

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД**  
**«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**  
**Кафедра міжнародних відносин та журналістики**  
**Спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та**  
**регіональні студії»**  
**Магістерська дипломна робота**  
**на тему**  
**«Публіцистична складова у журналістських матеріалах з міжнародної**  
**тематики»**

Студент, групи МЖУР-22.

Науковий керівник:

**Доктор політичних наук, професор**

(вчене звання або посада, якщо немає звання)

**Шатило Лев**

**Владиславович**

(прізвище, ім'я та по батькові)

**Ткач Дмитро Іванович**

(прізвище, ім'я та по батькові)

\_\_\_\_\_  
(підпис здобувача)

\_\_\_\_\_  
(дата)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

м. Київ – 2023 рік

<b>ЗМІСТ</b>	
<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1</b> .....	6
<b>1.1.Поняття та характеристика публіцистики.</b> .....	6
<b>1.2.Функції та особливості публіцистичного стилю в журналістиці.</b> <b>Роль публіцистики у формуванні громадської думки.</b> .....	8
<b>1.3.Науково-публіцистична спадщина українських публіцистів.</b> .....	16
<b>РОЗДІЛ 2</b> .....	27
<b>2.1.Типи публіцистичних журналістських матеріалів в міжнародній  тематиці.</b> .....	27
<b>2.2. Вимоги до журналістських матеріалів, особливості оформлення та  структура</b> .....	41
<b>2.3.Міжнаціональні культурні та соціальні взаємодії: вплив  публіцистичної складової на сприйняття інформації та усвідомлення  глобальних проблем.</b> .....	45
<b>РОЗДІЛ 3</b> .....	58
<b>3.1.Використання публіцистики для аналізу особливостей та  критеріїв, що визначають новини в міжнародній журналістиці.</b> .....	58
<b>3.2.Роль публіцистичної складової у визначенні аспектів  функціонування світових ЗМІ.</b> .....	63
<b>3.3. Взаємодія публіцистики та інформаційної безпеки у світі, зокрема,  у виявленні та протидії дезінформації.</b> .....	72
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	81
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:</b> .....	85

## ВСТУП

**Тема магістерської роботи:** «Публіцистична складова у журналістських матеріалах з міжнародної тематики».

**Актуальність роботи.** Висвітлюючи міжнародні аспекти, журналісти впливають на формування глобальної громадської думки та сприяють визначенню етичних стандартів міжнародного журналізму. Дослідження та аналіз публіцистичної складової в журналістських матеріалах з міжнародної тематики є важливим для розуміння того, як формується та подається інформація в глобальному контексті.

**Ступінь наукової розробки.** У своїй роботі я здійснив аналіз публіцистичної складової в журналістських матеріалах з міжнародної тематики, зосередившись на внеску видатних українських дослідників: Володимира Здоровеги, Івана Франка, Сергія Єфремова, Олесь Гончара та Володимира Різуна. Кожен із цих авторів відіграв значущу роль у розвитку публіцистичних традицій і впливі на громадську думку, пропонуючи унікальний внесок в контексті міжнародної журналістики.

Таким чином, аналіз робіт цих авторів дозволив глибше зрозуміти різноманітні аспекти публіцистики в контексті міжнародних журналістських матеріалів, висвітлюючи їхній вплив на формування громадської думки та інформаційного простору.

**Мета дослідження.** Дослідити публіцистичну складову журналістських матеріалах з міжнародної тематики. Дослідження спрямоване на розкриття особливостей використання публіцистичних елементів та методів у журналістських матеріалах з міжнародної тематики.

### **Завдання дипломної роботи:**

1. Описати теоретичні підходи щодо публіцистичної складової у журналістських матеріалах.
2. Визначити особливості публіцистичної складової в журналістських матеріалах.

3. Проаналізувати публіцистичні елементи та методи, які використовуються в журналістських матеріалах з міжнародної тематики.

4. Визначити вплив публіцистичної складової на розкриття теми у журналістських матеріалах з міжнародної тематики.

5. Порівняти закордонні та вітчизняні журналістські матеріали публіцистичної спрямованості на/з міжнародної тематики.

**Об'єктом дослідження** є журналістські матеріали з міжнародної тематики.

**Предметом дослідження** є публіцистична складова журналістських матеріалів з міжнародної тематики.

**Наукові методи дослідження.**

Теоретико-бібліографічний аналіз дав змогу дослідити основні напрямки дослідження зі сфери публіцистики у роботах провідних вітчизняних авторів у галузях публіцистики та теорії журналістики.

Метод синтезу використаний для об'єднання різних аспектів та підходів до розуміння публіцистичної складової у журналістських матеріалах.

Емпіричний метод дослідження був використаний задля вивчення конкретних прикладів публіцистичної складової, виокремлення патернів у публікаціях закордонних та вітчизняних журналістів.

Загальнонаукові методи дедукції та індукції були застосовані задля виділення загальних (дедукція) та конкретних випадків (індукція) використання публіцистичної складової у журналістських матеріалах з міжнародної тематики.

Логічний аналіз дав змогу визначити логічні зв'язки між основними тезами, аргументами та висновками у журналістських матеріалах.

Порівняльний метод аналізу дозволив визначити ключові відмінності та спільні риси застосування публіцистичної складової у матеріалах закордонних та вітчизняних журналістів.

**Наукова новизна одержаних результатів.**

Глибинний аналіз впливу публіцистичного стилю на сприйняття міжнародних новин: вивчення особливостей публіцистичного стилю у

міжнародних новинах, яке дає нове розуміння того, як різні нарративні техніки та риторичні засоби впливають на сприйняття аудиторією глобальних подій.

Інноваційний підхід до аналізу контенту: розробка нових методів аналізу для оцінки публіцистичної складової в міжнародних журналістських матеріалах, що поєднує класичні літературні та сучасні цифрові аналітичні інструменти.

Вивчення впливу культурних та регіональних особливостей: дослідження того, як культурні та регіональні відмінності впливають на формування публіцистичної складової в міжнародних новинах, відкриваючи нові перспективи у розумінні міжкультурної комунікації.

Аналіз взаємозв'язку між публіцистикою та інформаційними тенденціями: дослідження, як публіцистичні елементи у журналістських матеріалах впливають на формування громадської думки та інформаційних трендів у контексті міжнародної журналістики.

Розробка рекомендацій для медіа-практиків: представлення конкретних рекомендацій для журналістів та редакторів щодо інтеграції публіцистичних елементів у міжнародні новинні матеріали, що сприяє підвищенню якості та глибини журналістського контенту.

**Практична значущість одержаних результатів.** Робота може надати уявлення про те, як публіцистичний стиль впливає на сприйняття та розуміння міжнародних подій. Це може бути корисно для журналістів, освітян та політиків, які прагнуть ефективно донести складні глобальні питання. Матеріали дипломної роботи можуть бути використанні в навчальному процесі під час викладання дисциплін пов'язаних із міжнародною журналістикою.

**Структура та обсяг роботи.** Дана робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел і літератури. Загальний обсяг роботи складає дев'яносто одну сторінку та має шістдесят одну кількість використаних джерел.

## РОЗДІЛ 1

### Теоретичні основи публіцистичної складової у журналістських матеріалах

#### 1.1. Поняття та характеристика публіцистики.

Публіцистика є особливим жанром творчої діяльності, який тісно пов'язаний з мистецтвом, філософією, наукою, релігією та історією, і вона скерована на висвітлення актуальних питань та явищ щоденного суспільного життя. Публіцистика включає в себе літературну критику як один із своїх різновидів. Як у критиці, так і в публіцистиці дійсні проблеми суспільного життя розглядаються у контексті реальності, і обидва жанри спрямовані на естетичне виховання та формування громадської думки. У цих жанрах суспільні явища оцінюються з позицій суспільних і естетичних ідеалів. Існують різні точки зору серед вчених щодо сутності публіцистики, проте загальна згода в тому, що це складне і суперечливе явище, яке впливає на суспільну свідомість та формує думку окремої особи. Важливо пам'ятати, що публіцистика має властивість бути активною, динамічною та гнучкою, і вона може впливати на особистість як позитивно, так і негативно. У публіцистиці існують різні види творів, включаючи наукові, філософські та художні, які можуть мати різну ступінь вираженої публіцистичності. Крім того, важливо зазначити, що публіцистика є одним із видів мас-медійної інформації, і вона служить для інформування, пояснення та керування соціальними процесами, проте робить це у свій унікальний спосіб.

Публіцистика розглядає події і факти, спонукає до певних висновків та дій, акцентує увагу на повсякденних, на перший погляд, явищах, спонукаючи бачити їх у новому світлі та розуміти їх прихований сенс. Публіцистичні твори відзначаються емоційністю, якщо потрібно, пристрасністю і пафосом, а також вони споріднені з ораторським мистецтвом. Вони підходять до проблеми з несподіваного ракурсу, пропонують нову думку та нестандартний підхід до мислення, навіть до парадоксальності. Публіцистика володіє вмінням висловлювати ідеї точно, доступно, виразно, образно і майстерно від точки зору мовлення.

На відміну від художньої літератури, яка використовує уявлення та створює образи персонажів, які існують у вигаданих ситуаціях, публіцистика завжди базується на реальних фактах. У публіцистичних творах може бути наявний авторський домисел, але лише в рамках добре відомих реальних подій. Публіцистичний твір відразу відображає авторську позицію. В авторському наративі публіцистичного твору відображаються і авторський замисел, і авторська позиція, і автор вводить себе в роль учасника подій. На відміну від художнього твору, де реальний автор і автор-ліричний герой можуть не збігатися, у публіцистиці автор-оповідач і автор-реальна особа – це одна і та ж сама людина. Це виражається у відвертості авторського "я", в документальності матеріалу та в емоційному стилі подачі інформації. Читач публіцистичного твору, свідомо чи навіть навмисно, має відчутти співпереживання з автором і підтримувати його погляд на певну проблему (будь то політична, соціальна, економічна, наукова, культурна, етично-моральна тощо), зацікавлено спостерігати за процесом мислення публіциста, погоджуючись або заперечуючи. [1, с. 8]

О. Коновець розрізняє дві основні функції публіцистичного тексту – філософсько-світоглядну та культурологічну. Перша з цих функцій полягає у висвітленні та популяризації ідей або знань, які мають потенціал впливу на формування національного світогляду, особливо у зв'язку з новими потребами національного мислення. Друга функція полягає в передачі читачам певних аспектів духовних традицій, морально-естетичних цінностей та моральних ідеалів, які відзначає автор, а також у спробі залучити читача до естетики наукового дослідження та виховати його на прикладах життя та досягнень видатних представників вітчизняної культури. Історія національної публіцистики може бути розглянута як історія довгострокової боротьби передових людей свого часу за свободу висловлювання власних поглядів, за збереження рідної мови та національної гідності. Те, що ми сприймаємо як людський аспект у публіцистичному тексті, виражається в певному протистоянні та балансуванні між природними та соціальними аспектами у людині. Цей аспект

є важливим для філософського розуміння суті публіцистики і виражається як принципова основа у проблемі писемної культури загалом. [2, с. 15]

Дослідження української публіцистичної спадщини показують, що національна публіцистика як феномен відображає особливості та потенціал людської природи у вигляді сукупності соціально-історичних та культурних цінностей. Публіцистика виражає те, що має особливе значення для людини та те, без чого вона не може бачити сенс та суть свого існування. Саме в роки, коли певні цінності в суспільстві стають об'єктом конфлікту між новим і старим, між справжньою культурою та псевдокультурою, публіцистика виконує свою роль.

Завдання, які виникли перед українським народом в публіцистиці наприкінці XIX – на початку XX століття, а також нові цілі, які висунули публіцисти того періоду, призвели до народження нового покоління інтелектуалів, які "провели революцію в національному житті", як зазначав Іван Франко. Цих представників "твердої ери в майбутньому нашої нації" він називав "молодою Україною". [3, с. 476]

## **1.2. Функції та особливості публіцистичного стилю в журналістиці. Роль публіцистики у формуванні громадської думки.**

Основні завдання публіцистики включають:

- формування громадської думки;
- вплив на зміни або збереження соціальних стандартів та оцінок в суспільстві.

Публіцист не обмежується лише описом фактів чи повідомленням про актуальні проблеми. Він також роз'яснює і переконує, веде полеміку та розкриває питання, закликає до акції, агітує та поширює ідеї. Публіцистика об'єднує в собі лексичні та стилістичні особливості наукових досліджень та риторичного мовлення, поєднує спонтанну жвавість усного висловлювання з літературною виразністю.

