за можливості правоохоронним органам, а також запобігати скоєнню подібних злочинів. Особливо – через якісне дослідження та висвітлення шляху боротьби щодо теми сексуальних домагань – як змінюються ухвалені закони, повноваження поліції (наприклад, що нині у працівників поліції передбачений новий механізм захисту від домашнього насильства – терміновий заборонний припис), суду (запровадження обмежувального припису) та принципи й можливості як самозахисту, так і допомоги тим, хто цього потребує. По суті, медіа можуть слугувати певною платформою для актуалізації питання та, навіть, впровадження жорсткішої регламентації на законодавчому рівні питань сексуального насильства. Якісне інформування не лише про сам факт скоєння злочину, а й про наслідки та викорінення передумов, сприятиме зміні суспільної думки та приверненню уваги громадськості до проблеми.

Література

1. Національне опитування з питань рівності між чоловіками та жінками в Україні // Офіс Віце-прем'єр-міністра з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України. – липень 2018 – URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/17-presentation-2018/29.22.2018Klmpush/%20опитування%20з%20питань%20рівності%20між%20чоловіками%20та%20жінками%20в%20Україні%20липень%202018.pdf> (дата звернення – 10.04.2021).
2. Сексуальні домагання в Україні: експерти назвали можливу кількість потерпілих // Zmina.info. – 18 листопада 2018. – URL: https://zmina.info/news/stalo_vidomo_u_skilkoh_ukrajinciv_je_znajomi_zhertvi_seksualnih_domagan/ (дата звернення – 10.04.2021).



3. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків». – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15#Text> (дата звернення – 10.04.2021).
4. Закон України «Про запобігання та протидію домашньому насильству». – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19#Text> (дата звернення – 10.04.2021).
5. Гендерна чутливість судових комунікацій // Другий національний професійний форум прес-секретарів судів. – 28-29 листопада 2019 – URL: http://www.vru.gov.ua/content/file/3.Chernyavska-Gender_Equality_.pdf (дата звернення – 10.04.2021).
6. Кримінальний Кодекс України . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text> (дата звернення – 10.04.2021).
7. Сексуальні домагання на роботі: чому мовчать жертви? – URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/28891187.html> (дата звернення – 10.04.2021).
8. Ihollagram. URL: <https://www.instagram.com/ihollagram/> (дата звернення – 10.04.2021).
9. Для чого жінки малюють чорну цятку на долоні // URL: <https://mors.in.ua/people/726-dlya-chogo-zhinky-malyuyut-chornu-cyatku-na-doloni.html>
10. Как макияж стал инструментом социальных кампаний // URL: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/beauty/beauty-opinion/215615-makeup-charity-campaigns>
11. ЯнеБоюсьСказати // URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wiki/ЯнеБоюсьСказати>
12. Медіа та протидія насильству. Посібник для журналістів і журналісток // URL: <https://ukraine.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Позірви-коло-A5%20%281%29.pdf>
13. Що таке сексуальні домагання // Гендер в деталях // URL: <https://genderindetail.org.ua/season-topic/seksualnist/sexualni-domagannya-yak-zlochin-proti-statevoi-svobodi-i-nedotorkannosti-134323.html> (дата звернення – 10.04.2021).
14. Медіачек: висновок щодо висвітлення каналом «1+1» ситуації в Кагарлику // ГО «Детектор медіа» - URL: <https://detector.media/community/article/177677/2020-06-03-mediachek-vysnovok-shchodo-vysvitlennya-kanalom-11-sytuatsii-v-kagarlyku/>
15. Зловмисника, що здійснив напад на пасажирку поїзда Київ-Маріуполь, передано правоохоронцям // Прес-центр «Укрзалізниці» // URL: https://www.uz.gov.ua/press_center/up_to_date_topic/522922/ (дата звернення – 10.04.2021).
16. Як висвітлювати теми, пов'язані з сексуальною експлуатацією? Чекліст для ЗМІ // URL: <https://povaha.org.ua/yak-vysvitlyuvaty-temy-pov-yazani-z-seksualnoyu-ekspluatatsiyeyu-cheklist-dlya-zmi/> (дата звернення – 10.04.2021).
17. Щоб нас почули! Про які потреби жінок на карантині мовчить уряд // Ірина Виртосу. URL: <https://zmna.info/columns/shhob-nas-pochuly-pro-yaki-potreby-zhinok-na-karantyni-movchyt-uryad/> (дата звернення – 10.04.2021).
18. Рекомендації НМР №10. Як запобігати мові ненависті проти захищених груп та стереотипізації в медіа. URL: <https://cedem.org.ua/library/rekomendatsiya-10-yak-zapobigaty-movi-nenavysti-proty-zahyshhenyh-grup-ta-stereotypizatsiyi-v-media/> (дата звернення – 10.04.2021).



