

ISSN 2312-5160
online ISSN 2786-4502

Taras Shevchenko National University of Kyiv
Educational and Scientific Institute of Journalism

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут журналістики

CURRENT ISSUES OF MASS COMMUNICATION
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Issue 34
Випуск 34

2023

Current Issues of Mass Communication, Issue 34 (2023)

Journal homepage: <https://cimc.knu.ua/index>

"**Current issues of mass communication**" is a professional scientific publication of the Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv. The journal publishes original, completed contributions in the field of mass communication, reflecting current trends in this domain in Ukraine and the world, patterns, processes, structures, and forms of mass communication relations. Priority is given to the studies of mass communication trends in technological development, media, journalism, publishing, advertising, public relations, social informatics, document science, library science, etc., which is relevant for the Ukrainian and world audience.

Our journal has the following sections:

Discussions (contains scholarly and journalistic columns or comments of the editorial board, editor-in-chief, members of the editorial board regarding results of research that have not been reviewed but are of interest. These publications are not scientific articles).

Review articles (scientific literature reviews on a particular issue. Reviews are a kind of scientific article. Our journal publishes reviews that use the method of meta-analysis).

Research articles (with results of scientific research that correspond to the journal's profile, have been reviewed and approved for publication as scientific articles). Such article should have empirical data at its core.

Interdisciplinary research (peer-reviewed scientific articles that present original research results but go beyond the narrow profile of the journal, and their authors are scholars from other fields. However, such research articles should be at least partially related to mass communication).

Reviews (reviews on various scientific publications in the field of mass communication, including reviews on books, scientific articles, reviews of opponents on the dissertation).

The journal's **audience** includes scientists, teachers, students, professionals in media and communications, and a wide range of readers interested in current trends in the development of the communication space.

The journal is included in the "List of scientific professional publications of Ukraine, which may publish the results of dissertations for the degree of Doctor of Sciences, Candidate of Sciences and Doctor of Philosophy. Category "B".

ISSN 2312-5160 (Print)

online ISSN 2786-4502

Certificate of registration: KB # 24027-13867 ИП of 2019-06-14

Editorial Address: "Current Issues of Mass Communication", Educational and Scientific Institute of Journalism,

36/1 Yurii Illienko St., Kyiv, 04119, Ukraine.

Phone: +38044 481 45 48. Fax: +38044 483 09 81.

Web: <https://cimc.knu.ua/index>, Email: cimc@knu.ua.

Recommended for publishing by the Academic Council of the Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv (protocol 6, 12.12.2023).

All rights reserved. Reference to the journal's materials is required while quoting them.

Editorial policy and publishing ethics

The journal editors adhere to the principles of a publishing organization recognized in the world scientific community based on transparency, openness, and best practices in the field of publicity of research developed by the Committee on Publication Ethics (COPE). In addition, principles of transparency and best practice in scholar editorial policy oblige staff and authors of the journal to adhere to the basic principles of publishing in the field of science, such as open access policy, rules for editors and reviewers, review policy and process, conflict of interest, scientific dishonesty, plagiarism policy, editorial ethics and ethical obligations of authors, compliance with copyright.

Open access policy

Our journal recognizes the Open Access Policy for published content and supports the principles of free dissemination of scientific data for general sustainable social development (CC-BY). This means that all articles published in the journal are published on the journal's website indefinitely and free of charge immediately after the next issue's release. Printed paper copies of the journal are also distributed and stored in national libraries. Full-text online access to the journal's content can be accessed by visiting the "Archive" section.

This policy aligns with the Budapest Open Access Initiative (BOAI) definition of open access.

The journal "Current issues of mass communication" is licensed by Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0). This license allows us to read, download, copy, distribute, print, cite, provided that any use is made with the indication of the author (authors) and the journal, or refer to the full text of the article in our journal.

Current Issues of Mass Communication does not tolerate plagiarism; the authors submitting articles affirm that their manuscripts are original and have not been published previously. We check all submitted manuscripts for plagiarism. Along with the manuscript, the authors send the cover letter which includes (1) the consent to publish their article in our Journal and its electronic versions, as well as (2) the confirmation that the article is not simultaneously submitted to other journals as well as its findings are not previously published.

The Journal's Editorial Board ensures that each manuscript is reviewed impartially, without regard to gender, race, nationality, religion, citizenship, etc. of the author.

Peer Review Policy

All articles are "blindly" reviewed by independent experts appointed by the editorial board from among experts in the relevant field of research. The editor-in-chief makes the final decision to publish or reject the article, guided in his actions by the reviewers' conclusions. When submitting an article, authors may ask to exclude from the list of possible reviewers no more than two scholars or two higher education institutions.

The peer-review process can take up to 8 weeks, depending on reviewers' workload and complexity of the article topic. Finally, the editors inform the author about the experts' remarks and about the decision to accept the manuscript for publication or refuse to publish.

In case of a favorable decision of the editorial board, the author makes the appropriate corrections and sends the editors the final version of the manuscript. When approving the content of the journal issue, the editorial board is guided by the date of receiving the latest version of the article.

We expect potential reviewers to adhere to the principles of publishing ethics, understanding conflicts of interest, confidentiality, and timeliness.

Publication ethics

We encourage each reviewer to familiarize themselves with the Ethical Guidelines for Reviewers, approved by the Committee on Publication Ethics (COPE).

Conflict of interest

If the reviewer cannot be objective in evaluating the manuscript due to personal, financial, professional, political, or religious issues concerning the author, he must refuse to review.

Confidentiality

A Reviewer that consented to a blind review of the material is not entitled to transfer this right to a third party. If he cannot review for some reason, he must refuse to review and notify the editor.

The reviewer may receive advice from third parties, but he must notify the editor.

Manuscripts should not be shared or discussed with anyone outside the peer-review process.

It is forbidden for reviewers to contact the authors directly; the editor can only do this.

Timeliness

If the reviewer cannot complete the review on time, he must notify the editor within the allotted time.

The reviewer must agree to the review only if he can submit a review within an agreed period.

If the reviewer cannot complete the review for some reason, it will be ethical to suggest an alternative reviewer to the editor.

Researchers, who want to take part in the peer review process of the Journal, should have a degree in the relevant scientific fields, the appropriate experience and high reputation in the academic world. Please send your resume to the Editorial Board at office.cimc@knu.ua.

You can get more detailed information about the journal at <https://cimc.knu.ua/about>.

List of reviewers of the issue

Artem Zakharchenko, PhD (Social Communications), Associate Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Dmytro Oltarzhevskiy, D.Sci. (Social Communications), Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Dorota Suska, Dr.Habil. (Linguistics), Associate Professor, Jan Dlugosz University in Czestochowa, Poland

Kristy Roschke, PhD (Communication), Professor, Walter Cronkite School of Journalism and Mass Communication, expert in media literacy, Arizona State University; Phoenix, AZ, United States of America

Nataliya Shumarova, D. Sci. (Philology), Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Petro Katerynych, PhD (Social Communications), Assistant, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Tetiana Krainikova, D.Sci. (Social Communications), Professor, Educational and Scientific Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Актуальні питання масової комунікації, Випуск 34, 2023 р.

веб-сайт журналу: <https://cimc.knu.ua/index>

«Актуальні питання масової комунікації» – фахове наукове видання Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журнал публікує оригінальні, закінчені роботи за результатами досліджень із масової комунікації, що відображають сучасні тенденції розвитку галузі в Україні та світі, закономірності, процеси, структури та форми масовокомунікаційних відносин. Пріоритет надається актуальним для української та світової аудиторії дослідженням масовокомунікаційних трендів у розвитку технологій, медіа, журналістики, видавничої справи, реклами, зв'язків з громадськістю, соціальної інформатики, документознавства, бібліотекознавства тощо.

Наш журнал має такі рубрики:

Дискусії та обговорення (друк науково-публіцистичних виступів, позицій редакції, головного редактора, членів редколегії, результатів досліджень, які не пройшли рецензування, але становлять інтерес. Ці публікації не є науковими статтями).

Огляди (друк оглядів наукової літератури з того чи іншого питання. Огляди є видом наукової статті. У нашому журналі друкуються огляди, у яких використано метод мета-аналізу).

Дослідницькі статті (друк результатів наукових досліджень, що відповідають профілю журналу, пройшли рецензування і схвалені до друку як наукові статті).

Міждисциплінарні дослідження (друк наукових статей, що пройшли рецензування, подають оригінальні результати досліджень, але виходять за межі вузького профілю журналу, а їхні автори є ученими з інших галузей. Проте такі наукові статті повинні бути хоч частково пов'язані з питаннями масової комунікації).

Рецензії (друк рецензій на різні наукові видання у галузі масової комунікації, включаючи рецензії на наукові статті, відгуки опонентів на дисертації).

Аудиторія журналу включає науковців, викладачів, студентів, професіоналів у галузі медіа та комунікацій, а також широке коло читачів, які цікавляться сучасними тенденціями розвитку комунікаційного простору.

Журнал включено до «Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора наук, кандидата наук і доктора філософії». Категорія «Б».

ISSN 2312-5160

онлайн-ISSN 2786-4502

Свідоцтво про державну реєстрацію: КВ № 24027-13867 ПР від 14.06.2019

Адреса редакції: «Актуальні питання масової комунікації», Навчально-науковий інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, вул. Юрія Іллєнка, 36/1, м. Київ, 04119, Україна.

Тел.: +38044 481 45 48. Факс: +38044 483 09 81.

Web: <https://cimc.knu.ua/index>. Email: cimc@knu.ua.

Рекомендовано до друку вченою радою Навчально-наукового інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 6 від 12 грудня 2023 р.).

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

Актуальні питання масової комунікації : науковий журнал / голов. ред. В. В. Різун; Навчально-науковий інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. Київ, 2023. Вип. 34. 86 с.

Редакційна політика і публікаційна етика

Редакція журналу дотримується визнаних у світовій науковій спільноті принципів організації публікаційної справи на засадах прозорості, відкритості та передової практики у сфері оприлюднення результатів досліджень, розроблених Міжнародним комітетом з етики наукових публікацій (Committee on Publication Ethics (COPE) Principles of Transparency and Best Practice in Scholarly Publishing). Редакційна політика зобов'язує працівників журналу та авторів наукових публікацій

дотримуватися засадничих принципів публікаційної діяльності у сфері науки, що стосуються політики відкритого доступу, правил для редакторів та рецензентів, політики та процесу рецензування, конфлікту інтересів, наукової недоброчесності, політики плагіату, редакційної етики та етичних зобов'язань авторів, дотримання авторських прав.

Політика відкритого доступу

Наш журнал визнає політику негайного відкритого доступу (Open Access Policy) до опублікованого контенту і підтримує принципи вільного поширення наукових даних задля загального сталого суспільного розвитку (CC-BY). Це означає, що всі статті, опубліковані в журналі, розміщуються на веб-сторінці Журналу безстроково і безкоштовно відразу після виходу чергового випуску. Також надруковані паперові примірники Журналу поширюються серед національних бібліотек і зберігаються в них. Повнотекстовий онлайн-доступ до наукових статей Журналу можна отримати, зайшовши в розділ "Архів". Це відповідає визначенню відкритого доступу від Budapest Open Access Initiative (BOAI).

Журнал "Актуальні питання масової комунікації" працює за ліцензією Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0). Це дозволяє читати, завантажувати, копіювати, поширювати, друкувати, цитувати за умови, що будь-яке використання здійснюється із зазначенням автора (авторів) та журналу, або посилатися на повний текст статті в нашому науковому виданні.

Автори відповідальні за оригінальність поданих ними рукописів, які не повинні містити плагіату і не повинні бути опубліковані раніше в інших виданнях. Всі рукописи після надходження до журналу проходять перевірку на плагіат. Разом із рукописами статей автори надсилають супровідний лист, у якому (1) чітко вказують свою згоду на публікацію своєї статті у нашому журналі та його електронних версіях і (2) підтверджують, що стаття паралельно не була надіслана до інших журналів, а відомості, викладені в ній, не були раніше опубліковані.

Редакція журналу гарантує, що кожен рукопис розглядається неупереджено, незалежно від статі автора, його раси, національності, віросповідання, громадянства і т.п.

Політика рецензування

Усі статті проходять процедуру "сліпого" рецензування незалежними експертами, яких признає Редколегія з числа фахівців у відповідній науковій галузі. Остаточне рішення щодо публікації чи відхилення статті приймає головний редактор, який керується у своїх діях висновками рецензентів. Подаючи статтю, автори можуть попросити виключити зі списку можливих рецензентів не більше двох вчених або двох закладів вищої освіти.

Процедура рецензування може тривати до 8 тижнів, залежно від завантаженості експертів та складності тематики статті. Редакція інформує автора про зауваження експертів та рішення про прийняття матеріалу до друку або відмову в публікації.

У разі позитивного рішення Редколегії, автор вносить відповідні правки та надсилає до редакції остаточний варіант матеріалу. При затвердженні змісту номеру журналу редколегія керується датою надходження останнього варіанту статті.

Від потенційних рецензентів ми очікуємо дотримання принципів публікаційної етики, розуміння конфлікту інтересів, дотримання конфіденційності та своєчасності.

Публікаційна етика

Рекомендуємо кожному рецензентові познайомитися з Етичним керівництвом для рецензентів, схваленим Міжнародним комітетом з етики наукових публікацій.

Конфлікт інтересів

Якщо рецензент не може бути об'єктивним в оцінці матеріалу через особисті, фінансові, професійні, політичні чи релігійні питання у ставленні до автора, він повинен відмовитися від рецензування.

Дотримання конфіденційності

Рецензент, який дав згоду на сліпе рецензування матеріалу, не має права передавати це право третій особі. Якщо з якихось причин він не може зробити рецензію, він повинен відмовитися від рецензування і повідомити про це Редактора.

Рецензент може отримувати консультації від третіх осіб, але про це він має поставити до відома Редактора.

Не можна ділитися рукописами або обговорювати їх з будь-ким поза процесом рецензування.

Заборонено напряму контактувати з авторами, це можна робити тільки через Редактора.

Своєчасність

Якщо рецензент не може виконати рецензування своєчасно, він повинен у відведені терміни повідомити Редактора.

Рецензент повинен погоджуватися на рецензування, лише якщо він може в узгоджений термін подати рецензію.

Якщо з якихось причин рецензент не може завершити роботу над рецензією, етично буде запропонувати редакторові альтернативного рецензента.

Науковці, які бажають долучитися до числа рецензентів журналу «Актуальні питання масової комунікації», повинні мати науковий ступінь у відповідних галузях наук, належний досвід роботи та високу репутацію в академічному світі. Свої резюме можна надсилати до редакції журналу на e-mail: office.cimc@knu.ua.

Більш детальну інформацію про журнал ви можете отримати за адресою <https://cimc.knu.ua/about>.

Список рецензентів випуску

Артем Захарченко, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент Навчально-наукового інституту журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

Дмитро Олтаржевський, доктор із соціальних комунікацій, професор Навчально-наукового інституту журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

Дорота Суска, Dr. Habil. (лінгвістика), доц., Університет ім. Яна Длугоша, м. Ченстохова, Польща

Крісті Рошкі, PhD (комунікація), професор Школи журналістики та масової комунікації ім. Уолтера Кронкайта, Університет штату Арізона, Фінікс, Арізона, Сполучені Штати Америки

Наталія Шумарова, доктор філологічних наук, професор Навчально-наукового інституту журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

Петро Катеринич, доктор філософії, асистент Навчально-наукового інституту журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

Тетяна Крайнікова, доктор наук із соціальних комунікацій, професор Навчально-наукового інституту журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

Editorial Board

Editor-in-Chief:

Volodymyr Rizun, D. Sc. (Philology), Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-5216-3755>

Associate Editors:

Marianne Barrett, PhD (media), Louise Solheim Professor, Arizona State University, Phoenix, AZ, United States of America, <https://orcid.org/0000-0003-0171-2838>

Yurii Havrylets, PhD (Social Communications), Assistant Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-4899-5815>

Editorial Board:

Anzhelika Dosenko, PhD (Social Communications), Associate Professor, Borys Grinchenko Kyiv University, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-5415-1299>

Dorota Suska, Dr. Habil. (Linguistics), Associate Professor, Jan Dlugosz University in Czestochowa, Poland, <https://orcid.org/0000-0001-9978-5116>

Dawn Gilpin, PhD (Mass Media and Communications), Associate Professor, Arizona State University, Phoenix, AZ, United States of America, <https://orcid.org/0000-0002-4022-1575>

Alibek Begalinov, PhD (Mass Media and Communications), Senior lecturer at Internationa IT University in Almaty, Kazakhstan, <https://orcid.org/0000-0001-7439-221X>

Nico Drok, PhD (Media), President of the European Journalism Training Association, professor of Media & Civil Society at Windesheim University of Applied Sciences in Zwolle, Netherlands, <https://orcid.org/0000-0001-8494-4540>

María Grisel Salazar Rebolledo, PhD (public policy), Associate Professor in the journalism program at Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) (National Center for Research and Teaching in Economics), Mexico City, Mexico, <https://orcid.org/0000-0001-8874-1089>

Luís António Santos, PhD (Communication Sciences), Assistant Professor of journalism at Universidade do Minho, Braga, Portugal, <https://orcid.org/0000-0002-7062-0307>

Shailendra Bahadur Singh, PhD (Media), Head of journalism program at the University of the South Pacific, Suva, Fiji, <https://orcid.org/0000-0001-8808-6360>

Artem Zakharchenko, PhD (Social Communications), Associate Professor at Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0002-3877-8403>

Yurii Bidzilia, D.Sc. (Social Communications), Professor, Uzhhorod National University, Ukraine, <https://orcid.org/0000-0001-5134-3239>

Basil Hamusokwe, Ph.D. (Media), Head of Media and Communication Studies Department at the University of Zambia, Lusaka, Zambia, <https://orcid.org/0000-0002-1454-9876>

Executive Secretary:

Tetyana Skotnykova, PhD (Technical Sciences), Senior Research Fellow, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Редакційна колегія

Головний редактор:

Володимир Різун, *д-р філол. наук, проф.*, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, <https://orcid.org/0000-0002-5216-3755>

Заступники головного редактора:

Мерієн Барет, *PhD (медіа дослідження), професор*, Університет Штату Арізона, м. Фінікс, Сполучені Штати Америки, <https://orcid.org/0000-0003-0171-2838>

Юрій Гаврилець, *канд. наук із соц.ком., асистент*, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-4899-5815>

Редколегія:

Анжеліка Досенко, *к. н. із соц. ком., доцент*, Київський університет імені Бориса Грінченка, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-5415-1299>

Дорота Суска, *Dr. Habil. (лінгвістика), доц.*, Університет ім. Яна Длугоша, м. Ченстохова, Польща, <https://orcid.org/0000-0001-9978-5116>

Дон Гілпін, *PhD (мас-медіа та комунікації), доцент*, Університет штату Арізона, м. Фінікс, Сполучені Штати Америки, <https://orcid.org/0000-0002-4022-1575>

Алібек Бегалінов, *PhD (мас-медіа та комунікації), старший викладач Міжнародного університету інформаційних технологій*, м. Алмати, Казахстан, <https://orcid.org/0000-0001-7439-221X>

Ніко Дрок, *PhD (медіа), президент Європейської асоціації журналістської освіти, лектор медіа та громадянського суспільства в Університеті прикладних наук Віндесхайма*, м. Зволле, Нідерланди, <https://orcid.org/0000-0001-8494-4540>

Марія Грізель Салазар Ребойєдо, *PhD (державна політика), доцент журналістської програми в Національному центрі дослідження та викладання економіки*, м. Мехіко, Мексика, <https://orcid.org/0000-0001-8874-1089>

Луїс Антоніо Сантос, *PhD (комунікаційні науки), асистент журналістики в Університеті Мінью, м. Брага*, Португалія, <https://orcid.org/0000-0002-7062-0307>

Шайлендра Багадур Сінгх, *PhD (медіа), голова відділення журналістики в Південнотихоокеанському Університеті*, м. Сува, Фіджі, <https://orcid.org/0000-0001-8808-6360>

Артем Захарченко, *канд. наук із соц.ком., доцент*, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна, <https://orcid.org/0000-0002-3877-8403>

Юрій Бідзіля, *д-р наук із соц.ком., проф.*, Ужгородський національний університет, Україна, <https://orcid.org/0000-0001-5134-3239>

Базіл Хамусокве, *PhD (комунікаційні науки), завідувач кафедри медіа та комунікаційних студій в Університеті Замбії*, м. Лусака, Замбія, <https://orcid.org/0000-0002-1454-9876>

Відповідальний секретар:

Тетяна Скотникова, *канд. тех. наук, стари. наук співроб.*, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Contents

<u>Discussions.</u> Media platforms for collecting war testimonies: Ukrainian experience (in Ukrainian).....	12
<i>Oksana Hudoshnyk,</i> <i>Oles Honchar Dnipro National University, Ukraine</i>	
<u>Discussions.</u> Ukrainian theorists of mass communication: overview of main works (in Ukrainian).....	18
<i>Lesia Horodenko, Yevhen Tsymbalenko</i> <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine</i>	
<u>Research articles.</u> Markers of language tolerance of journalists to people with disabilities in mass-media.....	42
<i>Olga Polumysna</i> <i>V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine</i>	
<u>Research articles.</u> Instagram as a tool for the development of teenage reading culture.....	58
<i>Oleksandra Kovalova</i> <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine</i>	
<u>Research articles.</u> The Role and Development of Popular Science TV Programs During Times of Military Actions.....	71
<i>Roksolana Kravchenko</i> <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine</i>	

Зміст

<u>Дискусії та обговорення. Медіаплатформи збору свідчень війни: український досвід</u>	12
Оксана Гудошник <i>Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна</i>	
<u>Дискусії та обговорення. Українські теоретики масової комунікації: огляд основних праць</u>	18
Леся Городенко, Євген Цимбаленко <i>Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна</i>	
<u>Дослідницькі статті. Маркери мовної толерантності журналістів до людей з інвалідністю в мас-медіа (англійською)</u>	42
Ольга Полумисна <i>Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна</i>	
<u>Дослідницькі статті. Instagram як інструмент розвитку культури читання у підлітків (англійською)</u>	58
Олександра Ковальова <i>Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна</i>	
<u>Дослідницькі статті. Місце і розвиток науково-популярних телепрограм в часи воєнних дій (англійською)</u>	71
Роксолана Кравченко <i>Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна</i>	

DISCUSSIONS
ДИСКУСІЇ ТА ОБГОВОРЕННЯ

**МЕДІАПЛАТФОРМИ ЗБОРУ СВІДЧЕНЬ ВІЙНИ:
УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД**

Оксана Гудошник

Доцент, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

<http://orcid.org/0000-0002-5941-4502>

Email: ovgudoshnik@gmail.com

<https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.12-17>

UDC 004.738.5:355.01:303.523.3(477)

ARTICLE INFO

Received: 13 June 2023

Accepted: 04 July 2023

Published: 30 December 2023

KEYWORDS

archives of war testimonies,
mediatization, platforming

ABSTRACT

This material is submitted for discussion on the pages of the journal. It has the status of a working version, a draft of a possible article, a preprint. Anyone can participate in the discussion by submitting their materials with a link to this material in the "Discussions" section. The author of the same material, in the case of writing a scientific article, must make a reference to his material, which he submitted for discussion. In continuation of the discussion held during the international conference ("Social Communications in the Context of Globalization: State, Trends, Perspectives", Ternopil, 2023), the material presented in this issue focuses on the indicative directions of development of mediatized archives of war testimonies.

Citation: Hudoshnyk, O. (2023). Mediaplatformy zboru svidchen viiny: ukrainskyi dosvid [Media platforms for collecting war testimonies: ukrainian experience]. Aktual'ni Pytannya Masovoyi Komunikatsiyi [Current Issues of Mass Communication], 34, 12–17. <https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.12-17>

Copyright: © 2023 **Oksana Hudoshnyk**. This is an open-access draft article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

АНОТАЦІЯ

Цей матеріал подано до обговорення на сторінках журналу. Він має статус робочого варіанта можливої статті, препринта. Участь в обговоренні може брати будь-хто, подавши в розділ "Дискусії та обговорення" свої матеріали з покликанням на цей матеріал. Автор цього матеріалу, у разі написання наукової статті, повинен обов'язково зробити покликання на свій матеріал, який він подавав до обговорення. У продовження дискусії на полях міжнародної конференції («Соціальні комунікації в умовах глобалізаційних процесів: стан,

тенденції, перспективи», Тернопіль, 2023) поданий доробок презентує найпоказовіші напрями розвитку медіатизованих архівів воєнних свідчень.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: архіви воєнних історій, медіатизація, платформність.

Ущільнення часу через відсутність дистанціювання між трагічними подіями та реакціями на них узалежнило повсякдення українців від медіа не тільки як джерела інформації, а й посередника трансляції пережитого в умовах війни, можливості оприлюднити численні життєві історії очевидців: друзів, колег, знайомих. Із комеморативного дискурсу минулого війна перетворилася на трагічне повсякдення. Це змінило темпоральні уявлення, часово-просторові концепти, зв'язавши величезний корпус життєвих історій та свідчень у строка-тий і різноманітний «текст війни». Його структурування вимагало нових оперативних змін у сталих системах збору, архівування та поширення матеріалів.

До постановки питання.

Українській простір фіксації воєнних свідчень та меморій спирався на досвід потужної національної історичної школи. Він представлений архівами Другої світової війни, Голокосту (Національний музей історії України у Другій світовій війні; Український інститут національної пам'яті; Український інститут вивчення Голокосту «Ткума»; Музей «Пам'ять єврейського народу та Голокост в Україні» (м. Дніпро); Меморіальний музей тоталітарних режимів «Територія Терору»). Меморіальний комплекс «Національний музей історії України у Другій світовій війні» сформував найбільше тематичне зібрання пам'яток воєнної історії України (400 тисяч музейних предметів), у музеї представлені життєписи (відеоінтерв'ю) свідків найстрашніших подій ХХ ст.: війна, концтабори, Голодомор, Голокост). Серед багатьох науково-документальних проєктів та видань музею відзначимо унікальну колекцію его-джерел «Родинна пам'ять про війну», окремі сюжети якої з есейними нарисами від упорядників та світлинами з музейної фондозбірні увійшли до науково-популярного видання «Друга світова. Родинна пам'ять» (Druha svitova. Rodynna pam'iat, 2021).

Окремим напрямом стали регіональні дослідження та міські проєкти («М(ої) розповіді: усна історія і міські досвіди», Центр міської історії Центрально-Східної Європи (м. Львів <https://www.lvivcenter.org/en/>), архівні колекції університетів Києва, Харкова, Запоріжжя, Львова, Умані, Ізмаїла. Проєкт «Україна в роки Другої світової війни: повсякденний досвід виживання», ініційований Центром усної історії Київського національного університету імені Тараса Шевченка, подав історії жителів Києва часів Другої світової війни. Частина споминів увійшла до книги «Друга світова війна та нацистська окупація у спогадах киян» (Київ, 2021). У межах проєкту Інституту історії церкви при Українському католицькому університеті «Образ сили духу: жива історія підпільного життя Української Греко-Католицької Церкви, 1946–1989» <http://ichistory.org.ua/iic/> проведено та впорядковано 2269 інтерв'ю та 100 відеоінтерв'ю з безпосередніми свідками катакомбного етапу історії греко-католицької церкви. Українським інститутом національної пам'яті (<http://uinp.gov.ua/>) зібрано більше 1600 усних спогадів у межах різних проєктів: «Революція Гідності», «Російсько-українська війна», «Український визвольний рух», «Чорнобильська катастрофа», «Окупація Криму».

Зазначимо, що медіатизація цих архівів завжди була в центрі уваги істориків та науковців. Тематичні колекції, виставки, науково-документальні збірки, медійні заходи, співпраця з громадськими організаціями, закладами вищої освіти, майстер-класи – приклади того, що український музейний простір активно формувався як відкритий задовго до дискусії про нові завдання музеїв, створення на їх основі civic spaces¹.

¹ Нове визначення музею було затверджено Міжнародною радою музеїв (ICOM) 24 серпня 2022 року у Празі: "Музей – це некомерційна постійно чинна організація на службі суспільства, яка збирає, зберігає, досліджує, інтерпретує та експонує матеріальну й нематеріальну спадщину. Відкриті для громадськості,

Від початку воєнних дій на Сході України біографічний дискурс визначив змістовий характер воєнної літератури², а **воєнний сторителінг** став наскрізним у різних жанрах: романи, вірші, епізоди з життя, прозові мініатюри, кіноповіді, графічні романи та комікси. Більшість книг і збірок споминів – авторське прочитання подій, виявлене в активному поєднанні власних роздумів і уривків інтерв'ю з думками героїв. Невідокремленість автора від героя можна розглядати як співчасницьку позицію, але водночас і як засіб формування того самого діалогу з історією, який перебігає в переламні періоди національного становлення. Ти не можеш бути «не-учасником», переживаючи з героями різні виміри травматичних подій. Часове дистанціювання виявилось уможливленим лише за декілька років, коли виникла й набула поширення хвиля воєнної прози та мемуаристики.

Медіатизований характер російсько-української війни 2022 року став новою реальністю. Численні свідчення жадливіх воєнних злочинів, фоторепортажі з випалених артилерією міст, життєві історії біженців, постраждалих, дітей створюють новий інформаційний порядок (див., наприклад, семінар «Mediatization of War» від Українського інституту медіа та комунікації, 9 грудня 2022 року). Війна у прямому ефірі 24/7 стала викликом не тільки людству, але й науковій спільноті. Від пандемії 2020 до континентальної війни 2022 – світовій науці важко синхронізувати теоретичні методики з викликами часу (Кореска-Рієх & Volin, 2023). Ще складніше це зробити в епіцентрі війни, коли не до наукових узагальнень і теоретичних дискусій: процес сучасного воєнного повсякдення максимально подієвий.

У цьому просторі ми виокремили декілька напрямів, чітко усвідомлюючи, що навіть оглядово досягнути величезний дискурс історій людського життя у воєнний час практично неможливо. Особливо це стосується некодифікованого жодними стандартами простору соціальних мереж та телеграм-каналів. Серед вирішальних обставин, що впливають на процес медіатизації війни і формування платформного контенту, ми виокремили такі.

1. Інтернет-простір змінив докорінно український інформаційний простір: Фактично ми є свідками кардинальної трансформації медіаландшафту, де замість кількох потужних телевізійних каналів «виросли» сотні онлайн-джерел, кожне з яких не може похвалитися великою часткою «ринку» (Demokratiia, prava i svobody hromadiana ta spozhyvannia media v umovakh viiny: rezultaty doslidzhennia KMIS dlia Oporu, 2022). Згідно з інтернет-статистикою (Ahlgren, 2023) частка мобільного інтернету у світі зростає до 2025 року на 25 %. Відповідно до світових трендів частка українського мобільного трафіку за останній рік стрімко збільшилася до 83 % (Doslidzhennia, 2022). Мобільна комунікація зумовила партисипаторні практики («війна участі») (Horbyk, 2022) та сприяла формуванню простору особистого сторителінгу, який з початком війни перетворився на потужний дискурс великих і малих історій: український сегмент пошуку Google на запит «історії війни Україна 2022» видає понад 17 мільйонів результатів (дані станом на 09.06.20223, на 26.04.2023 – 26 млн), особисті історії війни залишаються популярними і за показниками Google Trend.

2. Платформність як найпотужніший тренд українського інформаційного простору.

Російсько-українська війна 2022 р. змінила тематику вже знаних з 2014 р. ресурсів аудіо- та відеоспоминів (BABYLON'13, Ukraïner, онлайн-музей «Голоси мирних»), перетворила майданчики сучасних соціальних медіа, месенджерів на єдиний простір збору свідчень. Дописи, інтерв'ю й історії створюють люди, які вважають за необхідне донести до громадськості свій трагічний досвід та емоції від нього. Соціальні мережі відтворюють індивідуальне намагання користувачів не промовчати, а залишити спомин. Документування

доступні та інклюзивні, музеї сприяють різноманітності та сталості світу. Їхня робота й комунікація ґрунтуються на засадах етики і професійності, передбачають залученість громад і пропонують різноманітний досвід для освіти, насолоди, роздумів і обміну знаннями (ICOM approves a new Museum definition, 2022).

² За підрахунками авторок проекту #Книги про війну Ганни Скоріної та дослідниці ветеранської літератури викладачки Марини Рябченко від весни 2014 до весни 2020 року в Україні вийшло друком більше 600 найменувань книг про війну на Донбасі <https://www.armyfm.com.ua/u-veteranskij-literaturi-zhoden-avtor-ne-zmalovuye-obraz-bijca-yak-zhertvi-%E2%80%94-doslidnyca-veteransko/>

історії, що відбувається тут і зараз, дозволяє зберегти безпосередність досвіду під час війни, а ще вимагає відповідних швидкозмінному часу оперативних і мобільних методів фіксації. До усталених і апробованих давньою традицією практик збереження національної пам'яті сьогодні додаються нові завдання – створення інтернет-платформ і сайтів для збору воєнних свідчень та життєвих історій.

У певний спосіб це розширило логіку платформності як спільнотворчості. Поширений війною процес самодокументування та самопрезентації став для платформ можливістю піднятися від рівня суто технологічного інтернет-інструмента збору та опису фактів до рівня «картефакту для обігу та обміну» (Ibrahim, 2021), від носія та каталогу – до медіа. Іманентна схильність інформаційного простору до подовженої медіаподії дозволила не тільки вписувати дискретні історії в швидкоплинні новинні стрічки, а й створювати розширене коло пам'яті міста, країни на основі таких платформ. Цей чуттєвий меморативний дискурс за час війни все більше увиразнюється декількома напрямками розвитку. Окреслимо їх докладніше.