Що характеризує провідні твори публіцистики? Спрямованість до досягнення певної мети, що передбачає дослідження актуальних фактів і подій, а потім роздуми над методами досягнення цієї мети. Публіцист викладає свої

думки абстрактно-логічно, чітко та образно. Ще однією важливою рисою публіцистичного підходу є його "лабораторність". Публіцист майже ділиться своїми думками зі всією громадськістю, оскільки його мета - переконати читача. Він не лише представляє результати, а й процес пошуку істини, разом з усіма його труднощами, сумнівами і можливими помилками. Лабораторія публіциста відкрита для всіх і в особливостях проявляється у мистецтві телепубліцистики, де глядачі можуть спостерігати за процесом мислення автора. [60, с. 4]

Ще однією важливою рисою публіцистики є поєднання понять та образів. Під час розробки ідеї твору автор поєднує процеси життєвих спостережень, логічний аналіз реальності та виникнення образних елементів і деталей. Цей процес є надзвичайно складним і не розкладається на відокремлені компоненти через свою творчу природу.

Таким чином, публіцистика включає в себе ряд важливих функцій, таких як формування громадської думки та вплив на соціальні зміни, і характеризується особливим методом, який поєднує аналітичні, літературні, та риторичні елементи для досягнення своєї мети та впливу на аудиторію. [4, с. 6].

Розвиток публіцистичного стилю в Україні тісно пов'язаний із історією української літературної мови. Публіцистичний стиль є складовою частиною української мови і елементи публіцистики можна відслідкувати навіть у старій слов'яно-руській літературній мові XVII століття.

В гострій літературі того періоду відображено національно-визвольний рух українського народу та його боротьбу проти польського панування та турецьких вторгнень. Також існували спроби виокремлення публіцистичної мови, включаючи розширення вживання української літературної мови в різних галузях. Подальший розвиток української літературної мови та стилів був суттєвим завданням прогресивної української публіцистики, яка представлена працями видатних публіцистів того часу. [5, с. 26]

Важливий внесок у збагачення української літературної мови і стилів зробив розвиток прогресивної української публіцистики, зокрема публіцистична та літературно-критична діяльність відомих письменників та журналістів. Це

сприяло введенню нових термінів наукової та суспільно-політичної лексики в українську мову. У науковій літературі публіцистичний стиль почав досліджуватися з 20-х років ХХ століття, і цей процес сприяв подальшому вдосконаленню української літературної мови та стилю. 30-ті роки відзначилися процесами граматичного нормування та стилістичного удосконалення публіцистики.

Видатні дослідники публіцистичного стилю, такі як В. Костомаров та Г. Солганник, сформулювали принцип мови газети – діалектичну єдність стандарту та експресії. Суть цього принципу полягає в тому, що у всіх газетах, у всіх жанрах і авторів газет існує ідея "конфлікту між виразністю та інформативними стандартами", яка завжди присутня у газетній мові. Публіцистичний стиль має дві важливі тісно пов'язані функції:

1) Інформування читача про найважливіші події в житті країни та за її межами точно, доступно і яскраво.

2) Вплив на читача, формування його ставлення до повідомлених фактів і подій, а іноді навіть побудова певних дій. [5, с. 97]

Поступово читачі утворюють громадськість, яка в широкому розумінні представляє собою спільноту людей, які мають взаємозв'язок з державою через громадянство, громадські справи, спільні цілі з проблемами та впливають на формування політики. Американський політолог Джеймс Стімсон розрізняє два типи громадськості, які мають найбільший вплив на політику: уважну громадськість (англ. *attentive public*) та проблемну громадськість (англ. *issue public*). Функція уважної громадськості полягає в постійному моніторингу та оцінці дій уряду. Проблемна громадськість включає людей, які активно беруть участь у дебатах навколо питань державної політики, зазвичай фокусуючись на конкретній сфері політики, у якій вони мають особисті сентименти. Наприклад, особа з інвалідністю, яка не отримала доступ до якісної освіти, може виступати як лідер громадської організації, що захищає право на освіту для людей з інвалідністю.

Одного визначення на все це – немає, і це нормально. Громадська думка є

складним та різностороннім явищем. Тому, для кращого розуміння, ми повинні взяти до уваги різні спроби науковців пояснити це поняття. Далі я розкажу більше про основні риси та компоненти громадської думки, фактори, що впливають на неї, і методи дослідження громадської думки. [30]

Можливість громадського висловлення населення щодо актуальних проблем суспільного життя та вплив висловленої публічно позиції на стан суспільно-політичних відносин віддзеркалює її природу як унікального соціального інституту. [31, с. 57]

При належній освіченості та інформованості громадська думка стосовно конкретного політичного питання може виступати як компетентний та повноцінний партнер для управлінських органів. У той час як систематизація, облік та аналіз існуючої громадської думки можуть надати органам управління інформацію щодо потреб та настроїв суспільства. Громадська думка представляє собою публічно висловлене та поширене судження, яке включає в себе оцінку та виражене, як приховане, так і відкрите ставлення до конкретної події, особи чи діяльності різних груп та організацій, що цікавлять суспільство. Громадська думка визначає свідомість суспільства та виявляється через ідеї, інтереси, переконання та соціальні уявлення різних великих груп. Вона відображає колективне та індивідуальне сприйняття суспільства щодо різних аспектів життя. Також є показником розвитку демократії та взаємодії між владою та громадянами. Зростання демократичності суспільства визначається активною участю громадян у формуванні громадської думки, їхніх оцінках і судженнях, що впливають на їхню поведінку. Щоб ефективно враховувати громадську думку у прийнятті та реалізації управлінських рішень, важливо підвищувати кваліфікацію державних службовців, зокрема у галузі дослідження громадської думки. Створення спеціальних структур у владі для вивчення думок громадян, залучення незалежних аналітичних організацій та виділення фінансових ресурсів на ці цілі в державному бюджеті є важливими кроками. Розуміння важливості врахування громадської думки на різних етапах управлінського процесу є необхідним для ефективної взаємодії інститутів влади та

громадянського суспільства. Вона виступає посередником, сприяючи взаєморозумінню та демократичному розвитку суспільства.

Адже важливими функціями громадської думки виступають:

1. Інформаційна – надання інформації про світ людини, її ставлення до подій і явищ дійсності.
2. Регулятивна – формує соціальні, політичні, культурні, моральні правила і норми, цінності в суспільстві.
3. Оцінювальна – формування ціннісного судження з певного питання.
4. Експресивна, що реалізовується у впливі на державні інститути влади та органи управління.
5. Консультативна, що передбачає участь у підготовці і прийнятті певних рішень управлінськими органами, надання необхідних порад, консультацій.
6. Директивна, що полягає у винесенні рішень із суспільно важливих проблем і знаходить вияв під час виборів, референдумів, а також у різних формах самоврядування.
7. Прогностична – прогнозування суспільних змін.
8. Виховна – вплив на поведінку людини.
9. Критична – прояв незадоволення певним ладом у суспільстві через мітинги, демонстрації, страйки. [32, с. 22]

Для того, щоб осмислити інформацію і сформувати позицію, необхідно спочатку мати вихідні дані, які називаються джерелами громадської думки. До них відносяться:

- Канали неофіційної комунікації, індивідуальний досвід людей.
- Форми суспільного досвіду, відображені в різній інформації та знаннях, що сприймаються людьми.
- Канали офіційної комунікації (засоби масової комунікації, наукова інформація, система освіти, цілеспрямовані дії різних соціальних інститутів, зокрема системи зв'язків з громадськістю).
- Думки видатних публічних людей. [33, с. 41]

Науковці не мають єдиного визначення громадської думки. Це поняття трактується різним чином в залежності від того, як особа розуміє "громадськість" і враховує, чия думка вважається найбільш важливою: індивідів, груп чи еліт.

Громадськість може розглядатися просто як група людей, які поділяють щось спільне, наприклад, зв'язок з урядом і участь в суспільстві, яке стикається з конкретними проблемами, що формують основу державної політики. Однак не всі мають однаковий рівень зацікавленості в питаннях. Деякі є частинами уважної громадськості, яка активно слідкує за діяльністю уряду та політикою загалом. Інші можуть бути членами громадських обговорень, зосереджуючись на конкретних дебатах про державну політику, такі як аборти чи витрати на оборону, і ігнорують інші питання. Деякі люди можуть навіть не цікавитися політикою або її питаннями, і їхні інтереси можуть залишатися непередставленими.

Думка – це позиція, будь вона сприятлива, несприятлива, нейтральна чи невіршена, яку люди приймають по відношенню до певного політичного об'єкта, питання, дії чи лідера. Думки не є фактами, вони виражають почуття людей стосовно конкретного політичного об'єкта. Опитування, які досліджують думки людей, часто підкреслюють респондентам, що "немає правильних чи неправильних відповідей, це ваші власні думки, які мають значення". Думки пов'язані, але не зовсім ідентичні ставленням чи стійкими, загальними уподобаннями до людей, груп чи інститутів. Ставлення часто впливають на думки, наприклад: люди, які прихильно ставляться до ідеї расової рівності, підтримують державні політики, спрямовані на боротьбу з дискримінацією в повсякденні та праці.

Громадську думку можна визначити загалом як суму індивідуальних думок. Більш конкретні концепції громадської думки розглядають важливість індивідуальних, більшостю, групових чи елітарних поглядів при прийнятті політичних рішень.

Рівність індивідуальних думок може бути сприйнята як колективність окремих поглядів, де всі переконання повинні мати однаковий статус, незалежно від того, наскільки освічені ті, хто їх висловлює, або наскільки вони ознайомлені

з проблемою. Таким чином, громадська думка представляє собою зведення думок різних верств суспільства. Використання опитувань громадської думки для визначення сукупного настрою американського суспільства є основою цього підходу. Задаючи питання представникам населення США, опитувальники стверджують, що це дозволяє оцінити загальну думку населення. Прихильники цього погляду вважають, що урядові чиновники повинні враховувати як більшість, так і думки меншин при розробці політики.

Інший підхід стверджує, що громадська думка – це думка більшості на конкретне питання. У демократії вважається, що думки більшості повинні бути визначальними і контролювати процес прийняття рішень урядовими лідерами. Думки меншості вважаються менш важливими. Це узгоджується з ідеєю народних виборів, оскільки кожен громадянин має право на думку, що фактично виявляється голосуванням, щодо певного питання, політики чи лідера. Зрештою, думка більшості – тобто позиція, яка отримує найбільше голосів – вважається тією, яка має бути прийнята політиками. [34]

Отже, українські ЗМІ займають визначне місце у формуванні та розвитку політичного та суспільного життя нашої країни. Економічні, соціальні та культурні трансформації на рубежі тисячоліть вимагають посиленого інформаційного супроводу, використання передових інформаційних технологій та повного проникнення ЗМІ у всі сфери нашого життя, включаючи зовнішню політику. Незалежно від різних платформ та напрямків, система масової комунікації повинна відображати принципи загальнолюдських цінностей, підтримувати демократичні позиції та впливати на геополітичні процеси в Україні.

Особливу увагу слід звернути на активізацію ролі ЗМІ у формуванні громадської думки в умовах оновленого інформаційного суспільства. Розглядаючи вплив ЗМІ на зовнішню політику України, можна виділити декілька аспектів:

1. ЗМІ є ключовими учасниками глобальних обговорень, таких як співробітництво та інтеграція України до міжнародних структур, порушення

прав людини, охорона навколишнього середовища, боротьба зі СНІДом, заборона зброї масового ураження тощо.

2. Українські ЗМІ служать швидким та оперативним джерелом інформації, наданням важливих новин через такі агенції як УНІАН, Інтерфакс-Україна, телеканали "Інтер", "1 + 1", "СТБ" та радіостанції "Довіра" та інші.

3. ЗМІ впливають на формування зовнішньополітичного курсу країни та активно сприяють обговоренню цього питання в суспільстві.

4. Українські ЗМІ виступають важливим інструментом для представлення нашої держави на міжнародній арені та сприяють її утвердженню у світовій спільноті.

Такий підхід до ролі ЗМІ дозволяє їм не лише брати активну участь в подіях, а й впливати на глобальні процеси, які відбуваються в Україні.

Особливе значення у формуванні відношення аудиторії до подій, які мають місце в Україні чи за її межами, належить періодичній пресі. У зв'язку з тривалим перехідним періодом в історії України, всі економічні та політичні труднощі впливають на роботу друкованих ЗМІ. Криза в українській періодиці, набуваючи глобального масштабу, суттєво вплинула на функціонування численних видань, які, не без труднощів, утримуються, відчуваючи тиск владних структур.

Однак на сьогодні можна констатувати наявність видань, які вдало пережили кризовий період і зуміли підняти тиражі, займаючи власне місце на ринку українських друкованих ЗМІ. Саме ці видання привертають нашу увагу. Вони оперативно реагують на всі соціальні трансформації, не лише інформуючи про події, але й проводячи аналіз, представляючи різні точки зору. Українська преса сприяє конструктивній дискусії, змушуючи своїх читачів ретельно розглядати важливі теми, що висвітлюються в конкретному виданні, робити власні висновки, включаючи аспекти зовнішньополітичної діяльності держави.