Брошкова С. Л.,

канд. екон. н., доцентка

кафедри журналістики реклами та медіакомунікацій,
факультету журналістики, реклами та видавничої справи
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова,
Одеса

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ЧИ НАСИЛЛЯ НЕ МАЄ ВИНЯТКІВ

Сьогодні, коли увесь світ виступає проти нав'язування ярликів та будь-якого прояву дискримінації, нажаль, люди, частіше несвідомо, є «заручниками» стереотипів. Саме ці стереотипи стосуються, такої банальної історії як «відвертий наряд – легка поведінка», «сама винувата» та інші.

Однією із найгостріших та найактуальніших проблем сьогодення є – домашнє насилля. Із початком пандемії COVID-19 кількість звернень щодо домашнього насилля різко збільшилась. Зокрема в Україні, за словами Уповноваженої із питань гендерної політики Катерини Левченко, у 2020 році органами та підрозділами Національної поліції було складено понад 130 тисяч протоколів через домашнє насильство [1]. А за даними уповноваженого Верховної Ради з прав людини Людмили Денисової, у цей же рік всього від жінок, чоловіків і дітей надійшло понад 211 тис. звернень за фактами домашнього насильства, тоді як у 2019-му – 130 тис. [2]. Більшість – жінки. Та це не означає, що це фіксована кількість випадків: багато хто так і продовжує замовчувати проблему.

Так, більшу частину постраждалих становлять жінки, друге місце займають скарги від насилля над дітьми та лише потім – чоловіки. Стереотипне уявлення, підкріплене стигмою, що «жертвами насилля» є виключно жінки, є хибним. Чоловіки також страждають. Достовірно неможливо вказати відсоток чоловіків, які потребують допомоги, з двох причин: на це не акцентують достатню увагу українські ЗМІ; через стереотипне уявлення, що «чоловік, який скаржиться на те, що його образила жінка, – не чоловік», велика кількість мужів замовчують та продовжують потерпати від насилля.

Актуальністю роботи є гендерна рівність, як одна з головних тез захисту прав людини, та запобігання будь-яким формам насилля, незалежно



від віку, статті та національності. Поняття «людина» стосується кожного, і тут також важливо говорити про порушення прав чоловіків як членів суспільства, які також мають право на соціальний захист.

Поділяти проблеми на «чоловічі» та «жіночі» у питаннях порушення прав людини не можна, і саме тут, важливість ролі ЗМІ як рушійної сили у викритті міфу «чоловіки не плачуть» є метою даної роботи.

В українському медіапросторі, на жаль, здебільшого простежується така тенденція, що висвітлюються новини лише з негативним забарвленням. Як стверджує Олена Любченко, кандидат психологічних наук, тренерка та медіапсихологиня, «поганих новин не більше, ніж хороших, просто повідомляють нам переважно погані» [3]. Щодня новинні стрічки регіональних та всезагальних ЗМІ виблискують інформацією з кримінальної хроніки, воєнно-політичних конфліктів, статистикою летальних випадків від коронавірусу та інше. Питання випадків домашнього насилля не є винятком. Декілька прикладів з останніх: «У Києві чоловіка посадили за ґрати за домашнє насильство над дружиною» [4], «У Києві більше 7 тисяч осіб звернулися по допомогу через домашнє насильство» [5], «Бил жену на глазах у детей: у омбудсмена отреагировали на домашнее насилие в Кременчуге» [6]. До речі, значна кількість матеріалів на згадану тему є дискримінаційними, зокрема акцентується увага на територіальній приналежності, віці учасників, а також присутня надмірна деталізація та «сенсаційні» заголовки: «Жорстоко бив, а потім забрав дітей: у Львові IT-менеджер катував дружину – відео 18+» [7], «44-річний безробітний житомирянин за систематичне насилля стосовно матері-пенсіонерки може отримати штраф або до 2 років позбавлення волі» [8], «В Одеській області п'яний чоловік побив дружину і намагався спалити її будинок» [9] тощо. Як бачимо вже із самих назв матеріалів антагоністами виступають чоловіки.