Збір та архівація свідчень злочинів проти людяності.

Медіапростір таких архівів представлений офіційними інтернет-ресурсами. Координаційна роль тут відведена Офісу Генпрокурора та платформі <https://warcrimes.gov.ua/>, де збір свідчень та злочинів проти людяності став частиною вкрай складної роботи над формуванням доказової бази для притягнення до відповідальності винних у злочинах. За даними на 27.05.2023, зареєстровано 89807 воєнних злочинів, 17252 злочини проти національної безпеки (<https://www.gp.gov.ua/>). Окремий напрям роботи – це злочини проти дітей (за даними ресурсу, загинуло 483 дитини, поранено 986 дітей). Додаткова ініціатива *#YourStoryYourWeapon* дозволяє українцям, що знаходяться за кордоном, надати інформацію від кожного, хто став свідком воєнного злочину, повідомити про це правоохоронним органам країни, у якій вони зараз перебувають. Комунікаційна кампанія «Твоя історія – твій внесок у перемогу!» ініційована Офісом генерального прокурора України разом із партнерами: Міністерство закордонних справ України, Міністерство з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України, Офіс Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, Органи прокуратури країн Спільної слідчої групи: Естонії, Латвії, Литви, Польщі, Румунії, Словаччини. Із зрозумілих причин інформація на ресурсі не персоналізована окремими історіями, а належне документування робить його перевіреним джерелом для медіа.

Регіональний принцип збору свідчень зреалізувала Українська Гельсінська спілка з прав людини helsinki.org.ua. Від лютого 2022 року в співпраці з місцевими правозахисними організаціями розпочалося документування воєнних злочинів способом окремих кейсів (ініціатива «Трибунал для Путіна» <https://t4pua.org/>). «Унікальність підходу Т4Р у тому, що документування відбувається за регіональним принципом: за різними організаціями закріплені певні частини України (зазвичай це ті регіони, де ці організації працюють роками, тому розуміють географічні й інші місцеві особливості). У деяких регіонах Т4Р збрала більше даних про воєнні злочини, ніж є в уряді України чи міжнародних організацій: «Наша база даних – один із найбільших масивів даних про війну в Україні. У ній зафіксовані події ймовірних воєнних злочинів, які нам вдалося встановити. Також ми інтерв'юємо свідків і постраждалих від злочинів, а наші мобільні групи фіксують події на місцях, де це можливо. Т4Р – глобальна ініціатива, яку створили українські неурядові організації у відповідь на вторгнення Росії до України» (з сайту). Інформація в базі закрита, а персональні дані додатково шифровано.

Архіви свідчень як частина медіахабів та медіаплатформ.

Потужна медіатизація простору свідчень зумовила зміну концепцій інформаційних ресурсів. Так, на цифровій платформі [WAR.UKRAINE.UA](https://war.ukraine.ua) ініційованій Міністерством закордонних справ України, поєднано традиційний офіційний дискурс подій та новітні медійні форми колаборації з українськими медіа: надання своїх матеріалів, підлаштування сюжетів під мультимедійні можливості платформи. Розділ News & Stories містить лонгриди та інтерв'ю зі свідками, захисниками та захисницями (Meet Ukrainian Defenders of Freedom),

вітчизняними та зарубіжними волонтерами, підприємцями та діячами культури. Ресурс перекладено 8 мовами, веб-сайт використовує як знані журналістські форми та жанри (стаття, життєва історія, фоторепортаж, новинна стрічка), так і сучасні технології (потужна інфографіка, мультимедійна картографія, експлейнери, візуалізована статистика тощо).

Медійні архіви.

Поява медійних архівів – новітній напрям у документуванні війни. Унікальний інформаційний хаб зі збору цифрових матеріалів демонструє платформа Архів війни (Ukraine War Archive). Єдина база цифрових матеріалів становить 4,2 млн файлів з відкритих джерел, зібрані волонтерами 300 інтерв'ю зі свідками, більше як 30 тисяч власних та партнерських дописів. Принциповою відмінністю новітніх архівів стали залучення новітніх інструментів систематизації, наскрізне тегування, заходи забезпечення персональних даних та варіативність зберігання матеріалів, зручні інтерфейси для пошуку, аналізу та адміністрування.

Онлайн-музеї.

Створення онлайн-музеїв стало ще одним новітнім викликом у процесі медіатизації пам'яті. Мова йде не про створені ще за часів пандемії та в перший рік війни віртуальні екскурсії та онлайн-експозиції (див., наприклад: об'єднання сімох музеїв проектом віртуальних подорожей «Музеї просто неба»; 3D-локації зруйнованих міст Київщини у «VR-музеї пам'яті війни»). Прикладом цілісної концепції збереження архіву життєвих історій з потужною інформаційною та медійною підтримкою, активною громадською діяльністю став онлайн-музей «Голоси мирних» (<https://civilvoicesmuseum.org/>), що сьогодні об'єднує більше 70 тисяч свідчень. Системна робота над архівом втілена в унікальному функціоналі платформи з логічною та зручною навігацією, системою пошуку та фільтрації за різними категоріями, деталізацією даних та методологічними обмеженнями (див. «Керівництво по роботі з онлайн-архівом Музею «Голоси мирних» Фонду Ріната Ахметова» на сайті ресурсу). Можливості платформи дозволяють агрегувати свідчення в цілісні колекції («Щоденники війни – хроніки виживання», «Війна очима дітей – 20 історій про дитинство, якого не було», «Війна не обирає: історії відомих українців», «Дніпро. Історії з міста трагедії», «Війна. Незламний Харків»). Розділ «Новини» містить інформацію про нові колекції, спільні проекти з медіа, науковими установами, про громадські ініціативи, культурні заходи, панельні дискусії та тренінги.

Типологічними характеристиками архівів свідчень ми визначили: структурованість ресурсів, окресленість мети та завдань; наявність методики збору свідчень; співпрацю з різними медіа, архівами громадських організацій, фондів, музеїв; різні рівні доступу до матеріалів, захист персональних даних; мультиплатформність; мультимедійність.

Традиційна методологія таких платформ також потребує уточнення. У межах наукової дискусії на конференції було запропоновано метод збору швидких реакцій (Rapid Response Collecting, RRC), який активно використовувався в музейній практиці (Tenenbaum, 2020), а під час пандемії став майже універсальним (Mubarek, 2020; Rodriguez, 2021). У межах нашої теми зацентруємо на його медійних якостях: партисипаторність та активізм; атрибутивність та тематична структурованість архівних матеріалів і артефактів (object-oriented museum); медіатизація та цифровізація контенту; відкритість до нових форм презентації архівів. Медіа як засадничий фактор поширення методу RRC виступають у подвійній функції: джерело інформації, засіб поповнення колекції та канал поширення, що технічно й технологічно уможлиблює долучення масової аудиторії. У цьому процесі дотримання етики та захисту персональних даних актуалізується на рівні протоколу фіксації свідчень й подальшої медіатизації.

Список використаної літератури

Demokratiia, prava i svobody hromadian ta spozhyvannia media v umovakh viiny: rezultaty doslidzhenia KMIS dlia Opory [Democracy, rights and freedoms of citizens and media consumption in the conditions of war: results of the KIIS research for Opory].

- (2022). Kyivskyi mizhnarodnyi instytut sotsiologii [Kyiv International Institute of Sociology]. <https://www.kiis.com.ua/?lang=eng&cat=reports>
- Doslidzhennia newage, 2022: digital-rynok Ukrainy. Newage [Research newage, 2022: digital market of Ukraine. Newage]. <https://newage.agency/uk/blog-uk/doslidzhennya-newage-2022-digital-rinok-ukraini/>
- Druha svitova. Rodynna pam'iat [World War II. A family of memories]. (2021). Redkol.: L. Lehasova (ker. proiektu) ta in. Kyiv: Natsionalnyi muzei istorii Ukrainy u Druhii svitovii viini. Memorialnyi kompleks. 266 s. [Editor: L. Legasova (project manager) and others. Kyiv: National Museum of the History of Ukraine in the Second World War. Memorial complex. 266 p.]
- Ahlgren M. (2023, May 24). 100+ internet statistics, facts and trends for 2023. Websiterating. <https://www.websiterating.com/research/internet-statistics-facts/>
- Ibrahim Y. (2021). Technologies of Trauma: Flesh Witnessing to Livestreaming Online. *Hu Arenas* (4). C. 487–499. <https://doi.org/10.1007/s42087-020-00120-y>
- ICOM approves a new Museum definition. (2022, August 24). International Council of Museums. <https://icom.museum/en/news/icom-approves-a-new-museum-definition/>
- Horbyk R. (2022). “The war phone”: mobile communication on the frontline in Eastern Ukraine. *Digi War*, 3. P. 9–24. <https://doi.org/10.1057/s42984-022-00049-2>
- Kopecka-Piech K., & Bolin G. (2023). *Contemporary challenges in mediatisation research*. Taylor & Francis.
- Mubarek E. M. (2020). The end of passive collecting: The role and responsibility of archivists in the COVID-19 era. *Collections: A Journal for Museum and Archives Professionals*, 17(2). P. 186–196.
- Rodriguez H. E. (2021). Collecting COVID-19: Documenting the CDC Response. *Collections: A Journal for Museum and Archives Professionals*, 17(2). P. 102–111.
- Tenenbaum D. (2020). *Rapid Response Collecting: A Curatorial Strategy for Museums to Promote Notions of Democracy and Social Equality* [Unpublished master's thesis]. The Netherlands: Utrecht University.

DISCUSSIONS
ДИСКУСІЇ ТА ОБГОВОРЕННЯ

**УКРАЇНСЬКІ ТЕОРЕТИКИ
МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ:
ОГЛЯД ОСНОВНИХ ПРАЦЬ**

Леся Городенко^{(a)*}, Євген Цимбаленко^(б)

^{(a)}доктор наук із соціальних комунікацій, професор кафедри соціальних комунікацій
Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
<https://orcid.org/0000-0002-8400-7917>
Електронна адреса автора для листування: lgorodenko@knu.ua*

*^(б)кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами
та зв'язків з громадськістю Навчально-наукового інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
<https://orcid.org/0000-0003-1486-1904>
E-mail: e.tsymbalenko@knu.ua*

<https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.18-41>

UDC 001.891.3:316.2(477)

ARTICLE INFO

Received: 08 August 2023

Accepted: 10 November 2023

Published: 30 December 2023

KEYWORDS

mass communication,
mass communication theory,
mass communication theorists

ABSTRACT

This material is submitted for discussion on the pages of the journal. It has the status of a working version of a review article, a preprint. Anyone can participate in the discussion by submitting their materials with a reference to this material in the "Discussions" section. The authors of this material, in the case of writing a scientific article, must make a reference to their material, which they submitted for discussion. The proposed review presents a selection of the main generalizing works on the theory of mass communication, created by Ukrainian researchers over the past 25 years. Preference was given to training manuals, monographs, and textbooks, the authors of which tried to present a comprehensive view of the topic and systematize existing knowledge. The review of the selected works is carried out in the chronological order of their publication. The review uses methods of historical-comparative and logical analysis

Citation: Horodenko L., Tsymbalenko, Y. (2023). Ukrainski teoretyky masovoi komunikatsii: ohliad osnovnykh prats [Ukrainian theorists of mass communication: overview of main works]. Aktual'ni Pytannya Masovoyi Komunikatsiyi [Current Issues of Mass Communication], 34, 18-41.

<https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.18-41>

Copyright: © 2023 Lesia Horodenko, Yevhen Tsymbalenko. This is an open-access draft article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

АНОТАЦІЯ

Цей матеріал подано до обговорення на сторінках журналу. Він має статус робочого варіанта оглядової статті, препринта. Участь в обговоренні може брати будь-хто, подавши в розділ "Дискусії та обговорення" свої матеріали з покликанням на цей матеріал. Автор цього матеріалу, у разі написання наукової статті, повинен обов'язково зробити покликання на свій матеріал, який він подавав до обговорення. У пропонованому огляді подано підбірку основних узагальнювальних праць з теорії масової комунікації, створених українськими дослідниками за останні 25 років. Перевага віддавалася навчальним посібникам, монографіям, підручникам, автори яких намагалися викласти комплексне уявлення про тему, систематизувати наявні знання. Огляд вибраних праць здійснений у хронологічній послідовності їх видання. До цієї підбірки увійшли дисертація В. Іванова «Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації» (1996), навчальний посібник О. Кузнецової «Основи масової комунікації» (1996), підручник А. Москаленка, Л. Губерського, В. Іванова та В. Вергуна «Масова комунікація» (1997), монографія О. Зернецької «Глобальний розвиток систем масової комунікації та міжнародні відносини» (1999), навчальний посібник В. Іванова «Соціологія масової комунікації» (2000), підручник Г. Почепцова «Теорія комунікації» (2001), С. Квіта «Масові комунікації» (2008), В. Різуна «Теорія масової комунікації» (2008), підручник О. Косюк «Теорія масової комунікації» (2012), монографія В. Іванова «Масова комунікація» (2013). В огляді використано методи історико-компаративного і логічного аналізу.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: масова комунікація, теорія масової комунікації, теоретики масової комунікації.

Вступ

У другій половині ХХ ст. з появою нових і суттєвим удосконаленням вже існуючих комунікаційних технологій в дослідженнях масової комунікації розпочався новий етап. Завдяки мережі Інтернет, що забезпечує глобальне охоплення аудиторії, відбуваються швидкі і докорінні зміни в журналістиці, в освіті, промисловому виробництві, зв'язку, наукових дослідженнях, медицині, розвагах і навіть в домашньому побуті. Промисловий прогрес призвів до стрімкого поступу ери нових мас-медіа, що скорочують відстані, ущільнюють час і розширюють доступ до великих царин знання. Нові технології, інтернет, комунікації в соціальних мережах, які активно завойовують масову аудиторію, в історичному контексті є безпрецедентним прикладом розвитку практик у теорії комунікацій.

Чи готова вітчизняна наука про масову комунікацію до цих нових і унікальних для історії людства реалій? Історія українського журналістикознавства має потужну школу, що базується на розробках науковців радянської доби. Умовно її можна розділити на два періоди. Для радянського етапу характерний ухил в бік вивчення мас-медіа як засобів пропаганди та агітації, що супроводжувалося розгромною критикою і повним запереченням результатів і висновків західних вчених. Показово, що саме в той період з'являється поняття «засоби масової інформації і пропаганди». Відповідно, вітчизняні дослідники займалися, в основному, вивченням пропагандистського потенціалу мас-медіа з метою формування у найширших мас трудящих соціалістичного і комуністичного світогляду, а «дослідження були заідеологізовані, і через це їм бракувало об'єктивності» (Moskalenko, 1997, с. 50). Ця однобокість, підпорядкованість ідеологічним і партійним інтересам заважала комунікаційним дослідженням розвиватися. Наука в цілому виконувала соціальне замовлення і була націлена на

відстоювання переваг радянської системи. Феномен масової комунікації, зокрема, привертав до себе увагу українських дослідників ще задовго до здобуття Україною незалежності, з часу появи перших суто наукових досліджень журналістики як особливого явища суспільно-політичного життя у 50 – 60-х рр. ХХ ст. Проте, незважаючи на зусилля українських вчених радянської доби, після падіння «залізної завіси» у 1991 р., коли з'явився широкий доступ до напрацювань західної (американської та європейської) науки, стало очевидним відставання українських досліджень масової комунікації від зарубіжних аналогів. Це призвело до того, що 30 років, які минули з часу розпаду СРСР, українські журналістикознавці присвятили значною мірою не розробці власних теорій і концепцій масової комунікації, а осмисленню та опрацюванню багатого західного доробку з цієї теми. Чи можна стверджувати, що зараз цей процес уже завершився, українські науковці нарешті закінчили вивчення закордонного досвіду і сконцентрувалися на розробці власних наукових концепцій? Сьогодні, в третьому десятку нового етапу розвитку українського журналістикознавства, треба зауважити, що українські вчені виробили великий пласт власного унікального теоретичного доробку, проте процес засвоєння закордонних знань також не закінчений і триває паралельно із творенням самостійних теорій і поглядів на розвиток засобів масової комунікації.

Постійна еволюція комунікаційних технологій, що протягом останніх десятиліть відбувається особливо стрімко, дає дослідникам зручну можливість постійно переглядати власні гіпотези і концепції. Але при вивченні нових явищ у масовій комунікації ніяк не можна обійтися без того теоретичного багажу, який був накопичений за попередні роки. Сучасна українська наука про журналістику веде свій початок із 90-х рр. минулого століття. 30 років для наукової школи – термін невеликий, але, тим не менш, він може стати приводом для певних проміжних підсумків щодо того, чого вдалося досягнути науковцям за скромний проміжок часу.

Треба зазначити, що кількість ідей, концепцій, доктрин і теорій, накопичених за тридцятирічний період вивчення мас-медіа сучасними українськими дослідниками, настільки велика, що практично неможливо всіх їх висвітлити в одній роботі. Тому, безумовно, ми обмежимося оглядом найважливіших праць, тих, які стали віхами в розвитку української науки про масову комунікацію. Вибір цих праць, здійснений нами на основі власних суб'єктивних волюнтаристських суджень, не може вважатися єдино правильним і вдалим. Перевагу в підборі праць ми віддавали посібникам, підручникам, монографіям – працям узагальнюючого характеру, для того, щоб їх було легше порівнювати і було зручніше простежувати еволюцію поглядів українських учених щодо базових понять теорії масової комунікації.

Актуальність такого огляду зумовлена появою нових мас-медіа і стрімким розвитком журналістики, пошуками теоретичної опори для визначення основних напрямків подальшого розвитку масових комунікацій в нашій країні. Ці пошуки неможливі без використання всього масиву наукових напрацювань, вироблених за весь час існування сучасної вітчизняної науки про масову комунікацію, виявлення закономірностей еволюції цих напрацювань.

Розглянуті праці українських теоретиків масової комунікації створюють фундамент дослідження, дають можливість зібрати докупи основні теоретичні уявлення про сутність і функціонування засобів масової комунікації. Сьогодні в українській науці практично не існує узагальненої парадигми осмислення еволюції поглядів українських теоретиків на ключові питання теорії масової комунікації.

З урахуванням викладеного вище була визначена проблема, на яку спирається це дослідження. Її можна сформулювати як відповідь на питання: як змінювалися погляди українських теоретиків масової комунікації протягом нового (сучасного) етапу розвитку українського журналістикознавства? Розв'язання цієї проблеми є основою для формулювання мети дослідження. Вона полягає в аналізі та узагальненні основних узагальнювальних праць щодо теорії масової комунікації, створених українськими вченими протягом останніх десятиліть.

Завдання дослідження:

- визначити основні узагальнювальні теоретичні праці (монографії, посібники, підручники) з теорії масової комунікації, створені українськими вченими в роки незалежності України;
- проаналізувати ці праці в хронологічному порядку, виявивши наукову новизну кожної, оцінивши їх значення в розвитку української науки про масову комунікацію;
- на основі розглянутих праць проаналізувати спадкоємність теоретичних досліджень в царині масової комунікації на різних етапах, виявивши основні тенденції розвитку української науки про масову комунікацію.

У дослідженні було використано методи історико-компаративного і логічного аналізу. Основним методом дослідження є огляд бібліографічних джерел, зокрема монографій, підручників, посібників, обраних нами для аналізу. Дослідження базується на діалектичному підході до вивчення явищ дійсності, принципі історизму та принципі збору інформаційного матеріалу. У висновках до праць та в загальних висновках використовувалось узагальнення. За допомогою методу порівняння показувалися спільні та відмінні підходи в баченні явищ масової комунікації та в поясненні теорій масової комунікації українськими авторами.

Валерій Іванов. Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації. Дисертація (1996)

Валерій Феліксівич Іванов – один із провідних сучасних українських дослідників масової комунікації та журналістики. Наукова праця «Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації» – не перша і не остання із праць цього дослідника, в якій розглядаються теоретичні питання комунікації, масової комунікації, теорії масової комунікації. Це дисертація на здобуття наукового ступеню доктора філологічних наук, захищена автором у 1996 році. Ця робота є знаковою для української науки про комунікації. Попри те, що це перша ґрунтовна аналітична спроба з'ясувати підходи до сучасного розуміння теорії комунікації, здійснена після здобуття Україною незалежності, вона є потужним узагальнюючим дослідженням, у якому український вчений провів комплексне вивчення основних питань теорії масової комунікації. Не зважаючи на те, що дисертація захищена понад 25 років тому, основні її положення і гіпотези актуальні й нині.

Перший розділ дисертації «Теоретико-методологічні основи вивчення змісту масової комунікації» за бажання можна було б легко перетворити на підручник з теорії масової комунікації. У цьому розділі Валерій Іванов розглядає основні загальнометодологічні підходи до вивчення поняття «масова комунікація»; дає «авторські визначення основних складових частин масової комунікації, а також розглядає головні елементи її здійснення» (Ivanov, 1996, с. 12).

Цей розділ складається із трьох підрозділів. Валерій Іванов використовує логічний підхід при дослідженні теоретичних питань щодо комунікації і розпочинає свою працю із «Вивчення проблем масової комунікації в соціології» - пункту, в якому з використанням міждисциплінарного принципу описується роль «соціології як науки, за допомогою якої можна вивчати процес масової комунікації» (Ivanov, 1996, с. 12). Автор висвітлює «загальні уявлення про соціологію як науку про суспільство, розкриває основні положення цієї науки, а також її роль для вивчення змісту масової комунікації» (Ivanov, 1996, с. 13). У цій же главі вчений дає власне визначення поняття «масова комунікація». Під нею він розуміє «процес розповсюдження соціальної інформації (тобто інформації позагенетичної, семантичної, яка фіксується в знаках) за допомогою технічних засобів (преса, радіо, телебачення, відео, кіно тощо) на велику і розташовану в різних місцях аудиторію» (Ivanov, 1996, с. 13).

Далі автор переходить до вивчення засобів масової комунікації – їх теоретичних та історичних аспектів, зокрема у параграфі «Поняття про засоби масової комунікації» визначене поняття «засоби масової комунікації», під яким вчений пропонує розуміти «спеціальні соціальні інститути, які займаються збором, обробкою та розповсюдженням соціальної інформації» (Ivanov, 1996, с. 16). Другий параграф «Історія дослідження діяльності засобів

масової комунікації» являє собою короткий історичний нарис вивчення засобів мас-медіа. У третьому та четвертому параграфах другої глави «Структура засобів масової комунікації» і «Властивості засобів масової комунікації» розробляються питання загальної структури та основних властивостей, притаманних засобам масової комунікації.

Підпункт «Загальнотеоретичні та методичні підходи до вивчення засобів масової комунікації» присвячений розгляду різних теорій масовокомунікаційного процесу та ходу конкретних досліджень різних елементів масової комунікації. Ця глава цікава для науки як перша спроба узагальнення теорій і концепцій масової комунікації, розроблених західними вченими, що після падіння «залізної завіси» лише почали з'являтися в національному науковому просторі і на той час ще не були добре вивченими і систематизованими українськими науковцями. В дисертації Валерія Іванова 1996 року перелік розглянутих західних теорій доволі короткий, але для свого часу це був їхній перший комплексний огляд у праці українського вченого.

Четверта глава «Вивчення різних складових процесу масової комунікації» описує дослідження різних елементів процесу масової комунікації. Валерій Іванов класифікує «типи комунікатора та особливості кожного з цих типів, особливості дослідження творчого процесу журналіста, характеристики основних каналів комунікації, основні типи аудиторії як стійкої сукупності людей, що поєднані інформаційними потребами, шляхи підвищення ефективності комунікації тощо» (Ivanov, 1996, с. 18).

Не минуло увагою дослідник таке ключове поняття комунікаційного процесу як інформація. Розкриттю ключових аспектів і функцій, загальних підходів до тлумачення присвячено підрозділ роботи «Інформація як явище суспільного життя».

У другому розділі «Методичні основи дослідження змісту комунікації» вивчаються прикладні конкретні методи та методики, які становлять основу соціологічних дослідницьких процедур вивчення медіаконтенту (змісту медіа). Більша частина цього розділу присвячена такому методу як контент-аналіз. Валерій Іванов є першим українським дослідником, що ввів контент-аналіз до наукового обігу українського журналістикознавства. Ще раніше, у 1994 році вчений опублікував працю «Контент-аналіз: методологія і методика дослідження» – перше українське комплексне дослідження цього популярного на Заході методу соціологічних досліджень, що часто застосовується також для аналізу змісту публікацій в медіа.

У цьому розділі автор присвятив увагу таким структурним елементам, що знайшли своє відображення у відповідних підрозділах як «Документ як об'єкт аналізу» (зокрема, «дається загальне визначення поняття «документ», виділяються основні типи документів у журналістиці, а також наводяться методики для перевірки їх надійності та достовірності» (Ivanov, 1996, с. 20)). Валерій Іванов поверхнево розглядає історичні віхи формування, розвитку, становлення методів контент-аналізу, позитивні та негативні в історичному контексті приклади застосування методу в зарубіжних практиках. Заслуговує на увагу акцентування автора на окремих методиках та напрямках, зокрема в США та Франції. Ця та інша інформація відображена у підпункті «Історія розвитку методу контент-аналізу» (на нашу думку, цей пункт є найменш актуальним у межах всієї дисертації на відміну від загальної концептуальної актуальності роботи). На відміну від попереднього підпункту, «Сутність і можливості контент-аналізу» другого розділу роботи – це, по суті, базис теоретично-практичної реалізації одного з найпопулярніших і найефективніших методів у дослідженні медіа і в інформаційній аналітиці. Валерій Іванов пропонує «визначення контент-аналізу як якісно-кількісного методу вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів» (Ivanov, 1996, с. 22).

У підпунктах «Загальні характеристики процесу контент-аналізу» та «Процедура контент-аналізу» визначаються основні складники компонентів здійснення контент-аналізу, а також процедурні моменти здійснення контент-аналізу. Важливим є те, що дослідник не просто перераховує елементи; автор на конкретних прикладах розглядає «проблеми

обрання об'єкта та предмета аналізу, вибірки документів для нього, здійснення перевірки якості його проведення» (Ivanov, 1996, с. 25).

Верифікація теоретичних підходів щодо дослідження масової комунікації за допомогою якісно-кількісних методик здійснено у підпункті «Практика застосування контент-аналізу». Автор на конкретних прикладах показав можливості застосування контент-аналізу при вивченні журналістських матеріалів та навів результати власного дослідження. Доречно зазначити: Валерій Іванов протягом майже 30 років є одним із провідних українських дослідників контенту медіа; під його керівництвом здійснено і здійснюються десятки проєктів, з процедурою та результатами яких можна познайомитися на сайті Академії Української Преси (<https://www.aup.com.ua/en/home/>).

Дисертація Валерія Іванова зайняла важливе місце в історії розвитку українських досліджень масової комунікації, адже у ній вперше у вітчизняному журналістикознавстві був проведений комплексний аналіз методологічних та методичних засад дослідження масової комунікації. У контексті загальної теорії масової комунікації автор намагався розглянути, систематизувати, запропонувати власні визначення, тлумачення таких фундаментальних понять як «масова комунікація», «соціальна інформація», «документ»; у роботі інтерпретуються критерії належності до засобів масової комунікації. Проте найвагомішою є спроба приладнати можливості соціології масової комунікації для вивчення масовокомунікаційних процесів. Дисертація заклала підґрунтя для подальшого вивчення цих тем, розгляду масової комунікації як комплексного явища. Дисертація є трішки незвичною для сучасної журналістикознавчої науки, оскільки складається всього із двох розділів, проте така структура забезпечила розкриття ключових понять, об'єкта і предмета дослідження.

Олена Кузнецова. Основи масової комунікації. Навчальний посібник (1996)

Того ж року, коли київський учений Валерій Іванов захистив свою докторську дисертацію на тему масової комунікації, що була дуже якісною спробою узагальнення і поглиблення існуючих знань про це явище, в іншому важливому центрі українського журналістикознавства, Львові, вийшов друком навчальний посібник «Основи масової комунікації» авторства нині доктора філологічних наук, професора Львівського національного університету імені Івана Франка Олени Дмитрівни Кузнецової.

Як уже було згадано раніше, у дисертації Валерія Іванова узагальнено і систематизовано основний доробок вчених, переважно західних, що стосується масової комунікації. Певною мірою перший розділ дисертації можна розглядати як дещо дуже схоже за побудовою на навчальний посібник, у якому було зібрано докупи всю найважливішу інформацію із розглянутої теми. Проте праця київського науковця все-таки навчальним посібником не була, а отже, першим українським навчальним посібником з теорії масової комунікації є праця Олени Кузнецової. Уже із побіжного погляду на цю книгу можна помітити, що праця львівської дослідниці значно більш поверхова, порівнюючи із дослідженням Валерія Іванова. Певною мірою це пояснюється навчальним призначенням видання і тим, що видання було першим у своєму роді, а отже, авторка ставила на меті тільки окреслити тему в загальних рисах, тим самим відкрити її для подальшого дослідження.

Авторка посібника розділила його текст на вісімнадцять підрозділів, хоча за змістом видання краще розділити на п'ять частин. Перша частина (відповідає другому розділу) присвячена основним поняттям масової комунікації. Саму масову комунікацію авторка визначає як «організований, регульований масовокомунікаційний процес інформування, що через засоби масової комунікації впливає на маси» (Kuznetsova, 1996, с. 13). Якщо порівнювати це визначення із визначенням Валерія Іванова, то тлумачення поняття «масова комунікація» у київського дослідника видається більш ємним, конкретним і зрозумілим. Інтерес викликає також наведений у посібнику перелік функцій засобів масової комунікації. Їх дослідниця розділяє на три групи – соціальні функції, загальнопсихологічні і соціально-психологічні. До соціальних функцій належать – «інформативна, регулятивна (або управлінська),

об'єднувальна (інтегруюча), виховна, освітня, рекреативна (відпочинкова), гедоністична (функція насолоди), рекламна, ідеологічна, контролююча». Загальнопсихологічні функції – «утилітарна (або практична) і функція емоційної розрядки (або релаксації)». Соціально-психологічні функції – «соціального орієнтування; належності до групи або аффіліації; контакту з іншою людиною; самоутвердження» (Kuznetsova, 1996, с. 15-16).

Умовна друга частина посібника (відповідає третій частині) присвячена історії розвитку досліджень масової комунікації за кордоном і в Україні. У підрозділі «Іноземні концепції масової комунікації» авторка робить спробу систематизувати основні зарубіжні теорії і концепції масової комунікації. На самому початку параграфа дослідниця робить цікаве твердження про те, що «хронологічно першими були дослідження МК на Сході, в Японії, Китаї. На жаль, східні школи досліджень масової комунікації, на відміну від західних, у нас мало-відомі» (Kuznetsova, 1996, с. 22). Незважаючи на таку заяву, далі авторка цю тему не продовжує і не називає жодної японської чи китайської теорії масової комунікації, що було б справді цікавим відкриттям, яке б прикрасило посібник. На жаль, далі йде перелік саме західних теорій. Треба сказати, що цей перелік є досить вичерпним і за кількістю висвітлених теорій масової комунікації випереджає аналогічний перелік у дисертації Валерія Іванова. Цікавим є також параграф, присвячений дослідженням масової комунікації українськими вченими радянської доби. Олена Кузнецова розглядає внесок В. Вернадського, В. Здорогеви, Ю. Лазебника, Д. Прилюка та інших українських радянських науковців. У праці Валерія Іванова такий огляд відсутній.

В умовній третій частині посібника (найбільша частина, що відповідає темам з четвертої до шістнадцятої) йдеться про класифікацію засобів масової комунікації. Система класифікації, розроблена львівським науковцем, є справді цікавою та унікальною. Основою для цієї класифікації стали теоретичні напрацювання Володимира Вернадського. Посилаючись на нього авторка розділяє всі засоби масової комунікації на два «класи» – «природні» та «технічні». Клас «природні ЗМК» Олена Кузнецова визначає як «сукупність природних засобів масового спілкування, що фіксують, зберігають, передають, приймають інформацію через природні знакові системи, перебувають у взаємовідносинах, взаємозв'язках один з одним і утворюють певну цілісність» (Kuznetsova, 1996, с. 35). «Природні ЗМК» авторка розділяє на два «типи» – «Знаки» і «Збори». «Знаки» поділяються на суб'єктні і речові, «Збори» – на статичні і динамічні. Другий «клас ЗМК» – «технічні», тобто ті, що використовують технічні засоби для розширення аудиторії. «Типами» «технічних ЗМК» є «Книга» і «Фільм». Книги бувають зображувальні і текстові, фільми – звукові та аудіовізуальні. У наступних главах посібника йде детальний розбір кожного різновиду ЗМК, до яких входять газетні видання, журнальні видання, зображувальні засоби, інформагентства, радіомовлення, кінодокументалістика, телебачення, відео та комп'ютерні ЗМК.

В умовній четвертій частині розглянуто методи впливу на аудиторію, а в п'ятій – сучасний стан розвитку засобів масової комунікації. Остання частина становить особливий інтерес, адже цікаво прочитати про те, як бачилися перспективи ЗМК дослідниці у далекому 1996 році. Авторка відзначає аудіовізуальну революцію, що змінює обличчя медіа, передбачає, що це призведе до демасовізації, коли більше будуть враховуватися індивідуальні інформаційні потреби особи. Виникають двосторонні системи зв'язку, що дадуть змогу забути про однонаправлену модель комунікації, потягнуть за собою перехід від монологічного до діалогічного, полілогічного спілкування. Олена Кузнецова використовує термін «мультимедіа», що «об'єднують комунікаційні властивості радіо і телебачення, телефона і телеграфу, комп'ютерів і принтерів» (Kuznetsova, 1996, с. 141).