[35]

В сучасних умовах глобального розвитку інститути громадянського суспільства набувають все більшої важливості. Фахівці вважають, що Європа виступає одним з провідних регіонів, де громадянське суспільство досягло

високого рівня розвитку. Активний вплив громадянського суспільства на соціальні відносини в Європі пов'язаний із високим рівнем демократизації, підвищенням культурного та освітнього рівня населення, а також процесами глобалізації. Зростання ролі громадянського суспільства визначає необхідність формування громадської думки, яка сьогодні виступає регулятором державної політики та в певному відношенні є гарантом безпеки держави та союзу.

Громадська думка є колективним висловленням суджень людей, в якому ставлення до подій і явищ виражається у формі схвалення, осуду або вимог. Вона формується під впливом руху інформації в суспільстві, відображає людське буття та суспільну практику, виступаючи регулятором суспільної діяльності. [36, с. 186].

Найважливішу роль у формуванні та поширенні громадської думки відіграють засоби масової інформації. ЗМІ не лише інформують та повідомляють новини, але також пропагують конкретні ідеї, погляди, вчення, політичні програми, тим самим беручи участь у соціальному правлінні. Шляхом формування громадської думки, встановлення соціальних установок та впливу на переконання, ЗМІ спонукають людину до конкретних вчинків і дій.

Засоби масової інформації виступають інструментом для безпосереднього формування громадської думки та є важелем участі в соціальному управлінні. Мас-медіа мають потенціал для маніпуляцій та управління, змінюючи установки, моделі поведінки та сприйняття реальності. [37, с. 384]

### **1.3. Науково-публіцистична спадщина українських публіцистів.**

Володимир Йосипович Здоровега грав важливу роль у розвитку української журналістики як вчений і публіцист. Його цінні праці стали важливим джерелом знань для майбутніх журналістів і науковців у галузі медіа. У період проголошення незалежності України, коли не існувало відповідної літератури, він намагався розповсюджувати демократичні принципи функціонування ЗМІ через лекції та спілкування зі студентами поза аудиторією. Його публіцистичні виступи в пресі мали велике значення, оскільки вони висвітлювали важливі питання, пов'язані з роботою сучасних ЗМІ.

Володимир Здоровега відзначався яскравою громадською позицією, і його публікації стосувалися широкого спектру суспільних проблем, включаючи питання підготовки журналістських кадрів, свободу слова, професіоналізм і моральні зобов'язання журналіста, а також політичне життя, статус української мови, безробіття та зубожіння села. [61]

Методологічні та теоретичні основи, які він виклав у своїй роботі, включаючи питання формування журналістського корпусу в університетах, практичні поради щодо створення якісного і конкурентоспроможного інформаційного продукту, а також ідеї національної журналістики, яка спрямована на служіння суспільству, стали основою для подальшого розвитку української журналістики.

Найбільш важливим внеском Володимира Здоровеги в науку є його внесок у розвиток теорії публіцистики. Фактично, він був одним із перших в Радянському Союзі і першим серед українських вчених, який розпочав активну роботу над теоретичними аспектами публіцистики. За словами І. Лубковича, Володимир Здоровега "стало одним з перших, і навіть першим в Україні, хто серйозно досліджував публіцистику, її функціональні, психологічні та гносеологічні особливості".

Він опублікував ряд цінних праць, включаючи «Мистецтво публіциста: Літературно-критичний нарис» (1966), «У майстерні публіциста. Проблеми теорії, психології, публіцистичної майстерності» (1969), «Слово тоже есть дело» (1979), і його докторська дисертація «Публицистика, ее природа, общественная роль, гносеологические и психологические основы» (1970). Важливо відзначити, що ці праці були випущені в період, коли більшість дослідників концентрувалася на оцінці успішності журналістики в реалізації політичних завдань, тоді як Володимир Здоровега докладав зусиль до теоретичного осмислення публіцистики, розглядаючи її природу, суспільну роль, гносеологічні та психологічні аспекти. [6, с. 12]

Володимир Здоровега розглядав публіцистику як одну з найдавніших форм масової комунікації, яка зародилася задовго до виникнення письменства. Він

формулював такий погляд: "Публіцистика представляє собою твори, які оперативно досліджують та узагальнюють факти та явища з метою впливу на громадську думку, суспільну свідомість і, відповідно, на соціальну практику. Публіцист використовує комбінацію логічного та абстрактного мислення разом з конкретними образами для впливу на розум та почуття людей, спонукання до конкретних дій та соціальної активності." [7, с. 223]

Теорія публіцистики Володимира Здоровеги, що створена в умовах радянської науки, визначалася ідеологічною послідовністю. Однак, сьогодні, важливою є емпірична основа його досліджень, яка включає розмаїтість прикладів публіцистики як виду творчості. Володимир Здоровега зафіксував великий обсяг матеріалу про публіцистику, авторів цих творів, і унікальність їхнього стилю. Це, на мою думку, є значущим досягненням в українському журналістикознавстві.

У своїй роботі «Мистецтво публіциста» (1966), Володимир Здоровега проводить порівняння між літературною критикою та публіцистикою, і вперше намагається розглянути тенденційні аспекти публіцистики та розробити власну теорію. Його наступна книга, «У майстерні публіциста. Проблеми теорії, психології, публіцистичної майстерності» (1969), більш докладно досліджує взаємодію критики та публіцистики. В цьому творі Володимир Здоровега також надає відповіді на запитання щодо сутності публіцистики, її співвідношення з наукою та мистецтвом. Назва книги «У майстерні публіциста» ілюструє його підхід до досліджень, де він власною персоною представляє публіцистичне мислення та талант.

На мою думку, навчальний посібник «Питання психології публіцистичної творчості» (1982) має величезне значення. У цій книзі автор розглядає закони публіцистичної творчості та окреслює різні етапи творчого процесу журналіста, включаючи задум, збір та систематизацію інформації, визначення змісту і форми, розробку плану твору, створення заголовка, створення зачину, вибір тону та ритму, техніки написання та засобів аргументації. Володимир Здоровега пропонує студентам оцінити творчість публіциста з психологічного погляду,

розглядає важливість творчої уяви, асоціативного мислення та фантазії у роботі журналіста. Крім того, автор розкриває секрети журналістської майстерності.

Завдяки своїм дослідженням публіцистичної творчості та розробці теорії публіцистики, Володимир Здоровега отримав визнання як перший теоретик публіцистики і став важливою фігурою в історії цієї галузі. Його науковий потенціал виявився в здатності об'єктивно використовувати знання та систематично шукати істину, застосовуючи різноманітні методи дослідження і наукові теорії.

Наукові праці Володимира Здоровеги охоплюють різні аспекти, включаючи підготовку журналістських кадрів, аналіз інформаційного простору і роль ЗМІ в державотворчому процесі. Важливо, що його наукові візії завжди мали прагнення до майбутнього і спрямовані на вирішення актуальних проблем. Як справжній науковець, Володимир Здоровега передбачав розвиток подій і відзначав зміни у роботі ЗМІ, зокрема зміни в характері журналістської діяльності та технічному обладнанні для комунікації.

Публіцист не був байдужим до процесу становлення української державності і його робота віддзеркалювала ці національні питання та виклики суспільства. Він також висвітлював питання журналістської освіти, свободи слова та моральних зобов'язань журналіста, особливо в контексті змін, що відбувалися на зламі століть.

Публіцистичні статті Володимира Здоровеги на соціально-політичні теми варто розглядати як цінний матеріал для експертів у галузі журналістики, так і для журналістів-практиків. У цих статтях містяться приклади передбачень політичних подій та думки вченого, які об'єктивно пояснюють розвиток суспільства. Володимир Здоровега відзначається, як правильно вказує І. Лубкович, своєю об'єктивністю, глибоким поглядом на життя, принциповістю, людською порядністю та громадянською мужністю. [8, с. 13]

Книга «Про журналістику і журналістів» містить деякі публіцистичні виступи Володимира Здоровеги в пресі, які він вважав за найбільш актуальні та важливі. Значущість теоретичних розробок у галузі публіцистики Володимира

Здоровеги обґрунтована тим, що їх принципи та закони базуються на загальнонаукових підходах. Автор вбачав, що публіцистика не може існувати без серйозного філософського осмислення реальності, без розуміння світу, без почуттів, без пошуку нового розуміння людини та життя, без сучасного тлумачення "вічних" моральних питань. [9, с. 104]

Володимир Здоровега у своєму розумінні "теорії публіцистики" включав цілу комплексну характеристику, яка дозволяє об'єктивно аналізувати складне явище публіцистики, визначати конкретні тенденції, розуміти важливість та вагу публіцистичного слова. В своїх наукових дослідженнях Володимир Здоровега враховує всі аспекти публіцистичної творчості, такі як зміст і форма публіцистичних творів, характер публіцистичного узагальнення, функції і природу публіцистики, роль образів у публіцистиці, розглядає публіцистику в контексті як науки, так і художньої літератури, а також в рамках масової комунікації. Він прагне дослідити не тільки загальні закони цього особливого жанру літературної творчості, якою є публіцистика, але і закономірності його сприйняття реальності.

Володимир Здоровега вважав основною місією публіцистики проактивне формування громадської думки. Щоб досягти цього, він відзначав важливість таких елементів, як аналіз і синтез інформації, систематизація та порівняння даних, а також глибоке впливання на інтелект і емоції людей.

Аналізуючи наукові праці та публіцистичні матеріали, Володимир Здоровега переконував, що "наукові праці завжди більш обґрунтовані, докладні та всебічні в розгляді проблеми. Публіцистичні твори не можуть бути такими, оскільки вони спрямовані на актуальні завдання сучасності." Це впливає із специфіки публіцистичного викладу, оскільки "предметом публіцистики, так як і науки та мистецтва, є реальна суспільна дійсність у всій її складності та взаємозв'язках (включаючи сфери, такі як виробництво, економіка, право, наука, побут, культура, мораль тощо), а об'єктом публіцистики є певний аспект або сторона цієї дійсності." Він наголошував на практичному значенні публіцистики та її комунікативних можливостях, вказуючи, що публіцистика не може

залишити читача байдужим. Відповідно до вченого, публіцистика розпочинається там, де народжується думка, оскільки в публіцистичному творі не лише відображається дійсність, але і осмислюється. Публіцист вдається до логічного та абстрактного мислення, використовуючи словесний або образний вираз, деталі, образи, персонажів. [10, с. 18]

Іван Франко відзначається не лише своєю важливістю в художній літературі, але й грає ключову роль у політиці, науці та громадському житті України. Під час радянського періоду його ім'я згадувалося лише з погляду більшовиків, при цьому значна частина його поглядів і переконань була прихована або спотворена, а деякі його позиції були неправильно тлумачено. Тому сьогодні надзвичайно важливо розуміти справжні погляди Івана Франка на національні питання, методи трансформації суспільства, його ставлення до класової боротьби, марксизму, соціалістичного руху, які він висвітлював у численних наукових та публіцистичних працях та аналітичних статтях. Також важливі його естетичні погляди на роль та завдання літератури з літературною критикою, а також на мовне питання.

Серед найцінніших і недооцінених творів Івана Франка, створених протягом багатьох десятиліть, можна відзначити його публіцистичні статті, такі як «Одвертий лист до галицької української молоді», «Поза межами можливого», «Двоязычність і дволичність», а також оповідання «Хома з серцем і Хома без серця». Також вражаючими є його праці, такі як «Література, її завдання і найважливіші цілі», «Що таке поступ?», «Що то була панщина?», «Чи вертатись нам назад до народу?» та інші, які відзначаються ерудицією, бездоганною логікою та переконливістю.

У своїй праці «Одвертий лист до галицької української молоді» з 1905 року Іван Франко розглядає вибір, перед яким стоять українці: обрати шлях національної гідності та свободи або залишитися в рабстві й відступництві. Він висловлює обурення щодо імперської політики Росії щодо інших народів і попереджає, що лише через масовий спротив, від ідейного опору до побутового ігнорування російської мови, звичаїв і порядків, народи можуть досягти

незалежності, як це відбулося в Польщі, Фінляндії, Литві та інших країнах. Частина української інтелігенції, зокрема представники покоління М. Драгоманова, в своєму серці вважала себе представниками українського народу, але за національністю ідентифікувалася як росіяни. Хвороба "малоросійства" руйнувала український національний характер вже з часів татаро-монгольського періоду, і наслідком цієї хвороби стали століття підданства і зради. За переконанням Івана Франка, українська інтелігенція мала важливе завдання – створити з великої етнічної маси українського народу самостійну українську націю, єдиний культурний організм, здатний до самостійного культурного і політичного розвитку, що відстоює свою самобутність перед асиміляцією інших націй. Франко вбачав моральну слабкість і безхарактерність своїх співвітчизників, і тому вбачав запоруку піднесення і визволення нації в моральному їх переродженні та в розвитку безкомпромісності, що, за його думкою, може бути результатом праці багатьох поколінь. [1, с. 76]

Сергій Олександрович Єфремов - яскрава та неординарна особистість, вражаюча своєю активністю навіть на фоні видатних представників "Молодої України", яка склалася на перехресті XIX-XX століть. Його кар'єра в літературознавстві швидко розвивалася, від критика він перейшов до створення першої фундаментальної «Історії українського письменства». З журналіста він став академіком Всеукраїнської Академії наук (ВУАН). У політиці Єфремов пройшов шлях від учасника семінарської громади до лідера Української демократично-радикальної партії (Української партії соціалістів-федералістів) і на початковому етапі Української революції – до заступника голови Центральної Ради.