Окрім фізичного типу домашнього насильства, варто зазначити саме психологічне, якому найчастіше піддаються чоловіки. Психологічне (емоційне/ психічне/ ментальне) насилля – «це будь-яке жорстоке поводження, яке має емоційний, а не фізичний характер. Це може включати що завгодно, починаючи від словесних образ та постійної критики, закінчуючи більш тонкими тактиками, такими як залякування, маніпуляції та відмова будь-коли бути задоволеним» [10].

Психологічне насилля часто супроводжується газлайтингом. Так, у 2019 році на сайті BBC News Україна з'явилося інтерв'ю-сповідь «Дружина ґвал-



тувала мене 10 років» Розповідь українця» [11], де чоловік зізнався, що 10 років потерпав від домашнього насилля. Декілька тез з цього матеріалу: «На людях у нас усе було класно: усміхнені обличчя, компанія, купа грошей, щасливі і впевнені в собі. Ми об'їздили півсвіту разом. Адже у подорожах, на видноті, я міг її не боятися. Головне було – не залишатися наодинці. Тільки нещодавно я зрозумів, що протягом 10-ти років моя колишня дружина мене гвалтувала. <...>Тоді вона била мене, і я не міг нічого зробити. Вона нігтями роздирає мені шкіру до крові, в основному била кулаками. На обличчі ніколи нічого не залишала – чіпала тільки те, що сховане: груди, спину, руки. Я не опирався, адже бити жінку було би неправильно й агресивно. Так мене виховали батьки» [11].

Інша історія була оприлюднена у 2020 році німецьким виданням Deutsche Welle (DW). «Коли чоловік стає жертвою: сповідь про побутове насильство» [12] – зізнання чоловіка, який декілька років потерпав від фізичного та емоційного насилля з боку жінки, яка у свою чергу тиснула на нього тим, що сама була «жертвою» у минулому. «<...> Я повинен був її підтримати та висловити власнику готелю, який у нього бруд. Але я цього не зробив, бо не хотів принижувати чоловіка. Тоді вона сама вирішила вичитати його. А я сів у машину й чекав. Коли вона повернулася, то накинулася на мене з криком і дала ляпаса <...>. Якось вона зняла халат, стала переді мною оголеною. І почала бити себе і дряпати, вона кричала: «А! Припини! Мені боляче» Я був у повному зціпенінні. Коли вона закінчила, то надягнула халат, дістала зі своєї сумки диктофон і вимкнула його <...> «Як класно мати такий диктофон. Це мій козир», – шантажувала його подруга, аби він не розповів комусь про побой. «Я боявся втратити обличчя, репутацію на роботі й бути сприйнятим не як жертва, а як насильник. А страх може зламати будь-кого», – зізнається Тамі<...>» [12].

В обох ситуаціях чоловіки протягом багатьох років були заручниками стигми та стереотипів – це змушувало їх мовчати. Ці історії є уособленням великої кількості чоловіків, які страждають від аб'юзу, газлайтингу, шантажу, побоїв, але мовчать, бо «так неправильно».

Слід зацентрувати увагу на неменш важливий юридичний аспект. «Хоча домашнє насильство і вважається одним із видів ґендерно зумовленого, не завжди це так. Наприклад, якщо взяти вікову категорію чоловіків, то найчастіше це літні люди. Вони потерпають від дій не лише дружин, а ще й дітей, онуків, братів, інших родичів. Чоловіки похилого віку передусім



страждають від економічного насильства, але буває насильство і психологічне, і фізичне. Наприклад, обмеження переміщень. Закрили в кімнаті старого дідуся та заборонили йому звідти виходити» [13].