Цікаво, що Олена Кузнецова висловлює хвилювання з приводу питання, що стало надактуальним саме сьогодні: «Україна перебуває під інформаційним тиском масової комунікації Росії, зокрема, її православної церкви, сект, їхніх радіостанцій, телестудій. Іноземні компанії прориваються до нас через супутники, параболічні антени і українські телестудії, що їх транслюють» (Kuznetsova, 1996, с. 174-175). В параграфі «Тенденції розвитку

комунікаційних процесів» науковець робить огляд праць західних учених – Г. Маклюєна (теорія «глобального села»), Е. Тоффлера (три хвили в історії цивілізації). Серед власне тенденцій авторка називає комерціалізацію, комп'ютеризацію, взаємопроникнення різних видів ЗМК.

У підсумку можна зазначити, що навчальний посібник Олени Кузнецової розглядає масову комунікацію дещо поверхово, зупиняючись лише на найважливіших аспектах. Хоч і за глибиною наукового дослідження ця праця поступається дисертації Валерія Іванова, що була створена того ж року, треба віддати належне, що авторці вдалося створити доволі цікавий навчальний посібник з теорії масової комунікації, що був першою подібною працею в вітчизняному журналістикознавстві. Ідеї, висловлені авторкою у посібнику, були переосмислені нею у кількох виданнях: «Засоби масової комунікації» (1998 та 2003 років випуску).

**Анатолій Москаленко, Леонід Губерський, Валерій Іванов, Володимир Вергун.
Масова комунікація. Підручник (1997)**

Підручник «Масова комунікація», надрукований у Києві в 1997 році, став результатом співпраці чотирьох непересічних українських вчених. Анатолій Захарович Москаленко – доктор історичних наук, директор Інституту журналістики, академік Міжнародної академії інформації, автор більш як 160 наукових праць з проблем теорії комунікації, журналістики та політології. Леонід Васильович Губерський – доктор філософських наук, директор Інституту міжнародних відносин. Валерій Феліксівич Іванов – доктор філологічних наук, автор сотень праць з проблем соціології масових комунікацій, автор дисертації «Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації» (1996), розглянутої на початку нашого огляду. Володимир Антонович Вергун – доктор економічних наук, автор наукових праць з питань історії економічної думки. Такий потужний авторський колектив підручника вже мав би свідчити про те, що продукт співпраці відомих науковців має стати етапним явищем в історії розвитку української науки про масову комунікацію. Певною мірою, так воно і сталося, хоч лише частково. Примітно, що підручник «Масова комунікація» створювався на базі Інституту журналістики і був уперше апробований саме тут.

Структурно праця складається із чотирьох розділів: «Концепції масової комунікації», «Масова комунікація і суспільство», «Свобода преси: теорія і практика» та «Організація масово-комунікаційного процесу». Назва першої частини може створити у читача враження, що цей розділ підручника містить перелік і детальний опис різноманітних теорій і концепцій масової комунікації, що складають її теоретичну основу як науки. Проте насправді це враження оманливе. Перший підпункт розглядає роль засобів масової комунікації у становленні демократичного суспільства, другий – проблеми становлення інформаційного суспільства, третій – розкриває гуманістичну парадигму трансформації засобів масової комунікації, і тільки у четвертому подано стислий виклад соціологічних теорій розвитку мас-медіа. Безумовно, основи західних концепцій громадянського суспільства та демократії і роль журналістики в межах цих концепцій, – це питання, яким варто приділити увагу у підручнику, тим більше, у далекому 1997 році теми ще не були такими заїждженими, як сьогодні. Проте у підпункті, що має назву «Концепції масової комунікації», варто було б виділити більше місця безпосередньо концепціям. На жаль, що стосується викладу теорій і концепцій масової комунікації, що є важливою частиною курсу теорії масової комунікації, підручник «Масова комунікація» поступається львівському аналогу – посібнику «Основи масової комунікації», що вийшов друком роком раніше.

Друга частина підручника, «Масова комунікація і суспільство», розкриває основні питання, пов'язані із призначенням і роллю засобів масової комунікації у житті суспільства. До цих питань входять соціальні функції ЗМК, форми інформаційної діяльності, поняття інформації, критерії цінності інформації, принципи інформаційних відносин, поняття інформаційної політики, види соціальної інформації, журналістика як соціальний інститут. У

підпункті «Журналістика і духовність суспільства» порушується питання про місію журналіста через призму виховної функції мас-медіа. Автор цього підпункту наводить аргументи із історії української радянської журналістики, наводячи в якості прикладів для наслідування Остапа Вишню та Василя Симоненка. Думки, викладені в параграфі, є безумовно цікавими, але відчувається значний вплив радянської концепції про журналістику як інструмент виховання суспільства, формування «нової людини». Подібний вплив помітно і в наступному підпункті, «ЗМІ і національна ідея», хоч насправді значна частина цього розділу присвячена питанню відповідальності журналіста перед суспільством в різних аспектах, не лише національних. Останній підпункт розділу розглядає питання результативності масової комунікаційної діяльності, а конкретніше, автори намагаються виробити максимально об'єктивні критерії цієї результативності. Загалом у цьому підпункті, як і у першому, власне теорії масової комунікації приділено не надто багато уваги. Більшу частину тексту складають роздуми авторів щодо призначення журналістики, її морально-ціннісних орієнтирів: «ЗМК традиційно мають великий вплив на суспільство [...] Він зростає в період соціальних катаклізмів [...] Розвиток громадянського суспільства багато в чому залежить від преси, телебачення, радіомовлення, інших ЗМК» (Moskalenko, 1997, с. 48).

Аналогічний підхід застосовувався і в третій частині підручника – «Свобода преси: теорія і практика». Цей розділ присвячений переважно правовим основам журналістської діяльності. Автори здійснюють стислий огляд міжнародних правових і етичних принципів журналістики, оцінюють сучасний (для 1997 року) стан розвитку українського законодавчого поля в сфері масової комунікації. У третьому і четвертому підрозділах проведено аналіз західного досвіду в питанні налагодження ефективного громадського контролю за діяльністю ЗМК, а також саморегулювання в журналістській спільноті. У п'ятому підрозділі подається аналіз чотирьох теорій преси Сіберта, Петерсена і Шрамма, які із незрозумілих причин вперше згадуються саме в цьому розділі, а не в підрозділі «Концепції масової інформації». Загалом, аналіз основних тенденцій розвитку ЗМК є цікавим для сучасного читача, адже дає змогу порівняти ситуацію двадцятип'ятирічної давності із сучасною. Основних тенденцій автори виділяють чотири: монополізація, інтернаціоналізація, уніфікація та комерціалізація. У контексті про інтернаціоналізацію згадується відома теорія «глобального села» Г. Маклюєна.

Нові тенденції розвитку мас-медіа розглядаються також у заключному, четвертому розділі підручника, «Організація масово-комунікаційного процесу». До вже сказаного в останньому підрозділі попередньої частини автори додають перелік сфер застосування ЗМК, що були новими на момент створення підручника. До цього переліку входять «кабельне телебачення, відеоманітофони, телеконференції (телемости, телепереклики тощо), електронна пошта, електронні бази даних, банки політичних даних, лазерна преса, персональні комп'ютери, відеогазети» (Moskalenko, 1997, с. 185). Більшість із цих тодішніх новинок сьогодні стали звичним атрибутом повсякденного життя, деякі із них сьогодні є застарілими і взагалі вийшли з ужитку. Викликає інтерес також перелік сучасних (для часу створення підручника) проблем засобів масової комунікації: «1. Зростаючий розрив між невеликою кількістю журналістів інформаційних агентств і загальною чисельністю журналістів. 2. Модель журналіста друкованої преси і домінанта аудіовізуальних засобів. 3. Рекламний репортаж і похідні від нього форми журналістики. 4. Спротив центрам економічної влади. 5. Ідеологія комунікації. 6. Політична влада і журналістика. 7. Конкуренція в межах системи засобів масової інформації» (Moskalenko, 1997, с. 193-196). У решті підрозділів описані функції ЗМК, поради для ЗМК, які хочуть вижити в сучасному інформаційному полі, а також етапи обробки інформації за допомогою електронно-обчислювальних машин.

Підбиваючи підсумки, можна сказати, що підручник «Масова комунікація» залишає від себе двояке враження. З одного боку, сам факт появи першого українського підручника про масову комунікацію є важливою датою в історії вітчизняного журналістикознавства. Підручник містить базову інформацію про функції ЗМК, морально-етичні та законодавчі основи

їх діяльності, основні західні концепції журналістики в умовах громадянського суспільства. З іншого боку, більша частина інформації, наведеної в підручнику, стосується в першу чергу теорії журналістики, а не теорії масової комунікації. Власне уявленнь про теоретичні основи масової комунікації із підручника почерпнути неможливо. Також, на нашу думку, текст підручника надто перевантажений роздумами про призначення і майбутнє журналістики, що значною мірою спираються на уявлення, сформовані в часи СРСР.

Ольга Зернецька. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. Монографія (1999)

Ольга Василівна Зернецька – доктор політичних наук, головний науковий співробітник в Інституті світової економіки і міжнародних відносин НАН України. Її монографія «Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини» – це, в першу чергу, погляд на теорію масової комунікації з точки зору політолога, а не журналістикознавця чи соціолога. Монографію надруковано в Києві у 1999 році. Це друга праця Ольги Зернецької, присвячена мас-медіа. У 1993 році з'явилася її перша монографія в цьому напрямі – «Нові засоби масової комунікації». Взята нами на розгляд праця – продовження і поглиблення попереднього доробку науковця. В анотації до праці зазначено, що «у монографії вперше у вітчизняній політологічній науці комплексно досліджуються глобальні трансформації систем масової комунікації кінця ХХ ст. як нового фактора міжнародних відносин. В контексті революційних змін у галузі новітніх технологій, кабельного й супутникового ТВ та розвитку диджиталізації розглядаються системи мас-медіа на державному, регіональному і глобальному рівнях» (Zernetska, 1999, с. 2).

У вступі автор зазначає: «Характер нових глобальних трансформацій великою мірою визначається й тим, що людство нині вступає в інформаційну еру – еру складних процесів комунікаційної революції, інформаційних вибухів, які врешті-решт впливають на встановлення нового світового порядку» (Zernetska, 1999, с. 7).

У дослідженні повною мірою застосовано міждисциплінарний підхід. Монографія складається із семи розділів. Розділ 1 розкриває історію вивчення масової комунікації, як за кордоном, так і в Україні. Треба сказати, що перелік основних вчених та їхніх праць вийшов дуже вичерпним. На початку авторка наводить два визначення поняття «масова комунікація». Це «процес швидкого розповсюдження механічно або електронно продукованих дублікатів копій інформації для гетерогенної і часто великої кількості індивідуумів» (Zernetska, 1999, с. 18), а також «інституалізовані форми виробництва і розповсюдження загальнодоступних (публічних) повідомлень, які поширюються у великому масштабі, включаючи значний розподіл праці в їхньому виробничому процесі та функціонуванні, через складне посередництво друку, фільму, фотографії та звукозапису» (Zernetska, 1999, с. 18-19).

Другий розділ монографії присвячений феномену глобалізації. Аналізуючи це явище, дослідниця використовує праці Г. Маклюєна та інших західних науковців. Глобалізацію авторка визначає як «процес структурування, який містить у собі гомогенізацію і гетерогенізацію, – процес, у якому фактори, що оперують у різних темпоральних послідовностях, взаємодіють та змінюють перемінні структури соціального буття для створення структурно олігархічного, але взаємопов'язаного світу. Шляхи і потоки глобалізації можуть бути різноспрямованими та багатовимірними; вони проходять крізь вертикальні та горизонтальні організації людського життя» (Zernetska, 1999, с. 49-50). Окрім глобалізації у цьому ж розділі здійснюється комплексний аналіз інших тенденцій у трансформації мас-медіа. Це диджиталізація, мультимедійність, концентрація та конгломерація, диверсифікація, інтернаціоналізація та транснаціоналізація.

Розділи з третього по сьомий висвітлюють питання міжнародної політики в сфері масової комунікації. У розділі 3 розглядаються моделі державної політики в галузі масової комунікації на прикладі державної політики різних країн світу – Великої Британії, Австралії, Південної Кореї, Японії, Італії, Мексики та Бразилії. Аналізуючи трансформації

національних і регіональних медіа-систем різних країн світу, автор відстежує основні зміни державної політики в галузі масової комунікації у зв'язку з політичними, економічними, культурними та етнічними факторами. Розділ 4 присвячено питанню впливу глобальних медіа-імперій на міжнародну політику. Ольга Зернецька також вивчає виникнення та розвиток регіональних і глобальних медіа-імперій, приділено особливу увагу найбільш помітним із них, а також ролі їх власників в акумуляції медіа-, економічної та політичної влади. У цьому розділі авторка дає досить цікаве визначення для політичної комунікації, а саме: «це комунікація в сфері внутрішньої та зовнішньої політики, яка частково або чималою мірою здійснюється за допомогою ЗМК». Розділ 5 аналізує зміни в дипломатії, пов'язані із процесами трансформації мас-медіа, зокрема, феномени медіалізму та медіатизації, явище віртуальної дипломатії (Zernetska, 1999, с. 196 і далі). Розділ 6 досліджує роль і функції міжнародних організацій в регулюванні масової комунікації (Zernetska, 1999, с. 238 і далі). О. Зернецька відстежує діяльність міжнародних (ООН, ЮНЕСКО) та європейських інститутів (Європарламент, Рада Європи, Європейська телерадіомовна спілка), так само як і неурядових організацій у сфері інформації та комунікації, привертаючи увагу до політичних, економічних, культурних проблем, а також до питань про права людини, що є актуальними на порозі інформаційної ери.

Розділ 7 «Україна в європейському і світовому масовокомунікаційному просторі», розглядає основні тенденції розвитку системи масової комунікації в Україні після набуття незалежності. Висновок зроблено не надто втішний: «Стан і тенденції розвитку системи масової комунікації в Україні загалом відображають загальну кризову ситуацію в державі, що в аспекті глобальних трансформацій систем масової комунікації приводить до загострених, а часом – непередбачених форм її проявів. Перехід від гегемонізму державного телебачення як національної системи до дуальної моделі йде не шляхом створення громадського й комерційного телебачення (як у Західній Європі, Канаді, Японії, Австралії), а співіснуванням державного і недержавного (тобто комерційного) телебачення, що, попри елементи комерціалізації та лібералізації, стримує розвиток громадянського суспільства в Україні, одночасно підсилюючи вплив виконавчої гілки влади на національне телерадіомовлення» (Zernetska, 1999, с. 333).

«Висновки» закінчуються словами, що не втрачають своєї актуальності і сьогодні: «Попри всі складності перехідного періоду і кризовий стан в Україні, в останнє десятиліття ХХ ст. вона як політичний актор увійшла в Європу та міжнародне співтовариство в новому статусі – статусі незалежної і суверенної держави. Це вимагає від неї багато зусиль для створення свого позитивного іміджу в світі, в чому національні ЗМК відіграють велику роль... Для того, щоб образ України поставав невикривленим і разом з тим, щоб громадяни України сприймали світ не тільки через фільтри закордонних інформаційних служб, необхідне розширення мережі закордонних кореспондентських пунктів» (Zernetska, 1999, с. 334).

Незважаючи на те, що саме поняття «масової комунікації» і його теоретичні основи у монографії Ольги Зернецької розкриті не надто глибоко і авторка не приділила уваги, наприклад, моделям масової комунікації або компонентам повідомлення у масовій комунікації, ця монографія стала першою в Україні, що обґрунтовано концептуалізувала тодішній стан і тенденції глобальних систем масової комунікації та їх вплив на міжнародні відносини. Для свого часу це дослідження було справді новаторським і в плані наукової постановки проблем, і в шляхах їх розкриття. До беззаперечних досягнень авторки слід віднести дослідження таких нових для того часу процесів, як концентрація, конгломерація, диверсифікація, конвергенція, інтернаціоналізація та транснаціоналізація в галузі мас-медіа. Перевагою дослідження є також те, що науковець, будучи за спеціальністю політологом, вільно почуває себе в галузі теорії масової комунікації.

Валерій Іванов. Соціологія масової комунікації. Навчальний посібник (2000)

У 2000 році в Києві вийшов друком навчальний посібник Валерія Феліксовича Іванова «Соціологія масової комунікації», в якому український теоретик масової комунікації продовжив наукову розробку тем, сформульованих ним у докторській дисертації «Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації».

У вступі автор підкреслює, що «на сучасному етапі розвитку суспільства журналістам конче потрібні знання про об'єктивні методи дослідження з тим, щоб результати вивчення предмета не орієнтувалися на певні погляди дослідника, а являли незалежний об'єктивний аналіз певних сторін явища чи процесу, що досліджувалися» (Ivanov, 2000, с. 4). Джерелом такої об'єктивної інформації, на думку вченого, має стати саме наука соціологія. Аналізуючи стан мас-медіа на Заході, автор виділяє такі нові їх функції: «1. Впровадження соціального прогресу та ревізії традицій; 2. Регулювання моральних та, навіть, правових норм (мас-медіа лобіюють прийняття нових законів, розкручують карні справи тощо); 3. Соціального управління» (Ivanov, 2000, с. 9).

Як ми зазначали раніше, саме соціології був присвячений весь другий розділ (половина) дисертації Валерія Іванова. В навчальному посібнику «Соціологія масової комунікації» науці соціології також відводиться чільне місце: тема 1 носить назву «Загальне поняття про соціологію». У ній автор здійснює короткий виклад визначення соціології, історії розвитку соціологічних досліджень, структури соціології.

Тема 2 висвітлює основні поняття, що стосуються власне соціології масової комунікації. На початку автор знайомить читача із самим поняттям «масова комунікація», наводить власне його визначення, виділяє основні елементи та особливості діяльності мас-медіа. Наприкінці теми Валерій Іванов здійснює перехід від поняття «масова комунікація» до поняття «соціологія масової комунікації». Його вчений визначає як «галузь соціології, яка вивчає процеси функціонування і розвитку мас-медіа. Її мета – це вивчення, з одного боку, обумовленості цих процесів, з іншого – їх наслідків, тобто впливу на соціальні, політичні, економічні, культурні явища» (Ivanov, 2000, с. 39). Наостанок автор здійснює цікавий екскурс до історії соціології масової комунікації. Міні-історичний нарис показує еволюцію поглядів соціологів на явище масової комунікації, теорій і концепцій, що існували на різних етапах людської історії.

У темі 3 розкриваються різні аспекти поняття «громадська думка». Громадську думку Валерій Іванов визначає як «стан масової свідомості, який включає в себе приховане чи явне ставлення різних соціальних спільностей до проблем, подій і фактів дійсності. Громадська думка виступає в експресивній, консультативній, контрольній та директивній функціях» (Ivanov, 2000, с. 62). Окрім визначення, автор також здійснює короткий огляд історії досліджень громадської думки, а також аналізує вплив мас-медіа на її формування. Щодо останнього питання, то тут науковець виділяє два рівні, на яких працює громадська думка. Перший рівень – це рівень відбиття дійсності (рівень свідомості, слова), другий – це рівень впливу на дійсність та її перетворення. У процесі формування громадської думки існують різні сукупності факторів, що діють як на першому, так і на другому рівнях.

Тема 4 – «Соціологічне вивчення комунікатора». Вчений виділяє чотири основних типи комунікатора: власник, керівництво, журналіст, журналістський колектив. Далі подається огляд найвідоміших і найважливіших соціологічних досліджень, що вивчали професійний рівень комунікаторів. Валерій Іванов доходить до висновку, що «основна фігура у мас-медіа – це, звичайно, не власник, а журналіст» (Ivanov, 2000, с. 101). На основі розглянутих соціологічних досліджень журналістів учений формує таке твердження: «Найважливішою умовою високої продуктивності та гарного творчого самопочуття журналістів є органічне поєднання у їх діяльності напрямків, які важливі з точки зору політики органу інформації, і творчого потенціалу, намагань його співробітників. Поєднання ґрунтовної професійної підготовки, опанування методів і методики створення журналістського матеріалу з досвідом, який накопичений у ході практичної роботи, є суттєвою гарантією того, що на цьому

найважливішому етапі роботи буде більше творчих досягнень, ніж невдач» (Ivanov, 2000, с. 101-102).

Тема 5 – «Дослідження змісту повідомлень» – знайомить читача із методами соціологічних досліджень змісту масової комунікації, особливу увагу при цьому приділяючи контент-аналізу. Контент-аналізу відводилося кілька пунктів із докторської дисертації Валерія Іванова, тож і в цьому навчальному посібнику вчений відводить контент-аналізу важливу роль, наголошуючи, що популяризація цього методу приведе до значного зростання якості досліджень мас-медіа. «Ще зараз при розгляді питань методики соціологічних досліджень деякі автори зовсім випускають з уваги метод контент-аналізу, причому це робиться не тільки в роботах, присвячених соціологічним дослідженням взагалі, а й у працях про різноманітні дослідження мас-медіа, в тому числі про методи дослідження преси. У таких роботах при вивченні методологічних і методичних проблем формування громадської думки за допомогою мас-медіа, процесу спілкування при посередницькій діяльності преси, інших актуальних проблем діяльності масової комунікації автори використовують в основному емпіричні дослідження аудиторії за допомогою анкетування та інших форм опитування. Ніхто не сперечається, що опитування, спостереження, експеримент – важливі групи методів при вивченні будь-якого явища. Однак при цьому не можна забувати і про вивчення документів. Без ретельного аналізу документів висновки будь-якого дослідження, а особливо вивчення преси, будуть однобічними, а рекомендації не завжди доцільними» (Ivanov, 2000, с. 107), – підкреслює Валерій Іванов.

У темі 6 автор окреслює типологічні особливості, завдання і структуру мас-медіа. Тема 7 присвячена питанню аудиторії ЗМК. Аудиторію вчений визначає як «стійку сукупність людей, яка виникає на підставі спільності їх інформаційних потреб» (Ivanov, 2000, с. 136). У розділі наведена історія досліджень аудиторії в Україні, а також напрямки, за якими такі дослідження можуть бути проведеними. У темі 8 розглядається проблема ефективності мас-медіа. Темі 9 – 10 присвячені опису основних соціологічних методів, що можуть використовуватися для вивчення масової комунікації. Серед якісних методів розглянуто опитування, спостереження і експеримент. Темі 11 – 12 повністю присвячені єдиному формалізованому методу – контент-аналізу. Валерій Іванов знову наголошує на важливості застосування цього методу в українській науці: «Відродження національної свідомості українського народу, позбавлення від ідеологічного диктату, вихід на світовий рівень наукових досліджень у галузі суспільних наук (зокрема вивчення мас-медіа) неминуче приводить до відмови від суб'єктивних методів дослідження преси. На жаль, в Україні мало приділялося уваги розвитку такого об'єктивного методу як контент-аналізу. І зараз перед вченими стоїть завдання подолати цей розрив» (Ivanov, 2000, с. 200).

Навчальний посібник Валерія Іванова – перший український посібник з соціології масової комунікації, що поєднав основи теорії масової комунікації із соціологічними методами дослідження. В посібнику у достатньо стислій формі викладені методологічні, теоретичні основи соціологічних досліджень мас-медіа, зроблені історичні огляди таких досліджень в минулому. Посібник «Соціологія масової комунікації» відкрив багато тем, що раніше не розглядалися українськими вченими-журналістикознавцями, заклавши основу для подальших досліджень.

Георгій Почепцов. Теорія комунікації. Підручник (2001)

Підручник «Теорія комунікації» – найбільш відомий і популярний навчальний зразок із цієї тематики у країнах колишнього Радянського Союзу. Автор підручника – Георгій Георгійович Почепцов – доктор філологічних наук, один із найвідоміших українських експертів із комунікаційних технологій із світовим іменем. Аналізована книга, видана у Москві в 2001 році, стала настільною книгою для не одного покоління журналістів, рекламників та партнерів України і країн ближнього зарубіжжя (на жаль, автор не перевидав «Теорію

комунікації» в Україні українською мовою). Спробуємо виявити, що нове вона внесла в українську теорію масової комунікації на тодішньому етапі її історичного розвитку.

Як впливає із назви, в підручнику «Теорія комунікації» йдеться не тільки про масову комунікацію, але й про інші її види. Хоча саме масовій комунікації присвячена більша частина праці. Підручник складається із дев'яти розділів: «Комунікація в структурі людської цивілізації», «Прикладні моделі комунікації», «Види комунікації», «Методи аналізу масової комунікації», «Методи аналізу текстів політичних лідерів», «Комунікація в сфері публік релішнз», «Кризові комунікації», «Аналіз комунікації в інших царинах» і «Міжнародні комунікації». Більшість із них так чи інакше торкаються проблем масової комунікації.

У першій темі Георгій Почепцов розкриває основні поняття, пов'язані із комунікацією, а також аналізує різноманітні моделі комунікації. Комунікацію автор визначає як «процеси перекодування вербальної в невербальну і невербальної в вербальну сфери» (Роcheptsov, 2001, с. 16). Місце комунікації в історії людської цивілізації автор пояснює: «Історично комунікацією було саме це: примушування іншого до виконання тієї чи іншої дії. Тобто для комунікації суттєвий перехід від говоріння Одного до дій Іншого. Саме заради цього реалізується передача значень між двома різними автономними системами, якими є дві людини» (Роcheptsov, 2001, с. 16). Проте з точки зору масової комунікації особливий інтерес становлять підтеми «Модель комунікації з точки зору публік релішнз», «Соціологічні і психологічні моделі комунікації», «Моделі пропагандистської комунікації». Щодо моделі комунікації з точки зору зв'язків з громадськістю, то вчений виділяє елементи процесу комунікації, що є ключовими для комуникатора: «цільова аудиторія, канал, метакомуникативні знання, контекст» (Роcheptsov, 2001, с. 43). Як зазначає Георгій Почепцов, «успіх комунікації залежить від професійного вміння оперувати на цих рівнях комунікації» (Роcheptsov, 2001, с. 43). У темі «Соціологічні і психологічні моделі комунікації» вчений подає огляд деяких ключових моделей, зокрема, «двоступеневу» модель масової комунікації Лазарсфельда, «спіраль мовчання» Е. Ноель-Нойман, теорію гейткіперів Курта Левіна, що сьогодні стали хрестоматійними, але в той час лише починали входити до українського наукового обігу. У підрозділі «Моделі пропагандистської комунікації» доволі детально викладено основні методи і прийоми пропаганди.

У другій темі «Прикладні моделі комунікації» перш за все нас цікавлять параграфи «Моделі масової комунікації» і «Пропагандистські кампанії». В обох цих підрозділах основну увагу автор приділяє явищу пропаганди, намагаючись встановити, що саме робить пропаганду ефективною, підводячи приклади пропагандистських кампаній із історії під напруження західних теоретиків масової комунікації. Вчений доходить до таких висновків: «Людство давно веде психологічні війни і пропагандистські кампанії. Сьогодні вони спираються на чітке знання комуникативних закономірностей. Знання запропонованих в різноманітних науках комуникативних моделей допомагає створенню ефективних процесів впливу як у випадку реклами, так і в ситуації публік релішнз. Масова культура і масова комунікація становлять найбільший інтерес для запозичення їх досвіду, оскільки вони постійно і успішно працюють саме з масовою свідомістю» (Роcheptsov, 2001, с. 293).

У третій темі «Види комунікації» Георгій Почепцов аналізує явища мас-медіа, кіно та телебачення з точки зору концепції міфотворчості, сформульованої в першій главі підручника. Мас-медіа, кіно та телебачення вчений відносить до категорії «міфонароджувальних машин» (Роcheptsov, 2001, с. 351). Міфотворча роль мас-медіа базується на семи ознаках, які ще можна назвати сімома парадоксами. Це «парадокс селекції, парадокс норми, парадокс взаємного впливу, парадокс взаємної заміни, парадокс пріоритету реагування, парадокс міфологічної інтерпретації, парадокс несиметричності» (Роcheptsov, 2001, с. 357).

Четверта тема «Методи аналізу масової комунікації» присвячена розгляду всього трьох методів: контент-аналіз, пропагандистський аналіз та аналіз чуток. Метод контент-аналізу, як єдиний об'єктивний метод дослідження змісту масової комунікації, намагався популяризувати Валерій Іванов. Саме він і почав вводити цей метод в український науковий обіг.

Підручник «Масова комунікація» – це другий український посібник, в якому розглядається, хоч і тільки в загальних рисах, метод контент-аналізу. Цікавішим є підрозділ «Пропагандистський аналіз», в якому Георгій Почепцов формулює етапи аналізу пропаганди. Вони включають в себе «виявлення ідеології; встановлення контексту; ідентифікацію пропагандиста; визначення структури пропагандистської організації; визначення цільової аудиторії; розрізнення техніки впливу; спеціальні техніки пропаганди» (Pochepctsov, 2001, с. 387-388). Автор зауважує, що «пропаганда добре працює тільки тоді, коли її прийоми не випадкові, а систематичні, причому у всіх областях. Пропаганда завжди була, є і буде. Не слід скидати це з рахунків» (Pochepctsov, 2001, с. 391).

П'ята тема «Методи аналізу текстів політичних лідерів» продовжує розпочату в попередньому розділі тему контент-аналізу, цього разу на прикладі текстів політиків. Висновок глави: «Аналіз текстів перших осіб становить серйозну проблему для ряду наукових досліджень, починаючи з області національної безпеки, коли лідерів необхідно оцінити по їх здатності починати агресивні дії. Лідери також цікавлять сферу публік рілейшнз для можливостей політичного прогнозу, а також з метою пошуку найбільш ефективних видів впливу на аудиторію» (Pochepctsov, 2001, с. 447).

Теми з шостої по восьму присвячені переважно розкриттю понять публік рілейшнз та реклама, різних практичних аспектів їх діяльності. Заключна, дев'ята тема, присвячена питанню міжнародних комунікацій. В розділі «Висновок» автор постулює твердження про стратегічну важливість вивчення комунікації: «Комунікація настільки ж стратегічно важлива для суспільства, як і інші його складові, які носять матеріальний характер. Саме наша недооцінка комунікації привела до того, що в результаті Радянський Союз програв третю для Другої світової війни як війну символічну. Людська цивілізація все більше зміщується саме в інформаційну сторону. Країни типу Японії, що виробляють інформацію в якості свого основного продукту, виходять в лідери XXI століття» (Pochepctsov, 2001, с. 649-650).

Загалом підручник Георгія Почепцова можна вважати «фундаментальним». Автор розкриває широке коло питань, пов'язаних із теорією та практикою комунікації. Щодо теорії саме масової комунікації, то тут певний відбиток накладає те, що в підручнику масова комунікація розглядається як один із різновидів комунікації, хоч і як різновид найважливіший. Тому безпосередньо поняттю масової комунікації, теоретичним основам цього явища приділено порівняно не так багато уваги. Тим не менш, перелік заслуг автора підручника в питанні розробки теорії масової комунікації є вельми солідним. Це і систематизація основних моделей масової комунікації, всебічне вивчення явища пропаганди, введення в науковий обіг методів контент-аналізу та пропагандистського аналізу. Все це робить підручник «Теорія комунікації» етапним в розвитку вітчизняної науки про масову комунікацію.

Сергій Квіт. Масові комунікації. Підручник (2008)

2008 рік став плідним в історії української науки про масову комунікацію. Цього року побачили світ два підручники з теорії масової комунікації, авторами яких були Сергій Миронович Квіт – президент Національного університету «Києво-Могилянська академія», доктор філологічних наук, і Володимир Володимирович Різун – директор Інституту журналістики, доктор філологічних наук. Звісно, що ні про яку конкуренцію між двома науковцями і не йшлося. Проте, аналізуючи ці два підручники, деяких порівнянь буде важко уникнути. Підручник Сергія Квіта «Масові комунікації» був підписаний до друку 27 березня 2008 року, підручник Володимира Різуну «Теорія масової комунікації» здано на виробництво 1 грудня 2008 року. Отож розпочнемо із праці президента «Києво-Могилянської академії».

У передмові автор зазначає: «Назва цієї книжки може бути подовжена: «Масові комунікації. Подолання тоталітаризму». Вона зосереджується на теоріях і дослідженнях масових комунікацій, а також на тому, яким чином ці процеси відбуваються у сьогоднішній Україні» (Квіт, 2008, с. 7). З цього можна зробити висновок, що підручник є не стільки викладом теорії масової комунікації, скільки аналізом сучасної для автора ситуації в українській

журналістиці. Цю думку підтверджує і структура книги. Підручник складається із восьми розділів: «Масові комунікації та їх дослідження», «Теорії масових комунікацій», «Медіареформи: подолання тоталітаризму», «Професія журналіста», «Спеціальні представлення», «Громадське мовлення», «Нові медії», «Глобалізація і порозуміння». Безпосередньо теорії і теоріям масової комунікації присвячено два перші розділи, два останні розділи присвячено сучасним тенденціям у трансформації мас-медіа, решта розділів більше стосуються журналістикознавства і роздумів дослідника щодо напрямків розвитку української журналістики.

У першому розділі стисло викладено основні думки західних і українських дослідників щодо природи і значення понять «комунікація» та «масова комунікація», зокрема, один підрозділ виділено на тлумачення цих понять у науці соціології. Також у розділі вперше в історії українського журналістикознавства і комунікативістики розглянуто поняття «медіаекологія», «медіакритика», «медіаграмотність» і «медіафілософія».