У своєму особистому житті він був цілісною, щедрою, дружньою та лицарськи чесною людиною. Проте в принципових питаннях Єфремов завжди виявляв безкомпромісність, відмовлявся визнавати подвійні стандарти у житті та творчості, не розділяв мораль від політики у своїй громадській діяльності. Він ставив культурні та етичні цінності вище політичних протиріч та "злоби дня". [11, с. 37]

Згадки про публіцистичну діяльність С. Єфремова, пов'язану із видавництвом "Вік", розглядаються в працях Т. Єрмашова та В. Хоню. Окремі видання публіцистичної серії «Наші справи», яка розпочалася брошурою С. Єфремова «Літературний намул (Про В. Винниченка)» у 1908 році, виходили як "відбитки" статей із «Киевской старины», «Літературно-наукового вістника», «Ради». Серед них слід відзначити тексти С. О. Єфремова «Фатальний вузол» (1910, № 10) і «Серед сміливих людей. З сучасного письменства» (1911, № 11).

Особливе місце в творчості С. Єфремова займає його публіцистика у першій україномовній щоденній газеті Наддніпрянщини "Рада" (1906-1914 рр.). Тут він впливав на формування напрямку часопису і, як провідний співробітник, опублікував сотні статей. За словами Миколи Цимбалюка, талант публіциста Єфремова розквітав на шпальтах "Нової Ради". Публіцистика Єфремова вразила об'єктивністю, глибиною думки, образністю, жанровою різноманітністю та кількістю. Протягом двох років, з 25.03.1917 по 11.09.1919, у 399 випусках газети він опублікував 808 матеріалів, багато з яких мали продовження. У 1918 році, наприклад, "Рада" на половину складалася з його матеріалів. Він також писав для деяких інших видань. У своїй статті «Відкриття єфремовської публіцистики» М. І. Цимбалюк вказує на те, що в публіцистиці С. Єфремов завжди використовував національно-демократичну ідею як напрямок, який невідмінно виводив його з найскладніших політичних лабіринтів. Національний підхід і аналіз були основною складовою синтезу, який визначав характер і особливості кожної його публікації. Матеріали С. Єфремова розглядались як відображення виняткового інтелектуального рівня.

Цимбалюк особливо підкреслює, що в бурхливі дні революції 1917 року Сергій Олександрович успішно поєднував інформаційний, політичний та національно-патріотичний виміри у своїй діяльності. Він був добре освідомлений про всі аспекти життя (соціально-політичні, військові, міжнародні, культурні) в Україні і світі. З перших днів революції він знаходився в центрі політичної боротьби та державотворчих процесів, будучи членом Центральної Ради та заступником її голови, комісаром у справах преси, генеральним

секретарем міжнаціональних справ під час утворення Генерального Секретаріату. В травні 1917 року він був учасником переговорів із Тимчасовим урядом щодо автономії України. Таким чином, кожна публікація Єфремова визначалася як цінна сторінка літопису, створена свідком та активним учасником національно-визвольної боротьби. [11, с. 101]

Публіцистичний внесок одного з найвидатніших прозаїків другої половини ХХ століття, Олеся Гончара, вражає багатством та різноманіттям жанрів. Його творчість визнана важливим явищем в українській літературі післявоєнного періоду, а вплив його ідей продовжує діяти й сьогодні, перейшовши через роки після його смерті та зайнявши своє місце в новому тисячолітті. Серед різноманітних жанрів публіцистики, якими користувався Олесь Гончар у своєму творчому виробництві, особливе значення має стаття. Митець активно використовував потенціал цього жанру для виявлення, аналізу, висловлення оцінок та прогнозування розвитку різних суспільних, мистецьких та літературних явищ. В своїх статтях він завжди ставив перед собою завдання вирішення конкретних проблем, будь то питання політики, філософії, етики, естетики або моралі. Час від часу він розширював свій аналітичний огляд, висуваючи глобальні, всесвітні перспективи.

Публіцистичні твори Олеся Гончара, зібрані у декількох книжках («Японські етюди», 1961; «О тех, кто дорог», 1978; «Письменницькі роздуми», 1980; «Чим живемо», 1992), розсіяні в різних періодичних виданнях, а частина неопублікованих матеріалів знаходиться в особистому архіві письменника. Статті Олеся Гончара найчастіше фокусуються на конкретних і актуальних проблемах політичного та мистецького життя. При цьому публіцист не прагне проводити докладний, всебічний аналіз реальних суспільно-політичних або літературних процесів в контексті певного періоду, як це робиться у наукових статтях. Він вибирає напрямки, які дозволяють йому поставити перед собою ключові питання, що викликали в письменника необхідність висловити свою позицію та систематично та обґрунтовано розв'язати їх. При цьому Олесь Гончар старається уникати абстрактних, відірваних від реальності, занадто

теоретизованих тем. Дослідники виділяють різні жанрові варіанти статей, такі як проблемні, оглядові, полемічні, літературно-критичні, ювілейні тощо, проте для Олеся Гончара характерними є переважно проблемні статті.

Літературно-критичний внесок Олеся Гончара виявляється у таких творах, як «Гоголь і Україна», «Українська радянська література напередодні великого п'ятдесятиріччя», «Місія художника» та інші. У своїх роботах автор аналізує, розглядає всебічно, оцінює окремі явища чи певний період у літературному процесі, витлумачує нові факти чи події, намагається виявити закономірності розвитку. О. Гончар вибирає такі підходи до вирішення конкретних проблем, які стали для нього ключовими та надихнули на написання. Наприклад, у першій з названих статей, «Гоголь і Україна», ця основна проблема стала центральною темою літературно-критичної роботи. У цьому творі публіцист акцентує увагу на тому, що "земля України... виростила, полюбила Гоголя, і не лише в фізичному сенсі, а, що набагато важливіше, духовно, обдаровуючи його з дитинства красою своєї поезії, розкішною пісенною творчістю, епічною величавістю дум, фантастикою казок, переказами й легендами, дивовижно багатогранною образністю — всіма багатствами народного духу".

Публіцистика даного письменника визначається багатожанровістю, проте серед різноманітних форм висловлення в ній особливе значення приділяється статті. Це є однією з ключових складових, що вимагає глибокого аналізу, включаючи розгляд поетики жанру, аспекти авторського редагування тексту і взаємодії між образом і фактом. [12]

На рубежі двох століть, а також задовго до цього періоду, ми можемо спостерігати, що публіцистика зосереджується на найбільш важливих аспектах, таких як національна самоідентифікація, протистояння русифікації, що зростала починаючи з моменту введення Емського указу 1876 року, відношення до культурних зв'язків між українцями та росіянами, мовне питання, шкільна освіта, свобода періодичних видань, а також глобальні проблеми, такі як загроза соціалістичних ідей, які можуть перетворитися на антигуманну світову релігію та інші. У цей період значний внесок у розвиток публіцистики зробили видатні

національні діячі, такі як М. Драгоманов, Б. Грінченко, П. Грабовський, І. Франко, О. Маковей та численні інші представники культурно-політичного середовища. [1, с. 83]

## РОЗДІЛ 2

### Публіцистична складова в журналістських матеріалах з міжнародної тематики

#### 2.1. Типи публіцистичних журналістських матеріалів в міжнародній тематиці.

Міжнародна журналістика охоплює широкий спектр типів матеріалів, які включають новини, репортажі, аналітичні статті, інтерв'ю, коментарі та аналізи. Ці матеріали призначені для висвітлення та розуміння міжнародних подій та розвитків, які відбуваються у світі.

Новини надають швидку та об'єктивну інформацію про міжнародні події. Репортажі вимагають присутності журналіста на місці подій, аналітичні статті розглядають ширший контекст та можливі наслідки важливих подій.

Інтерв'ю дозволяють отримати експертні точки зору та висвітлити різні погляди на міжнародні питання. Коментарі та аналізи надають глибоке розуміння та обґрунтування для подальших розмов про ключові теми світової політики, економіки, соціальних та культурних процесів.

Коли мова йде про міжнародну журналістику, існує різноманітність матеріалів, які журналісти використовують для відтворення та розгортання подій на міжнародному рівні. Журналісти в цій сфері працюють над різними типами контенту, щоб представити різноманітні аспекти та сторони інформації. Зокрема, журналісти використовують новини, репортажі, аналітичні статті, інтерв'ю та коментарі для висвітлення міжнародних подій. Такі матеріали допомагають читачам усвідомити не лише факти, а й різноманітні точки зору на певні питання, роблячи інформацію більш доступною та об'єктивною.

Основною метою цих різних типів матеріалів є забезпечення широкого та глибокого розуміння подій на міжнародній арені, сприяючи аналізу різних аспектів та перспектив у глобальному контексті.

**Новини** — це основний журналістський формат, який надає читачам актуальну та об'єктивну інформацію про події, які відбуваються в світі. Вони є стислими, точними та інформативними, представляючи ключові факти і події, що

відбулися на даний момент. Новини можуть охоплювати різні сфери життя, включаючи політику, економіку, культуру, науку, спорт та інші сфери. Журналісти використовують різні джерела для створення новин - це може бути свідчення свідків подій, офіційні заяви, документи, інтерв'ю з експертами чи відомими особистостями. Основні критерії для новин - це актуальність, об'єктивність, достовірність та цікавість для читача.

Зазвичай новини подаються у формі коротких текстів, але можуть супроводжуватися фотографіями, відеоматеріалами, графіками або іншими візуальними елементами. Вони можуть бути виголошені як швидкі новини, що надходять під час події (breaking news), так і розгорнуті матеріали, які висвітлюють події з більш глибокого кута. Новини надають можливість споживачам інформації бути в курсі того, що відбувається в світі, розуміти сутність подій, а також формувати свої погляди на основі об'єктивних фактів. Однак важливо пам'ятати, що новини можуть бути впливовими і формувати громадську думку, тому необхідно критично оцінювати і перевіряти інформацію, яку вони надають.

**Приклад:** Новина: «Світло на Кінці Тунелю: Нова Технологія Зберігання Сонячної Енергії».

Сьогодні компанія "Сонячні Інновації" оголосила про своє новаторське відкриття у галузі зберігання сонячної енергії, що може стати кроком до повністю відновлюваного енергетичного майбутнього.

#### Суть новини

Нова технологія полягає в застосуванні наноматеріалів для створення батарей, які здатні зберігати сонячну енергію протягом тривалого періоду, роблячи її більш доступною та ефективною для використання в будь-яких умовах.

#### Етапи Розробки

Компанія розробила цю технологію протягом останніх двох років, проводячи величезні наукові дослідження та тестування. Результати показують,

що нові батареї можуть зберігати енергію до 30% ефективніше, ніж поточні технології.

### Відгуки та Перспективи

Екологічні групи та фахівці вже відгукнулися на новину позитивно, визначаючи це як крок у напрямку сталого розвитку. Заплановане впровадження нової технології на ринок намічене на наступний рік.

### Вплив на Галузь

Це відкриття може мати глибокий вплив на галузь відновлюваної енергії, знижуючи витрати на зберігання електроенергії та полегшуючи перехід до великомасштабних сонячних електростанцій.

### Підсумок

Ця новина відкриває нову надію на ефективне зберігання сонячної енергії, роблячи крок до сталого та екологічно чистого енергетичного майбутнього. [13, с. 6]

**Репортаж** — це особливий журналістський формат, який має на меті передати читачам події або ситуації так, ніби журналіст був там, де вони відбувалися. Він передає події від першої особи, використовуючи живе спостереження та власні враження. Журналісти, які пишуть репортажі, часто опираються на факти, що вони особисто побачили або дослідили на місці подій. Це може бути відвідування події, інтерв'ю з учасниками, збирання свідчень і фактів. Репортаж повинен бути живим, наочним та цікавим для читача, спонукати його уявляти, що саме відбувається. Такий формат може бути використаний для опису великих подій, які відбуваються, від звітів про спортивні події до політичних чи культурних заходів. Журналісти намагаються передати атмосферу місця подій та деталі, які можуть бути недоступні читачам, що дивляться ззовні. Репортажі можуть містити інтерв'ю, опис ситуацій, коментарів експертів, фотографії, відео чи аудіозаписи. Журналісти, які пишуть репортажі, мають намір передати точний зміст події та відтворити її настільки ж живо, наскільки це можливо. Репортаж - це один з найбільш змістовних та емоційних

форматів журналістики, який дозволяє читачам пережити подію, про яку йдеться, настільки, наскільки це можливо через письмове оповідання.