Представники «четвертої влади» у даній проблемі відіграють вирішальну роль, де головним завданням виступає – протидія проявам агресії, не розмежовуючи її гендерними кордонами.

Залежність вирішення питання домашнього насильства щодо чоловіків і ЗМІ вбачає і Елізабет Бейтс, докторка та практикуючий психолог з Камбрійського університету. У своєму дослідженні вона стверджує: «У телевізійних програмах і комедійних шоу насильство над чоловіком – гумористичний засіб. Ми можемо сміятися, коли бачимо, як жінка дубасить чоловіка, але в цього є наслідки. Є багато причин, які заважають чоловікові звернутися по допомогу. Одна з них – побоювання, що йому не повірять. І те, як у ЗМІ говорять про насильство, впливає на цей страх» [13, 14].

Узагальнюючи вищевикладене, слід відокремити усю важливість не замовчування проявів домашнього насилля. Закон України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» [15] гарантує соціальний захист усім, хто потребує допомоги. Окрім цього в Україні діє інформаційна компанія «Розірви коло» [16], частина масштабної програми UNFPA, яка має цілодобову гарячу лінію, та громадська правозахисна організація «Ла Страда» [17].

Пандемія COVID-19 викрила прогалини у соціальній системі і дала зрозуміти, що нам усім є, над чим працювати. Від домашнього насилля страждають не лише жінки та діти, а й чоловіки, які часто не обізнані у законах та своїх правах, тому мовчать.

Література

1. Масний В. Через пандемію кількість домашнього насильства зросла – гендерний омбудсмен / В'ячеслав Масний // Суспільне. 2021. URL: <https://susplilne.media/108361-cerez-pandemiu-kilkist-domasnogo-nasilstva-zroslo-gendernij-ombudsmen/> [дата звернення 20.04.2021]
2. Заявил, что обидела женщина, – не мужик: Сколько в Украине мужчин страдает от домашнего насилия. 112.ua. 2021. URL: <https://112ua.tv/obshchestvo/zayavil-chto-obidela-zhenshhina--ne-muzhik-skolko-v-ukraine-muzhchin-stradaet-ot-domashnego-nasiliya-574041.html> [дата звернення 20.04.2021]
3. Як вижити в світі поганих новин // НВ. 2020. URL: <https://life.nv.ua/ukr/blogs/novini-yak-vporatisya-z-potokom-negativnoji-informaciji-yak-pracyuye-uvaga-50111978.html> [дата звернення 21.04.2021]
4. У Києві чоловіка посадили за ґрати за домашнє насильство над дружиною // Українська правда. 2021. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2021/04/16/244611/>



(дата звернення 21.04.2021)

5. У Києві більше 7 тисяч осіб звернулися по допомогу через домашнє насильство // Хмарочос. 2020. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2020/05/26/u-kyievi-bilshe-7-tysyach-osib-zvernuly-sya-po-dopomogu-cherez-domashnye-nasylstvo/> (дата звернення 21.04.2021)

6. Бил жену на глазах у детей: у омбудсмєна отреагировали на домашнее насилие в Кременчуге // ТСН. 2021. URL: <https://tsn.ua/ru/ukrayina/bil-zhenuna-glazah-u-detey-u-ombudsmena-otreagirovali-na-domashnee-nasilie-v-kremenchuge-1750987.html> (дата звернення 21.04.2021)

7. Жорстоко бив, а потім забрав дітей: у Львові IT-менеджер катував дружину – відео 18+ // 24 канал. Львов. 2021. URL: https://lviv.24tv.ua/zhorstoko-biv-potim-zabrav-ditey-lvovi-it-menedzher-novini-lvova_n160408 (дата звернення 21.04.2021)

8. 44-річний безробітний житомирєнин за систематичне насильє стосовно матері-пенсіонерки може отримати штраф або до 2 років позбавлення волі // 20 хвилин. Житомир. 2021. URL: <https://zt.20minut.ua/Kryminal/44-richniy-bezrobitniy-zhitomiryanin-za-sistematichne-nasilya-stosovni-11257833.html> (дата звернення 21.04.2021)