Другий розділ присвячено історії вивчення масових комунікацій і огляду основних теорій їх функціонування. Перелік розглянутих теорій є доволі вичерпним і, для свого часу, досить повним у порівнянні з іншими підручниками: теорія масового суспільства, символічний інтеракціонізм, «двоступенева» модель комунікації, теорія атрибутів, лінійні моделі, теорія чотирьох функцій Г. Лассвелла, загальна теорія систем, теорія Шеннона і Вівера, модель гейткіперів К. Левіна, медіативна теорія смислу, чотири теорії преси, теорія когнітивного дисонансу, доміантна парадигма, теорія модернізації Лернера, теорія використання і задоволення, теорія дифузії інновацій, парадигма залежності, теорія розширення відчуття Маклюєна, соціальне конструювання реальності, теорія культивациі, теорія розриву у знаннях, теорія всесильних медіа, теорія порядку денного, теорія спіралі мовчання, соціальне навчання, теорія фреймінгу, теорія медійної залежності, альтернативна парадигма, феміністська медійна теорія, теорія ефекту третьої особи, нормативні теорії Мак-Квейла, пропагандистська модель, теорія праймінгу, теорія медійної грамотності, теорія самореференції Лумана.

У розділі «Медіареформи: подолання тоталітаризму» здійснено огляд історії розвитку українських мас-медіа з часу здобуття Україною незалежності. На початку розділу автор зазначає, що «розвиток масових комунікацій сучасної України слід розглядати у контексті вирішення проблеми подолання тоталітаризму. Це завдання зовсім не означає, що Україна його пододала і ми тільки підсумовуємо, яким чином це було зроблено. Насправді остаточне подолання тоталітаризму в принципі неможливе, оскільки він проявляє себе скрізь, де тільки суспільство втрачає пильність або здатність опиратися його проявам. Тобто у цьому разі йдеться про тоталітаризм не як про суспільний лад. Тут ми розглядаємо певний спосіб мислення, існування і спокуси меншої відповідальності, що завжди наближає нас до становища повної несвободи» (Kvit, 2008, с. 71). Період правління перших двох українських президентів Сергій Квіт характеризує як період «авторитарної стагнації» (Kvit, 2008, с. 75), а Помаранчеву революцію називає «епохальною подією української історії» (Kvit, 2008, с. 80), стверджуючи, що вона принесла для України «журналістську революцію», що зробила незворотними зміни в українських медіа (Kvit, 2008, с. 89). З висоти 2016 року можна сказати, що автор дивився в майбутнє занадто оптимістично. Цікавим є також підрозділ «Російська гра», в якому автор аналізує українсько-російські відносини, роблячи цікаве твердження: «Відносини України та Росії формуються за типологією дискурсів, що існують за принципом взаємовиключення: свободи і не-свободи. Саме так треба розуміти всі постколоніальні тертя і непорозуміння. Ціннісний вибір України автоматично протиставляє її Росії, хотілося б цього комусь чи ні» (Kvit, 2008, с. 78).

Четвертий розділ «Професія журналіста» присвячений стандартам журналістської діяльності, журналістській етиці та саморегуляції ЗМК. Цю тему продовжує і наступний, п'ятий розділ «Специфічні представлення». В шостому розділі розглядаються перспективи впровадження в Україні громадського мовлення.

У сьомому розділі «Нові медіа» подано короткий опис історії появи нових мас-медіа, здійснено перелік їх основних різновидів, проаналізовано вплив нових медіа на журналістську діяльність. Серед шляхів впливу нових медіа на журналістику виділено такі: «1. Змінюється природа контенту новин. 2. Журналісти змінюють спосіб виконання своєї роботи в інформаційну добу. 3. Зазнає глибинної трансформації структура ньюзрумів та новинної індустрії. 4. Докорінно перебудовуються стосунки між організаціями, які продукують новини, журналістами та – аудиторією, джерелами, конкурентами, рекламодавцями й урядами» (Квіт, 2008, с. 161). В останньому розділі розглядається явище глобалізації масової комунікації, тут міститься детальний розбір поглядів західних вчених на позитивні можливості та загрози, що несе глобалізація. Головний висновок: «Перетворення не обов'язково повинні сприйматися як загрозово-неминучі, у тому числі зберігають свою вагу принципи національного суверенітету. Людина сама проектує і створює своє майбутнє. Глобальні зміни відкривають нові можливості. Тому може йтися також про контури такого суспільства, яке самоорганізовується і навчається» (Квіт, 2008, с. 189).

Підручник Сергія Квіта «Масові комунікації» має, на наш погляд, як переваги, так і недоліки. Що стосується дослідження понять «комунікація» та «масова комунікація», викладу історії досліджень масової комунікації, основних її історичних теорій і моделей, західних досліджень явища глобалізації, підручник вигідно виділяється на фоні своїх попередників. Автор провів велику роботу із систематизації напрацювань інших вчених і результати цієї роботи подав у зручній для сприйняття формі. Але, з іншого боку, значний масив питань теорії масової комунікації залишився нерозглянутим. Замість цього значну частину підручника займають основи журналістики, авторські роздуми про минуле та майбутнє українських медіа.

Володимир Різун. Теорія масової комунікації. Підручник (2008)

Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка – провідний центр сучасного українського журналістикознавства та науки про масову комунікацію, починаючи із часу свого заснування у 1993 році. Саме на базі Інституту журналістики в 1997 році був створений перший підручник з теорії масової комунікації «Масова комунікація», до написання якого доклав руку тодішній директор Інституту журналістики Анатолій Москаленко. Цей підручник був першим і відіграв свою важливу роль, але мав також багато недоліків. Головний із них – в підручнику було приділено мало уваги власне теоретичним основам масової комунікації, велику частину видання було заповнено роздумами про призначення та функції журналістики, що більше відповідає курсу «Основи журналістики».

В анотації до підручника зазначається, що «це перший в Україні підручник з теорії масової комунікації, в якому системно викладено теоретичні засади розуміння масового спілкування, викладено технологію масового впливу та представлено основні наукові течії, принципи й підходи до вивчення масової комунікації» (Rizun, 2008, с. 4). Забігаючи наперед, скажемо, що це твердження цілком відповідає істині. Друга спроба директора Інституту журналістики сісти за написання підручника з теорії масової комунікації вийшла більш вдалою, ніж перша (конспект лекцій). Посібник створено на основі курсу лекцій, прочитаного Володимиром Різуним для студентів Інституту журналістики ще у 2000 році. Суттєво доповнивши курс лекцій, удосконаливши його зміст, учений видав підручник, що побачив світ у 2008 році.

Враховуючи підготовку студентів бакалаврату в Інституті журналістики, а також рамки кваліфікації для професії, Володимир Різун підійшов системно до формулювання предмета і завдання курсу, виділення ключових тем, визначення цільової аудиторії – майбутніх журналістів, видавців, редакторів, рекламістів чи фахівців зі зв'язків із громадськістю. Ми б розширили перелік потенційних читачів: з погляду професійної і наукової діяльності книга може зацікавити як аспірантів, так і менеджмент медіаустанов.

Заслуговує на увагу логіка побудови структури підручника. Так, у першій частині «Поняття про масову комунікацію» автор глобально розглядає три фундаментальні теми – «Масова комунікація як явище», «Маси», «Професіонали масового спілкування». Таким чином, у читача формується уявлення про масову комунікацію, які Володимир Різун пояснює як «особлива форма соціального регулювання, яка становить окремий її різновид» (Rizun, 2008, с. 4). Саме на основі цього науковець обґрунтовує характер масового спілкування, розкриває сутність структури масової комунікації. У цій частині автор детально описує основні моделі комунікації, види і форми комунікації, визначає природу масової комунікації, тобто закладає теоретичне підґрунтя для розуміння більшості комунікаційних процесів.

Однак для того, щоб зрозуміти природу масової комунікації, треба зрозуміти найголовніше: хто такі маси. Володимир Різун «відштовхується» від аксіоми про те, що маси – це «не проста сукупність особистостей, а нова психологічна єдність людей, яка формується й певним чином поводить себе під впливом масового настрою, що виникає у результаті конфлікту між прагненнями й досягненнями людей» (Rizun, 2008, с. 65). У підручнику докладно з'ясовано форми мас, розкрито загальні найважливіші ознаки маси. Окремо автор зосереджує увагу на процесах масифікації, показує роль засобів масової комунікації в масифікації людини і загалом пояснює основні теоретичні підходи до формування настроїв, думок, свідомості і поведінки у масовій аудиторії. Цінними є також вивчення і з'ясування таких понять, як натовп і публіка, масова аудиторія, настрої, думки, свідомість і поведінка мас, масові настрої, суспільна думка, масова свідомість, масова поведінка.

Друга частина підручника висвітлює найголовніші уявлення про масовокомунікаційний вплив і складається із трьох тем: «Масовий вплив як комунікаційний процес», «Технологія масовокомунікаційного впливу», «Ефекти в масовій комунікації». Сформулювавши визначення масового впливу, узагальнивши погляди різних науковців і дослідників, які вивчали цю проблему, Володимир Різун переходить до пояснення масовокомунікаційного впливу, зокрема окремо зупиняється на явищах масової сугестії, масового зараження та механізмах масової маніпуляції. Досить вдало автор застосовує прийом привертання уваги читача, через виділення в окремий блок застережень та рекомендацій щодо запобігання маніпуляцій: «Не дозволяйте комунікантові спілкуватися з вами без з'ясування того, чого хоче від вас комунікант [...]. Готуйтеся до розмови, ознайомтеся з темою заздалегідь. Відсутність знань із теми обеззброює вас і робить беззахисними перед комунікантом» (Rizun, 2008, с. 153).

Зробивши зазначені застереження, Володимир Різун переходить до розбору механізмів керування масою - технологій масовокомунікаційного впливу, таких як PR-технології, рекламні акції, пропагандистські кампанії).

Автор підручника зосереджує увагу на таких методах: переконання, «промивання мізків», навішування ярликів, асоціативного формування позитивного ефекту тощо. Використання будь-якого з методів має на меті досягнення певної мети, певного ефекту. Тому в залежності від мети, у підручнику описано такі види ефектів у масовій комунікації, як ефект гуртування, довіри, ореолу, праймінгу, культивациі, бумеранга. Кожний із перерахованих технологій приділяється окремий підпункт в книзі, що дає змогу студенту швидко повернутися і повторно переглянути інформацію про прийоми і підходи масового впливу.

Третя частина підручника «Дослідження масової комунікації» присвячена розглядові науково-дослідницьких підходів у масовій комунікації. Максимальний рівень теоретичного обґрунтування такого підходу реалізується через детальне обговорення трьох тем – «Історія науки про масову комунікацію», «Теорії масової комунікації» та «Напрями і методи досліджень масової комунікації». Саме через контент цієї частини ми вважаємо за доцільне розширити цільову аудиторію підручника, про що зазначали раніше.

Важливим з погляду розвитку українського журналістикознавства є підпункт «Новітній, вітчизняний етап у розвитку науки про масову комунікацію», в якому розглядаються основні етапи у розвитку науки про масову комунікацію в Україні та розвиток науки про масову комунікацію в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса

Шевченка. Цікаво простежувати в хронологічному порядку як формувалися наукові школи, як змінювалися підходи до формулювання основних фундаментальних дисциплін і як трансформувалося поняття підготовки фахівця в галузях журналістики, реклами, видавничої справи.

Аналогічний підхід послідовності використано автором під час опису розмаїтих теорій масової комунікації. Заслуговує на позитивне відзначення те, які саме теорії визначено і прокоментовано, зокрема теорію масового суспільства і сильних медіа, теорію двоступеневого впливу, теорію дифузії інновацій, теорію Г. Лассвелла, теорію чотирьох функцій. Автор також розглянув найголовніші та найпоширеніші моделі комунікації – модель всесильної пропаганди, модель контактування (модель Якобсона), модель Левіна, модель Каца – Лазарсфельда та інші. Загалом перелік теорій та моделей масової комунікації у цьому підручнику є наразі найбільш повним з усіх праць українських дослідників. Безумовно, перелік та аналіз теорій масової комунікації, систематизований Валерієм Івановим у монографії «Масова комунікація» (про яку мова піде далі), є суттєво ширшим, проте праця В. Іванова є науковою, тоді як підручник Володимира Різун – навчальне видання.

У пункті «Методи досліджень масової комунікації» Володимир Різун розповідає про пріоритетні напрями досліджень комунікації, а також про методи дослідження масової комунікації. Саме через контент цього пункту автор підручника намагається сформулювати повагу до науки про медіа у студентської спільноти. Всі тези ілюструються чималою кількістю прикладних матеріалів, які допомагають студентів осягнути досить складний і цікавий масив знань.

У авторській передмові до підручника є такі слова: «Теорія масової комунікації не навчить тебе брати інтерв'ю, робити репортаж, здійснювати радіомонтаж, писати нарис (не це є завданням модуля). Але ТМК навчить тебе розуміти, що таке масове спілкування як вид соціальної комунікації, як воно впливає на роботу журналіста, рекламіста, видавця, фахівця зі зв'язків із громадськістю» (Rizun, 2008, с. 5). Головною перевагою підручника «Теорія масової комунікації», на нашу думку, є те, що у ньому немає нічого зайвого. Автор не дає ні основ журналістської діяльності, ні власних роздумів про суспільну функцію журналіста, про минуле, сучасність та майбутнє українських мас-медіа і таке інше. Підручник містить дуже конкретний, стислий, вдало систематизований виклад теоретичних засад науки про масову комунікацію і не відволікається на інші теми, що робить його ідеальним (принаймні, найкращим на даний момент) підручником з курсу «Теорія масової комунікації» для студентів спеціальності «журналістика».

Оксана Косюк. Теорія масової комунікації. Навчальний посібник (2012)

Навчальний посібник «Теорія масової комунікації» авторства Оксани Михайлівни Косюк, надрукований у Луцьку в 2012 році. Оксана Косюк – кандидат філологічних наук, доцент Волинського національного університету імені Лесі Українки. Навчальний посібник базується на курсі лекцій, розробленому авторкою у 2007 році. Цей посібник менш помітний для широкого кола науковців, але підхід його авторки містить деякі суттєві відмінності від авторів, яких ми розглядали раніше.

У вступі авторка так аргументує доцільність створення свого навчального посібника: «На межі тисячоліть неймовірно зросла увага до такого соціального феномену, як комунікація. Протягом останніх десятиліть це явище стало об'єктом досліджень на різних рівнях, у вимірах багатьох наук. І це вже не можна вважати випадковістю. На черговому витку цивілізації таки справді відбувається глобальна трансформація – модифікація суспільств індустріального типу – в інформаційно-комунікативні. Як наслідок – комунікація проникає в усі сфери життєдіяльності людини і – відповідно – стимулює прискорений розвиток елементів власної структури. Ключова проблема національного інформаційного простору – значне відставання теоретичного осмислення феномена комунікації від реальних масштабів процесів, що відбуваються у науці та суспільстві. Нові реалії потребують якісно інших підходів

та методів дослідження, вимагають вибудови оригінальних концепцій у структурі «новонароджених» наук та навчальних дисциплін комунікативного циклу» (Kosyuk, 2012, с. 4).

Перший розділ «Основи теорії комунікації» – це виклад базової інформації про масову комунікацію як науку та навчальну дисципліну, її об'єкт, завдання, місце у системі наукових та навчальних дисциплін. Цей розділ, за великим рахунком, мало чим відрізняється від подібних розділів у попередніх розглянутих нами працях.

У темі «Структура комунікативного процесу» через приклади дається уявлення про проходження й формування комунікації, її модифікації, пропонується характеристика учасників комунікативного процесу (комунікатор, реципієнт, посередник), складники комунікативного ланцюга, рольові маски комунікатора (аніматор, автор, принципал, контактер, символізатор), комунікативні канали та явища посткомунікації. Діалоги як зразки комунікаційної дії допомагають розкрити суть процесу, і в результаті «залежно від функцій комунікації та обраної в ній позиції, мовець/комунікант/адресант постає в різних виявах (наче одягає різні маски)» (Kosyuk, 2012, с. 28).

Наступна тема присвячена комунікаційним технологіям та стратегіям. У темі «Моделювання комунікації» міститься інформація про основні моделі масової комунікації: «Чотири теорії преси», концепція масових комунікацій Маклюєна, теорія екології масової комунікації. Також розглядаються такі загальні моделі комунікації, як модель всесильної пропаганди, модель переконання, модель контактування, модель трансмісії сигналу Шеннона та Вівера, модель гейткіперів, модель «двоступеневого руху інформації», соціологічна модель Рілеїв, модель спільного досвіду Шрамма. В останній темі розділу, «Методи комунікаційного аналізу», пропонується загальнотеоретичне розуміння методу, розглянуто семіотичний, контент, структурний, пропагандистський, мотиваційний, культивацийний, теологічний, сюжетний, стереотипний, автобіографічний аналізи.

Другий розділ, «Аналіз комунікаційних дискурсів», виділяє посібник з-поміж аналізованих вище книг. Тут Оксана Косюк зосереджує увагу на комунікаційних «дискурсах» як явищі масової комунікації. Саме пояснення масовокомунікаційного процесу як дискурсу є специфічний особистий підхід авторки. У розділі розкриваються поняття «дискурс» і «текст», аналізуються складники комунікативного дискурсу.

Унікальність авторського підходу полягає в «пропонуванні взірців функціональних комунікативних дискурсів, спершу за галузевохронологічним критерієм (ритуальний, театральний, газетний, літературний дискурси, дискурс електронних ЗМІ та розмовний), згодом – за критерієм патогенності і свободи: здорові та «хвороботворчі» (порнопродукція, медіанасилля, піаркомунікація). Окремо розглядається інтеркурс (дискурс, що став комунікативною стратегією й технологією виробництва дискурсів і текстів)» (Kosyuk, 2012, с. 7). Як анутує сама авторка: «першим аналізується ритуальний дискурс. Ритуал постає тут як сукупність обрядів, що з найдавніших часів і донині супроводжують віртуальні та реальні церемонії і дійства, та модель для творення інших дискурсів. Далі в поле зору дослідниці потрапляє театральний дискурс. Вона пропонує погляд на театр як на публіцистичне й публічне явище (прожурналістика). Наступна тема – газетний дискурс. Тут подається інформація про виникнення та розвиток друкованої комунікації. Тема включає розрізнення понять «публіцистичність» і «публіцистика» та розгляд найдавніших літописів (праць Геродота, Фукідида, Ксенофонта) і сучасної газетно-журнальної продукції як взірців публіцистичного дискурсу, який можна вважати інтеркурсом, що об'єднує усі дискурси, зводячи їх до поняття «масова комунікація». Телекомунікація та її специфічні можливості і спілкування у просторі радіо, а також семіотика кінодискурсу й комунікативні можливості всесвітньої мережі розглядаються у темі «Комунікаційні аспекти електронних засобів масової комунікації» (Kosyuk, 2012, с. 7-8).

Новизна підходу Оксани Косюк полягає саме в її увазі до поняття «дискурс» та спроб порівняти масову комунікацію із різноманітними видами дискурсів. Така ідея є сама по собі цікавою, але виникають сумніви стосовно того, чи варто на цій основі будувати навчальний

посібник (адже розділ про дискурси складає більше половини обсягу посібника). Посібник містить багато цікавих і креативних ідей (наприклад порівняння програм українського телебачення із традиційними елементами українського вертепу (Kosyuk, 2012, с. 113-114)), але час від часу у своїх міркуваннях дослідниця заходить так далеко, що хід її думок стає важко зрозуміти. Як, наприклад, виникає чимало запитань до ось такої сентенції: «Таке враження, що у своїй медіа-критичній діяльності людство не сягає рівня навіть багатого на яскравий експресіонізм печерного віку. Однак подих «реанімованої» архаїки над чолом техногенної доби теж про щось «говорить». Вочевидь, перенесені в царину медіа релікти давніх цивілізацій приховують у собі певні коди для розв'язання загадок сучасності й прогнозування майбутнього. Описуючи реальність за моделями витокових структур, ця архаїка розмовляє з нами апробованою часом, а значить – зрозумілою мовою» (Kosyuk, 2012, с. 325).

При цьому, перший розділ посібника містить доволі непоганий стислий виклад основних положень теорії масової комунікації. Загалом позитивним є те, що авторка намагається ввести в українську науку про власну комунікацію щось нове, певний новий кут зору, хоча здавалося, що після фундаментальних праць Г. Почепцова, В. Різуна та В. Іванова відкрити якісь нові аспекти масової комунікації неможливо. Проте авторці вдається віднайти індивідуальні горизонти наукового пошуку.

Валерій Іванов. Масовая коммуникация. Монография (2013)

Підсумуємо наш огляд фундаментальною роботою Валерія Іванова – монографією «Масовая коммуникация». В основі дослідження п'ять окремих частин-монографій; перші три частини були опубліковані в 2009 році, останні дві – у 2010 році. Праця була спробою зібрати докупи та узагальнити результати наукових досліджень різноманітних аспектів теорії масової комунікації. «Масовая коммуникация» стала підсумком багаторічних досліджень цього вченого, що розпочалися ще на початку 90-х рр.

Причини створення монографії сформульовані самим автором у вступі: «Останні десятиріччя характеризуються гострими дискусіями про природу та функції мас-медіа, характер та глибину їхнього впливу на суспільство та окремі соціальні групи. При цьому настанови побутового дискурсу суттєво відрізняються від наукового. Зокрема, вчені не дотримуються типових уявлень про весиля масової комунікації, які артикулюють політики, частина бізнесменів та більшість журналістів. Гарячі суперечки виникають і навколо відповідальності журналіста за результати своєї праці. Тут традиційно стикаються кілька основних точок зору. Розбіжності в поглядах, звичайно, диктуються різними методологічними підходами та настановами при вивченні масовокомунікаційного процесу. Однак ці відмінності виникають також через слабку розробленість основних дефініцій... Наш посібник є результатом роботи останніх років і спробою систематизувати знання, накопичені наукою у сфері дослідження масовокомунікаційних процесів» (Ivanov, 2013, с. 6).

Перша частина монографії – «Інформація и коммуникация» – присвячена огляду різноманітних підходів до вивчення інформаційних і комунікаційних явищ у сучасному суспільстві. Підсумовуючи розділ, автор зазначає: «Інформація відіграє видатну і, багато в чому, визначальну роль у функціонуванні та розвитку сучасного суспільства. Інформація, доповнюючи уявлення людини про сутність природи, слугує базою для пізнання як природних, так і соціальних явищ» (Ivanov, 2013, с. 131). Перша частина поділяється на п'ять підрозділів. У цих підрозділах досліджуються поняття «інформація», «комунікація», «масова комунікація», «соціальна інформація», «документ», їх види, взаємозв'язок та властивості, форми існування, принципи класифікації й аналізу.

Друга частина – «Масовая коммуникация» – розкриває різні підходи до вивчення масовокомунікаційних явищ. Вона також складається із п'яти підрозділів. У них досліджуються базові складові процесу масової комунікації, дається аналіз мас-медіа, мас, комунікатора, аудиторії, їхніх структур, ознак, характерних рис. У передмові до цієї частини автор розміщує такі слова: «Тільки на перший погляд здається, що мас-медіа виникли й існують як

винятково журналістське явище. Треба відзначити, що вони відіграють значно більш широку роль. Дослідженнями мас-медіа займаються філософи, політологи, культурологи, філологи, психологи, представники багатьох інших наук. Особлива увага приділяється тому, що мас-медійна реальність стає своєрідним заміном реальності дійсної, і вже дійсність починають сприймати за стереотипами, які виникли в результаті масової комунікаційної спілкування» (Ivanov, 2013, с. 142). Цікавими є також погляди вченого щодо ролі ЗМК у житті суспільства: «Незалежність не означає нейтральності. Мас-медіа підтримують і насаджують певні цінності та стереотипи. І це від самого початку не може мати нейтрального характеру» (Ivanov, 2013, с. 210). «Медіа не просто інформують про події та дають майданчик для дискусій, вони не просто розважають і відволікають від повсякденної рутини. Мас-медіа формують історію та сьогодення в тому сенсі, що саме вони дають знання про те, що трапилося в навколишньому світі, і про те, добре чи погано те, що трапилося. Колективна пам'ять і колективна свідомість – це в наш час теж продукт діяльності мас-медіа. Таким чином, медіа формують міфи і стереотипи, настрої та стосунки» (Ivanov, 2013, с. 167).

У третій частині «Теории и модели массовой коммуникации» досліджується сам процес масової комунікації та його моделі, за допомогою яких ідентифікуються особливості та прояви сучасних соціальних комунікацій. Цю частину можна розглядати як своєрідний «енциклопедичний довідник» теорій і моделей масової комунікації, адже тут Валерій Іванов зробив одне із найбільш повних зібрань різноманітних теорій і моделей. У 2010 році третя частина монографії була видана як окреме видання «Основні теорії масової комунікації та журналістики» (Ivanov, 2010).

Четверта частина носить назву «Информационное общество». Вона складається із п'яти розділів. У них описуються підходи до визначення терміна «інформаційне суспільство», основні характеристики цього поняття, теорії інформаційного суспільства, складові частини інформаційного суспільства, роль інформаційних технологій в його розвитку, закономірності та регіональна специфіка переходу до інформаційного суспільства. У цій частині міститься найбільш повний систематизований перелік теорій інформаційного суспільства в роботах зарубіжних дослідників: теорії Й. Масуда, Д. Белла, Е. Тоффлера, М. Кастельса, Т. Стоуньєра, Ф. Вебстера, П. Дракера, Р. Йенсена, А. Барда і Я. Зодерквіста, Ф. Фукуями, В. Іноземцева.

Заклучна, п'ята частина монографії – «Глобализация» – присвячена найбільш масштабному явищу, що тривожить провідні уми людства не одне століття. Явище глобалізації розглядається автором як нова парадигма існування людства. Вчений досліджує визначення глобалізації, основні теорії глобалізації, особливості глобалізації в різних сферах людського життя – економіці, політиці, культурі, технологіях і, безумовно, в мас-медіа. На думку Валерія Іванова, «медіа відіграють значну роль в процесі глобалізації. З одного боку, вони є інструментом її розвитку, з іншого, самі піддаються потужному впливу інших факторів глобалізації» (Ivanov, 2013, с. 840).

Монографія Валерія Іванова «Массовая коммуникация» не стала якимось етапним, переломним твором в історії українського журналістикознавства, адже створити такий переломний твір наприкінці першого десятиліття XXI століття, після того, як уже раніше було опубліковано такі праці, як «Теорія масової комунікації» Володимира Різуна чи «Теорія комунікації» Георгія Почепцова, було дуже складно. На той момент сучасна українська школа журналістикознавства вже була сформована. Проте все-таки значення цієї монографічної роботи було доволі великим. Це фактично єдине натеper в Україні наукове узагальнення усіх напрацювань щодо багатьох аспектів соціокомунікаційних процесів з їх системним аналітичним дослідженням з точки зору сучасного стану розвитку профільного наукового знання.

Висновки

Вивчення теорії масової комунікації протягом останніх десятиліть стало важливим компонентом вітчизняних наукових досліджень у галузях журналістикознавства, соціології, політології. У підходах до цих досліджень постійно відбувалися зрушення. Українські наукові дослідження в галузі масової комунікації поступово позбавлялися від багатьох гіпотез, парадигм і методів, залишених у спадок від радянської науки. Це пов'язано зі змінами, що переживає масова комунікація в останні десятиліття. Поява нових медіа і нових трансформаційних процесів медіа ставить перед дослідниками додаткові проблеми, пов'язані з різноманітними аспектами теорії масової комунікації. Таким чином, нові комунікаційні технології змушують дослідників переглядати колишні дефініції ключових понять – «масової комунікації», «аудиторії».

Кожна з обраних праць зробила свій внесок в розвиток вітчизняної науки про масову комунікацію, хоч цей внесок далеко не однаковий. Дисертація «Методологія та методика дослідження змісту масової комунікації» В. Іванова стала першою узагальнюючою працею, що систематизувала основні західні напрацювання з теорії масової комунікації. «Основи масової комунікації» Олени Кузнецової – хоч і далека від досконалості, але перша спроба створення вітчизняного навчального посібника з цієї теми. «Масова комунікація» (колективне авторство) – перший підручник з масової комунікації, що мав багато недоліків і більше акцентував увагу на основах журналістики, ніж на теорії масової комунікації. Монографія О. Зернецької «Глобальний розвиток систем масової комунікації та міжнародні відносини» узагальнила та систематизувала погляди західних науковців на питання глобалізації у мас-медіа. У «Соціології масової комунікації» В. Іванова вперше вводиться в науковий комунікаційний обіг значний масив соціологічних напрацювань західної науки. Перший узагальнений виклад теорії комунікації з акцентом на методи пропаганди та маніпуляції здійснив у своєму підручнику «Теорія комунікації» Георгій Почепцов. Підручники С. Квіта «Масові комунікації» та В. Різуна «Теорія масової комунікації» – спроба керівників провідних вищих навчальних закладів України розробити сучасну, засновану на останніх досягненнях науки, програму підготовки студентів спеціальності «журналістика». Більш вдалою виявилася спроба Володимира Різуна, чий підручник можна вважати еталоном якісного підручника, що містить стислий виклад теоретичних основ масової комунікації без зайвої інформації, що присутня в більшості інших підручників. Оксана Косюк у своєму підручнику «Теорія масової комунікації» спробувала ввести в науковий обіг новий аспект розгляду масової комунікації – аналіз її дискурсів. Валерій Іванов у монографії «Массовая коммуникация» комплексно систематизував й узагальнив аспекти масової комунікації.

При дослідженні згаданих праць у хронологічному порядку, простежується спадкоємність в розвитку української науки про масову комунікацію. При цьому помітно, що інтеграція результатів, особливо на теоретичному рівні, пов'язана з великими труднощами. Вчені по-різному підходять до вивчення масової комунікації. Проте в останніх працях помітно почала проглядатися певна теоретична цілісність в царині теорії масової комунікації. Кожне нове дослідження здійснює переосмислення свого предмета, але при цьому не відкидає існуючі дефініції та категорії. Це означає, що підсумком двадцяти п'яти років досліджень стало вироблення відправних точок, на які може опиратися кожне майбутнє дослідження. В якості цих відправних точок можна використовувати вже сформовані концепції. Важливим можна також вважати поступовий відхід в узагальнюючих теоретичних працях від тлумачення основ журналістики чи розгляду професійних стандартів подачі інформації. Автори таких праць почали зосереджувати більше уваги на безпосередньо теорії та відкидати зайве.

Список використаної літератури

Ivanov, V. (1996). Metodolohiia ta metodyka doslidzhennia zmistu masovoi komunikatsii [Avtoreferat dysertatsii na zdobuttia stupenia doktora nauk: 10.01.08, Kyivskiyi un-t im. T.H.Shevchenka] [Methodology and methods of researching the content of

- mass communication [Abstract of the dissertation for obtaining the degree of Doctor of Philological Sciences: 10.01.08, Taras Shevchenko National University of Kyiv]].
- Ivanov, V. (2000). *Sotsiologhiia masovoi komunikatsii*. KNU im. T. Shevchenka [Sociology of mass communication. TSNU of Kyiv].
- Ivanov, V. (2010). *Osnovni teorii masovoi komunikatsii ta zhurnalistyky*. Akademiia Ukrainskoi Presy [Basic theories of mass communication and journalism. Academy of the Ukrainian Press].
- Ivanov, V. (2013). *Massovaia kommunikatsiia*. Akademiia Ukrainskoi Presy [Mass communication. Academy of Ukrainian Press].
- Kosyuk, O. (2012). *Teoriia masovoi komunikatsii: navchalnyi posibnyk dlia studentiv vyshchych navchalnykh zakladiv*. VNU im. Lesi Ukrainky [Theory of mass communication: a study guide for students of higher educational institutions. Lesya Ukrainka VNU].
- Kuznetsova, O. (1996). *Osnovy masovoi komunikatsii: Redaktsiino-vydavnychi viddil LNU im. I. Franka* [Basics of mass communication: Editorial and publishing department of LNU named after I. Franko].
- Kvit, S. (2008). *Masovi komunikatsii: pidruchnyk dlia studentiv vyshchych navchalnykh zakladiv*. Kyievo-Mohylianska akademiia [Mass communications: a textbook for students of higher educational institutions. Kyiv-Mohyla Academy].
- Moskalenko, A., Guberskyi, L., Ivanov, V., Vergun, V. (1997). *Masova komunikatsiia*. Lybid [Mass communication. Lybid].
- Pocheptsov, H. (2001). *Tieoriia komunikatsyi: uchebnyk*. Refl-buk [Theory of communication: textbook. Refl-book].
- Rizun, V. (2008). *Teoriia masovoi komunikatsii: pidruchnyk dlia studentiv haluzi 0303 «zhurnalistyka ta informatsiia»*. Prosvita [Theory of mass communication: a textbook for students of the field 0303 "journalism and information". Prosvita].
- Zernetska, O. (1999). *Hlobalnyi rozvytok system masovoi komunikatsii i mizhnarodni vidnosyny*. Osvita [Global development of mass communication systems and international relations. Osvita].

RESEARCH ARTICLES

Markers of Language Tolerance of Journalists to People with Disabilities in Mass-Media.