**Приклад:** Репортаж: «Життя на Межі Спалаху: Відважні Борці з Вогнем в Лісах Амазонії».

У самому серці Амазонії, де стільки разів горіла лісова різноманітність, спалахнув новий вогонь. Тривожний виклик призвав команду пожежників до виїзду в глибину лісу, де вони стали відважно боротися зі стихією.

На місці подій мене вразила рішучість та сила цих борців з вогнем. Навіть в найекстремальніших умовах вони продовжують свою безкомпромісну боротьбу за ліс, який є серцем нашої планети.

**\*Сцена 1: Ранок в Лісі\***

Під весняним сонцем команда вирушила на передову. Зброї цього бою – важкі мотики та водяні рюкзаки. Ми йдемо глибше в ліс, де дим вже стає густішим.

**\*Сцена 2: Боротьба з Вогнем\***

Струмок води летить на вогонь, а пожежники використовують мотики, щоб вирізати бар'єри. Вогонь шипить, але команда не відступає. Їх допитливі та хоробрі очі свідчать про глибоку віру в свою справу.

**\*Сцена 3: Пошкоджені Екосистеми\***

Серцем репортажу є зустріч із біологом, який висловлює турботу щодо того, як ці пожежі впливають на біорізноманіття. Розповідь про виклики відновлення природи стає гірким фоном цього палаючого лісу.

**\*Сцена 4: Відважні Герої\***

Репортаж завершується інтерв'ю з керівником групи пожежників. Його слова вражають своєю відданістю та любов'ю до природи. "Ми боремося не тільки за цей ліс, але й за наше майбутнє," – каже він.

**\*Підсумок\***

Цей репортаж розкриває драматичну боротьбу людей зі стихією, наголошуючи на важливості природо збереження та підкреслюючи героїзм тих, хто встає на захист лісу Амазонії. [14, с. 7]

**Аналітичні статті** в журналістиці — це формат, який спрямований на розгляд глибоких аспектів певної теми або події. Їх відмінність полягає в тому, що автори розбирають факти, досліджують їх, аналізують та пропонують інтерпретації на підставі отриманих даних. Аналітичні статті мають високий рівень обґрунтованості та глибини, а автори в них використовують багато джерел та доказів для підтримки своїх тверджень. Вони мають на меті дати читачам більше розуміння ситуації або проблеми, а не просто повідомити про неї. Ці статті можуть розглядати різні теми, починаючи від політики, економіки, соціальних питань до культури та науки. Автори аналітичних матеріалів намагаються зрозуміти глибинні причини та наслідки певної ситуації чи події, розглядають інтересні факти та можливі перспективи розвитку обговорюваної проблеми. Основна мета аналітичних матеріалів - це зробити глибокий розбір питання та надати читачам нові знання, вдумливі погляди та висновки, які вони можуть використовувати для формування власних думок та рішень. Часто це формат, що вимагає великої експертизи у певній галузі або темі, а також вміння логічно аргументувати висновки на основі досліджень.

**Приклад:** Заголовок: «Вплив геополітичних змін на стабільність країн Європи в умовах конфлікту на сході».

1. Збір інформації:

- Аналіз новин та документів: Журналіст починає з огляду свіжих новин, документів міжнародних організацій та звітів експертів щодо ситуації на сході Європи та геополітичних змін.

2. Вибір теми та формулювання питань:

- Формулювання центральної тези: Журналіст обирає тему "Геополітичні трансформації та їхній вплив на стабільність в Європі" та ставить питання, як впливають зміни на сході на стабільність країн Європи.

3. Аналіз і фільтрація інформації:

- Оцінка надійності інформації: Журналіст ретельно перевіряє джерела та оцінює надійність інформації, відсіюючи необґрунтовані твердження.

4. Розробка структури:

- Формування логічної послідовності: Журналіст визначає головні аспекти статті та розробляє логічну послідовність, включаючи вступ, аналіз, висновки та можливі рекомендації.

#### 5. Написання статті:

- Комбінування аналізу та фактів: Журналіст поєднує аналіз геополітичних факторів з конкретними прикладами впливу на стабільність країн Європи.

#### 6. Додавання глибини:

- Включення експертних думок: Запрошення експертів або цитування їхніх оцінок додає глибини та авторитету аналізованому матеріалу.

#### 7. Перевірка фактів та редагування:

- Ґрунтовна перевірка та редагування: Журналіст ретельно перевіряє всі факти та виконує редагування тексту для підвищення чіткості та лаконічності.

#### 8. Публікація:

- Вибір платформи та публікація: Завершивши підготовку, журналіст розміщує статтю на обраній платформі для широкого доступу.

Цей процес визначається цілями журналіста, характером теми та підходами до аналізу. [15, с. 149]

**Есе в журналістиці** — це жанр, де автор висловлює власні думки та аналізує тему. Цей формат статті відрізняється від звичайного репортажу чи новин, оскільки акцент робиться на авторському підході та особистому стилі.

Основна характеристика есе в журналістиці полягає у тому, що автор виражає власні погляди на питання, розглядає тему з різних сторін та додає особистий елемент. Журналіст-есеїст може використовувати метафори, алегорії, а також особистий досвід для ілюстрації теми.

Структура есе включає в себе вступ, де формулюється теза чи питання, основну частину для аналізу та роздумів, розділену на абзаци, та висновок для підсумку і можливих висновків. Цей формат надає авторові свободу виразу та творчий підхід.

Важливою особливістю есе в журналістиці є взаємодія з читачами через коментарі та обговорення теми. Автор може використовувати індивідуальний стиль та гумор для залучення уваги аудиторії.

Журналіст-есеїст вибирає теми, які цікавлять його особисто, та публікує статті на вибраній платформі. Регулярність написання есе може допомагати утримувати інтерес читачів та створювати відчуття взаємодії з автором.

**Приклад есе:** «Сучасні Технології та Їхній Вплив на Людське Життя».

Сучасний світ переповнений технологіями, що перетворюють наше повсякденне існування. Ці нововведення не тільки зробили наше життя зручнішим, але й вплинули на наше сприйняття світу та міжособистісні відносини. Відкриваючи розділ із життя, який тепер неможливо уявити без технологій, давайте розглянемо вплив соціальних мереж. Інстаграм, Фейсбук, Твіттер - ці платформи стали не лише засобами спілкування, але й віртуальними альманахами нашого життя. Як це впливає на наш спосіб бачити світ? Чи стали ми залежними від кількості лайків та коментарів? Іншим кутком технологій, який несе велике значення, є розвиток штучного інтелекту. І хоча його внесок у наше життя неймовірний, чи втрачаємо ми свою людську сутність, коли довіряємо алгоритмам вирішення наших щоденних проблем? Навіть у сфері культури технології зробили свій вагомий внесок. Поточкові сервіси змінили наше сприйняття музики та фільмів. Чи є це позитивним розвитком, чи втрачаємо ми оригінальність та емоційність від віртуального споживання? Усі ці роздуми ставлять нас перед викликом – зберегти баланс між технологічним прогресом і збереження нашої гуманності. Технології мають великий потенціал, але важливо пам'ятати, що це лише інструменти, а не кінцева мета. Це всього лише огляд, адже вплив технологій на наше життя безмежно глибокий і різноманітний. Технології — це не просто зручність, але й виклик для нас переглянути або переосмислити наші цінності та погляди на життя. [16, с. 46]

**Інтерв'ю в журналістиці** — це спеціальний формат матеріалу, який передбачає розмову журналіста з окремою особою (часто публічно відомою) з метою дізнатися її точку зору, позицію, вислухати її думки, дослідження, чи

висловити власні погляди. Інтерв'ю може бути відтворене в письмовій формі або зняте на відео/аудіо для подальшого використання в журналістських матеріалах. Інтерв'юер (журналіст або представник медіа) ставить питання для інтерв'юованого, який відповідає на них, поділившись своїми думками, досвідом, поглядами, чи коментуючи події. Це може бути відкрите інтерв'ю, коли питання наперед не узгоджуються, або ж узгоджене, де питання попередньо обговорюються з інтерв'юованою особою. Інтерв'ю може мати різні форми: особисте (проходить "вживу"), телефонне, електронне, скайп-інтерв'ю тощо. Крім того, важливо враховувати, що журналісти в процесі інтерв'ю не тільки ставлять питання, але й вміють слухати відповіді, адже якісне інтерв'ю базується на взаємодії та відповідальності інтерв'юера перед інтерв'юованою особою. Інтерв'ю може засвідчити точку зору інтерв'юованої особи, а також дозволяє зрозуміти його чи її позицію стосовно певної теми. Часто це важливий елемент журналістських матеріалів, де важливе не тільки поставлення питань, а й здатність зрозуміти глибину відповідей та вміння перевести їх у зрозумілу та цікаву інформацію для читачів.

**Приклад:** Інтерв'ю з провідним фахівцем у галузі екології: «Виклики та Перспективи Сучасного Екологічного Стану».

Журналіст: - Доброго дня, пане Експерте. Дякуємо, що Ви прийняли наше запрошення на інтерв'ю. Почнемо з загального питання: як ви оцінюєте сучасний екологічний стан у світі?

Експерт: - Доброго дня. Дякую, що запросили. Сучасний екологічний стан це величезний виклик для всього світу. Зростаюча індустріалізація, забруднення та зміни клімату стають факторами, які мають серйозний вплив на наше оточення.

Журналіст: - Які, на вашу думку, є найбільші загрози для навколишнього середовища?

Експерт: - Однією з головних загроз є забруднення повітря та води внаслідок викидів промисловості. Також не менш важливим є виснаження

природних ресурсів та втрата біорізноманіття. І, звісно, зміни клімату, які можуть призвести до катастрофічних наслідків.

Журналіст: - Як ви дивитесь на роль науковців і громадськості в розв'язанні екологічних проблем?

Експерт: - Науковці мають величезну відповідальність в дослідженні та розробці ефективних екологічних технологій. Громадськість також грає важливу роль у свідомому виборі екологічно відповідальних рішень та тиск на уряди і компанії для прийняття більш екологічно чистих практик.

Журналіст: - Як ви оцінюєте заходи, які приймаються національними та міжнародними організаціями для збереження навколишнього середовища?

Експерт: - Заходи важливі, але їхню реалізацію слід посилити. Потрібно більше інвестицій у дослідження та розробку, а також впровадження стандартів щодо збереження природи та використання енергії. Міжнародна співпраця також є ключовою у боротьбі з глобальними екологічними викликами.

Журналіст: - Дякуємо вам за цікаве інтерв'ю та вашу експертну думку. Бажаємо вам подальших успіхів у вашій роботі.

Експерт: - Дякую за запрошення. Нехай кожен з нас робить свій внесок у збереження нашого планетарного дому. [17, с. 22]

**Коментар** — це журналістський матеріал, що висвітлює особисту думку автора щодо подій, новин або явищ. Цей формат дозволяє журналістам висловлювати свої погляди, оцінювати ситуацію та подавати свою інтерпретацію інформації. Він може містити факти, але в основному складається з особистих думок та коментарів автора, які можуть стосуватися різних аспектів події або суспільного явища. У коментарях автори можуть висловлювати свої власні погляди, давати оцінку ситуації, обґрунтовувати свої погляди та ставлення до певних подій або проблем. Це підкреслюється їх особистими переконаннями, досвідом, знаннями та експертністю у певній області. Коментарі спрямовані на привернення уваги громадськості до певних аспектів подій чи явищ і можуть викликати обговорення або рефлексію щодо проблем та тем, над якими автор розмірковує.

**Приклад:** Стаття: «Майбутнє міської мобільності: Зростання популярності електромобілів».

Коментар журналіста:

У світі стає все більше говоритися про перехід до екологічно чистих технологій у сфері транспорту. В цьому контексті особливо актуальною стає тема електромобілів, які набувають популярності серед міського населення. Мій останній репортаж про новини у сфері автопрому дозволив мені поглибити розуміння того, як електромобілі вже змінюють обличчя наших міст. Вони не лише стають доступнішими для покупців, але й демонструють вражаючий ріст ефективності та розширення інфраструктури зарядження.