9. В Одеській області п'яний чоловік побив дружину і намагався спалити її будинок // УНІАН. 2021. URL: <https://www.unian.ua/incidents/domanshnye-nasilstvo-na-odeshchini-cholovik-pobiv-druzhinu-y-namagavsya-spaliti-jiji-budinok-novini-odesi-11374123.html> (дата звернення 21.04.2021)

10. Emotional abuse // Counseling Center, University of Illinois Urbana-Champaign. 2007. URL: <https://web.archive.org/web/20141120190029/http://www.counselingcenter.illinois.edu/self-help-brochures/relationship-problems/emotional-abuseee> (дата звернення 21.04.2021)

11. «Дружина ґвалтувала мене 10 років». Розповідь українця // BBC News Україна: Новини. 2019. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-50140413> (дата звернення 21.04.2021)

12. Коли чоловік стає жертвою: сповідь про побутове насильство // DW. 2020. URL: <https://www.dw.com/uk/koly-cholovik-staie-zhertvoiu-spovid-pro-pobutove-nasylstvo/a-55579586> (дата звернення 21.04.2021)

13. Чи тільки жінки страждають від домашнього насильства? // ГО «Форпост» (офіційний сайт). 2021. URL: <http://forpost-center.org/chy-tilky-zhinky-strazhdayut-vid-domashnogo-nasylstva/> (дата звернення 21.04.2021)

14. Domestic violence activist honoured for increasing public awareness // University of Cumbria. 2020. URL: <https://www.cumbria.ac.uk/about/news/articles/articles/domestic-violence-activist-honoured-for-increasing-public-awareness.html> (дата звернення 21.04.2021)

15. ЗАКОН УКРАЇНИ «Про запобігання та протидію домашньому насильству» // Офіційний вебпортал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19#Text> (дата звернення 21.04.2021)

16. ІНФОРМАЦІЙНА КАМПАНІЯ «РОЗІРВИ КОЛО» // Офіційний сайт. URL: <https://rozirvykolo.org/about/> (дата звернення 21.04.2021)

17. Громадська правозахисна організація «Ла Страда – Україна» // Офіційний сайт. URL: <https://la-strada.org.ua/pro-organizacziyu> (дата звернення 21.04.2021)



Чернявська Л.В.,

доц., д.соц.ком., завкафедрою журналістики
Запорізького національного університету
Запоріжжя

ДОСВІД ДИСКРИМІНАЦІЇ І ТЕМА ДИСКРИМАНЦІЇ В МЕМАХ

Вірусний медіаконтент формується через реалізацію актуальних тем у медіатворах. Серед безлічі вірусних розважальних медіатворів, таких як ребуси, загадки, цитати відомих людей, життєві історії тощо, окрему групу становлять медіадеми. Вони мають такі характеристики: ігрова основа творення та поширення, простота інтерпретації і конструювання, гумор, актуальний соціальний та культурний контексти. Тож медіаторчість стає не лише грою для розваги користувачів соціальних мереж, але й є привабливою технологією для просування продуктів, ідей, іміджів.

Тематика та образи медіадемів відображають настрої у суспільстві, адже вони є виразниками думки соціальних спільнот з приводу останніх подій, можуть стосуватись окремих ситуацій у житті конкретної людини. Тож можемо говорити про те, що вони можуть стосуватись загальних подій у суспільстві, а також окремих індивідуальних історій. Однак обидві ці групи використовують шаблони із окресленою системою образів та інтерпретацій закріплених за ними.

Метою дослідження є презентація досвіду дискримінації у мемах та можливостей використання мемів для пропедевтичної роботи попередження дискримінації, а також розуміння користувачами соцмереж своїх прав.

Реалізація мети передбачала такі завдання:

1. Схарактеризувати природу мемів та дати класифікацію мемам, які презентують дискримінаційні практики.
2. Виокремити групу мемів, які пропонують приклади протистояння дискримінаційним практикам.