Olga Polumysna

*PhD (philological sciences),
associate professor V.N. Karazin Kharkiv National University,
Kharkiv, Ukraine,*

<https://orcid.org/0000-0002-4289-0588>

Email: polumisna.olga@gmail.com

<https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.42-57>

UDC 659.3:316.344.6:81'27

ABSTRACT

ARTICLE INFO

Received: 23 July 2023

Accepted: 05 December 2023

Published: 30 December 2023

KEYWORDS

journalist's language tolerance,
markers of language tolerance,
a person with disability

The study analyzed the markers of language tolerance of journalists when covering news about people with disabilities in the media. The concept of linguistic tolerance of a journalist is revealed as the ability to carry out professional activities correctly, refraining from labeling, baseless generalizations, insulting statements and accusations without sufficient arguments and facts. The linguistic tolerance of a journalist towards people with disabilities is summarized in five markers, using which journalists will not cause psychological and moral harm to the audience with disabilities. During the study, interviews were conducted with active journalists and people with disabilities. The analysis of our data showed that there is no clear coherence and understanding in the media environment of how to tolerantly and properly cover a person with disability in the media. There are also no commonly accepted language markers among journalists to use in order not to discriminate or offend people with special needs. An interview with a student with disability revealed that these individuals tend to withdraw into themselves, as they recognize that they may not fully align with the commonly accepted norms of society. In cases where journalists try to emphasize physical disabilities, a person with disability begins to realize that he or she is not like everyone else. The article shows that because of the stereotypes embedded in the media, it is difficult for people with disabilities to perceive themselves, since it is often about these people's tragic moments that are shown. The lack of speech tolerance leads to deterioration in the well-being of people with disabilities and their separation from society.

Citation: Polumysna, O. (2023). Markers of language tolerance of journalists to people with disabilities in mass-media. *Current Issues of Mass Communication*, 34, 42–57.

<https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.42-57>

Copyright: © 2023 Olga Polumysna. This is an open-access article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

АНОТАЦІЯ

У дослідженні проаналізовано маркери мовної толерантності журналістів при висвітленні новин про людей з інвалідністю в ЗМІ. Розкривається поняття мовної толерантності журналіста як здатності коректно здійснювати професійну діяльність, утримуючись від навішування ярликів, безпідставних узагальнень, образливих висловлювань і звинувачень без достатньої аргументації та фактів. Мовна толерантність журналіста до людей з обмеженими можливостями узагальнюється в п'яти маркерах, використовуючи які журналісти не завдають психологічної та моральної шкоди аудиторії з обмеженими можливостями. Під час дослідження були проведені інтерв'ю з активними журналістами та людьми з інвалідністю. Аналіз наших даних показав, що в медійному середовищі немає чіткої злагодженості та розуміння того, як толерантно та правильно висвітлювати людину з інвалідністю в ЗМІ. Також серед журналістів немає загальноприйнятих мовних маркерів, які б використовували, щоб не дискримінувати та не ображати людей з особливими потребами. Інтерв'ю зі студентом з обмеженими можливостями показало, що ці люди схильні замикатися в собі, оскільки вони усвідомлюють, що можуть не повністю відповідати загальноприйнятим нормам суспільства. У тих випадках, коли журналісти намагаються підкреслити фізичні вади, людина з інвалідністю починає усвідомлювати, що вона не така, як усі. У статті показано, що через стереотипи, закладені в медіа, людям з інвалідністю важко усвідомити себе, адже часто йдеться про трагічні моменти цих людей. Такий підхід відокремлює людину з інвалідністю від суспільства та створює бар'єр, який дуже важко подолати. Тому це дослідження спробує з'ясувати, чи існує прямий зв'язок між мовою журналіста та ставленням до людей з обмеженими можливостями в суспільстві. Відсутність мовної толерантності призводить до погіршення самопочуття людей з обмеженими можливостями та їх відриву від суспільства.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: мовна толерантність журналіста, маркери мовної толерантності, люди з особливими потребами.

Introduction

One of the most important principles of building a democratic system is a tolerant attitude towards all members of society, regardless of their ethnicity, age, status, religious affiliation, language, culture, and so on. According to the Declaration of Principles of Tolerance (Declaration of Principles, 1995; Handbook of terms, n.d.), adopted in 1995, "tolerance means respect, perception, and understanding of the rich diversity of cultures of our world, forms of self-expression of the human person" (Declaration of Principles, 1995). In addition, tolerance is defined not only as a moral obligation but also as a political and legal need (Declaration of Principles, 1995). The main principles of tolerance are equality between representatives of different nations, friendly, tolerant attitude to all members of society, categorical refusal of any violence, free choice of religion, access to common problems, equal access to political life, preservation of national identity as a cultural identity and language. According to O. Orlovskaya, "a positive understanding of tolerance is achieved by clarifying its opposite - intolerance or impatience, which is based not only on a lack of solidarity but also a rejection of another because it has a different look, thinks differently, does differently. Its practical manifestations are contained in a wide range: from ordinary rudeness, contempt for others - to ethnic cleansing and genocide, deliberate extermination of people" (Orlovskaya, 2012).

At present, tolerance is a multidimensional phenomenon that has entered virtually all spheres of life, such as: personal, religious, political, social, interethnic. This phenomenon primarily concerns the interaction of people in society, in particular the communication of society with people with disabilities. It is important to remember that everyone should recognize the rights and freedoms of another person, while not indulging them, not being lenient, but equal. This problem is observed in Ukrainian society because it (society) falls into certain extremes: on the one hand, it manifests itself in empathy, compassion for people with disabilities, on the other, complete indifference, erasure of these people, their problems, feelings, the attitude as equal members of society.

We believe that to be tolerant towards people with disabilities, society must abandon bias, dogmatism, try to put themselves in the place of people with disabilities to understand their perception of the world, their thoughts. At the same time, not everyone should give up their views and beliefs, not infringe on their rights, but be tolerant and fair to those people who need support from society.

Literature review

The concept of tolerance is used in various sciences: philosophy, sociology, pedagogy, politics. An important role is played by mastering the principles of tolerance in pedagogy because the upbringing of children is the basis for becoming tolerant in all manifestations of society. Several foreign scholars have studied this issue from different angles. For example, Bernard Crick in his scientific work "Toleration and Tolerance in Theory and Practice" (Crick, 1971) emphasizes the maximum tolerance to actions, deeds in society and considers cases of tolerant attitude from a historical perspective. Bart Engelen and Thomas Nys in the article "Tolerance: A Virtue? Towards a Broad and Descriptive Definition of Tolerance" studied this concept from a philosophical point of view and aimed to reformulate the concept of tolerance, moving the discussion from the normative level ("should we tolerate?") to descriptive ("can we tolerate?"). The authors distinguish between three requirements to talk about tolerance: "an individual considers a certain practice or action inadmissible, can stop it, but nothing will do, that is, self-progresses" (Bart, 2008). Also, Rainer Forst writes it in the article "Tolerance as a Virtue of Justice", believing that the civil virtue of tolerance is to be understood as a virtue of justice. The author believes that "in the center of this concept of justice lies the principle of mutual and affirmative justification, through which it is possible to distinguish between moral norms and ethical values" and continues: "The virtue of tolerance is the ability and readiness to adopt the principle and criteria to justify the generally accepted norms in an ethically pluralistic society" (Forst, 2007). Detailed conceptual analysis of tolerance in terms of ethical issues provides Andrew Jason Cohen in a publication "WHAT TOLERATION IS", proving that "the act of tolerance is a deliberate and fundamental human detention from interference with another (or her behavior, etc.), even if it believes that has the right to this right" (Cohen, 2004). In the writings "What Is Tolerance and Why Should We Teach It?" (Vogt, 1994) and "Tolerance & Education. Learning to Live with Diversity and Difference" (Vogt, 1997). W. Paul Vogt finds out if it promotes the education of tolerance, the reasons for the study of tolerance, the peculiarities of its study in educational institutions. A significant role in the process of distribution of tolerance play the media. This emphasized the United Nations in 1998, calling the media "a key factor in tolerance and peace" (Paul, 1947). In the media context on the principles of tolerance Paul F. Lazarsfeld wrote "Some Remarks on the Role of Mass Media in So-Called Tolerance Propaganda" (Lazarsfeld, 1947). From contemporaries, Yu. Klyuyev drew attention to this question in the article "Tolerance of the Political Mass Media Discourse in Social Interaction" (Klyuyev, 2016), studying the causes of intolerance and manifestations of aggression in the media. Ali A Dashti, Hasan A Johar, Saif Nasser Al-Maamari in the publication "Hated Versus Tolerance: The Effect of The Media On The Notion of Citizenship In Kuwait and Oman" apply the theory of social responsibility to show the "role of media in the shaping of the concept of citizenship in the Persian Gulf to states that enjoy full or partial freedom, in particular to Kuwait and Oman" (Dashti et al., 2020). The article of Dr. Ramesh Kumar Vankwani «Tolerance and the media» is also about media significance and their impact on the consciousness of people through the media of Pakistan. The author launched a forum "Tolerant Media Network of Pakistan" to consolidate collective efforts to introduce tolerance among the population of Pakistan (Ramesh, 2017).

Among the Ukrainian research, A. Moldyhanov thoroughly considered the peculiarities of the professional activity of the teacher based on tolerance. The author believes that "tolerance is not reduced to simple stereotyped actions, it is value and vital position, it manifests itself as a result of hopes of personality, orientations, and actions with relevant ideals, values, and content based on a conscious choice of a certain position, acceptance of a responsible solution (Molchanova, 2013, p. 8). Tolerance is defined as a socially important phenomenon, without which the functioning of

a democratic society is impossible. Changing the semantics of the concept of "tolerance" in the context of changes in social relations is shown in the article of O. Maximova "Tolerance: from the Renaissance to the present" (Maksimova, 2015). She explained tolerance in terms of ethics, political science, psychology, sociology, and pedagogy, investigated species, and the opposite definition - intolerance. The essence of tolerance as a social phenomenon, the multifaceted process of its formation was investigated by M. Piren, arguing that tolerance "acts as a mechanism of consolidation of society, permeates the key components of the personality competence in society, is an important element in the process of dialogue of cultures and the progress of interethnic communication" (Piren, 2015). Within the limits of sociology, tolerance was studied by T. Sergienko, O. Stukal, M. Leseshchenko, and others. In the field of social communications, the tolerance of media investigated T. Khomenko, drawing attention to certain problems faced by journalists when elucidating crisis, conflict moments in the life of an individual and of an entire country, in general, of the whole society (Khomenko, 2019). E. Chepkina (Chepkina, 2016) studied problems of mass media tolerance, in particular, tolerant attitude to another in the professional practice of journalists, in the media text. And most often, media tolerance speaks in the context of manifestations of linguistic aggression, "Languages of hostility" in mass media and communications: "Manifestations of verbal aggression in the media" by O. Popova, "Language of hostility as a problem of the Ukrainian information space" by T. Isakova, "Insimetricity of the terms "language of hostility" and "hate speech" as a problem of Ukrainian media team" by Shebeshtan Y., "Tolerance and "Hate Speech" in the information era" by Y. Razzetaeva, "Tolerance and how to speak about it: a manual on peace construction in Ukraine" by E. Yaroshenka, "Why the hostility falls into the media and how to prevent this?" by T. Pechonchik and others. Language tolerance as the basis for the formation of communicative competence in the process of communication studied L. Vergazova, V. Lyapunov, T. Rozovov, observance of language tolerance in political advertising considered T. Nikoluk and N. Shkayland, in the context of social and humanitarian sciences researched G. Yavorsky, E. Larina, I. King, and others.

Today, the world democratic community, in particular, in Ukraine, is trying to establish a process of tolerant communication, conducting a variety of trainings, webinars, courses. For example, on the website of the Institute of Media offered to journalists to take online course "Journalism tolerance: how to create materials for media without sexism, discrimination and stereotypes", organized by the NGO "Media Development Foundation", Training "School of tolerance for Journalists" with the help of Zaporizhzhya Regional Charitable Foundation "Gender Zud", Online School for Media "Tolerance - Pathway to Peace or Apple Discover?", etc.

Key concepts of the study

The journalist must understand the whole diversity of the world and when covering any events to demonstrate the highest spiritual values about other people, adhere to linguistic tolerance, as information distributed to it is public and in case of improper illumination may lead to irreparable actions and negative consequences. In this case, we will rely on the definition of O. Sukhomlin: "Language tolerance of a journalist is a skill to carry out professional activities (including writing on "acute" themes, to expose shortcomings, look for truth), but to refrain from hanging shortcuts, uninterrupted generalizations, offensive statements and accusations without sufficient arguments and facts, etc." (Sukhomlin, 2008). K. Windman defines the boundary of tolerance "as a threshold, for which tolerance to "someone else's" (cultures, languages, ethnicity, alien lifestyle) prevents the preservation of their own culture, language, ethnicity, lifestyle" (Whitman, 2011). Unfortunately, in modern mass media, we can observe manifestations of intolerance, biased or even some of the aggressive attitude towards people (According to V. Melnyk, "the cause of the intolerant relation arises the psychological barrier of his-stranger, fear of dissimilar to himself" (Batsevich et al., 2012, p. 62), which is unethical with a journalist's point and may testify to its low intellectual and professional level, because no one can undergo discrimination through gender, language, race, social origin, according to the Code of Ethics of Ukrainian Journalist, (Code of Ethics, n.d.), including through health, external features, etc. Quite often, journalists are abused by the fact that they

over-dramatize information to maximally attract the attention of the viewer/reader, use words that make it empathize, not always aware of how people perceive which this information concerns and which image is about these people are formed in society. Markers of language tolerance of a journalist are linguistic tools that the journalist uses in his arsenal on the indication of reality, they must be neutrally colored, tolerant to those people referred to in the message. Even in some cases, there is a certain emotional color, but only with the observance of human rights.

Method

Currently, intolerant statements about people with disabilities are sometimes found in journalistic materials. In order to examine media texts for the presence of intolerant vocabulary in the media, we used analysis and synthesis methods to detail the content of various media about people with disabilities and synthesize the data into a single whole, establishing that the problem of tolerance in the media towards people with disabilities exists. Based on the analysis of media content, we identified markers of tolerance that journalists should pay attention to when creating various media texts. The study included a formalized interview with Ulyana Pcholkina, a public activist, TV presenter, inclusion coordinator at StarLightMedia, and professional karate fighter, with a clearly defined plan and questions, to find out her views on the use of tolerant/intolerant vocabulary by the media, as well as an informal interview with Dmytro Velychko, a 4th year student at the Ukrainian Humanitarian Institute who has had a disability since childhood, to get his opinion on stories that feature people with disabilities.

Five markers of journalists' language tolerance.

To date, we understand the importance of tolerance as a significant characteristic for the modern media text, since recently increased the use of linguistic aggression in the media. Not always journalists adhere to professional broadcasting norms and use tolerant and intolerant components in their texts. In general, we can note that linguistic tolerance as one of the most important components of society's culture involves respect for the interlocutor or in the process of communication, or in writing a media text, which will be distributed to a wide audience. Today, in compliance with such norms, journalists are not always fulfilled, as evidenced by vast amount of content presented in the media. This, first of all, concerns publications about people with disabilities. To do this, we give headings out of six developed countries of the world to show the absence or availability of linguistic ethics in preparing plots of life and activities of people with disabilities. Getting acquainted with the news ribbon for 2019-2021, found the following tendency in the formation of headlines: Canada - "COVID-19 has isolated disabled people from family, love, sex" (Martino et al., 2020), Turkey – "Emine Erdogan met with disabled" (Emine Erdoğan engellilerle, 2019), Australia – "Why schools desperately need the royal commission in the case of ill-treatment of the disabled" (Roy, 2019). In the above and similar titles from the above-mentioned countries in news plots, there is no tolerant terminology, taking into account the fact that even the name of the person who met the wife of the President of Turkey met. At the same time, articles were analyzed, where journalists use tolerant language in the preparation of news items. For example, the United Arab Emirates – "Disability in the UAE: As a significant job can expand the capabilities of "decisive people"" (Bourke, 2020), Brazil - "Daniel Diaz: the greatest medalist of the Paralympic Games of Brazil was once a drummer" (Justo, 2021), Germany- "Attract more women journalists with disabilities in the editor" (Miles-Paul, 2022), France - "Dinan. Thanks to the football on the wheelchairs "We no longer see themselves with disabilities, but athletes" (Gilbert, 2022). Mention of the names of the main heroes, observance of terminology, which puts a person in the first place, and not its disability, emphasizing the courage and working capacity of people with disabilities. Therefore, we consider an actual study, the main objective of which will emphasize the importance of using tolerant language journalists in the process of preparing plots on the life and activities of people with disabilities.

Markers of language tolerance of a journalist, first of all, are based on three bases: the rule of law, professionalism, and respect for human life, in other words, on the principles of humanism.

When creating plots, the journalist must adhere to the balance sheet of opinion, especially if it concerns unprotected segments of the population, as it forms about the last general opinion and an appropriate attitude in society. Moreover, it happens that the text is saturated with hostility, discrimination, sexism, etc., but these aspects do not notice the author-journalist itself. As a result, the intolerant media language becomes an element of the picture of the world, the norm, and the media is responsible for what such a picture of the world can lead to.

Table 1. Markers of journalists' language tolerance to people with disabilities.

Marker 1. Text scenes	Emphasis on coordination of used terminology in a news item with the main character
Marker 2. Video	An emphasis on the achievement of a person with disability, rather than a detailed analysis of nature disability
Marker 3. Cinema	An emphasis on aesthetic properties (available beautiful features) of a person with disability rather than hyperbolization of differences
Marker 4. Interview	The emphasis on the information wanted to tell the interlocutor itself, and not on the one who wants to learn from his personal life a journalist
Marker 5. Creatilization in media	The emphasis on the signatures under the photos and illustrations should be done on the benefits of people with disabilities for society, rather than their inconsistencies of the generally accepted norms

Consequently, the main purpose of any news story and the central storyline should rotate around the idea: "In the story, the main thing is a person, not one's disability." Note that a state plays a special role in this process since it depends on its filing and vision depends on the attitude of society as a whole to a person with disabilities. If during the Soviet Union, the state considered a person with disability "unfit," then in modern democratic states, the authorities are still trying to overcome a biased attitude to this category of population, which was imposed on decades, legislative norms, which, incidentally, are not always performed. The lack of punishment for non-fulfillment of such norms is threatening to society since thus strong and self-confident layers of the population make the groups of people socially least protected. Such manifestations of intolerant attitudes can be manifested by the complete exclusion of people with disabilities on social, political, cultural life, which today we observe in some developed countries of the world, and the discrimination of this population is often manifested in various forms, in particular in scenes and media publications.

Results and Discussion

While social media, play a leading role in dialogue and communication between society and people with disabilities, traditional media are not always tolerant in coverage of issues related to this category of the population, despite some positive developments in various media. In our opinion, this is primarily due to the education of tolerance in journalists, who, due to their historical heritage, are still driven by fears and rejection towards people with disabilities. Because of this, the medical model of perception of a person with disability still prevails. Journalists have extremes in covering people with disabilities: they are either written about emotionally to evoke sympathy from the viewer/reader or, conversely, they are glorified. To guide the journalist how to correctly and tolerantly express opinions about vulnerable groups, there is an article by J. Radchenko "How to write correctly about gender and vulnerable groups?", where the author claims that "Materials that cover disability and seek sympathy and pity often have a negative effect". Readers develop apathy, lose sensitivity, and develop so-called "suffering fatigue". Because of this, even interesting stories that to some extent "press on pity" - automatically cause rejection of the topic itself"

(Radchenko, 2021). I. Virtosu, a journalist from the Center for Human Rights Information, said that "media should avoid such coverage, which reduces the description of a person to one characteristic - his disability and prevents him from seeing a person" (Virtosu, n.d.), so he offered advice on how to break stereotypes, which correct language use, how to communicate with people with disabilities, etc.

Researcher T. Bondarenko monitored online publications and found that they were often intolerant of specific groups of people using hate speech. The author made two conclusions: "first, the object to which hate speech is directed, are specific groups of people: residents of Russia, residents of the temporarily occupied territories of Ukraine, ethnic groups, internally displaced persons, migrants without official documents, people with special needs; drug or alcohol addicts; people of certain professions to which society is ambiguous, and others. Secondly, in some segments of the media world there are emotionally vulnerable topics, writing about which journalists attract the attention of the audience and at the same time cross the ethical line" (Bondarenko, 2017). As for people with disabilities, journalists often use the words "disabled" concerning them, emphasizing their status in a negative context, talking about the criminal acts in which such people are involved (Bondarenko, 2017). However, according to the Code of Professional Ethics for Journalists, "a journalist should avoid insults in his publications and programs about national, racial, ethnic, and religious views and feelings of people, counteract extremism and restrictions on civil rights on any grounds. He must refrain from hints or comments about a person's physical defects or illnesses and must avoid using abusive language or profanity" (Virtosu, 2015, p. 90).

The headlines for publications about people with disabilities in the media are a clear confirmation. After the appearance of Karina Staschyschak's famous TV show "Dancing with the Stars" on the floor, many reports about her were published in the media. In fact, all the publications had headlines emphasizing the dancer's disability: "Dancing with the Stars": the show will feature a performance by a girl who barely walked but started dancing", on Inter "In the studio "Concerns everyone" a girl with a prosthesis set a dance record of Ukraine", on the site STRANA.ua "Dancing with the stars" a girl with a prosthesis instead of a leg danced cha-cha-cha", on the website of the UNIAN news agency "Those who impress": the story of a girl from Odessa who took part in a dance show, despite the lack of a leg". For comparison, you can see how the media cover other similar participants, but who do not have disabilities: "Mykhailo Zalyvako and Anna Bogdan will appear at" Dancing with the Stars "and show a wedding dance", "Mykhailo Zalyvako and Anna Bogdan danced in the image of brides at" Dancing with the Stars ": video, "Olexandra Zaritska shared secrets: does she have an affair with a partner in "Dancing with the Stars" Yuri Meshkov and whether Alexander Prokhorov really refused to dance with her?" (1plus1), "soloist of KAZKA Oleksandra Zaritska. A person of any complexion, gender, religion can dance if he or she wants", "Dancing with the Stars": MELOVIN used obscene language live and kissed his partner", "Volyn dancer performed freestyle in the show "Dancing with the Stars". These headlines talk about some life moments of these participants. We see that concerning people with disabilities, journalists always point out a certain shortcoming, use emotionally colored vocabulary to draw attention to disability, and not to human talent.

If we compare the headlines that appear in the foreign media about people with disabilities, we can see the following. The American weekly about celebrities "People" published an article about the wedding of Aimee Mullins and Rupert Friend. Aimee Mullins is an American athlete and actress who competed in the 1996 Atlanta Paralympics and had both legs amputated. American weekly "People": "Surprise! Rupert Friend and Aimee Mullins Secretly Got Married One Month Ago", "Aimee Mullins and Rupert Friend Are Engaged". These materials talk about the clothes the stars wore, about the wedding venue, about the guests, and only briefly mention the amputation of Emmy Mullins' legs. "Daily Mail" - a mass British daily newspaper: "Rupert Friend puts on a loved-up display with his Paralympian wife Aimee Mullins as they attend the premiere of The French Dispatch at the London Film Festival".

On the website of Just Jared magazine: "Homeland's Rupert Friend & New Fiancée Aimee Mullins Are Happy As Can Be in the Big Apple". "Marie Claire": "Rupert Friend and Aimee Mullins Share Gorgeous Wedding Album". The Indian Express: "Homeland star Rupert Friend secretly marries Aimee Mullins". So, we see that in the foreign media in the headlines does not appear information about the heroine's disability.

We can see how the media react when talking about the dancers of the "Candoco" group: TSN "Unique dancers with disabilities: the British group "Kendoco" came to Ukraine. On the Ukrainian Pravda website: "Beyond stereotypes: How the inclusive Candoco company has changed modern dance". "People with disabilities dance twerk in a new clip of the Estonian rapper", "The Guardian": "Candoco Dance Company review - it all just works, beautifully". Media resource "Culture & Creativity": "Candoco Dance Company: it's not therapy, it's art", "The Wonderful" (World of Dance): "Strictly Come Dancing and Candoco Dance Company share the stage this Sunday on BBC One" ("Dance with the stars and the Candoco dance troupe take the stage this Sunday on BBC One"). That is, we can see the trend that is observed in the world and domestic media. There is no hint of disability in the foreign media we analyzed, and the emphasis on uniqueness, disability in the domestic media. We consider this an indicator of attitudes towards people with disabilities both in society and in the media. We are on the way to talking about them without hyperbole or, on the contrary, indifference.

Words with a positive or neutral color, which are used in the content of media stories, can also serve as language markers of tolerant attitude towards people with disabilities. To give an overall assessment of the tolerance/intolerance of the media text, it is necessary to analyze the characters (specific people or social groups), and what words are chosen for their names. E. Chepkina argues that an often intolerant attitude to the character is introduced into the subtext, then it is important to follow how the character's behavior is described, his actions, what is the plot role (victim, culprit, rescuer)" (Chepkina, 2016, p. 13) and so on.

In general, there is not always a dialogue between people with disabilities and journalists. And this can be the cause of intolerant attitudes. To this end, we believe that people with disabilities should be present in the newsrooms, act as editors and coordinators. Their opinion should be considered when publishing texts or demonstrating stories, a basis has been found for a compromise that will suit different parties, this is not always the case. There are hard and soft forms of intolerance. If the first includes calls for violence, its approval, discrimination, the second - is the spread of negative stereotypes about social groups that are perceived as "others". E. Chepkina believes that in post-industrial society "others" are more often perceived not as enemies of their own, but as accomplices of our lives, but somewhat different from "their" as "others" (Chepkina, 2016, p. 32). In our case, journalists are trying to emphasize the "otherness" of people with disabilities: or a hero who embodies those opportunities in a society that most representatives cannot realize (by the way, this show creates a negative attitude of people with disabilities to people with disabilities who have succeeded in sports, it even shows our survey, where respondents with disabilities say that too much attention in the media is paid to the sporting achievements of people with disabilities). People without disabilities, who are fed up with such a heroic portrayal of people with disabilities, can support these people and can give a very negative message and characterization. For example, a Facebook post described a woman with a disability as a "hero" who gave birth to three children and cared for them with her husband. Commentators, on the one hand, praised her actions and, on the other, condemned the violation of her physical and moral health and the transfer of her responsibilities to the state and her husband. After that, the woman no longer wants to participate in any programs, give interviews, etc. Or the other extreme prevails for journalists: to show a person who needs compassion and to whom society does not pay due attention. This approach degrades the dignity of a person with disability because everyone wants to be what "everyone" is, not to stand out from others.

Properly, sometimes intolerance of the interlocutor may not be intentional, because a person without a disability will not be able to understand the condition of a person with disability and may

ask questions and raise issues that are unpleasant to the interlocutor. In this case, we completely agree with the opinion of E. Chepkina: "As a sign of intolerance are questions on an unpleasant topic for the addressee or a huge number of questions when the addressee has a feeling that he is being interrogated" (Chepkina, 2016). In addition, the mismatch between language codes (use of emotional vocabulary, etc.) and worldview principles can also contribute to misunderstandings and even some rejection of journalists and respondents with disabilities. Of course, sometimes the actions of journalists can be justified in finding out about certain circumstances in the life of a person with disability, but this is possible only if such actions are carried out in the interests of the audience, which must know this information. But if such an approach is used for a certain dramatization, an increase of emotional tension, it is not justified, it is not ethical and tolerant to a person with disability.

The journalist should be more attentive, follow the style of expression and not use certain language patterns, such as "bedridden", "despite the disease", "despite the flaws or shortcomings", and even more so not to emphasize the absence of certain parts body. This is completely incorrect for people with disabilities. In the public domain, many materials have a neutral emotional color and try to tolerantly cover the lives of people with disabilities, without speculating on people's feelings ("Concerns Everyone", the project "Together", a series of stories "Challenge of Fate", etc.).

There are TV-channels where they try to attract the viewer's attention with the help of the emotional component, in particular, "1+1". We understand that the attitude of the journalist, his worldview, vision depends on what will be the public attitude to people with disabilities. Thus, several stories about Paralympians who won medals at the Paralympics (Yulia Batenkova, Zoya Ovsy, Yevhen Bohodayko, Igor Tsvetov, Ruslan Katyshev) were posted on the website of the Ukrainian Television News Service in 2018. This was announced in a news release and commented on by the hosts as follows: "stories of Paralympians' incredible victories over their bodies", "thrower Zoya Ovsy, she seems to have nothing: no parents, no health, only two fingers". On the one hand, the girl is glorified, but at the same time emphasizes her violations. In our opinion, the moment when the heroines are reminded of her origin may be incorrect. People with disabilities often refuse to be interviewed in the future because of such questions. In this story, Zoya was asked about her parents who abandoned her the day after her birthday. The plot ends with a pompous statement: "Today she (Zoya) will change your idea of the possibilities of the human body and spirit because she is an iron woman... Zoya Ovsy in the special project "Without Limits". This style of coverage is too emotional, although journalists need to show it on a par with others to avoid prejudice against people with disabilities.

In the story "History of TSN. Without restrictions": the confession of the boy who became the best in the world, despite birth defects. In the headline, the component "congenital defects" is intolerant, because in this way journalists cover the guy as "another". The key words of the TSN presenters are the words unique, impressive, the best, shocking, to emphasize more emotionally the heroism of these people. Natalia Moseychuk says: "An impressive story of the victories of the human spirit over bodily ailments. As a Poltava boy with birth defects, he became the best in the world". In the eyeliner to the plot, it is written: "Not only to swim, but also to win: Eugene Bogodayko, who was born with all the limbs affected, triumphed six times at the Paralympics". The presenter continues: "And continue to swim despite the problems with the legs, the right hand, which has developed only at the elbow, and the left, which lacks fingers. The word "disabled" in the family is taboo. Despite his birth defects, Zhenya's parents raised him to be healthy. "Little Zhenya is fighting for survival in the water".

Thus, the plot repeats words that were denied and not spoken in the family of Yevhen Bohodayko but were uttered throughout Ukraine. Such an emphasis on violations can discredit the protagonist and lead to apathy and depression. Asked about such an emotional style of presentation, N. Moseychuk called such polarity justified: "When we talk about how TSN makes stories, it is important to show human qualities, i.e., the goal is to get to the heart. I believe that the television

news service is doing the right thing by showing stories about people with disabilities in such a palette. From shameful cases of treatment of people with disabilities to beautiful. I am for such polarity because it is a polarity that evokes empathy". But in talking to people with disabilities, we understand that they do not need compassion, but want to be talked about without being overly emotional, without violating their rights.

In the video "History of TSN. Without limits. Yulia Batenkova told about training hours and her victories" (8258 views) Natalia Moseychuk points out the absence of one of the limbs of Y. Batenkova, is not tolerant of the main character, because she was very annoyed when she felt sorry for the lack of a hand: "Swing for victory when one arm is missing... To succeed, she has one left and one last Paralympics. The journalist continues her comment: "Snow-covered trails sometimes seem insurmountable... In biathlon, she closes the targets one by one with one left hand. Chain reaction, no full swing, repulsion during running is weaker, respectively, the athlete is slower. The barrier seemed so insurmountable that one should not run after gold"- such a comment is, firstly, very emotional, emphasizes certain violations in the protagonist, and secondly, emphasizes her "otherness" against the background of people who have arms and legs.

"History of TSN. Without restrictions: the story of the unique Ukrainian Paralympian Igor Tsvetov" (7864 views). In the eyeliner to the plot "He runs better than he walks: Paralympian Igor Tsvetov, despite the consequences of paralysis of the legs, set a world record for short distance running". The emphasis on certain violations is not tolerant of the protagonist. "History of TSN. Without restrictions: blind Paralympian Ruslan Katyshev spoke about a difficult childhood" (5412 views). Natalia Moseychuk: "Jump into the darkness. Today is the revelation of the blind jumper Ruslan Katyshev, who, despite a difficult childhood, reached Olympus". The presenter emphasizes the lack of conditions for sports, difficulties in childhood, thus glorifying R. Katyshev, distinguishing him from others.

The protagonist does not wear glasses when leaving the house. To the question of the journalist "Why?" he smiles and says, "That's why I don't like to give interviews because they ask such stupid questions". The journalist herself: "You don't want strangers to guess about your disability?". Answer: "Yes". The journalist voices: "Every day he denies blindness, stubbornly rushes forward. Everything he does is dedicated only to the family. This is the real light in its total darkness". This style of presentation glorifies R. Katyshev, emphasizes, first of all, his disability, despite which he was able to succeed in life.

"History of TSN. Without restrictions: the discus and club thrower Zoya Ovsy told how she wins medals in a wheelchair" (5,504 views), even though she wins medals while standing on a rack, not in a wheelchair. Natalia Moseychuk makes Zoya too heroic: "People who have conquered their own body." Journalist Lyudmila Badolyan emphasizes: "Pathology of the spine, deformity of the extremities, missing fingers and toes - that's how she was born". This comment discredits the main character in the eyes of others and is intolerant, as it indicates the difference between Z. Ovsy from other people.

It was not only about Paralympians in this style that stories were shot. Thus, in 2021, TSN awarded the annual prize to those Ukrainians who proved to be brave. The title of the plot incorrectly emphasizes the lack of the ending "Impressive": "the story of a woman from Odessa who took part in a dance show, despite the lack of a leg" (24762 views). Marichka Padalko notes: "In the two years since she lost her leg, the girl came out on the floor of the Dancing with the Stars project and impressed the audience not only with her courage but also with her skill. Many comments to the plot: "I applaud standing!!! An example for many, keep it up!!!", "Well done, Karina. Keep it up ", " Well done! Strong girl!", "Well done. She dances better than those who have legs. Wrestler for life. Good luck to her in everything". The positive point is that Karina Staschyschak responds on this page and supports those who need it. For example, Elena Dimova writes: "I have the same diagnosis but I'm not completely born", to which Karina answers: "Lena, do not give up, unfortunately, this is the consequence of our diagnosis, I'm sorry that you have developed as it did. When life prepares something for us, there are two options, the first is to accept and learn anew, or

just leave everything as it is. You know the most important things in the world were done by people who kept trying even when there was no hope left. Good luck to you". There were also some ironic comments: "She dances as well as a legless person can dance with proper training. No more, no less", "And what about football right away?". This irony is due to the excessive heroism of Karina in the eyes of the audience.