Спілкування з експертами у сфері енергетики і автомобільної промисловості підкреслило важливість переходу до електричних транспортних засобів для зменшення викидів та поліпшення якості повітря в містах. Зараз існують багато програм та стимулів для підтримки власників електромобілів, що робить їх більш привабливими для широкого кола споживачів.

Проте, варто враховувати й можливі виклики, такі як обмежений запас ходу та вартість батарей. Виробники та дослідники активно працюють над цими питаннями, і ми можемо очікувати подальший прогрес у цьому напрямку.

Усе більше міст визнають важливість створення дружнього середовища для електромобілів, розвиваючи мережі для їх зарядження. Варто слідкувати за цим рухом, оскільки він безперечно визначатиме обличчя міської мобільності в майбутньому. [18, с. 154]

**Аналіз подій** як журналістський матеріал — це форма журналістського тексту, де автор детально розглядає певну тему або ситуацію, розкриваючи її різні аспекти. Аналітичні статті можуть бути підготовлені на основі досліджень, статистики, експертних оцінок або інших джерел. У таких матеріалах автори пропонують глибоке розуміння подій чи явищ, аналізуючи їх причини, наслідки, можливі ризики та перспективи. Вони часто надають читачам контекст та ретельне розглядання теми, яка вивчається. Аналітичні статті часто розширюють знання про певні сфери життя, надаючи ретельні й обґрунтовані оцінки. Такі

матеріали можуть включати дослідження різних поглядів на проблему, порівняння різних точок зору, використання експертних думок, теоретичних моделей або концепцій для пояснення ситуації.

**Приклад:** Стаття: «Ефективність Зеленого Енергоспоживання на Південному Полюсі: Розгляд Сучасних Досліджень.»

Аналіз події: Нещодавно опубліковані результати дослідження, присвяченого використанню зеленої енергії на Південному Полюсі, привернули увагу науковців та екологів з усього світу. Проведене дослідження розкриває потенціал використання альтернативних джерел енергії в екстремальних природних умовах та можливі вигоди для екосистеми.

Відзначимо ключові аспекти зазначеного дослідження. По-перше, встановлено, що використання сонячних батарей та вітрогенераторів може забезпечити стійке енергопостачання для станцій на Південному Полюсі, зменшуючи залежність від традиційних видів енергії та сприяючи збереженню природи.

По-друге, дослідження вказує на можливість впровадження новітніх технологій для оптимізації виробництва та збереження отриманої енергії. Це може мати важливе значення для роботи дослідницьких станцій та життя науковців, що працюють на Південному Полюсі.

По-третє, слід відзначити високий рівень екологічної чистоти зелених технологій, що використовуються на антарктичних станціях. Зменшення викидів та використання екологічно безпечних рішень може вплинути на збереження унікального середовища Південного Полюса.

Враховуючи вищезазначені фактори, можна зробити висновок, що перехід до зеленого енергоспоживання на Південному Полюсі є обґрунтованим та важливим кроком для збереження природи та забезпечення сталого розвитку досліджень в цьому регіоні. [19, с. 4]

**Блог** в журналістиці представляє собою онлайн-платформу або веб-сайт, де автор, відомий як блогер, регулярно публікує свої особисті думки, коментарі,

аналізи та інші матеріали. Це інтерактивний спосіб вираження думок, який дозволяє читачам залишати коментарі та взаємодіяти з автором.

#### Основні Характеристики.

1. **Особистість і Гнучкість:** блогер може висловлювати особисті думки, дослідження чи рецензії на будь-які теми. Блог є простором для вираження індивідуальності та гнучкості у виборі стилю.

2. **Регулярні Оновлення:** блогери часто оновлюють свої блоги регулярно, публікуючи нові записи або статті. Це дозволяє підтримувати зацікавленість читачів та забезпечує постійний потік контенту.

3. **Коментарі та Взаємодія:** один із важливих аспектів блогів - це можливість читачів залишати коментарі та обговорювати матеріали. Це створює відчуття спільноти.

4. **Різноманітність Жанрів:** блоги можуть включати різноманітні жанри, такі як особистий щоденник, експертні статті, рецензії, відео-контент тощо.

#### *Приклад Блогу*

Блогер: Лев Шатило.

Тематика: Подорожі та Культурна Етнографія.

Останній Запис: «Відкриваючи Таїланд: Закулісся Місцевого Життя».

Коментарі: Читачі залишають коментарі з питаннями, порадами та власними враженнями від подорожей.

#### Вплив на Журналістику

Блоги доповнюють традиційні медіа, надаючи платформу для ширшого спектру голосів і точок зору. Вони розширюють свободу висловлювання та сприяють більшій взаємодії між авторами та читачами. [20, с. 78]

**Колумністський матеріал** — це форма журналістського тексту, в якому автор, відомий як колумніст, висловлює свою особисту точку зору щодо певної теми або події. Це не тільки оцінка або аналіз, а й вираз особистих думок, коментарів, роздумів, вражень та рекомендацій. Колумни – це регулярні стовпчики, що виходять у газетах або онлайн-журналах, де автор висловлює свої погляди та оцінки на різні теми. Цей тип матеріалу дозволяє автору донести

власні погляди та думки з певної проблеми чи явища. Важливою частиною колумністського матеріалу є виразність стилю та особистість автора, оскільки вони відображають особистий погляд, суб'єктивність та ставлення до питань, що порушуються. Колумни можуть містити коментарі, аналізи, рекомендації або просто роздуми на будь-які теми – від політики до культури чи побуту. Цей формат дозволяє колумністу донести особистий погляд на події, навіть якщо він суперечить загальноприйнятим точкам зору.

**Приклад:** Заголовок: «Роль технологій у формуванні сучасного медіа-простору та їхній вплив на суспільство».

1. Обрання теми та формулювання питань:

- Визначення ключового запитання: Колумніст обирає тему "Взаємодія сучасних технологій та медіа" та ставить питання, як це впливає на формування суспільної думки.

2. Аналіз та підготовка доказів:

- Дослідження: Колумніст проводить дослідження щодо впливу інтернет-платформ, соціальних мереж та штучного інтелекту на сприйняття інформації суспільством.

3. Особиста позиція та глибинний аналіз:

- Вираження особистої думки: Колумніст формулює власну позицію стосовно ролі технологій, використовуючи особистий погляд та аналіз отриманих результатів.

4. Структура матеріалу:

- Формування структури: Колумніст вибудовує текст, розкриваючи причини та наслідки впливу технологій на медіа, а також наводячи приклади та аргументи.

5. Створення стилізованого наративу:

- Застосування стилізації: Колумніст може використовувати стилізацію для залучення уваги, наприклад, алегорії чи порівняння для легшого сприйняття інформації.

6. Використання персонального досвіду:

- Включення особистого досвіду: Колумніст може поділитися власним досвідом використання технологій та як це вплинуло на його сприйняття медіа.

#### 7. Публікація та взаємодія з читачами:

- Розміщення та коментування: Після публікації, колумніст взаємодіє з читачами через коментарі, ділиться думками та обговорює важливі аспекти.

#### 8. Моніторинг реакцій:

- Врахування реакцій: Колумніст враховує реакції читачів, може навести додаткові аргументи або розширити тему в подальших матеріалах.

#### 9. Періодичність та обрання тем:

- Планування та ротація тем: Колумніст регулярно публікує нові матеріали, підбираючи різноманітні теми для забезпечення інтересу аудиторії.

[21]

**Мультимедійні матеріали** в журналістиці охоплюють використання різноманітних медійних форматів, таких як зображення, відео, аудіо, інфографіка, та текстовий контент, для ефективного представлення інформації. Цей підхід сприяє більш повному та змістовному розумінню подій чи тем.

Основні характеристики:

1. Візуальні компоненти: мультимедійні матеріали можуть включати фотографії, відео-записи, анімації та інфографіку, які допомагають в передачі інформації з великою виразністю.

2. Елементи аудіо: звукові елементи, такі як аудіо-інтерв'ю, звукові ефекти чи подкасти, додають голос та атмосферу до матеріалу.

3. Текстовий контент: належний текстовий компонент включає слова, заголовки та абзаци, які надають контекст та аналіз подій.

4. Інтерактивні елементи: можуть бути додані елементи взаємодії, такі як віджети, кнопки або гіперпосилання, що сприяють активному взаємодії читача з матеріалом.

**Приклад** мультимедійного матеріалу: Заголовок: "Експедиція на Південний Півострів: За Кулісами Дикої Природи".

Мультимедійний запис:

- Фотогалерея: зображення екзотичних тварин та пейзажів.
- Відео-репортаж: короткий відеоролик із розповіддю експедитора.
- Аудіо-інтерв'ю: розмова з науковцем про унікальні аспекти місцевої флори та фауни.

Вплив на журналістику.

Мультимедійні матеріали дозволяють журналістам створювати багатопланові, динамічні та залучаючі матеріали, які краще відповідають вимогам сучасного читача. Це сприяє глибшому розумінню подій та забезпечує більш імерсійний досвід для аудиторії. [22, с. 67]

## **2.2. Вимоги до журналістських матеріалів, особливості оформлення та структура.**

В останні роки стає все більш поширеним новий підхід до дослідження текстів, який відрізняється від традиційного, узагальненого та вузькоспеціалізованого підходу. Цей новий підхід відкриває можливості для глибшого розуміння суті та змісту текстів, а також спонукає до перегляду встановлених поглядів на їх структуру та характер змісту. Дана методологія дозволяє розглядати текст як явище, що займає самостійне місце в ієрархічно організованій мовній структурі, і його функції пов'язані зі здійсненням мовленнєвої комунікації.

Такий підхід надає можливість аналізу тексту як на рівні його складових частин, так і на рівні синтезу цих частин на вищому мовному рівні. Тобто, текст розглядається як цілісна структура, що займає важливе місце в загальній мовній системі, і відображається в його здатності виконувати комунікативні функції.

Один із аспектів еволюції поглядів на методи роботи з текстом полягає в тому, що залежно від того, як вирішувалося питання щодо складових тексту, визначався і підхід до його аналізу. У вербальному або лексико центричному підході текст розглядався переважно як лексичне утворення з підставою, що смисл мовних утворень механічно утворюється із значень їх окремих одиниць. Однак цей підхід обмежував здатність розрізняти поняття "смысл" та "значення" та усвідомлювати закономірності переходу від одних мовних одиниць до інших.

У подальшому розвитку мовознавства з'явився молодограматичний підхід, який акцентує увагу на живому, усному мовленні. За такого підходу об'єктом лінгвістичного аналізу стає речення, яке передає завершену думку завдяки своїй смисловій, граматичній та інтонаційній оформленості. Внаслідок цього при викладанні мов текст розглядається як послідовність взаємопов'язаних речень, що розгортаються лінійно, і головним методологічним прийомом є лексико-граматичний аналіз речення.

Спроба структуралізму створити модель мови, що відображала б особливості структури речення, призвела до виділення "домінантних" моделей речень та утворення різних варіантів – трансформацій.

Проаналізувавши етапи розвитку методів роботи з текстом, можна визначити взаємозв'язок між підходами до вивчення його структури та змісту. Зокрема, різні підходи вказують на еволюцію у способах аналізу та розуміння текстових матеріалів, що ставить під сумнів певні давні методи та відкриває нові перспективи для наукових досліджень.

### **Глибинна й поверхнева структури.**

Текст формується за допомогою глобальної структури, яка включає глибинну та поверхневу структури. У вивченні публіцистичних текстів терміни "глибинна" та "поверхнева" структури мають відношення переважно до цього типу текстів. Глибинна структура охоплює концептуальний зміст тексту, представляючи його як складний сплетіння суспільних відносин навколо конкретної глибинної проблеми, що є системоутворюючим елементом. Глибинна структура визначається сукупністю намірів, які перебувають під впливом певної прагматичної настанови.

Поверхнева структура тексту – це лінгвістична форма вираження глибинної структури, яка в публіцистиці є формально-змістовою.

Терміни "глибинна" та "поверхнева структури" можуть мати різні інтерпретації серед дослідників. Деякі лінгвісти відносять ці структури до рівнів речення та словосполучення, тоді як інші вважають, що поверхнева структура

доступна безпосередньому спостереженню, а глибинна виводиться на основі сукупних даних.

Глибинна структура представляє собою семантичне утворення, що визначається як вихідний пункт для формування поверхневих структур. Кожній глибинній структурі відповідає лише одна поверхнева структура, і їх формування – це результат складних зв'язків та співвідношень між ідеєю та матеріальним вираженням.