Інтерес до мемів як чинників формування ідей, соціальних конструктів простежується в науковому дискурсі. Варто виділити кілька напрямів ви-



вчення мемів як соціальних медійних практик. А. Кеней досліджує меми Твітер Tumblr блогу WhatShouldWeCallMe ("WSWCM" блог існував до грудня 2015 року, в дослідженні взято меми за період з 2012 по 2014 роки) як жарти двох подруг (одна зі східного, а інша західного узбережжя США [3]. Тут меми розглядаються як соціальні практики, які презентують гендерну, соціальну та вікову ідентичність.

Про ідентифікацію і відчуття, які викликає дискримінація, презентована у мемах говорять у студіях расової дискримінації та наслідків дискримінації. Расова дискримінація у мережі, зокрема у мемах, досліджується у публікації групи авторів [7]. Расова мікроагресія вивчалась на основі опитування представників різних рас. Дискримінація, як вказують автори коледжа громадської охорони здоров'я і соціальної роботи імені Роберта Стемпела при Міжнародному університеті Флориди, призводить до депресії та викликає симптоми тривожності [2].

Різні медіапродукти беруть участь у творенні медіареальності. Дискримінаційна реклама стає одним із факторів формування стереотипів у користувачів мережі Facebook – цю тему досліджують група авторів [5].

Використання досліджень з дискримінації використовується в роботі із людськими ресурсами (HR), тож роботодавців попереджають про створення мікроагресії в трудових колективах під час використання мемів, які можна вважати дитскаримінаційними та сексистськими, зокрема, в публікації Л.Таурас та Дж.Кука розглядається мем «ОК (добре), Карен» (жарти про Карен, сторінка із мемами існувала в мережі Facebook, останні меми датовані червнем 2019 року) [4]. Карен – біла жінка, середнього віку, натуралка, расистка, вона є ярликом до «такого типу жінок» – не дуже розумних, нижче середнього класу, звичайна жінка, яка здійснює нерозважливі публічні дії або багато жаліється. Тож мем використовується для жартів заснованих на расистській, віковій, сексистській дискримінації. При чому сама Карен у цих мемах постає расисткою, тож за мотивами мема режисер Демон «Коук» Деніелс зняв фільм «Карен», який у 2021 році знаходиться у пост-продакшн.

За цим же композиційним принципом будується мем «Ok Boomer» про вікову дискримінацію на робочому місці. Міленіали і представники покоління Z використовують цей вислів-мем по відношенню до тих, хто народився в період 1946-1964 рр. (бебі-бумери). Це коментар, який стосується віку, зокрема, «25-річний новозеландський депутат використовує «Ok



Boomer», щоб змусити замовкнути настирливого старшого колеги під час дебатів з питань зміни клімату» [6]. До речі, мем Карен також належить до дискримінації бумерів за віком.

Дискримінація в мемах представників вікових груп, раси, статі тощо стала одним із напрямів дискримінаційних практик, іншим напрямом є дискримінація людей із інвалідністю, зображення яких взято для створення шаблонів мемів. В матеріалі BBC «Мами проти мемів» розповідається про випадки використання зображень дітей із вадами здоров'я для створення мемів глузливого характеру. Жертвами дискримінації зокрема стали Грейсон Сміт і Джеймсон Меєр, батьки яких створили сторінки у соцмережах для підтримки своїх хворих дітей. Фото з цих сторінок були взяті без згоди батьків і використані для створення мемів. Батьки цих дітей та інші користувачі звертались до соцмережі Facebook із скаргами про порушення прав людини, проте ці фото не користуються захистом авторського права і за політикою соцмереж не є порушенням стандартів мережі [1]. Подібна ситуація сталася із Ліззі Веласкес, дівчиною, яка має рідкісну хворобу через яку її тіло не може накопичувати жир. Вона також стала жертвою подібних мемів, тож вона і матері жертв намагають протидіяти троям, зокрема Ліззі Веласкес веде активну роз'яснювальну роботу, матері постраждалих дітей створюють свої мотивуючі мему, де їхні діти представлені як справжні герої, що протистоять важким хворобам.