We believe that it is important to agree with people with disabilities before running stories or publishing materials, as they have a slightly different view of how they should be portrayed and talked about. To this end, we spoke with public activists, TV presenter, coordinator of inclusion in StarLightMedia, Ukrainian professional karate-fighter Ulyana Pcholkina.

"Why do you think journalists rarely pay attention to topics related to people with disabilities today?" I have had a disability for over 16 years, I had a deceased brother who was born with a disability, that is, I have been involved in this topic almost all my life. Today, however, the issue of people with disabilities is still being raised in the media. In what way it is covered is a completely different question, because we still have themes of pity or glorification of a person with disability. If we talk to a person with disability, we are talking about retirement, the problem of accessibility, the problem of disability and we forget that a person can be an expert in completely different topics, be great lawyers, coaches like me. Disability is not a profession. And, unfortunately, the media pay special attention to the eve of December 3 - International Day of Persons with Disabilities or in May, when we talk about rights. In everyday life, of course, it is difficult to constantly cover the topic of disability, we do not pay attention to the fact that these people can be experts in other areas of life. I see a big problem with this. In addition, I want to draw attention to the educational component of journalists: they do not fully disclose this topic, because they almost do not come into contact in everyday life, in society with people with disabilities. And often journalists from personal experience: a person either has a relative, or knows someone, or is the parent of a child with disability - present their vision of the problem. They often come from personal experience, I also face this, for example, on one of the channels there is an editor who has a child with autism, hearing loss. It is very difficult for her to convey that it is incorrect to write "with hearing impairments". She believes that she has a child, she knows how that is, she does not progress. Because the concept of disability is progressing. And, unfortunately, this person decides to go on the air. And because of this, the audience of this channel (which is one of the largest channels in Ukraine) receives distorted information about disability and people with disabilities. That is, the use of the words "chained to a cart", "wheelchair users", etc. is "trash", not even incorrect, but trash to use such terminology. I discussed with her and her colleague, argued how to speak correctly, but it did not change anything in her views. This is a problem of education.

The root of the problem: we have not seen people with disabilities since childhood, they do not go to kindergartens, because we do not have early intervention, there are no basic things that would make life as easy as possible for people with disabilities. There is something there, of course, but there is no all-encompassing state movement. Our children go to some kindergartens, we seem to be talking about deinstitutionalization, but society still wants to lock these children in boarding schools and not see them. We are talking about schools - the same problem: they are architecturally inaccessible, and teachers are not ready, resources are not ready to accept such children. If there are people who are on fire and ready to implement it, we are still in the beginning.

For what purpose, how are people with disabilities covered? Either as heroes or as unfortunate. We filmed a cool story about a girl Khrystyna Kovalyshyn from Ivano-Frankivsk, who was chosen as Miss Wheelchair world Ukraine 2021, we filmed in Kyiv, edited a great story, did a week, but the editor wrote "Chained to a wheelchair, despite the disease..." and you look at the eyeliner and think "God". There are few journalists, but there are those who maintain a balance of opinion.

Is it justified to use emotional headlines in the media? In any case, no. Journalists have no right to manipulate those with whom this person came from or their disability. For example, people with psychoneurological disorders and those with invisible disabilities are the most discriminated

against. We have the most stereotypes about people with psychoneurological disorders: they are abnormal, murderers, although such a person is often much safer than the environment that oppresses him and makes stereotypes. Therefore, no headline in any media should emphasize disability, ethnicity, ageism, ebblism, racial and gender stereotypes. It will, of course, be more clickbait, but if we all start re-teaching society to more ethical headlines and stories, I think it will learn to be more ethical. When I wonder why such trash is served, I am told: "It's being watched", or "We write for the sake of clickbait". Many questions, I think, will not be answered unequivocally. A person with disability is a progressive concept, and journalists cannot help but change. It is a pity that millions of people listen to this information.

Thus, we see that there is no consensus between journalists and people with disabilities, everyone has their vision of the problem, there are no clear rules on how to cover information about people with disabilities in the media, and some do not want to develop, progress, go to keep up with the times. Such issues should be raised both in the education system and in the media because only in this way it will be possible to form a future society with a tolerant attitude towards people who need it.

No less devastating is the dramatization of information about people with disabilities in cinema and videos. Cinema has its principles of the film structure, aimed at challenging certain emotions in the audience. O. Mitta's opinion is correct that "a film should convey something that continuously increases the audience's interest so that in the finale it reaches its maximum. Then the audience is satisfied" (Mitta, 2014, p. 9). Accordingly, the story told by the journalist must convey the energy that charges the audience. According to the author, in a story that is well told, the energy grows and is transmitted to the viewer (Mitta, 2014, p. 9). L. Zakalyuzhny emphasizes the genetic and typological kinship of drama and television, as the latter was largely formed under the influence of drama poetics, borrowing typical plot situations, compositional structure, receptive strategies (Zakalyuzhny, 2018, p. 127).

In general, the use of film production methods in the construction of a journalistic story can lead, according to O. Pavonska, to negative consequences, "to distortion of information and manipulation of consciousness, but the recipient will still receive a" dose "of information and manipulation of consciousness and will not pass the media product" (Pavonska et al., 2019).

In modern television, we see virtually all the features that are needed for effective storytelling. This is an adequate structure, the presence of intrigue, the hero, the emotional involvement of the audience, designed to empathize with them, the plot/drama, the presence of conflict, problems, and solutions. In addition, virtually every such TV show is a kind of "drama", because it has virtually all the features characteristic of this genre: "reveals the characters through their actions. ...is characterized by a plot construction with the necessary attributes for this - the connection, the development of action, the culmination, and denouement. It preserves the chronology of events and actions of the protagonists in a relatively limited space" (Gromyak & Kovalev, 2007, p. 213). This approach is used by TSN journalists, who shoot TV shows in the form of a kind of microfilm.

The most important element is drama (translated from the Greek "action"), the main task of which is to constantly develop action, overcome problems, conflict situations. This organization of the material constantly keeps the viewer in suspense, interest in the development of the plot, and empathy. According to O. Mitta, "drama is interested in a character who overcomes barriers to achieving his goal" (Mitta, 2014, p. 3).

As topics related to people with disabilities are not of much interest to the average viewer, journalists try to dramatize the situation as much as possible to draw attention to it. The literary encyclopedia of dramatization gives the following definition: "transformation of an epic or lyric-epic work into a dramatic one, or giving the depicted event a touching or stunning", here is an interpretation of the concept of "drama": "Intensified tension of any work of art, expressed through intricate intrigues, shocking or hidden collisions, uncompromising agonies of opposing characters, inevitable painful conflicts, clashes of storylines" (Kovalev, 2007, p. 302).

In the video "Impressive stories of TSN. Golden Girl ", which tells about the life of Paralympic champion Julia Batenkova, the story is realized through concrete actions. To this end, the production directly involves the characters who talk about their problems, and actors, through which it becomes possible to recreate certain events, which makes it possible to preserve the dramatic principle of history. These stories are accompanied by photos and videos, with which the viewer can better understand the main character, her thoughts, feelings, behavior.

The studied story did not leave the viewer indifferent. It has 261,957 views on 1+1 TV YouTube channel. Among the exposition elements we can include Solomiya Vitvytska, who immediately reports on "the most dramatic story that her colleagues from TSN had a story with", to understand which one, you need to review the whole story. The beginning of the tragedy of our protagonist Yulia Batenkova was a car accident, as a result of which she lost her family and health. The drama of this story is enhanced by musical effects that affect the mood of the viewer and cause him anxiety. To recreate those events, both actors and real participants of the events were involved: father, aunt, cousin, coach, mentor.

The narrator, with a small announcement at the beginning, uses various emotionally colored language tools to enhance the drama: "10 days of coma and trauma, after which they do not survive, a blow from the closest person. Death always went hand in hand. Will she be able to overcome the harshest trials of fate and win the battle for life? Impressive stories of TSN". This intrigue initially sets the viewer up to watch this video to find out what the most severe ordeal fate has prepared for this little girl. Then begins the story, which shows footage of the accident, which is repeated several times (in a girl's dream, and then in reality) and accompanies the story, which makes clear the problem of this adult woman. All the events that take place in the girl's life are accompanied by intense music. Difficult tests: ridicule from peers, called her one-armed. It was at this moment that Julia decided that she would not hide her absence, she showed her character and began to perceive herself as she is. The main conflict here was a conflict between a father and daughter who did not understand each other. The tragic situation (death of a friend) forced her to rethink her life. The words of Natalia Moseychuk from TSN news are used in this story: "She has one left and her last Paralympics. Solomiya Vitvitska: "At the right time, a caring person helped Yulia to get out of the captivity of her fears that had plagued her for years, and she took a step towards a different future". This approach is somewhat controversial, as certain aspects of these stories are unjustifiably dramatized.

In this context, we decided to give an interview to Dmytro Velychko, a fourth-year student studying Design at the Ukrainian Institute of Arts and Sciences, who has had a disability since childhood. He called this communication a "living article". Therefore, we consider it necessary to leave his proposal and give some thoughts from his conversation. Dmytro believes that "everyone has his thoughts, but not everyone is ready to open up". He continues: "When I do certain tasks and write for the institute where I study, I am already worried that someone will condemn me, that not everyone will like it. People with disabilities are usually insecure, which is why they cannot be honest with others. It is a complex, perhaps, of inferiority, of secondary nature, that one may think better of them, "more correctly". Since childhood, due to a certain rejection at school, alienation, I have formed certain complexes that often prevent me from discovering my potential. Because inside there is a fear that my activities will not be perceived by others. I am convinced that people with disabilities live in a slightly different world: if they find the strength and courage to fight for the future, they will be winners in life, if not, then they will have completely different participation. But very often people with disabilities still lock themselves in. Such thinking exhausts a person and prevents him from developing. Therefore, when I often come across humiliating stories about people like me, who are called "disabled", do not use at least the name or description of their merits, do not talk about interests, hobbies, and the like, but only say that he ("other") did what, as a rule, can only healthy person, it makes me hide and stay away from society. That is, in addition to the environment, the media play an important role, which does not always speak correctly about people

with disabilities, thus only deepening their complexes, introversion, which prevents a person from developing, to feel confident in society.

Conclusions

Thus, we believe that a journalist's tolerant attitude towards other people is determined by his language, which should be such that it does not offend or discriminate against vulnerable groups. Linguistic tolerance in the media shapes public attitudes towards people with disabilities, so a journalist must be aware that his or her statements affect people, and use language means wisely to express his views. Manifestations of intolerance towards people with disabilities can be noticed in the world media, which, as a result, manifests itself either in the strengthening of stereotypes about them or in the formation of an inadequate image of this category of the population. As journalists often go to extremes by portraying people with disabilities as heroes or those who need sympathy, thus affecting their feelings and dignity, it is worth deciding on the criteria that will best protect people with disabilities from discrimination. Currently, we can note 5 markers of language tolerance of a journalist, in particular, to emphasize the coordination of the use of terminology in the plot or publication only in coordination with the main character - a person with disabilities. If we write about people with disabilities, we should focus on the problems or achievements of people with disabilities, and not on a detailed analysis of the nature of their disability, because only in this way will it be possible to achieve respect for their rights. In addition, the hyperbolization of the differences of these people harms society's attitude towards people with disabilities. The journalist must understand that he wants to tell about himself, what to share with his interlocutor - a person with disability, thus allowing him to reveal himself without emphasizing it. The inconsistency of markers of language tolerance in notes, articles, stories can lead to the exclusion of people with disabilities from society, the inability to be heard, involved in society.

The practical component of the study

Interviews with respondents indicate that there is indeed a clear consensus in the media environment on how to tolerantly cover a person with disability, which language markers to use so as not to affect their dignity or discrimination. An interview with a person with disability showed us how introverted people are because society usually does not accept them, how painful it is to react to the words they use about them. In general, to understand the thoughts of a person with disability, it is necessary to live them. When an outsider observes others, it seems to him that he would have solved these issues a long time ago, experienced this or that state. But in reality, when a certain situation happens to you, you can experience those feelings that are unfamiliar to other people who have not been in such a situation. This applies to people with disabilities. It seems that there is nothing wrong with asking a person with disability about their health and general condition. This is how you express your concern about her, but the answer to this question will require some psychological strength because it is unknown how difficult it was for a person with disability to experience this pain, how she perceived herself. Often such conditions are accompanied by depression. In such cases, when journalists try to emphasize your shortcomings, a person with disability begins to realize that he is not like everyone else. This moment is the most painful. Every newsroom should have a journalist with a disability who can get through this situation and will be cautious about these people. Everyone wants to be "like everyone else", so they try to hide from society their condition, which can be harmful to health. Only when a person perceives himself as he is, he can calmly talk about himself. But it can take years. Society can't wait that long; it doesn't matter if you feel bad or not. Due to stereotypes in the media, it is difficult for a person with disability to perceive himself because it is often tragic moments in the lives of these people.

Thus, after analyzing media texts about people with disabilities, we were able to establish that media still use intolerant language towards people with disabilities. We have proposed markers of tolerance, based on which journalists should follow certain rules, namely: to coordinate the terminology used in the preparation of the material with the main character, to pay attention to the positive features of people with disabilities, not to hyperbolize their differences, to emphasize the

information that a person with disability wants to share, to sign visual content with an emphasis on the benefits of the person with disability for society, etc. Interviews with Ulyana Pcholkina and Dmytro Velychko revealed their vision of how journalists should portray, write about, and speak about people with disabilities in the media. It was found that the use of intolerant language negatively affects the feelings and self-perception of people with disabilities.

References

- Bart, E. & Nys, T. (2008). Tolerance: A Virtue?: Toward a Broad and Descriptive Definition of Tolerance. *Philosophy in the Contemporary World*, 15(1), 44–54. <http://dx.doi.org/10.5840/pcw20081515>.
- Batsevich, F.S., Grabovskaya, S.L., & Darmoriz, O.V. (2012). Tolerance as a socio-cultural phenomenon: worldview and methodological aspect: a collective monograph (V.P. Melnyk, Ed.). Ivan Franko Lviv National University.
- Bondarenko, T. (2017). Tolerance vs hatred. Results of the analysis of Ukrainian online publications for the presence of hate speech. Media detector. <https://detector.media/infospace/article/128312/2017-07-18-tolerantnist-vs-nenavyst-pidsumky-analizu-ukrainskykh-onlayn-vydan-na-nayavnist-movy-vorozhnechi/>
- Bourke, E. (2020). Disability in the UAE: how meaningful work can empower “people of determination.” Euronews. <https://www.euronews.com/2020/11/16/disability-in-the-uae-how-meaningful-work-can-empower-people-of-determination>
- Chepkina, E. (2016). Problems of tolerance in the media: textbook. Publishing house Ural. university.
- Code of Ethics. (n.d.). Commission on Journalistic Ethics. <https://cje.org.ua/ethics-codex/>
- Cohen, A. J. (2004). What Toleration Is. *Ethics*, 115(1), 68–95. <https://philpapers.org/rec/COHWTI>
- Crick, B. (1971). Toleration and Tolerance in Theory and Practice. *Government and Opposition*, 6(2), 143–171. <https://doi.org/10.1111/j.1477-7053.1971.tb01214.x>
- Dashti, A. A., Johar, H. A., Al-Maamari, S. N., & AlAbdullah, H. H. (2020). Harted versus tolerance: the effect of the media on the notion of citizenship in Kuwait and Oman. *Global Media and Communication*, 16(3), 271–291. <https://doi.org/10.1177/1742766520946475>
- Declaration of Principles of Tolerance. (1995, November 16). Verkhovna Rada of Ukraine. Legislation of Ukraine. https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_503#Text
- Emine Erdoğan engellilerle biraraya geldi. (2019, March 5). Son Dakika Haberleri. <https://www.sabah.com.tr/galeri/yasam/emine-erdogan-engellilerle-biraraya-geldi>
- Forst, R. (2007). Tolerance as a Virtue of Justice. *An International Journal for Philosophy of Mind and Action*, 4(3), 193–206. <https://doi.org/10.1080/10002001098538716>
- Gilbert, C. (2022). Dinan. Grâce au foot fauteuil, “on ne se voit plus comme des handicapés, mais comme des sportifs.” Ouest-France. <https://www.ouest-france.fr/bretagne/dinan-22100/dinan-grace-au-foot-fauteuil-on-ne-se-voit-plus-comme-des-handicapes-mais-comme-des-sportifs-c8edf3b6-7095-11ec-9b62-f78e35bb8c6f>
- Gromyak, R.T., & Kovalev, Y. I. (2007). Literary dictionary-reference book. VC "Academy". Handbook of terms to indicate the state of disability. (n.d.). CRIN: Child Right International Network. <https://archive.crin.org/ru/biblioteka/publikacii/dovidnik-terminiv-na-poznachennya-stanu-invalidnosti.html>
- Justo, G. (2021). Daniel Dias: maior medalhista paralímpico do Brasil já foi baterista. Exame. <https://exame.com/casual/daniel-dias-maior-medalhista-paralimpico-do-brasil-ja-foi-baterista/>
- Khomenko, T. (2019). Media tolerance in crisis situations. *Bulletin of Lviv University. Journalism Series*, 45, 343–350.

- Klyuev, Y. (2016). Tolerance of political media discourse in social interaction. *International Research Journal*, 11(53), 120–124.
- Kovalev, Y.I. (2007). *Literary Encyclopedia: In two volumes (Vol. 1). VC "Academy"*.
- Lazarsfeld, P. F. (1947). Some remarks on the role of mass media in so-called tolerance propaganda. *Social Issues*, 3(3), 17–25. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1947.tb02209.x>
- Maksimova, O. (2015). Tolerance: from the Renaissance to the present. *Scientific Journal of the National Pedagogical University named after M.P. Drahomanov*, 20, 172–180.
- Martino, A. S., Schormans, A. F., & Campbell, M. (2020). COVID-19 has isolated disabled people from family, love, sex. *The Conversation*. <https://theconversation.com/covid-19-has-isolated-disabled-people-from-family-love-sex-142262>.
- Miles-Paul, O. (2022). Holt mehr Journalistinnen mit Behinderung in die Redaktion. *Kobinet-Nachrichten*. <https://kobinet-nachrichten.org/2022/01/09/holt-mehr-journalistinnen-mit-behinderung-in-die-redaktion/>
- Mitta, A. (2014). Cinema between hell and heaven. <https://myhseolymp.ru/wp-content/uploads/2015/04/Alexandr-Mitta-Kino-mezhdu-adom-i-raem.pdf>
- Molchanova, A. (2013). Tolerance as a value basis of professional activity of a teacher: a manual. Institute of Pedagogical and Adult Education of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine.
- Orlovskaya, O. V. (2012). Tolerance and its essential characteristics. Collection of scientific works of the Khmelnytsky Institute of Social Technologies of the University "Ukraine", 5, 159–163. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpkhist_2012_5_37
- Pavonska, O., & Godunok, Z. (2019). Mass media in the media as a way of dramatization. *Media Space*, 11, 55–60.
- Piren, M. (2015). Tolerance is an effective factor of harmony and consolidation in modern Ukrainian society. *Visnyk NAPA. Social and Humanitarian Policy*, 2, 51–56.
- Radchenko, J. (2021). How to write correctly about gender and vulnerable groups? Explainer. <https://explainer.ua/yak-korektno-pisati-pro-gender-ta-vrazlyvi-grupi-naselennya/>
- Ramesh, V. K. (2017). Tolerance and the media. *International the News*. <https://www.the-news.com.pk/print/205280-Tolerance-and-the-media>
- Roy, D. (2019). Why schools desperately need a royal commission into the abuse of disabled people. *The Conversation*. <https://theconversation.com/why-schools-desperately-need-a-royal-commission-into-the-abuse-of-disabled-people-112058>
- Sukhomlin, O. (2008). Linguistic tolerance in a journalistic text: category parameters. *Ukrainian Journalism: Scientific Journal*, 42–48. <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2389>
- Virtosu, I. (Ed.). (2015). *Nothing for us without us: A guide to inclusive decision-making for the media*. Lenvit.
- Virtosu, I. (n.d.). How to talk about people with disabilities: tips for journalists. *Universal design*. <https://ud.org.ua/statti/244-yak-rozpovidati-pro-lyudej-z-invalidnistyu-poradi-dlya-zhurnalistiv>
- Vogt, W. P. (1994). What is tolerance and why should we teach it? *Review of Education, Pedagogy, and Cultural Studies*, 16(3-4), 277–296. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1071441940160304>
- Vogt, W. P. (1997). *Tolerance & Education: Learning to Live with Diversity and Difference*. SAGE Publications, Inc. <https://eric.ed.gov/?id=ED419893>
- Whitman, K. (2011). Crisis of tolerance. In SV Kivalov (Ed.), *Scientific works of NU OYUA* (pp. 261–268). Legal literature.
- Zakalyuzhny, L. (2018). Drama and television: an intermediate aspect (based on plays by contemporary Ukrainian authors). *Transcarpathian Philological Studies*, 3 (3), 125–130.

RESEARCH ARTICLES

Instagram as a tool for the development of teenage reading culture

Oleksandra Kovalova

*graduate student of the Department of Publishing,
Educational and Scientific Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

<https://orcid.org/0000-0003-2725-5356>

Email: oleksandra.kovalova@knu.ua

<https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.58-70>

UDC 316.472.4-053.2

ARTICLE INFO

Received: 13 November 2023

Accepted: 05 December 2023

Published: 30 December 2023

KEYWORDS

reading culture,
bookstagram,
teenage reading,
social media,
reading on Instagram

ABSTRACT

This article presents the findings of a media monitoring study, focusing on effective strategies for shaping and promoting a reading culture on Instagram. The study also includes the development of recommendations for interested stakeholders. Media monitoring for the analysis of Ukrainian bookstagram was conducted on the LOOQME Hub platform from October 2022 to August 2023. A total of 1480 publications were analyzed, encompassing accounts of both private individuals and corporate Instagram pages. The study revealed a consistent growth in the dynamics of mentions of the hashtag #українськийбукстаграм (eng. Ukrainian boostagram) during the research period. It indicates sustained interest and activity within the bookstagram reading community. The typology of bookstagram publications is categorized into three main groups which are posts, comments, and comment replies. This classification highlights diverse interaction strategies employed by bookstagrammers with their audience. The study identified the most active accounts within Ukrainian bookstagram. Average visitation metrics of bookstagrammer accounts suggest consistent interest and activity from the audience throughout the research period. The findings confirm the high communicative potential of bookstagram and underscore its significance in the development of reading culture among Ukrainian adolescents. The analysis results can be applied for enhancing media literacy, fostering critical thinking, and are valuable in both pedagogy and the commercial interests of the publishing industry.

Citation: Kovalova, O. (2023). Instagram as a tool for the development of teenage reading culture. *Current Issues of Mass Communication*, 34, 58–70. <https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.58-70>

Copyright: © 2023 **Oleksandra Kovalova**. This is an open-access article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

АНОТАЦІЯ

У цій статті представлено результати дослідження медіамоніторингу, присвяченого ефективним стратегіям формування та просування культури читання в Instagram. Дослідження також передбачає розробку рекомендацій для зацікавлених сторін. Медіамоніторинг для аналізу українського bookstagram проводився на платформі LOOQME Hub з жовтня 2022 року до серпня 2023 року. Всього було проаналізовано 1480 публікацій, що охоплювали як акаунти приватних осіб, так і корпоративні сторінки в Instagram. Дослідження виявило послідовне зростання динаміки згадок хештегу #українськийбукстаграм (Ukrainian bookstagram) протягом досліджуваного періоду. Це вказує на постійний інтерес і активність читацької спільноти bookstagram. Типологія публікацій bookstagram поділяється на три основні групи: дописи, коментарі та відповіді на коментарі. Ця класифікація висвітлює різноманітні стратегії взаємодії, які використовують букстаграммери зі своєю аудиторією. Дослідження виявило найактивніші акаунти в українському bookstagram. Середні показники відвідування облікових записів bookstagramer'ів свідчать про постійний інтерес і активність аудиторії протягом усього періоду дослідження. Отримані результати підтверджують високий комунікативний потенціал bookstagram та підкреслюють його значення у розвитку культури читання серед українських підлітків. Результати аналізу можна застосувати для підвищення медіаграмотності, сприяння критичному мисленню та є цінними як для педагогіки, так і для комерційних інтересів видавничої галузі.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: культура читання, bookstagram, підліткове читання, соціальні мережі, читання в Instagram.

Introduction

Examining effective ways to shape reading culture on social media platforms is relevant nowadays. Adolescents are actively engaged in social networks, particularly Instagram, which offers short, fast, and emotional forms of content. This engagement is confirmed by the results of sociological research: the international project "Health and Behavioral Orientations of Youth" (Social Determinants and Indicators of Adolescent and Youth Health (based on the results of a sociological study within the international project "Health and Behavioral Orientations of Youth," 2019); the international project "European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs — ESPAD" (Results of the 2019 study within the international project "European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs – ESPAD," 2019); and the American study "Teens, Social Media, and Technology 2022" (Teens, Social Media and Technology, 2022).

However, there is an increasing focus on the destructive impact of social media. This impact is observed on the development of adolescents as individuals and members of society. For example, in Ukraine's national reading development strategy for the period up to 2032, "Reading as a Life Strategy," the following emphasis is placed: "Today, reading for pleasure and development as a life practice is losing its popularity in Ukraine, giving way to the consumption of 'fast' information from social networks, accessible video content, and television" (Reading as a Life Strategy, 2023).

Sharing this concern, we believe that attempting to steer teenagers away from social media is a futile and unpromising endeavor. A more constructive approach is to harness the significant communicative potential of social networks for educational purposes, particularly in shaping the reading culture of adolescents. To achieve this, it is essential to observe the practices of successful accounts in the relevant thematic areas and draw conclusions beneficial to various stakeholders.

Firstly, the research findings can be implemented by government structures responsible for cultural and educational issues to enhance media literacy and critical thinking among the population. This is crucial from the standpoint of strategic communications.

Secondly, the research results can assist educators, parents, and caregivers in engaging teenagers in reading books. In times of crisis (such as the Russian-Ukrainian war), this engagement can help alleviate stress and psychotrauma by redirecting attention to positive activities.

Thirdly, knowledge of effective mechanisms for building a loyal audience and promoting book products on social media holds commercial value for creative industries, particularly for publishers and book trade organizations.

The goal of the research is to systematize effective practices for the formation and promotion of reading culture on Instagram, and to develop recommendations for stakeholders. The research **objectives** include:

1. Determine the content, themes, and characteristics of the content available on the Instagram social network for teenagers.
2. Identify opportunities within the Instagram social network and its key measures that can be utilized for the development of adolescent reading.

Completing these tasks will provide a detailed understanding of Instagram's potential for the development of adolescent reading and identify optimal approaches in using Instagram in the cultural and leisure aspect.

Literature Review

The first theoretical foundation of the research is the theory of media culture and reading culture. According to the "Concept of Media Education Implementation in Ukraine," the formation of media culture in society and the preparation of individuals for safe and effective interaction with the modern mass media system are the primary tasks of media education (Mediasapiens, 2016). The issues of media culture have been studied by O. Baryshpolets (Baryshpolets, 2009), Y. Hrabovsky (Pushkar & Hrabovsky, 2022), T. Krainikova (Krainikova, 2016), and L. Naidyonova (Naidyonova, 2018).

Contemporary teenagers cannot imagine life without active interaction with media and social networks. They define their cyber-socialization. The formation of personal media culture and reading culture becomes crucial aspects of youth education since achieving complete control over the media is impossible. Media culture includes skills of search, perception, critical analysis, and adequate evaluation of media products, as well as the ability to create their own media products based on conscious values and beliefs. Reading culture interacts with media culture, especially concerning the reading of media texts.

In particular, the key concept of the research is "reading culture," which has been worked on by V. Balyuk (Balyuk, 2016), T. Dovhan (Dovhan, 2020), I. Pohribna (Pohribna, 2023), V. Lutsykina (Lutsykina, 2016), and K. Tuchak (Tuchak, 2023).

In defining reading culture, we rely on the definition proposed by the scholar V. Balyuk. Reading culture is a "complex integrative formation of personality that includes components such as the need for reading and a sustained interest in this process; reader's erudition, the ability to perceive a literary work at the level of analysis; a certain level of developed reading skills, the development of cultural communication with a book; full understanding of the read work; the ability to identify the theme and main idea of the text, its purpose; the presence of age-appropriate literary knowledge, skills, and abilities; the ability of students to use reading as a means of acquiring new knowledge for further learning; the necessary level of theoretical-literary knowledge; creative abilities, the ability to assess and interpret" (Balyuk 2016, p. 59).

The second theoretical foundation of our research is the theory of social networks. Adolescents use social networks on an increasingly large scale, directing their interests into the online environment.

Instagram in the context of entrepreneurial marketing was studied by K. Semenenko, N. Skrygun (Semenenko, Skrygun, 2019), N. Sadylo (Sadylo, 2019), and others. Studies on the perspective of Instagram from the standpoint of personal branding were conducted by N. Lebid (Lebid, 2019), D. Fyvishenko (Fyvishenko, 2022), and others. Special attention was paid to the use of this social network in the educational process by S. Bohatu (Bohatu, 2021) and Ye. Bazhan (Bazhan, 2022). Our point of view aligns with the perspective of scholar S. Bohatu regarding the significance of the role of Instagram in the social aspect: Instagram, initially focused on entertainment, has become

a significant business and information platform that can be used for educational purposes as well (Bohatu, 2021).

The research is focused on bookstagram, meaning book blogs on Instagram. Trends in Ukrainian bookstagram attract not only active Instagram users but also become the subject of professional interest for reputable publishers and book forums. Recently, BookForum has developed and published a collection of bloggers who are actively involved in Ukrainian bookstagram and additionally conducted blitz interviews with them³.

Many research studies confirm the favorable impact of social networks on the psychocognitive development of youth, including the stimulation of creativity, development of spatial skills, improvement of visual memory, and increased reaction speed. Researchers such as O. Burov and M. Pertsev (Burov & Pertsev, 2018) acknowledge positive aspects from the perspective of cognitive development. At the same time, there are experts, emphasizing the negative consequences of internet use, particularly health-related issues. Among these experts are K. Hrynychuk (Hrynychuk, 2023), O. Rusnak (Artemov, Rusnak, Zhalubak, 2023), and others.

Social networks are undoubtedly a controversial phenomenon. For a deeper and more objective understanding of the impact of social networks on adolescents, further research and detailed analysis are necessary.

The third theoretical principle of the research involves developments in the fields of sociology, psychology, pedagogy, social communication, providing an interdisciplinary understanding of the cognitive characteristics and motivation of adolescents. In Ukraine, new socio-psychological conditions are observed, triggered by a series of factors such as distance learning initiated by the COVID-19 pandemic and the full-scale invasion of russia into Ukrainian territory. These circumstances create a significant need for psychological, social, and neurobiological adaptation, as the mental well-being of children and adolescents has been subjected to considerable stressors, and society has not always been ready to respond to these challenges.

Results from a United Nations Children's Fund (UNICEF) study show that one in four Ukrainian children, aged 10 to 17, feels stressed while doing school tasks, whether in class or at home. This stress is reported by children of all genders, ages, types of schools, and settlement sizes⁴.

Data on the educational competencies of adolescents may "prove to be quite disappointing for Ukraine, considering that our students who participated in the main stage of PISA-2022 spent a significant portion of their time learning remotely—either due to the COVID-19 pandemic or the military aggression of russia"⁵. Since it is extremely important for adolescents to feel part of their social group, and distance learning cannot provide this sense (Svatenkova, 2021).

Accordingly, there comes a question about promoting reading among teenagers who spend the majority of their time online. The results of the national sociological study "Reading in the Context of Media Consumption and Life Construction," commissioned by the Ukrainian Book Institute, revealed that 57% of children aged 6 to 17 read out of obligation. Specifically, 40% of respondents reported that they sometimes read for their pleasure and sometimes out of obligation, while 17% indicated that they read exclusively out of obligation. Therefore, 39% of children noted that they read exclusively for pleasure⁶.

Social networks can potentially be used as a tool to stimulate a teenager's sense of belonging to their social group in the context of reading. Using these platforms to discuss books, exchange impressions, and provide recommendations can support an interest in reading and contribute to the

³ Ukrainian Bookstagram: read, photograph, inspire. URL: <https://bookforum.ua/p/ukrayinskyj-bukstagram-chytaj-fotografuj-nadyhaj>

⁴ What defines Ukrainian teenagers: insights on social media, relationships, alcohol, sports, and the dynamics of trust with parents and friends. A comprehensive study. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2019/05/22/236974/>

⁵ PISA-2022: The results of educational research for Ukraine may be discouraging URL: <http://barna-consult.com/pisa-2022-rezultaty-osvitynih-doslidzen-dlya-ukrayiny-mozhut-but-nyevtishnymy/>

⁶ 57% of Ukrainian children read out of obligation. A comprehensive study. URL: <https://chytomo.com/57-ukrainskykh-ditej-chytaiut-iz-prymusu-doslidzhennia/>

formation of a reading community. Thus, social networks can serve as a motivational tool for teenagers in the development of reading skills and foster a sense of belonging to a group that shares their literary interests.

Method

Data Collection. From October 2022 to August 2023, a media monitoring of Bookstagram accounts was conducted, specifically focusing on the Ukrainian segment of this reading community. The research was implemented using the LOOQME Hub media monitoring platform, which "collects, structures, and visualizes mentions of brands and competitors in media and social networks"⁷.

The chosen period for the study from October 2022 to August 2023 was not arbitrary. Firstly, it covers the entire academic year during which teenagers require educational materials and literature. This is crucial for investigating Instagram as a potential additional or competing reading resource and motivator for extracurricular reading among teenagers. Secondly, the selected period includes the summer vacation of 2023 when teenagers have more free time and may turn to reading communities as a leisure option. Thirdly, it encompasses the period during the Russian aggression, which, according to our assumption, may influence reading dynamics in various aspects, making it worthy of exploration.