Семантичний аспект тексту проявляється на трьох рівнях – віртуальному, контекстуальному та текстуальному. Текст будується з матеріалу мови відповідно до її норм і зберігає статус одиниці мови, що завершує його структурну ієрархію. Оскільки текст виступає як інтегральна єдність, він має плани змісту та вираження, структурні складові, які не редукуються до поняття тексту, а його статус твору мовлення надає йому цілісний та завершений характер. [23, с. 104]

Кожен тип журналістського матеріалу має свої вимоги до оформлення, структури та особливостей. Ось загальні вказівки для кожного типу:

#### 1. Новини:

- Структура новин: Заголовок, лід (перша абзац), основна частина з деталями, закінчення.

- Особливості: Чіткість, об'єктивність, актуальність, лаконічність (передають основні факти).

#### 2. Репортаж:

- Структура репортажу: Опис події, діалоги, враження, змістовні деталі.

- Особливості: Живе відтворення події, включаючи відчуття, емоції, звуки, запахи.

#### 3. Аналітичні статті:

- Структура аналітичних статей: Вступ, аналіз ситуації, обґрунтування позиції, висновки.

- Особливості: Висловлення точної думки на підставі аналізу, дослідження суті питання.

#### 4. Інтерв'ю:

- Структура інтерв'ю: Вступ, питання, відповіді, висновок.
- Особливості: Діалогічний формат, об'єктивність, точність відтворення відповідей.

#### 5. Коментар, аналіз, колумністський матеріал:

- Структура: Заголовок, тези, аргументація, висновки, авторське основне повідомлення.
- Особливості: Особиста позиція, чіткі аргументи, здатність переконувати.

Звіт про журналістські матеріали, їх оформлення та структура є важливим для розуміння принципів, які лежать в основі професійної журналістики.

Вимоги до журналістських матеріалів визначаються не лише самим процесом підготовки інформації, а й її представленням. Журналіст повинен володіти навичками збору та перевірки інформації, вміти працювати з джерелами та аналізувати отримані дані. Крім цього, важливо мати розуміння читацької аудиторії, щоб вибрати відповідний стиль та формат подачі інформації. Оформлення матеріалів також грає ключову роль у забезпеченні їх зрозумілості та привабливості для читачів. Це включає в себе не лише текст, а й використання фотографій, графіків, заголовків, підзаголовків та інші елементи дизайну. Кожен матеріал повинен мати чітку структуру, що допомагає читачам орієнтуватися в інформації. Зазвичай, журналістський текст складається зі вступу, основної частини та висновків, але саме формулювання та організація кожної частини може варіюватися в залежності від типу матеріалу. Таким чином, відповідне виконання вимог до журналістських матеріалів, врахування особливостей їх оформлення та уважна робота над структурою допомагають створити якісний та привабливий матеріал для аудиторії. Стосовно оформлення матеріалів, ключовою є якість та доступність інформації. Використання чіткої, зрозумілої мови та стильового оформлення допомагає зробити матеріал зрозумілим для різних читачів.

Структура матеріалу визначається його типом. Наприклад, новина має бути короткою та змістовною, вказуючи на ключові факти у вступі та відповідаючи на

запитання хто, що, коли, де, чому та як. Стаття може мати більш розвинену структуру з вступом, послідовною аргументацією в основній частині та висновками.

Необхідно пам'ятати, що навіть у структурованому матеріалі можуть бути виявлені несподівані факти або нові аспекти теми. Гнучкість та вміння адаптувати матеріал під поточну ситуацію або нову інформацію є важливими для якісної журналістики.

### **2.3. Міжнаціональні культурні та соціальні взаємодії: вплив публіцистичної складової на сприйняття інформації та усвідомлення глобальних проблем.**

Соціальна журналістика розвивається неоднаково і має свою власну специфіку. З одного боку, її виникнення пов'язане з активним розвитком соціальних мереж на основі сучасних ресурсів Інтернету. Зміни в цій галузі стали очевидними з оголошенням Associated Press про блогерів як офіційне джерело інформації. Крім того, соціальні медіа розвинулися як широко поширена платформа. Пошук якісного контенту ускладнився, оскільки блоги набули статусу та були великою кількістю читачів. Крім того, у соціальних мережах обговорення не завжди мають повноцінний характер, оскільки люди частіше шукають новини, а не обмін думками. Соціальні мережі зазвичай спрямовані на "однакові" та "схожі" речі, де обговорення не є головною потребою. Існує також протистояння між "соціальною журналістикою" та "професійною журналістикою", що відображає загальну тенденцію.

Таким чином, соціальна журналістика виражає потребу участі представників ЗМІ в вирішенні соціальних проблем, пошуку позитивних відповідей на виклики соціальної реальності та виступає проти маргіналізації песимістичних поглядів. Ці тенденції стають об'єктом нових наукових досліджень. Паралельно з розвитком соціальних наук в країні та залученням суспільства до наукового вивчення соціальних питань, що раніше були табу для радянської наукової спільноти, відбувається активна трансформація медійної сфери, призводячи до появи нових функцій у комунікаціях, відмінних від

попереднього радянського періоду. Ці зміни призвели до усвідомлення соціальних питань у медіа комунікаціях як перетину мета теоретичних підходів як у сфері соціальних проблем, так і комунікацій.

З іншого боку, соціальна журналістика виявилася не лише як тематична сфера, але як окрема професійна ідеологія, що склалася на перетині журналістики та соціальної роботи.

Соціальна журналістика виступає як "посередник у діалозі", що означає, що її роль полягає в створенні обстановки для взаємної розмови та спілкування між різними соціальними групами та спільнотами незалежно від їхніх різниць у поглядах, цілях та методах організації. Соціальна журналістика повинна створити медійний простір, де соціальні суперечності та конфлікти можуть обговорюватись і розв'язуватись. Її завдання – об'єднати різні думки та орієнтації в одному інформаційному середовищі, де вони можуть знаходити спільні точки зору, розуміння та аргументи для узгодження позицій. Ця функція має важливе значення для українського суспільства, яке поділяється на "політичні табори" та "виборчі регіони", де різні соціально-політичні та соціально-економічні групи борються за можливість впливу на широку аудиторію, сприяючи поширенню власних поглядів на суспільний устрій. Ця роль соціальної журналістики допомагає перетворити конфлікти, які роз'єднують суспільство, на проблематику, що спонукає до прагматичного та об'єктивного публічного діалогу.

### **Про проблематику**

У глобальному суспільстві на початку XXI століття спостерігається значний розвиток – перехід до нової форми соціальної організації, яку можна охарактеризувати як відкрите інформаційне суспільство. Ця модель означає, що економічний прогрес, соціальні зміни, рівень життя значною мірою залежать від наукових знань та ефективного використання інформації, спираючись на інформаційно-комунікативні технології. У такому контексті комунікації мають ключове значення. Інформація стає "товаром" не лише у сферах економіки та політики, але й у гуманітарних, соціальних, культурних інститутах постіндустріального суспільства.

Соціальні зміни, пов'язані з переходом до інформаційного суспільства, активно впливають на комунікативний простір України. Цей рух викликає питання про можливе зменшення страхів, ризиків, обмеженості, вільності, насильства, дискримінації та соціальної відчуженості серед людей в суспільстві. Однак, існують певні негативні аспекти в контексті глобальних ідей та стратегій інформаційного світу, які пов'язані з масовим поширенням і стереотипами, що можуть обмежити особисту свободу.

По суті, головна проблема полягає у конфлікті між "масовими комунікаціями" та "соціальними комунікаціями", як відзначив В. Різун, у співвідношенні до комунікантів: людей, сімей, громад і спільнот. Глобалізація та перетворення комунікативних систем заставляють нас звертати увагу не лише на існування інформаційних технологій, але і на соціальні аспекти комунікацій. Хоча "масова комунікація не є соціальною комунікацією", процеси масовості неможливо повністю усунути, навіть в ідеальному суспільстві, яке знаходиться в стадії трансформації, так як це може бути характерно для українського суспільства [24, с. 101].

Окремі системи комунікації мають відмінності у механізмах впливу на аудиторію, методах отримання результатів та якості ефектів, обробці та поширенні інформації. Аналіз діяльності комунікаційних інститутів, таких як телебачення, преса, радіомовлення тощо, допомагає розуміти соціальні наслідки їх діяльності. Наприклад, статистика показує, що значна частка європейців та українців використовують щоденні газети як основне джерело інформації, а також вибирають радіо та телевізійні новини, що свідчить про широкий спектр споживачів різних видів медіа.

Як за таких умов відбуватиметься розвиток медіа комунікацій щодо розв'язання соціальних проблем? На перший погляд, переваги медіа комунікацій у вирішенні соціальних питань видадуться як соціальні комунікації. Термін "соціальні комунікації" описує систему суспільних взаємодій, що включає шляхи, методи, засоби і принципи установаження та підтримки контактів. У цій системі соціально комунікаційні інститути та служби часто ініціюють

спілкування, тоді як організовані спільноти, такі як соціум і соціальні групи, виступають як повноцінні учасники соціальної взаємодії. Ці види комунікацій мають соціальні маркери, оскільки передбачають взаємодію з соціально визначеними групами людей. Це комунікації суб'єкт-суб'єкт, де комунікант розглядається як індивідуальний, ім'яний та активний учасник суспільного/соціального діалогу. Однак соціальні проблеми не є проблемами лише груп людей, окремих сімей або спільнот; вони також неоднакові у різних регіонах. Вирішення таких проблем потребує ретельної та активної соціальної політики, спрямованої на потреби більшості населення.

Ставлення до адресата в сфері масової комунікації відрізняється від соціальних комунікацій. Масові споживачі, у формі натовпу або аудиторії, є тими, хто призначений споживати всю надану інформацію, що має відповідні суб'єктивно-об'єктивні характеристики комунікатора та комуніканта. Однак масові комунікації мають значний потенціал у профілактиці та боротьбі з умовами або наслідками соціальних проблем. В сфері проблем та конфліктів є багато актуальних питань, таких як вплив "молодої ери" розвитку науки на соціальні комунікації, обмеження використання теоретичних досягнень у галузі масових комунікацій, а також взаємодія між "традиційними", "новими" та "соціальними" медіа та інше. Однак відповіді на ці та інші питання виходять за рамки даного дослідження.

Подібно нашому уявленню, перемога в подоланні проблем і конфліктів, зокрема у розвитку медіа комунікацій як повноправного виду соціальних комунікацій, включає спільну участь у позитивних соціальних змінах та розвитку суспільства. З погляду інституційного підходу, розвиток соціальних комунікацій, зокрема медіа комунікацій, є найбільш обґрунтованим порівняно з іншими підходами. Такий розвиток соціальних комунікацій, як стратегія та тактика, має важливий вплив на соціальне оточення. Це складний та різноманітний простір для взаємодії людей, різних соціальних груп та інститутів, який вирішує багато соціальних проблем загалом і в окремих випадках [25, с. 24]. Соціальні комунікації відображають реальне життя людей і засновані на важливих

соціальних поняттях, таких як права, обов'язки, інтереси, тощо. Вони узгоджуються з деонтологічним підходом, балансуючи між принципами "нерівності - справедливості", "нетерпимості - толерантності", "дискримінації - недискримінації", "ексклюзії (сегрегації) - інклюзії (нормалізації)", "соціального відчуження - соціальної солідарності" та іншими. Медіакомунікації, отже, мають здатність виконувати свої соціальні функції у різних ситуаціях.

З іншого ракурсу, медіа комунікації виявляють свою цікавість, якість та активність у сфері соціальних питань, що турбують індивідууми, сім'ї, групи, спільноти чи громаду. Можливою провідною сучасною метою медіа комунікацій, як виду соціальних комунікацій, є подолання п'яти "С" (сенсація, скандал, смерть, страх, секс), які домінують у засобах масової інформації, та їх заміна на три "Д" (добро, допомога, довіра). Виникнення соціально значущої журналістики (наприклад, "соціальної журналістики", "медіа з фокусом на соціальні проблеми", громадської або спільної журналістики, журналістики співучасті та інше) можливо є ключовим аспектом, який медіа комунікації (наприклад, медіабізнес) в рамках соціальних комунікацій мають виконувати для подолання логічних конфліктів, про які йшлося раніше.

Історія терміну "комунікація" за Дж. Пітерсом відбувається через латинське слово "communicate", що означає "робити спільним", "наділяти" або "розділяти". На той момент воно не пов'язувалося зі здатністю людей спілкуватися за допомогою символів чи з уявленням про порозуміння. Англійське значення "комунікації" також включає ідею "участі", як у слові "communicant" (той, хто приймає участь) - людина, яка стає частиною специфічної спільноти, беручи у ній участь. "Комунікація" вказує на приналежність до соціального організму через конкретну виразну дію. Ч. Кулі, американський соціолог, автор теорії "залучення" індивідів до "більшої свідомості" шляхом накопичення соціально важливих "станів відчуження" і "відображень", підкреслює комунікацію як засіб активізації "органічного цілого світу людської думки". Він вказує, що "комунікація" є механізмом, завдяки якому розвиваються людські відносини - всі символи розуму, способи їх передачі в просторі та збереження в

часі. Не існує чітких меж між засобами комунікації та іншим світом, але з народженням зовнішнього світу виникає система стандартних символів, що призначені лише для передачі думок, з якої розпочинається традиційний розвиток комунікації. [26, с. 9]

Однією із поширених концепцій ролі ЗМІ у сучасній системі міжнародних відносин є твердження, що ЗМІ є фактором "м'якої сили". Сьогодні "м'яка сила" вважається необхідністю досягання міжнародних цілей, використовуючи переконання і залучення симпатій, а не примус. Це стає обов'язковим елементом для будь-якої держави, що амбіційно прагне до визначеного статусу у світовій чи регіональній політиці.