Мему як технологія використовуються для конструювання різних мотиваторів просуваючи ідеї захисту прав людей, тож такі медіатори покликані поширювати ліберальні ідеї та роз'яснювати питання правозахисту. Прикладом можуть бути мему проти расизму створені у США із зображеннями 44-го президента Барака Обами [8]:

В Україні проект «Просто про права дитини», створений авторкою мемів про Гуса Надію Кушнір став прикладом творчої колаборації художниці та Міжнародного фестивалю документального кіно Docudays UA, реалізованої у 2020 році.

Мему залишаються вірусним медіа-продуктом, який ґрунтується на принципах гри, гумору, він може бути легко сконструйованим користувачами соціальних





мереж. Меми презентують актуальну соціальну ситуацію і залучають соціальний та культурний контексти. Дискримінаційні меми можна поділити на два види: 1. Сконструйовані образи людей, які можуть бути дискриміновані. 2. Використання зображень людей, які мають вади через стан здоров'я, із метою створення мемів глузливого змісту, що порушує право цих осіб на гідність і повагу. Поряд із цим меми як технологія просування ідей можуть поширювати правозахисний контент. Протистоянням дискримінаційним практикам поширюваним через меми може бути роз'яснювальна робота, створення мемів-мотиваторів.

Література

1. Алексіук Є. Як меми (не) захищаються авторським правом. Центр верховенства права та демократії. 29 січня 2020. <https://cedem.org.ua/analytics/memy-avtorske-pravo/>
2. Drouet Jessica Discrimination on social media results in higher depression, anxiety among young minority males. September 16, 2020. <https://news.fiu.edu/2020/minority-males-face-depression-and-anxiety-from-ethnic-discrimination-on-social-media>
3. Kanai Akane. Sociality and Classification: Reading Gender, Race, and Class in a Humorous Meme. *Social Media + Society* October-December 2016: 1-12. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305116672884> [21.04.2021]
4. Tauras Kristin, Cook James A. Are "Karen Jokes" Just a Joke or Potential Evidence Against Employers of a Hostile Work Environment or Discrimination? *McKenna Minutes*. December 11, 2020. <https://www.mckenna-law.com/are-karen-jokes-just-a-joke-or-potential-evidence-against-employers-of-a-hostile-work-environment-or-discrimination/>
5. Speicher Till, Ali Muhammad, Venkatadri Giridhari, Filipe Nunes Ribeiro, George Arvanitakis, Fabrício Benevenuto, Krishna P. Gummadri, Patrick Loiseau, Alan Mislove. Potential for Discrimination in Online Targeted Advertising. *Proceedings of Machine Learning Research* 81:1-15, 2018. <http://proceedings.mlr.press/v81/speicher18a/speicher18a.pdf>
6. Swinick Corey J. «Ok Boomer»... From Internet Meme to Workplace Age Discrimination. December 11, 2019. <https://www.employmentlawobserver.com/ok-boomer-from-internet-meme-to-workplace-age-discrimination>
7. Williams Amanda, Oliver Clio, Aumer Katherine, Meyers Chanel. Racial microaggressions and perceptions of Internet memes. *Computers in Human Behavior* 63 [2016] 424-432 pp. <http://amandawilliams.ca/papers/Racial%20microaggressions%20and%20perceptions%20of%20Internet%20memes.pdf>
8. Memes against racism <http://www.amitiecode.eu/news-events/memes-against-racism>

Наукове видання
**ЛЮДИНА В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ В СИСТЕМІ ЦІННОСТЕЙ
ПРАВ ЛЮДИНИ: СУЧАСНИЙ ВИМІР МЕДІАДІЯЛЬНОСТІ**

Збірник матеріалів
Всеукраїнської науково-практичної конференції
(Київ, 14 травня 2021 р.)

Тексти друкуються в авторській редакції

Укладачі: Євген Цимбаленко, Юлія Шафаренко,
Костянтин Шендеровський

Макетування і верстка Олексій Ситник

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 21.5. Наклад 30
Гарнітура Bookman Akrobat. Папір офсетний.

Друк офсетний.

Підписано до друку 13.05.2021
Видруковано у навчально-поліграфічній лабораторії
Інституту журналістики