The object of monitoring through LOOQME Hub was publications on Instagram containing the hashtag #українськийбукстаграм (Ukrainian bookstagram), forming the Bookstagram book community.

Through quantitative media monitoring, 1480 publications, comments, and comment replies were identified that included the hashtag #українськийбукстаграм. Publications for analysis were selected from accounts with high publication activity and audience engagement. This sample can be considered representative as the number of analyzed accounts is statistically sufficient for assessing the entire population. The analysis included both private individual accounts (bloggers) and corporate Instagram pages (publishers).

Analysis Criteria. The analysis of 1480 selected Instagram publications was carried out based on four criteria:

1. Account Activity. The activity within the Ukrainian bookstagram community was analyzed to discern patterns of heightened or diminished posting during specific periods.
2. Overall content coverage. The total number of views with duplicates under publications was analyzed. Accounts demonstrating the highest content coverage were identified.
3. Content Type. The format of data used in publications (video, photo illustrations, text) was analyzed, along with genres of publications (posts, book unpacking, etc.).
4. Content Theme. Specific aspects of book and reader themes were analyzed, including discussions about books, reading recommendations, literary reviews, etc.

The obtained data was structured, presented in the form of tables and diagrams, and then the data interpretation was carried out.

Results and Discussion

Formation of bookstagram and dynamics of reader community activity. One of the trends on Instagram that has become significant for reading culture is bookstagram. It is a community that focuses on posts about books with aesthetic appeal and literary value. Bookstagram is a combination of two words: "book" and the name of the social network "Instagram."

The bookstagram community has come together because it has become fashionable among Instagram readers to post photos of books combined with other elements (decorative objects, images of cups or coffee makers, flowers, candles, fruits, vegetables, etc.). This atmospheric content, which inspires interest in reading, is becoming increasingly popular. This trend of discussing,

⁷ Assessing brand health with a focus on driving business results.. URL: <https://uk.looqme.io/>

recommending, and showcasing favorite books has also gained popularity among teenagers. Thus, bookstagram is an informal term for the segment of bloggers who write about books, choosing Instagram as their main platform.

The dynamics of mentions of the hashtag #українськийбукстаграм (Ukrainian bookstagram) during the study period demonstrated steady growth, with peak activity points in February 2023 (see Figure 1).

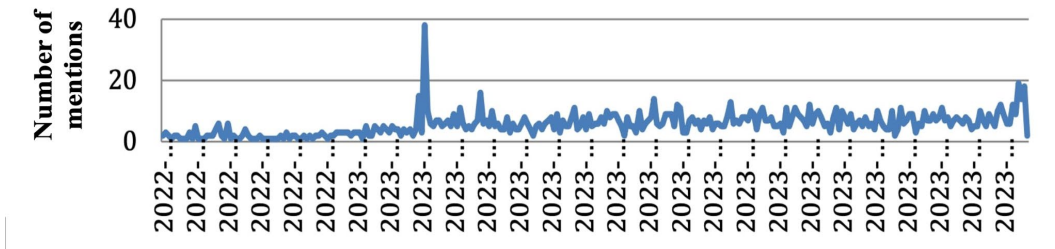


Figure 1. Dynamics of mentions.

The lowest point of publication activity among Instagram bloggers was identified during the period from October to December 2022. This decline in metrics can be attributed to the extensive shelling of Ukrainian infrastructure and widespread power outages that occurred during 2022.

High activity among book bloggers occurred from May 2023 to August, which can be attributed to the restoration of account capabilities, consumer behavior, and publisher activity.

June, July, and August are periods when many people relax or have more free time. This potentially stimulates reading, as people look for books for leisure, especially among the teenage audience, as they finish the school year in May and enter summer vacation.

The increased activity of book bloggers during this period can also be explained by the publishing calendar. In July 2023, Vivat released a significant number of new books⁸. Additionally, the International Festival "Book Arsenal" took place from June 22 to 25. This stimulates discussions and reviews in book blogs, activating the bookstagram community in the summer.

The reason for the summer activity of bookstagrammers may also be summer reading marathons or challenges. Reading communities often organize reading marathons that support activity and the exchange of book recommendations. One such marathon is called "Summer with Books 2023" by blogger @olishka_reads. The marathon proposes various tasks and book challenges for the summer months. Participants are required to read books that meet specific criteria, from choosing the letter "L" in the title to children's literature and books with images of fruits or vegetables on the cover. Each task encourages diversity and allows participants to expand their literary horizons. The marathon also includes entertainment, gifts, and the opportunity to win cash prizes for purchasing new books⁹. The Instagram hashtag #літозкнигами2023 (Summer with books 2023) opens up 823 posts. Therefore, the marathon is in demand among the audience and is one of the tools to stimulate reading.

The most productive bookstagrammers. Based on quantitative data from the media monitoring system LOOQME, the most active accounts in the Ukrainian bustagram have been identified (see Figure 2).

⁸ Something for every taste and mood! Check out the captivating book releases of July. URL: <https://vikna.tv/styl-zhyttya/shho-pochytaty-u-lypni-pidbirka-novyh-knyg/>

⁹ Summer bookworm marathon URL: <https://www.instagram.com/p/Csd2f-CNy0X/>

These mentioned accounts in total have published the highest amount of content – 41% (posts, comments, and replies to comments with the hashtag #українськийбукстаграм). They are the most active content producers, contributing to a high level of engagement and audience interest.

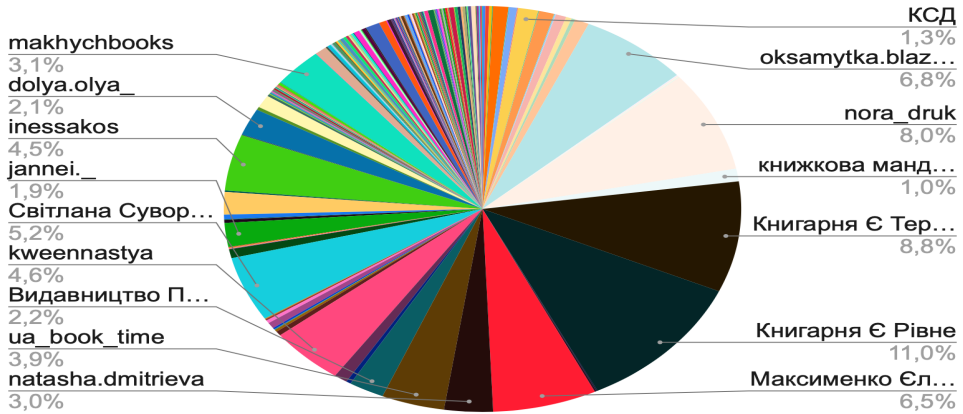


Figure 2. Top bookstagram content producers.

Among the most productive bookstagrammers, there are four prominent leaders:

Ye Bookstore Branches:

- Ternopil Branch (@knygarnya_ternopil) – contributes 8.8% of the total published content and has 2,500 subscribers.
- Rivne Branch (@bookstore.ye.rivne) – represents 11% of overall publications with 1,600 followers. Both accounts prefer photo publications, showcasing book assortments in bookstores and literary event reports within the bookshops. There are also book-related video reviews.

Nora-Druk Publishing (@nora_druk):

- Contributes 8% of the total published content with 1,900 subscribers. The layout of Nora-Druk's page is similar to Ye Bookstore, indicating a shared approach to content structuring and audience interaction. The publisher's account features well-organized highlighted stories grouped into categories such as "YouTube" (with links to video content on the publisher's YouTube channel), "Our New Releases," "Our Authors," "Your Reviews," and others. This systematic arrangement enhances the audience's content perception and provides an efficient way to find relevant information.

Oksamytk Blazhevska (@oksamytkablazhevska):

- Occupies 6.8% of the total published content and has 2,300 subscribers. She is a writer, founder of the "Oksamytk Literary Club," and the author of the debut novel "Elya." Blazhevska is also involved in children's and literary programs on "Ukrainian Radio" and collaborates with the international literary contest "Coronation of the Word."

Yelizaveta Maksymenko (@book_fairy_eli):

- Accounts for 6.5% of the total published content with 20,000 subscribers. Her activity includes various formats such as organizing book marathons, creating lifestyle videos where she shares her impressions of books listened to

during workouts, and compiling top lists of books like "7 Books of August" and "2 Light Thrillers." She provides literary recommendations in video format, titled "90 Book Seconds," where she briefly narrates the plot of each book within 90 seconds.

Notably, the most productive bookstagrammers are legal entities – Ye Bookstore branches and Nora-Druk publishing. Legal entities have more resources for content creation and distribution, as well as larger teams to manage various literary initiatives on Instagram. They actively engage the audience with videos, illustrations, photo reports, and other interesting content.

Type of bookstagram content. 1480 selected Instagram publications were typologized. Three main groups were distinguished based on their common characteristic features: posts; comments; responses to comments (see Figure 3).

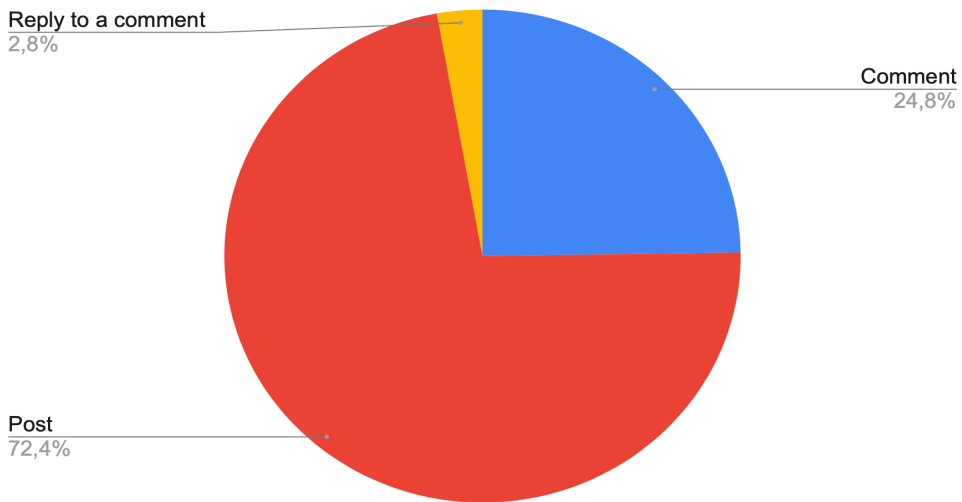


Figure 3. Content type.

The data indicate that bookstagrammers demonstrate various strategies for interacting with the audience. 72.4% of the total number of publications are specifically about book trends (photos of books, literary events, reviews of new releases, videos about the reader's routine, etc.). This is more of a one-sided information flow. Book bloggers also interact with the audience through comments (24.8% of all publications) and replies to comments (2.8% of the total content). Thus, their accounts serve as platforms for exchanging thoughts, impressions, and discussions. This interaction ensures a more personal and profound connection with readers, which is productive for the functioning of the bookstagram community.

Coverage. Average visitation indicators provide information about the regularity of visits by Instagram users to bookstagrammer accounts during the research period. This indicator reflects the views of publications (see Figure 4).

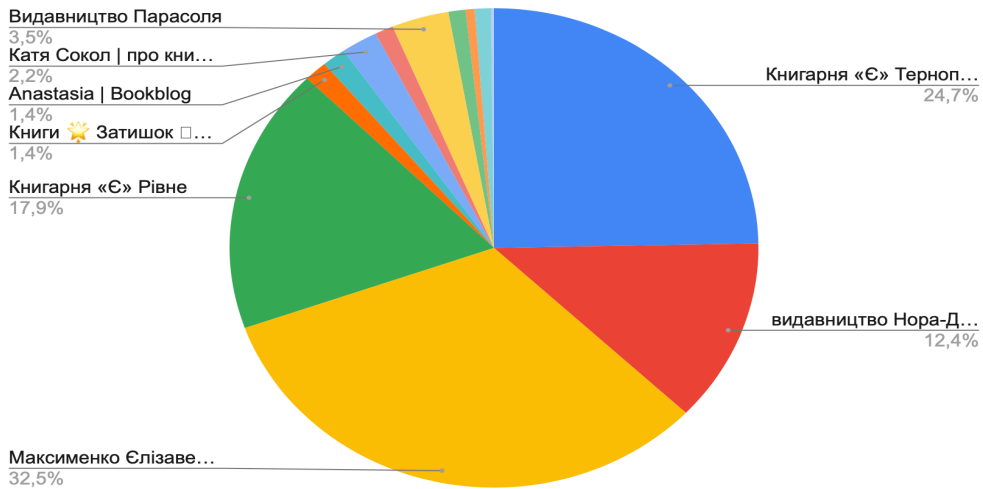


Figure 4. Top accounts: total number of views with duplicates.

The top accounts have been identified based on the total number of views, including duplicates:

- Blogger Yelizaveta Maksymenko — 32.5%.
- Bookstore "Ye" Ternopil — 24.7%.
- Bookstore "Ye" Rivne — 17.9%.
- Publishing house "Nora-Druk" — 12.4%.

It is noteworthy that blogger Yelizaveta Maksymenko, Bookstore "Ye" Ternopil, and publishing house "Nora-Druk" are once again in the lead: not only are their Instagram accounts actively operating, but they are also actively read. The list of leaders is almost identical to the list of the most productive bookstagrammers. Book lovers have a strong demand for content, and this necessitates active efforts in publishing. However, the data show some rearrangements in the ranking: maximum activity does not equal maximum coverage, so the content should not only be abundant but also genuinely interesting to the audience.

The culture of bookstagram content as a trigger for reading culture. Bookstagrammers aim to increase the reach and engagement of their audience. An analysis of publications from the most successful accounts has helped trace the aspects that bookstagram leaders work on:

- Aesthetics. Bookstagrammers pay special attention to the aesthetic appearance of photos. They create atmospheric, stylish, and meaningful images using various decorative elements, coffee cups, flowers, and other accessories that complement the book's image and attract the attention of readers.

Color harmony, proper use of light and shadows, bright elements, or, conversely, restrained colors shape the visual approach. This helps create a positive and attractive image of reading books for teenagers. It can stimulate their interest in literature and motivate them to read regularly.

- Composition. Bookstagrammers understand the importance of composition in photography. They carefully arrange books and additional elements to create a harmonious and attractive image. Composition may depend on the theme of the book or correspond to a certain author's style.

- Personal reviews. Bookstagrammers often add book reviews to their publications. They share their impressions, thoughts, and emotions evoked by each book, encouraging

discussion and reader interest. Bloggers who highlight their literary impressions gradually gain the trust of their audience, especially if their reviews prove informative and well-reasoned. Their analyses can help readers better understand the essence and value of a particular literary work. This approach to book reviewing contributes to the formation of an objective and diverse perspective on the literary world and allows bookstagrammers to act as experts, contributing to the cultural literacy of their audience.

- Hashtags and descriptions. Bookstagrammers add specific hashtags related to books, authors, genres, and literary communities to their publication descriptions. For example: #букстаграм (bookstagram), #українськийбукстаграм (Ukrainian bookstagram), #книгиукраїнською (books in Ukrainian), #щопочитати (what to read), #тупочитай (just read), #книжковаполиця (bookshelf), #сучаснаукраїнськалітература (contemporary Ukrainian literature), #україначитає (Ukraine reads), #книжковийблогер (book blogger), #блогпрокниги (blog for books), #ячитаю (I read), #читаюзавжди (always reading), #книголюбка (booklover), #відгукпрокнигу (book review) #книжковиймарафон (book-marathon) #читаємоукраїнською (reading in Ukrainian) #укрлітчитай (reading Ukrainian), etc. This helps draw attention to their content from other users and promotes more active interaction with the audience.

- Interaction. Bookstagrammers actively comment and like the posts of other community members. Interaction is a key element of bookstagram because it helps build a community, exchange recommendations, draw attention to new works, and ultimately contributes to the development of the habit of reading through observation and emulation of the actions of other participants.

These elements create interactive content that captures the attention of a teenage audience, develops reading culture, and promotes books in the Instagram environment.

Conclusions

Bookstagram is a segment of Instagram where bloggers produce content about books and everything related to them (events, people, phenomena, and processes). Discussing book news and releases, bookstagrammers use motivational texts, aesthetic photos, and videos.

Based on the data from media monitoring on the LOOQME Hub platform from October 2022 to August 2023, prominent leaders in Ukrainian bookstagram were the Bookstore "Ye" in Ternopil, the Bookstore "Ye" in Rivne, the Publishing House "Nora-Druk," and the blogger Yelizaveta Maksymenko. This is indicated by the noticeable dynamics of publishing activity, coverage, orientation towards dialogical forms of content, and more.

Bookstagram possesses powerful communication potential, making it worthwhile to utilize its capabilities for the development of reading culture among Ukrainian youth at various levels. Public support should be provided to bookstagrammers as active participants in the reading movement by state structures implementing the adopted Reading Development Strategy for the period up to 2032, "Reading as a Life Strategy," and its operational plan for 2023–2025. Organizing specialized training for them and involving bookstagrammers in educational events is advisable. The successful experiences of bookstagrammers should be highlighted during information and communication campaigns regarding the impact of reading on personal success.

Educators, parents, and guardians should pay attention to bookstagram content on social media platforms for teenagers. Compilations of informative accounts and interesting posts can be recommended as supplementary material to the main educational content. Teachers can encourage teenagers to create their own bookstagram projects, while parents and guardians can assist them in implementation. This contributes to the media literacy of teenagers, directing their energy and need for online communication in a constructive direction.

Establishing strong partnerships with bookstagrammers is advantageous for publishers in both commercial and reputational aspects. Bookstagrammers are opinion leaders with loyal audiences through whom information about the publishing brand, its book releases, and events can be

effectively communicated. Additionally, the development of corporate bookstagram projects provides the publishing industry with a reliable communication channel with the audience, enabling the exploration of their behavior and needs, and facilitating quick responses.

In the era of pervasive digitalization and the expanding reach of social networks, the outlined approaches constitute an adequate response that fosters the formation and development of reading culture among teenagers.

References

- Artemov, V., Rusnak, O., & Zhalubak, V. (2019). Risks emerging during the use of social networks on the Internet: Psychological aspect. *Legal Bulletin of the University "KROK"*, 34, 178–185. <https://lbku.krok.edu.ua/index.php/krok-university-law-journal/article/view/212/179>.
- Balakireva, O. M., Pavlova, D. M., Nguyen, N.-M. K., Levtsun, O. G., Pivovarova, N. P., Sakovich, O. T., & Flyarkovska, O. V. (2019). Smoking, alcohol, and drug use among students: Prevalence and trends in Ukraine: Results of the 2019 international project 'European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs – ESPAD'. Kyiv: TOV "OBNOVA KOMPANI". 214 p.
- Balyuk V. (2016). Formation of reading culture in high school students during Ukrainian literature lessons. *Journal of Alfred Nobel Dnipro University. Series: Pedagogy and Psychology*, 1, 57–61.
- Bazhan E. (2022). The use of Facebook and Instagram in the educational process. Modern trends in the development of medical education: Prospects and Achievements. http://repository.pdmu.edu.ua/bitstream/123456789/18345/1/Bazhan_Vikoristannya_socialnih_merzh.pdf
- Bohatu S. (2021). Experience of using the Instagram social network in the educational process. *Current Issues of Science and Education*, 2021. https://books.google.com.ua/books?hl=ru&lr=&id=29AmE-AAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA118&dq=інстаграм+соціальна+мережа+&ots=VV6wsQa9c2&sig=HL209SbeJLv17DNbK0KGgrBe_o&redir_esc=y#v=onepage&q=інстаграм%20соціальна%20мережа&f=false
- Burov, O. (2017). Social networks as a form of synthetic learning environment. <https://lib.iitta.gov.ua/709762/1/BUROV%20OYu.pdf>
- Burov, O. & Pertsev, M. (2018). Assessment of the dynamics of cognitive abilities of high school students using ICT. <http://eprints.zu.edu.ua/28041/1/12.pdf>.
- Dovhan, T. (2020). Formation of reading culture in primary school students. 71–78. https://library.vspu.net/jspui/bitstream/123456789/5847/1/Dovgan_71-78.pdf.
- Fayvishenko, D. (2022). Personal brand in the Instagram social network: War-life balance. <https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/10393/1/12%20Мартин%20О.М.%20с.%20606-612.%20INTERNATIONAL-SCIENTIFIC-INNOVATIONS-IN-HUMAN-LIFE-13-15.04.22.pdf#page=396>.
- Hrynychuk, K. & Staruseva, V. (2019). Negative impact of social networks on adolescents. <https://repo.knmu.edu.ua/bitstream/123456789/24766/1/Гринчук%20К.pdf>.
- Kraynikova, T. (2023). How to overcome media illiteracy? *ms.detector.media*. <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/15764/2016-01-22-yak-zaradyty-mediabezghramotnosti/>.
- Kudina, A. (2020). Effective tools for promoting fashion brands on the Instagram social network. *Marketing and Digital Technologies*, 4(2), 61-71. <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/103>.
- Lebid N. "Content Plan in SMM Promotion of a Personal Brand on the Instagram Social Network." *State and Regions. Series: Social Communications*. 2019. No. 2. P. 81–86.
- Lutsykina, V. (2016). Reading as the basis for the intellectual and personal development of a child. *Tavria Education Herald*, 125–129.

- Media culture of the individual: Socio-psychological approach: Educational manual. (2009). Eds.: L. Naydonova, O. Boryshpolets. Kyiv: Institute of Social and Political Psychology of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine, 440 p.
- Media Literacy. Educational program for students of 9th, 10th, 11th grades of secondary education institutions (three years of study): Educational program. (2018). Eds.: L. Naydonova, N. Cherepovsk a. Kyiv: Institute of Social and Political Psychology of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine, 70 p. http://mediaosvita.org.ua/wp-content/uploads/2019/01/Programa_Mediakultura2018.pdf.
- MediaSapiens. (2016). The concept of implementing media education in Ukraine (new edition). ms.detector.media. <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini-nova-redaktsiya/>.
- PISA-2022: Framework Document on Mathematics (draft, second edition) / transl. from English by K. Shumova; scientific eds. T. Vakulenko, V. Gorokh, S. Rakov, V. Tereshchenko; foreword by T. Vakulenko, V. Tereshchenko. Kyiv: Ukrainian Center for Educational Quality Assessment, 2021. 97 p.
- Pohribna, I. (2015). The need for reading as a prerequisite for the reading culture of an individual. <https://elibrary.kdpu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/3274>.
- Pushkar, O. & Hrabovskiy, Y. (2022). Culture of digital media: Educational manual. Kharkiv: KhNEU named after S. Kuznets, 164 p. <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/28184/1/2022-Пушкар%20О%20І.%20Гр%20Бовський%20Є%20М.pdf>.
- Ruban, A. (2023). Influence of social networks on the development of identity in adolescents and youth." Scientific Bulletin of Izmail State Humanities University. Series: Pedagogical Sciences, 56. URL: http://dspace.idgu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1625/1/Рубан_А._НБ_56_2021.pdf.
- Sadylo, N. (2019). Instagram as a phenomenon of modern business. Social-Humanitarian Bulletin, 25, 187–193.
- Semenenko K. & Skrygun N. (2019). Marketing activity in the social networks Facebook and Instagram. Scientific Notes of V.I. Vernadsky Taurida National University. Series: Economics and Management, 30(2), 164–167.
- Social Conditions and Health Indicators of Adolescents and Youth: Based on the Results of Sociological Research within the International Project "Health and Behavioral Orientations of School Youth": Monograph. (2019). O.M. Balakireva, T.V. Bondar et al.; scientific ed. O.M. Balakireva; UNICEF, NGO "Ukrainian Institute of Social Research named after O. Yaremenko". Kyiv: Polygraphic Center "Foliant", 127 p.
- Svatenkova, T. (2021). Motivational potential of adolescents during distance learning. Pedagogical Education: Theory and Practice. Psychology. Pedagogy, 36(2), 100-107. <https://doi.org/10.28925/2311-2409.2021.3613>.
- Teens, social media and technology 2022. Pew Research Center: Internet, Science & Tech. <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>.
- "57% of Ukrainian children read under compulsion – Research. Chytomo | Culture of Reading and Art of Publishing | All About Books | Chytomo - Portal about the Culture of Reading and Art of Publishing. <https://chytomo.com/57-ukrainskykh-ditej-chytaiut-iz-prymusodoslidzhennia/>.
- "Reading as a Life Strategy: Development Strategy for Reading Until 2032, dated 03.11.2023 No. 190-r." <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/190-2023-p#n150>.
- Tuchak, K. (2021). Phenomenology of the concept of 'Reading Culture'. [http://www.ndu.edu.ua/storage/2021/МАКЕТ_Збірник%20\(2\).pdf#page=169](http://www.ndu.edu.ua/storage/2021/МАКЕТ_Збірник%20(2).pdf#page=169).

ISSN 2312-5160
online ISSN 2786-4502

What are Ukrainian adolescents like: About social networks, sex, alcohol, sports, trust in parents and friends. Research, Ukrainian Truth _Life. <https://life.pravda.com.ua/society/2019/05/22/236974/>.

Zrazhevskaya, N. Problems of media culture in connection with the development of mass communication and mass culture. <https://eprints.cdu.edu.ua/962/1/108-66-71.pdf>.

RESEARCH ARTICLES

The Role and Development of Popular Science TV Programs During Times of Military Actions

Roksolana Kravchenko

PhD student

Department of TV and Radio,

*Scientific and Educational Institute of Journalism,
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine*

<https://orcid.org/0000-0001-9063-4282>

Email: lisovskalana@gmail.com

<https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.71-82>

UDC 001.92:621.397.13:316.485.26

ABSTRACT

ARTICLE INFO

Received: 25 July 2023

Accepted: 22 November 2023

Published: 30 December 2023

KEYWORDS

popular science journalism,
television,
societal demand,
TV programs

The article analyzes the number of popular science TV programs on the air of national TV channels in Ukraine. Popular science content is an important aspect of public life, especially as an element of distraction from news about military operations. The **goal** of this study was to find out whether there are popular science programs on national TV channels, to analyze the competitive features of Ukrainian popular science TV journalism, which combines the broadcasting traditions formed by practice and modern development trends. We used the following **methods**: content analysis of the broadcast network of 32 national TV channels in Ukraine. We analyzed their TV programs for the presence of popular science content on the air, as well as the thematic content of TV programs in accordance with historical background, and additionally studied the websites and YouTube pages of channels that were disconnected from broadcasting in 2022; literature analysis, which made it possible to identify gaps in the research of functioning of popular science TV programs in the Ukrainian media space. **Results**: out of 32 TV channels, 5 broadcast popular science programs. Among them, 4 produce their own content, and one broadcasts foreign programs, mostly in the natural sciences. Of the 4 channels that have their own popular science content, 3 broadcast historical programs, and “Піксель TV” produces a project for children about chemical experiments. As of 2023, the share of channels with popular science content is 15.6%. **Conclusions**: the level of popular science TV journalism in Ukraine is not increasing. At the same time, given the social preferences of the audience, we can say that this niche is not filled. Historical topics of video content are currently the most popular among viewers, which may be reflected in the growth in the number of viewers for channels that offer such content.

Citation: Kravchenko, R. (2023). The role and development of popular science TV programs during times of military actions. *Current Issues of Mass Communication*, 34, 71-82.

<https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.34.71-82>

Copyright: © 2023 Roksolana Kravchenko. This is an open-access article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

АНОТАЦІЯ

У статті аналізується кількість науково-популярних телепрограм в ефірі національних телеканалів України. Науково-популярний контент є важливою стороною суспільного життя, особливо як елемент відволікання від новин про військові дії. Метою цього дослідження було з'ясувати, чи є на національних телеканалах науково-популярні програми, проаналізувати конкурентоспроможність української науково-популярної тележурналістики, яка поєднує сформовані практикою традиції мовлення та сучасні тенденції розвитку. Використано такі методи: контент-аналіз мережі мовлення 32 національних телеканалів України. Ми проаналізували їхні телепрограми на предмет наявності в ефірі науково-популярного контенту, а також тематичного наповнення телепрограм відповідно до історичної довідки, а також додатково вивчили веб-сайти та YouTube-канали, які були відключені від ефірного мовлення у 2022 році; аналіз літератури, який дав змогу виявити прогалини у дослідженні функціонування науково-популярних телепрограм в українському медіапросторі. Результати: з 32 телеканалів 5 транслюють науково-популярні програми. Серед них 4 створюють власний контент, а один транслює іноземні програми, переважно природничі. З 4 каналів, які мають власний науково-популярний контент, 3 транслюють історичні програми, а «Піксель ТВ» випускає проєкт для дітей про хімічні досліди. Станом на 2023 рік частка каналів з науково-популярним контентом становить 15,6%. Висновки: рівень науково-популярної тележурналістики в Україні не підвищується. Водночас, враховуючи соціальні уподобання аудиторії, можна сказати, що ця ніша не заповнена. Історичні теми відеоконтенту зараз є найпопулярнішими серед глядачів, що може відобразитися на зростанні кількості глядачів каналів, які пропонують такий контент.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: науково-популярна журналістика, телебачення, соціальне замовлення, телепрограми.

Introduction

Popular science journalism is a branch of journalism that aims to explain complex scientific concepts and discoveries to a wide audience. Its goal is to explain scientific phenomena or technologies in an accessible, understandable form for the general public. Popular science journalism serves as a bridge between the complex world of scientific discovery and the society. At the same time, popular science journalism is not only about simplifying scientific content, but also about making it relevant and contextualized for everyday life. The terms "popular science journalism" and "science journalism" should not be equated, as science journalism is primarily focused on covering scientific developments, research, and conclusions of the scientific community. It often targets an audience that has an education in a particular scientific field or is looking for in-depth scientific information. Oksana Kyrylova, in her work "Science and Popular Science Journalism: Difficulties in Defining Concepts and Typologizing Media," draws attention to the frequent confusion of these definitions, so the author offers the following definitions: "science journalism produces content with a focus on a trained audience without unnecessary use of infotainment methods to disseminate knowledge about events in the world of science. Popular science journalism is primarily concerned with popularizing scientific knowledge and science itself, using all available tools to attract the widest possible audience: infotainment, edutainment, science content, gaming content, etc." (Kyrylova, 2021, p.142). The key difference between these two concepts is the audience and the depth of scientific coverage. Science journalism is aimed at an audience that is already familiar with or deeply interested in scientific details, while popular science journalism aims to attract a wider audience by simplifying and presenting scientific information in an easily digestible form.

To simplify the distinction between the concepts of "popular science" and "science" journalism, we propose a visualized model of the transfer of scientific information from communicator to the audience (Figure 1).

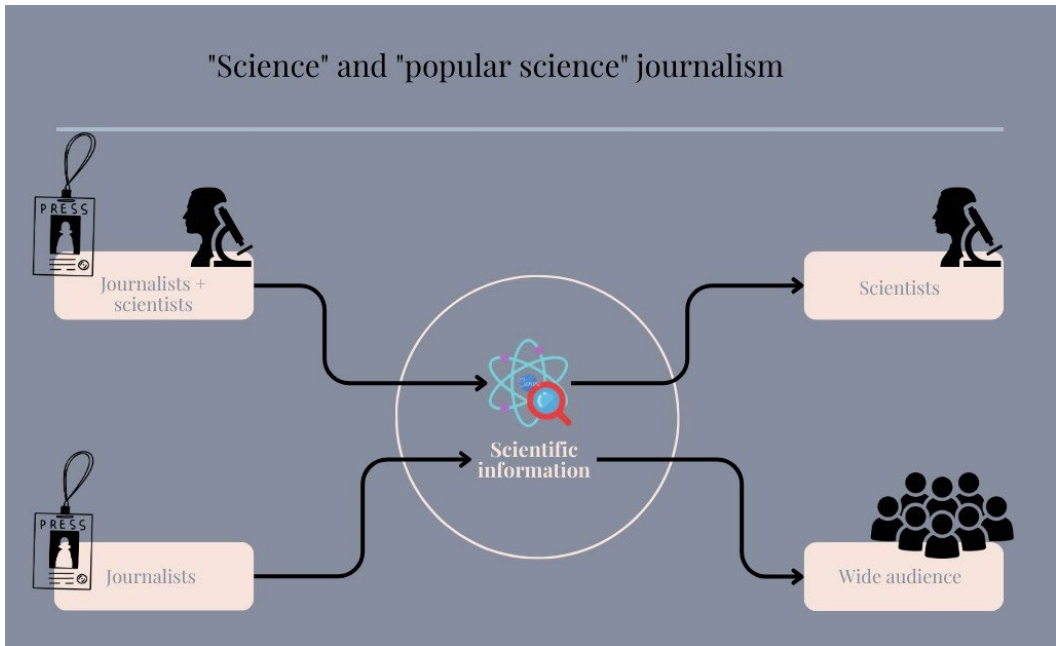


Figure 1. The difference between communicators and audience in science and popular science journalism. Source: based on the scientific publication "Scientific and Popular Science Journalism: Difficulties in Defining Concepts and Typologizing Media".

Researchers have demonstrated the interconnection between modern media and the construction of national identity. Thus, TV content, with its audiovisual capabilities, has the potential to serve as a medium for representing the nation through its agents. Today, the global scientific community is debating the relationship between popular science journalism and national consciousness. One example of popular science content's impact on the self-identification of the population is the development of these TV programs in Israel. Merav Katz-Kimchi writes about this in detail in his article, noting that since 1968 - after the Six-Day War, from which Israel emerged victorious, having gained territories with a large Palestinian population - the state of Israel has deployed television not just to broadcast educational, entertainment, and information programs for its public, but as a propaganda tool aimed at the population of the occupied territories. And one of the elements that successfully played the role of positive propaganda for Israel was popular science programs. As the author notes, "thanks to the cooperation of the scientific and technological elite, the television broadcast of popular science programs in prime time made a huge contribution. With the help of these programs, the state spread a special image of the scientific and technological power of the nation". Science and technology began to play a prominent role in Zionism, which was established as a modern political movement in the late 19th century. The instrumental and practical Zionist movement, with its colonizing mission of settling Jews in Palestine and creating a state for the Jewish people, cherished science and technology as an important tool for exercising state power, examples of which include population management, army formation, mapping and engineering, and the provision of health care (Katz-Kimchi, 2012, p. 519).

After the Soviet Union collapsed, Russian or foreign TV programs translated into Russian flooded the Ukrainian market, which could be one of the reasons for the stagnation of Ukrainian popular science content. In 2008, Mykhailo Kochergan warned that "television was occupied by Russian-language programs" and "the national information space was given to non-national media" (Kochergan, 2008, p. 19). In 2011, Halyna Usatenko drew attention to the broadcasting of foreign popular science programs in Russian, emphasizing that the issue of language in this context is a factor of the nation and the state as such. Educational TV channels do not use the Ukrainian language, and therefore do not contribute to the introduction of terminology that is being used in the scientific, educational, and mass use of the modern world, and therefore do not form a sense of Ukrainian presence in the development of the modern globalized world among citizens (Usatenko, 2011).

One of the author's previous studies showed that even a year after Russia's full-scale invasion of Ukraine, a certain percentage of viewers (7.7%) continue to watch Russian popular science programs (Flywheel of History, Notes of Cicero, Other History, Nauchpok, Topless, Utopia show, Geo, Loony, KOSMO, Nikolai Vavilov) (Kravchenko, 2023, p. 80). This prompted further research into the state of popular science content in Ukraine. Such trends require special attention from media professionals, because given the possible manipulation of historical facts in Russian content, the spread of Russian content to the Ukrainian audience may affect the Ukrainians' perception of events such as the annexation of Crimea and the occupation of Donbas. These results also indicate a lack of scientific content in Ukraine, which is why the audience continues to turn to Russian content.

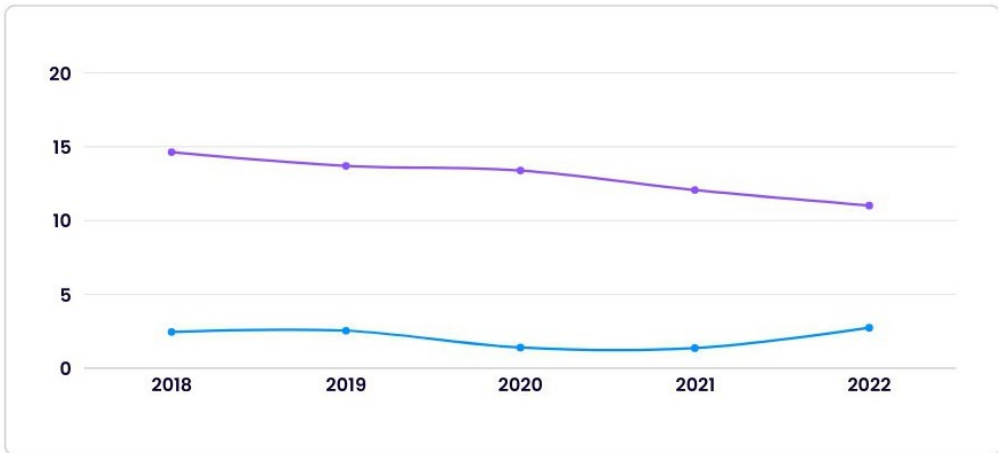
On classic linear television, popular science content is developing less than, for example, entertainment content (Goian & Kravchenko, 2021, p. 132). However, the problem of popular science TV projects' ratings is part of a broader problem - the decline in ratings on television in general. According to the results of TV viewing monitoring over the past 5 years, the share of the audience has been falling every year. E.g., according to the TV panel, the highest share of the top 10 most rated TV channels was 14.63 (Ukraine TV channel), and the lowest was 2.46 (Plus Plus TV channel). While in 2022, the highest share was 11.01 for 1+1 TV channel (Figure 2). The chart shows a consistent decline in the audience's interest in television in general. Since there are no annual public reports from a single monitoring group, we collected data from open sources: Television Industry Committee, Nielsen Ukraine, and Big Data UA. The ratings may have an error depending on the quarter or high-profile events, but the chart below generally shows the situation with TV viewing.

At the same time, a 2021 study by O. Goian and R. Kravchenko shows that the Ukrainian audience has a high demand for popular science TV programs. Almost three-quarters of the respondents (73%) said they would turn on Ukrainian TV channels more often if these channels had popular science and educational content on the air (Goian & Kravchenko, 2021, p. 133).

Popular science journalism in Ukraine shows promising prospects for development, especially in social media and on the YouTube platform, where channels of this genre are growing and increasing their audiences. Within a year of full-scale Russian invasion, the viewership of popular science YouTube channels continued to grow, with some Ukrainian channels showing audience growth of +110% compared to 2022 (Kravchenko, 2023, p. 154). However, in contrast to YouTube, this niche remains largely undeveloped in the Ukrainian linear television landscape.

Popular foreign broadcasters' programs are transmitted by the Mera channel. In the article "Issues of science popular programs of the Mera channel," the author, D.A. Shevchenko, points out that the majority of the channel's programming (90%) consists of foreign-produced content, with only 10% being domestic popular science television content. The popular science themes are presented in four main categories: 45% of the content is historical-religious, 28% focuses on flora and fauna, 15% is related to interesting travels, adventures, and tourism, and only 12% are programs of a scientific and technical nature (Shevchenko & Kovtun, 2019, p. 352).

TV viewing for the last 5 years (Top 10 TV channels)



● Share (the highest)

● Share (the lowest)

Source: Television Industry Committee, Nielsen Ukraine, Big Data UA

Figure 2. Share of viewing of Ukrainian TV channels (2018-2022). Source: data from open sources: Television Industry Committee, Nielsen Ukraine, and Big Data UA.

The overall state of scientific programming in Ukraine was investigated by Maria Kuznetsova in her work "Thematic orientation and place in the modern Ukrainian television space of popular science programs." The author notes that as of 2016, out of 45 nationwide television channels, only 7 broadcast popular science programs, series, or films, including the "UA: Перший" channel. Among the niche channels specializing in this content, she mentions "Мера", "НЛЮ-TV", "Тоніс", and "ECO-TV". She concludes that the fact that only niche channels broadcast popular science shows indicates that Ukrainian television does not give due attention to this content (Kuznetsova, 2016, p. 323).

During times of armed conflict, popular science journalism also plays a crucial role. Research by R. Kravchenko in 2022 showed that Ukrainians sometimes need to be distracted from news about the war to psychologically recover. Survey results from 460 respondents revealed that almost 65% used popular science or entertainment content to divert their attention from the war (Kravchenko, 2022, p. 138). Despite these statistics, there has been no significant leap in the development of popular science content in the Ukrainian media space. One of the reasons is the lack of interest among journalists themselves in delving into popular science journalism.

After the start of Russia's full-scale invasion of Ukraine, according to presidential decrees №151/2022 and №152/2022, as well as the National Council for Television and Radio Broadcasting's announcement, during the state of war, all nationwide TV channels were required to unite and broadcast the telethon "Unified News #UkraineTogether 24/7". This telethon aimed to implement a unified information policy during the war. As a result, six nationwide TV channels (Suspilne ("UA:Перший"), "ICTV", "Ми-Україна", "1+1", "Інтер", "Рада") joined forces and broadcasted the telethon, while other channels included segments of the telethon in their programming (Ukaz prezidenta Ukrainy №151/2022, Ukaz prezidenta Ukrainy №152/2022). In April 2022, it became

known that some oppositional TV channels were disconnected from digital broadcasting. The State Special Communications Service explained that the disconnection from digital broadcasting was due to decisions made by the National Security and Defense Council. However, the Secretary of the National Security and Defense Council, Oleksiy Danilov, stated that these channels allegedly refused to participate in the unified telethon, and the decision was made not due to censorship but for security reasons. The director-general of the 5th channel, Volodymyr Mzhelsky, stated that these broadcasters were asked to broadcast the telethon without participating in its production, effectively paying for the broadcasting of someone else's content (Tsyfrovyi efir "Espresso", 2022).

As of May 2023, the 5th channel, Прямий, and Еспресо are no longer available on digital television. However, their transmission continues on the internet, satellite, certain OTT platforms, and cable networks. Despite changes in the television schedules of nationwide TV channels, we have decided to examine the presence or absence of popular science content in their broadcasts. Projects were analyzed both directly on television and through the publication of content on websites, YouTube channels, and social media platforms of the television channels.

One of the working hypotheses of this study was that popular science journalism is not sufficiently developed on Ukrainian linear television. This is due to several reasons, including the priority given to war programs in the media and the lack of qualified personnel.

The **aim** of this study is to investigate the state of popular science journalism in the Ukrainian television market. For further comprehensive research into the functioning of popular science journalism in the Ukrainian television space, we sought to clarify the thematic orientation of popular science programs. In order to explore the potential and diversity of Ukrainian popular science content, we **set out** to conduct a content analysis of 32 national TV channels, additionally, the publication of television materials on the platforms of these TV channels was worked out. This was done because some TV channels were disconnected from broadcasting in 2022 and temporarily switched to digital platforms.

Method

As of 2023, there are 32 nationwide television channels in Ukraine: "UA: Перший", "Рада", "1+1", "ICTV", "СТБ", "Інтер", "УНІАН-TV", "Бігуді", "Армія TV", "Новий Channel", "ТЕТ", "2+2", "М1", "НТН", "Мега", "ПлюсПлюс", "Ми-Україна", "1+1 Україна", "ICTV2", "ОЦЕ-TV", "К1", "К2", "Zoom", "Еспресо", "XSPORT", "Enter-фільм", "Піксель", "5 Channel", "ТАК TV", "Сонце", "Суспільне Культура", "Прямий". Through content analysis, the programming grid of each channel was examined. As channels such as 5 Channel and Прямий were disconnected from digital broadcasting, their websites and YouTube channels were also analyzed among the 32 television channels. The presence or absence of popular science content in the broadcasts was studied, irrespective of the time slot. Additionally, it was determined whether the content was domestically produced or a retransmission of foreign programs. The thematic specificity of the projects was described. Special attention was given to Suspilne ("UA: Перший"), as a media outlet obligated to broadcast such content. Article 4 of the Law of Ukraine "On Public Media of Ukraine" states that one of the main tasks of the National Public Broadcasting Company of Ukraine (Suspilne) is to contribute to the fullest satisfaction of the informational, cultural, and educational needs of the Ukrainian population, including the creation and dissemination of educational and cognitive programs, as well as providing citizens of Ukraine with requested information products not available on the commercial market (Pro suspilni media Ukrainy : Zakon Ukrainy, 2021). Дослідження проводилося за період від 24 лютого 2022 року до 25 липня 2023 року.

The dataset may be found by the link: Mendeley Data, <https://doi.org/10.7910/DVN/ISNBTM>

Results

Through content analysis, it was found that among the 32 nationwide TV channels, popular science content is broadcasted on 5 channels: "Мега", "Ми-Україна", "Enter-фільм", "5 Channel", and "Піксель". Occasionally, interviews with scientists can also be seen on "Суспільне

Культура”. Previously, popular science content was also present on Suspilne (“UA: Перший”), “1+1”, “ПлюсПлюс”, and “5 Channel”.

Below is a more detailed description of the qualitative and quantitative content related to popular science on television channels.

“**UA: Перший**” is the central channel of the National Public Broadcasting Company of Ukraine. In July 2020, the program “Шо? Як?” was launched on the channel. It was a popular science show for children and teenagers, where the robot Yuki and her assistant, geneticist, and gerontologist Oleksandr Kolyada, explained various phenomena from a scientific point of view. A total of 12 episodes were produced, but production was discontinued in August.

“**Рада**” is a nationwide state information and analytical television channel that covers the activities of the Verkhovna Rada (Parliament) of Ukraine, its committees, commissions, and Ukrainian MPs. Its programming does not include the creation of popular science content.

“**1+1**” is a nationwide channel that broadcasts programs of various genres. In December 2021, it produced a series of four popular science films called “Mysterious Manuscripts. Ukraine. The Return of Its History.”

“**Суспільне Культура**” is a nationwide public television channel and online media outlet under the National Public Broadcasting Company of Ukraine, focused on cultural and educational topics. It creates the program “Культурний інстинкт” (Cultural Instinct), and occasionally features popularizers of history, such as Oleksandr Alfiorov and Volodymyr Viatrovych.

“**ICTV**” is a nationwide television channel belonging to the media holding company “Starlight Media.” It does not have any popular science programs.

“**СТБ**”, like ICTV, is a nationwide television channel owned by the media holding company “Starlight Media.” It also lacks popular science programs.

“**Інтер**” is an information and entertainment television channel in Ukraine, owned by oligarch Dmytro Firtash and politician Serhii Lyovochkin. It does not broadcast any popular science programs.

“**УНАН-TV**” is positioned as a Ukrainian enlightening-informational television channel. It is part of “1+1 Media,” which is owned by Ukrainian oligarch Ihor Kolomoisky. Despite this, it does not have any popular science programs.

“**Бігуді**”. Part of “1+1 Media.” The TV channel is oriented towards a female audience. Its programming includes Ukrainian and foreign TV series and cartoons. Scientific and educational programs are not present on the channel.

“**Армія TV**”. A nationwide state-owned TV channel focused on military themes, owned by the Ministry of Defence of Ukraine. The channel's specific content does not include scientific or educational material.

“**Новий Channel**”. A Ukrainian entertainment TV channel. It is part of the media holding “Starlight Media,” owned by Ukrainian oligarch Viktor Pinchuk. Scientific and educational programs are not broadcasted on this channel.

“**ТЕТ**”. A nationwide entertainment TV channel, part of the media conglomerate “1+1 Media.” Scientific and educational content is not available on this channel.

“**2+2**”. A nationwide TV channel belonging to the media conglomerate “1+1 Media,” which is owned by oligarch Igor Kolomoisky. The channel is aimed at viewers aged 18 to 35. Scientific and educational programs are absent on this channel.

“**М1**”. A nationwide music TV channel that broadcasts music videos and entertainment programs. It is part of the media holdings “Starlight Media” and “TAVR Media.” The channel's nature does not involve the creation of scientific or educational content.

“**НТН**”. A Ukrainian nationwide TV channel belonging to the media conglomerate Inter Media Group. Scientific and educational content is not present on this channel.

“**Мега**”. This is a Ukrainian popular science channel under the “Inter Media Group” holding. It airs informative documentary series, original projects, fiction films, and historical TV shows

from international networks like BBC, National Geographic Channel, History, Discovery Channel, Animal Planet, and Cineflix. Some of the popular science programs on this channel include:

- "Unexpected History" - a historical documentary project produced jointly by the UK and the USA, created in 2013.
- "How the Universe Works" - a scientific documentary series that was originally broadcast on the Discovery Channel in 2010.
- "Ukraine: Forgotten History" - a Ukrainian documentary series about the history of Ukraine, presented by Andriy Romanidi, with scriptwriting by Iryna Chmola. Each episode delves into significant events in Ukrainian history using reconstructions and commentary from Ukrainian political scientists, historians, cultural experts, and journalists. Production took place in 2012-2013.
- "Secrets of the Deep with Jeremy Wade" - an American project exploring seas and oceans, filmed in 2020-2022.

"ПлюсПлюс". This is a nationwide children's channel owned by the "1+1 Media" media conglomerate. The channel used to broadcast the following popular science projects:

- "The World Awaits Discovery" - an animated series about various scientific discoveries around the world, concluded in 2019.
- "ЕКО ПлюсПлюс" - short educational stories about the harm we cause to the environment every day, concluded in 2020.

"Ми — Україна". This is a nationwide information channel composed of former employees of the closed channels "Ukraine" and "Ukraine 24," previously owned by Ukrainian oligarch Rinat Akhmetov. The channel produces its own popular science program: "Paragraph" - an author's project by Ukrainian TV presenter Yulia Halushka. It reveals the historical truth behind the eternal contradictions between Ukraine and Russia.

"1+1 Україна". A nationwide television channel. It is part of the media conglomerate "1+1 Media." Scientific-popular content is absent on the channel.

"ICTV2". An entertainment channel belonging to the media conglomerate "Starlight Media." Scientific-popular content is absent on the channel.

"ОЦЕ TV". A nationwide entertainment channel that is part of the media conglomerate "Starlight Media." It was created as a rebranding of the "QTV" channel in 2017. Scientific-popular content is absent on the channel.

"К1". A nationwide entertainment channel targeted towards a young audience. It belongs to the media conglomerate "Inter Media Group." Scientific-popular content is absent on the channel.

"К2". A Ukrainian women's channel, targeting women aged 18-50. It belongs to the media conglomerate "Inter Media Group." Scientific-popular content is absent on the channel.

"Zoom". A Ukrainian entertainment channel of the media conglomerate "Inter Media Group." Scientific-popular content is absent on the channel.

"Прямий". A Ukrainian informational channel created on August 24, 2017, in place of the "Tonis" channel, operating in the infotainment format. Scientific-popular content is absent on the channel.

"Еспресо TV". A nationwide informational channel established in November 2013. Scientific-popular content is absent on the channel.

"ХSPORT". A nationwide sports and educational channel. The channel's nature does not involve creating scientific-popular content.

"Enter-фільм". A nationwide film channel. It is part of the media conglomerate "Inter Media Group." The channel airs the series "Ukraine: The Forgotten History." It is a Ukrainian documentary series about the history of Ukraine, hosted by Andriy Romanidi. The series premiered in 2012 and was filmed until 2013.

"Піксель TV". A Ukrainian children's television channel. It belongs to the Inter Media Group. The channel broadcasts the Ukrainian-produced program "I Want to Know Everything" for children.

“5 Channel”. A Ukrainian informational and educational channel. From 2003 to 2021, it was owned by the 5th President of Ukraine, Petro Poroshenko. Currently, the channel airs the scientific-popular project "Time Machine." It is a historical program that talks about significant figures that influenced history, featuring unique archival documents shedding light on modern history.

“TAK TV”. A Ukrainian informational channel. Scientific-popular programs are absent on the channel.

“Сонце”. A nationwide entertainment channel. Scientific-popular programs are absent on the channel.

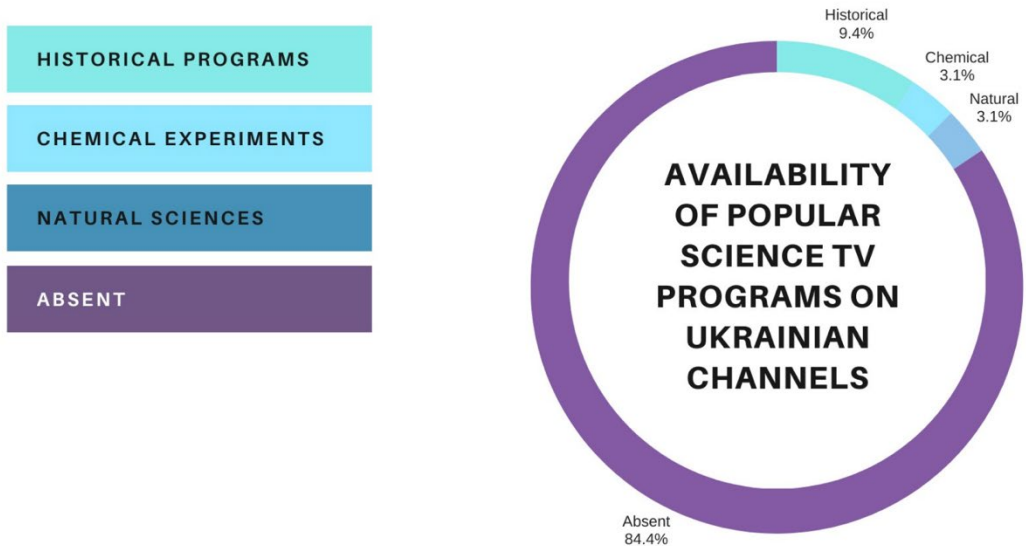


Figure 3. Availability of popular science TV programs on Ukrainian channels. Source: own research

Thus, we found that currently on Ukrainian television, science-popular programs are only broadcasted on 5 channels (15.6%). Among them, 4 channels produce their own content (“Ми-Україна”, “Enter фільм”, “Піксель TV”, “5 Channel”), out of which 3 channels air historical programs, and “Піксель TV” creates a project for children about chemical experiments. The “Мера” channel broadcasts foreign-produced programs mainly related to natural sciences. The remaining 27 channels produce entertainment or news content, while specialized channels like “XSPOРТ” or “М1” air sports and music programs, respectively (Figure 3).

On the “Ми-Україна” channel, the "Paragraph" project is broadcasted on the channel's YouTube page, since the television airtime is filled with the informational marathon "Yedyni Novyny".

The “5 Channel” airs the program "Time Machine" every Sunday at 8:00 PM (prime time) and on their YouTube channel (a separate version was not created for the YouTube channel, but the entire television episode was published).

The “Мера” channel is not present in the marathon, and throughout the day, the channel broadcasts scientific-popular projects, mostly of foreign production. However, their YouTube channel has been inactive for the past year.

“Enter-фільм”, like “Мера”, is not part of the United Marathon. It broadcasts the historical series "Ukraine: The Forgotten History" every day at 8:45 AM.

“Піксель TV” also does not participate in the television marathon. It broadcasts the program for children of Ukrainian production "I Want to Know Everything" every day at 1:50 AM and 10:30 AM.

Conclusions

The research revealed that only 5 out of 32 television channels broadcast scientific-popular programs, which constitutes 15.6% of the total number of channels. This percentage matches the results obtained by Maria Kuznetsova in 2016, indicating that the increase in scientific-popular content on linear television is not happening. Additionally, 3 out of 5 (60%) of these channels air exclusively historical programs, while the Mera channel also has a significant portion of historical programs, but it also broadcasts programs related to natural and technical sciences. This imbalance with a focus on historical themes can be explained by the increased interest among Ukrainians in the context of certain events after Russia's invasion of Ukraine in 2014 and the full-scale war in 2022.

The analysis of the broadcast schedule of the channels showed that only two channels broadcast science-popular programs during prime time. Such a low percentage of scientific-popular content presence on television and its almost complete absence during prime time indicates that Ukrainian television does not give due attention to such projects.

It was also found that only one channel, “Mera”, broadcasts foreign-produced content, while the other four channels produce their own content. This trend shows that journalists are trying to develop scientific-popular programs, but for now, they are mainly focused on historical topics.

The analysis of literature has shown that popular science television programs around the world have been used not only as a tool for educating the population, but also as a significant political influence tool to emphasize the prestige of the country. Besides, it helped to shape national identity. A strong case of this is Israel, which, after the Six Day War, deployed television in the occupied lands inhabited by Palestinians. One of the elements that served as positive propaganda for Israel was the popular science programs that were broadcast in prime time. Literature data also showed that a certain percentage of viewers (7.7%) continue to consume Russian popular science content, including historical programs, which requires special attention from media professionals.

Acknowledgments

I would like to express my appreciation to Oles Goian for all his help with preparing this article at a time when the subject is of such considerable relevance and importance.

Data Availability

Dataset file is available from: the Mendeley Data <https://doi.org/10.7910/DVN/ISNBTM>

References

- Derzhspetszviazku: Tsyfrovyy efir «Espresso», Priamoho ta 5 kanalu vidkliuchyly na vykonannya rishennia RNBO [State Special Communication Service: Digital broadcasting of Espresso, Pryamy and Channel 5 was cut off to implement the NSDC decision]. (2022). Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/199070/2022-05-09-derzhspetszviazku-tsyfrovyy-efir-espresso-pryamogo-ta-5-kanalu-vidklyuchyly-na-vykonannya-rishennya-rnbo/>
- «My – Ukraina»: kolyshni mediinyky Akhmetova zareiestruvaly svoiu kompaniiu. detector.media. Detector media. ["We are Ukraine": Akhmetov's former media workers register their own company] (2022). Retrieved from <https://detector.media/rinok/article/203254/2022-09-29-my-ukraina-kolyshni-mediynyky-akhmetova-zareiestruvaly-svoyu-kompaniyu/>

- Funk, C. (2020, August 27). How Americans get science news and information. Pew Research Center's Journalism Project. <https://www.pewresearch.org/journalism/2017/09/20/science-news-and-information-today/>
- Goian O. & Kravchenko R. (2021). Naukovo-populiarne telebachennia yak sotsialne zamovlennia ta osvithnia model: dosvid Ukrainy. [Popular science television as a social order and educational model: the experience of Ukraine] Knowledge, Education, Law, Management, 4 (40), 130–137. <https://doi.org/10.51647/kelm.2021.4.21>.
- Katz-Kimchi, M. (2012). Screening science, producing the nation: popular science programs on Israeli television (1968–88). Media, Culture & Society, 34(5), 519–536. <https://doi.org/10.1177/0163443712442699>
- Kocherhan M. (2008). Movna sytuatsiia i movna polityka v Ukraini [Language situation and language policy in Ukraine]. Svitohliad. 2. 19 <https://www.mao.kiev.ua/biblio/jscans/svitohliad/svit-2008-10-2/svit-2008-10-2-18-cochergan.pdf>
- Kravchenko, R. (2023). Tendentsiia rozvytku naukovo-populiarnykh YouTube-kanaliv v Ukraini: porivniannia audytarii 2022-2023 rr [Trend of popular science YouTube channels in Ukraine: comparison of audiences in 2022-2023]. Science and technology: problems, prospects and innovations. 153-157 <https://sci-conf.com.ua/x-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-science-and-technology-problems-prospects-and-innovations-6-8-07-2023-osaka-yaponiya-arhiv/>
- Kravchenko R. (2023). Portret audytarii naukovo-populiarnykh prohram v Ukraini [Portrait of the audience of popular science programs in Ukraine]. Rozvytok naukovoï dumky: aktualni pytannia, dosiahnennia ta innovatsii. 77-81 <https://molodyivchenyi.ua/omp/index.php/conference/catalog/download/33/670/1377-1?inline=1>
- Kravchenko, R. (2022). Ukrainian scientific TV programs and YouTube channels as a distraction from war news on Russia's invasion of Ukraine: a survey-based observational study and a content analysis. Science Editing, 9(2), 136-141. <https://doi.org/10.6087/kcse.278>
- Kuznetsova M. M. (2016) Tematychnie spriamuvannia ta mistse v suchasnomu ukrainskomu teleprostori naukovopopuliarnykh prohram [Thematic direction and place in the modern Ukrainian TV space of popular science programs]. Zbirnyk prats Naukovo-doslidnoho instytutu presoznavstva. 6. 321-332. http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZPNDZP_2016_6_25
- Kyrylova, O. (2021). Naukova ta naukovo-populiarna zhurnalistyka: skladnoshchi definitsii poniat i typolohizatsii media. [Scientific and popular science journalism: the difficulties of defining concepts and typologizing media] Synopsys: tekst, kontekst, media. 27(3), 141-148. <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2021.3.3>
- Verhovna Rada. (2021). Pro suspilni media Ukrainy : Zakon Ukrainy stanom na 23 lyp. 2021 r. [The Law of Ukraine On Public Media of Ukraine]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text>
- Shevchenko, D. A., & Kovtun, N. O. (2017). Problematyka naukovo-populiarnykh prohram telekanalu «Meha» [Issues of popular science programs on Mega TV channel]. Aktualni Problemy Pryrodnychkykh I Humanitarnykh Nauk U Doslidzhenniakh Molodykh Uchenykh «Rodzynka–2019». 352-354 https://eprints.edu.edu.ua/3384/1/rodzinka_2_2019-352-354.pdf
- Most popular contemporary TV shows in the United Kingdom (UK) 2022. Statista. (2022). Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/1025501/most-popular-contemporary-tv-shows-in-the-uk/>
- President of Ukraine. (2022) Ukaz prezidenta Ukrainy №151/2022. [Presidential Decree №151/2022]. Retrieved from <https://www.president.gov.ua/documents/1512022-41757>
- President of Ukraine. (2022) Ukaz prezidenta Ukrainy №152/2022. [Presidential Decree №152/2022]. Retrieved from <https://www.president.gov.ua/documents/1522022-41761>

- Usatenko H. (2011). Ukrainska/rosiiska mova televiziinykh shou. [Ukrainian/Russian language of TV shows]. Radio Liberty. Retrieved from <https://www.radiosvoboda.org/a/2268195.html>
- Wikimedia (2023). Spysok ukrainskykh telekanaliv. [List of TV channels in Ukraine] Retrieved from https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA_%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D1%85_%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B2#cite_note-4

Academic journal

Current Issues of Mass Communication Issue 34 (2023)

Journal's website: <https://cimc.knu.ua/index>

The journal is indexed in and available on
the websites of the academic databases and libraries:

<https://doaj.org> (Directory of Open Access Journals);
<http://www.indexcopernicus.com> (Index Copernicus International);
<https://www.ceeol.com> (Central and Eastern European Online Library);
<http://www.nbu.gov.ua> (Vernadsky National Library of Ukraine);
<http://www.library.univ.kiev.ua> (Maksymovych Scientific Library);
<https://dbh.nsd.uib.no/publiseringskanaler/erihplus/> (Erih Plus);
<https://www.base-search.net> (Bielefeld Academic Search Engine);
<https://ouci.dntb.gov.ua> (OUCI);
<https://www.worldcat.org> (WorldCaT);
<https://www.crossref.org/> (Crossref);
<https://www.citefactor.org/> (Citefactor);
<https://www.base-search.net> (BASE);
<https://portal.issn.org/> (ISSN Portal);
<http://www.sindexs.org/> (Scientific Indexing Services);
<https://www.scilit.net/> (Scilit);
<https://explore.openaire.eu/> (Open AIRE. Explore);
<https://www.lens.org/> (LENS.ORG);
<https://accesson.kisti.re.kr/> (Accesson. Korea Open Access platform for researchers);
<https://fatcat.wiki/> (Fatcat);
<https://hinari.summon.serialssolutions.com/> (Research4Life);
<https://idiscover.lib.cam.ac.uk/> (iDiscover);
<https://find.library.unisa.edu.au/> (University of South Australia);
<https://primo-pmtna02.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/> (University of
Saskatchewan);
<https://bvb-new-primo.hosted.exlibrisgroup.com/> (Biblioteks Verbund Bayern);
<https://www.ceeol.com/> (Central and Eastern European Online Library).

Conventional printed sheets: 10,0; circulation: 100.

Editorial:

Educational and Scientific Institute of Journalism
Taras Shevchenko National University of Kyiv
36/1 Yurii Illienko St., Kyiv, 04119, Ukraine
Phone: (+38044) 481 4548. Fax: (+38044) 483 0981.
Web: <https://cimc.knu.ua/index>. Email: office.cimc@knu.ua

Publisher:

Taras Shevchenko National University of Kyiv
office 102, 36/1 Yurii Illienko St., Kyiv, 04119, Ukraine
тел. 481-45-48; email: support.cimc@knu.ua

*The author's copy of the journal is sent to the address,
provided by the author, at her/his expense.*

Наукове видання

Актуальні питання масової комунікації

Випуск 34

2023 рік

Науковий журнал

Веб-сайт журналу: <https://cimc.knu.ua/index>

Журнал індексується і доступний на академічних веб-ресурсах:

<https://doaj.org> (Directory of Open Access Journals)
<http://www.indexcopernicus.com> (Індекс Копернікус);
<https://www.ceeol.com> (Центрально-східноєвропейська онлайн бібліотека);
<http://www.nbuv.gov.ua> (ЦНБУ ім. В. І. Вернадського);
<http://www.library.univ.kiev.ua> (Наукова бібліотека ім. М. Максимовича);
<https://dbh.nsd.uib.no/publiseringskanaler/erihplus/> (Erih Plus);
<https://www.base-search.net> (Bielefeld Academic Search Engine);
<https://ouci.dntb.gov.ua> (OUCI);
<https://www.worldcat.org> (WorldCat);
<https://www.crossref.org/> (Crossref);
<https://www.citefactor.org/> (Citefactor);
<https://www.base-search.net> (BASE);
<https://portal.issn.org/> (ISSN Portal);
<http://www.sindexs.org/> (Scientific Indexing Services);
<https://www.scilit.net/> (Scilit);
<https://explore.openaire.eu/> (Open AIRE. Explore);
<https://www.lens.org/> (LENS.ORG);
<https://accesson.kisti.re.kr/> (Accesson. Korea Open Access platform for researchers);
<https://fatcat.wiki/> (Fatcat);
<https://hinari.summon.serialssolutions.com/> (Research4Life);
<https://idiscover.lib.cam.ac.uk/> (iDiscover);
<https://find.library.unisa.edu.au/> (University of South Australia);
<https://primo-pmtna02.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/> (University of Saskatchewan);
<https://bvb-new-primo.hosted.exlibrisgroup.com/> (Biblioteks Verbund Bayern);
<https://www.ceeol.com/> (Central and Eastern European Online Library).

Ум. друк. арк. 10,0. Наклад 100 пр.

Адреса редакції:

Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка,
вул. Юрія Ілленка, 36/1, м. Київ, 04119
Тел.: (+38044) 4814548. Факс: (+38044) 4830981.
Web: <https://cimc.knu.ua/index>. Email: office.cimc@knu.ua

Видавець:

Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
кімн. 102, вул. Юрія Ілленка, 36/1, м. Київ, 04119
тел. 481-45-48; email: support.cimc@knu.ua
*Авторський примірник журналу надсилається на вказану
автором адресу за його кошти.*