- ЗМІ, як інструмент політичного впливу владних структур, використовується для пропаганди державної ідеології, поширення штучних цінностей та моделей поведінки, а також формування чітко визначеної громадської думки.

- ЗМІ, як соціальний інститут, має за мету висловлення громадської позиції стосовно зовнішньої політики держави (важливо підкреслити, що громадська думка часто відрізняється від офіційної державної точки зору).

- ЗМІ, як "інститут впливу", виступає як посередник між суспільством і державою, сприяючи взаємодії та обміну інформацією.

Отже, в контексті міжнародних відносин ЗМІ можна аналізувати з декількох позицій: як активного учасника в системі міжнародних відносин, як інструмент для реалізації зовнішньої політики кожної окремої держави, а також як механізм впливу зацікавлених сторін на процес формування громадської думки.

Водночас ЗМІ активно залучаються у пошуки об'єктивних відповідей на виклики сучасності. Вони представляють собою ефективний інструмент у вирішенні глобальних проблем сучасності.

- розповсюдження інформації про поточні проблеми, які стикається людство;

- акцентування уваги на найгостріших та найболючіших питаннях, що стосуються життя та здоров'я людини (загрози для життя);
- моніторинг глобальної ситуації на основі даних, отриманих в науково-дослідних фондах та інформаційних центрах;
- оприлюднення доступної інформації про організації, які вивчають сучасні проблеми, їх можливості та досягнення;
- регулярне повідомлення про зміни в глобальній критичній ситуації;
- організація дискусій та розгляд експертних оцінок стосовно стану та можливих шляхів вирішення глобальних проблем і процесів;
- ознайомлення цільової масової аудиторії з актуальними регіональними проблемами, які є наслідком глобальних питань;
- формування громадської думки щодо належних напрямків вирішення існуючих проблем та залучення широкої аудиторії до участі у вирішенні глобальних проблем;
- привертання уваги органів державної влади до громадської думки з питань вирішення актуальних проблем та процесів прийняття політичних рішень.

Однією із важливих міжнародних неурядових організацій, яка зосереджується на пошуку власних шляхів для вирішення глобальних проблем людства, є Римський клуб. Діяльність Клубу було започатковано у 1968 році під час першої зустрічі його членів у Римі. Організація об'єднує невелику кількість - не більше 100 членів, серед яких провідні вчені та політики різних країн, зацікавлені у вирішенні актуальних проблем сучасності. Основним напрямком діяльності її представників є привертання уваги громадськості до глобальних проблем світу. Протягом всього існування організації, дослідники-глобалісти, спільно з Римським клубом, підготували понад 30 наукових доповідей, які розглядали стан глобальних проблем і оптимальні шляхи їх вирішення. Перша з цих доповідей була під назвою "Межі зростання", в якій автор, Д. Медоуз, висловлює думку, що лише обмеження використання невідновних ресурсів, обмеження народжуваності та "нульове зростання" виробництва може сприяти

порятунку людства. Друга доповідь, «Людство на роздоріжжі» М. Месаровича і Е. Пестеля, замість концепції «нульового зростання», обґрунтовує концепцію «органічного росту». Світ подібний до живого організму, в якому кожен регіон повинен виконувати свою функцію, а весь планетарний «організм» вимагає глобального управління. У третій доповіді, «Перебудова міжнародного порядку» Я. Тінбергена, висунута ідея нового економічного порядку як основи вирішення глобальних проблем.

Через 25 років після створення Римського клубу, у 1983 році, була прийнята декларація, яка висловлює перспективи нового Ренесансу в Європі, де можливий перехід від прикордонних бар'єрів до економічної і політичної інтеграції. В декларації зазначено, що світ стикається із формуванням нового світового співтовариства, зростанням населення в південних країнах, ознаками порушення кліматичного балансу, проблемами забезпечення продуктами харчування, виснаженням природних ресурсів, включаючи енергетичні, протиріччями в галузі технічного розвитку та значними змінами в ідеології. Ці тенденції у сумі відповідають глобальній революції на планеті. Ця революція не має ідеологічної основи і є наслідком безпрецедентного збігу соціальних, економічних, технічних, культурних, етичних та геостратегічних факторів, які можуть призвести до абсолютно неочікуваних результатів.

У 2017 році Римський клуб представив свою нову доповідь «Come On! Капіталізм, недалекоглядність, населення і руйнування планети», відзначаючи свій піввіковий ювілей. Цей документ потенційно є одним з найважливіших у наш час, який віддзеркалює глобальне розуміння явищ на планеті Земля. Римський клуб залишається центральним форумом, що формулює план відповідального глобалізму та стійкого розвитку, і слугує орієнтиром для значної частини світової еліти. Ювілейна доповідь написана двома президентами Клубу – Ернстом Вайцзеккером і Андерсом Війкманом, за участю тридцяти чотирьох інших членів Клубу.

Основним питанням у доповіді є "філософське коріння поточного стану світу", який знаходиться під загрозою, а його порятунок полягає у зміні

світогляду. Автори виходять з концепції "повного світу", яку висунув американський еколог і економіст Герман Дейлі. За цією концепцією, людство сформулювало свою цивілізацію, опираючись на умови "порожнього світу" - територій, що не вивчені, та надміру ресурсів. Проте зараз світ перейшов у "повний світ", де ресурси обмежені, і подальше розширення стає неясним. Продовжуючи дотримуватися правил "порожнього світу", може виникнути колапс. Доповідь складається з трьох частин: аналізу теперішньої кризи, критики домінуючого світогляду та пропозицій практичних рішень. Вираз "Come On" має двозначне значення: "не намагайся мене обдурити" і "приєднуйся до нас". Автори відзначають, що сучасна криза є не циклічною, але зростає і включає різні аспекти - соціальні, політичні, культурні, моральні, демократичні, ідеологічні та капіталістичні.

Окрім неприбуткових організацій, у сфері міжнародних відносин важливу роль відіграють конкретні асоціації журналістів, які активно сприяють у вирішенні глобальних проблем людства.

Міжнародна федерація журналістів (МФЖ) вважається однією з найстаріших професійних журналістських організацій у світі, заснованою у 1926 році. На сьогоднішній день Федерація налічує понад 600 тисяч членів і представників різних країн. МФЖ виступає консультативним органом при спеціалізованих установах ООН, таких як ЮНЕСКО, МОП, ВОІВ, Комітет з прав людини, а також у Раді Європи.

Організація не приймає політичних позицій від імені зацікавлених сторін, залишаючись незалежним органом, що бореться за права та свободи журналістів у всьому світі. МФЖ активно підтримує створення місцевих професійних спілок і об'єднань. Одним із основних напрямків діяльності Федерації є виступ проти насильства, расової дискримінації, а також осуд національної нетерпимості та міжнародних конфліктів. В наступні часи особлива увага Федерації приділяється подіям в Україні, Сирії, Палестині та інших регіонах з воєнними конфліктами.

[38]

Іншою професійною організацією, яка сповідує подібні принципи та має аналогічні цілі, є Міжнародна організація журналістів (МОЖ). Заснована у 1945 році під час Всесвітнього конгресу журналістів, на сьогоднішній день організація об'єднує представників різних країн, а також включає окремі журналістські спілки, комітети та професійні об'єднання працівників ЗМІ. Основні завдання МОЖ включають боротьбу за збереження миру і дотримання прав людини, зміцнення співробітництва між народами і країнами через вільне, чесне і відкрите інформування громадськості, захист свободи та прав журналістів, а також припинення інформаційних воєн і розповсюдження брехні та дезінформації.

Новим міжнародним об'єднанням у галузі засобів масової інформації, створеним у 2015 році, є Асоціація журналістів в боротьбі за мир. Головною метою цієї організації, визначеною її засновниками, є захист прав і свобод журналістів, а також надання підтримки для забезпечення незалежного і об'єктивного освітлення міжнародних подій. Група засновників цього об'єднання сформувалася під час спільного гуманітарного арт-проекту «Material Evidence», який спрямований на вивчення історії сучасних міжнародних збройних конфліктів та стану мирного населення в зонах конфліктів, зафіксованих фотодокументами військових подій в Іраку, Україні, Сирії. Військові репортери і фотокореспонденти з різних країн (Німеччина, Франція, США, Ізраїль, Сербія, Південна Африка та інші), які беруть участь у висвітленні військових подій, залучили провідних політологів, аналітиків і експертів з міжнародних відносин та світових конфліктів для співпраці в Асоціації. Основні принципи, на яких ґрунтується діяльність Асоціації – об'єктивність, достовірність інформації та професіоналізм.

Перше засідання Асоціації відбулося у Відні 20 травня 2015 року. Ця організація може виявитися ефективним інструментом у протидії дезінформації, навмисному розповсюдженню неправдивої інформації, становлячи перший крок у запобіганні та полегшенні інформаційних конфліктів і війн. На завершення можна зробити висновки щодо основних напрямків діяльності ЗМІ у вирішенні

глобальних проблем сучасності. Залучаючись до роботи міжнародних організацій та професійних об'єднань, співпрацюючи з фондами збереження життя на Землі, проводячи різні акції та флешмоби та поширюючи інформацію про загрози життю та здоров'ю людини серед широкої громадськості, журналісти з різних країн сприяють вирішенню актуальних проблем людства.

Засоби масової інформації є значущим та впливовим джерелом інформації про кліматичні дослідження, перекладаючи складні текстові матеріали цих досліджень з експертного рівня на доступну мову. Однак журналісти можуть розглядати питання зміни клімату різними способами.

Згідно з висновками команди дослідників з університетів Гамбурга і Цюріха, вибір тем, які висвітлюються у ЗМІ по всьому світу, визначається більше політичними міркуваннями, аніж науковими аспектами. Їх дослідження, присвячене частоті включення теми зміни клімату в новини порівняно з іншими темами, охопило газети з 27 країн світу, представляючи різні рівні розвитку, економічні умови та ступінь розвинутості. Загалом результати досліджень свідчать, що у ЗМІ висвітлення теми зміни клімату більше зумовлене політичними чинниками, а не кліматичними, погодними або науковими аспектами.

Сучасні ЗМІ є ефективним інструментом для формування світогляду громадськості. Вже давно було помічено, що ЗМІ мають значний вплив на масову свідомість. Розвиток технічних можливостей ЗМІ великою мірою розширив можливості маніпулювання масовою свідомістю, яка легко піддається впливу без значних зусиль. Оскільки маса не володіє власною думкою та не має нахилу до теоретичного мислення, вмиле маніпулювання інформацією надає ЗМІ практично безмежний вплив на маси.

У сучасну інформаційну епоху роль ЗМІ у формуванні суспільних цінностей, орієнтацій і поглядів збільшилася. Медіа все більше проникають в повсякденне життя людей, забезпечуючи динамічний та цілеспрямований вплив на масову свідомість. Це призвело до того, що індивіди, які складають масу, стали піддаватися впливу "інформаційних фантомів", які створюють ЗМІ.

На сучасному етапі ЗМІ перетворилися з простих засобів пошуку, обробки та передачі інформації в інструменти, які контролюють і трансформують внутрішній, духовний світ людини.

Існує концепція позитивної (конструктивної) пропаганди, яка ставить за мету передати споживачеві різні переконання у позитивному світлі. Головна мета цієї пропаганди полягає в сприянні соціальній гармонії, злагоді та вихованні людей відповідно до загальноприйнятих цінностей. Позитивна пропаганда виконує функції виховання та інформації в суспільстві, спрямовані на користь тих, кому вона адресована, а не обмеженого кола зацікавлених осіб. На відміну від негативної пропаганди, позитивна не має маніпулятивних цілей. [39, с. 184]

Засоби масової інформації активно залучаються до пошуку адекватних та об'єктивних відповідей на виклики сучасності, виступаючи одним із дієвих інструментів у вирішенні глобальних проблем сучасності.

При аналізі світових досліджень, які стосуються висвітлення кліматичних проблем у ЗМІ, було виявлено, що значна увага приділяється цій темі лише у періоди її загострення. У тих періодах, коли ситуація стає менш напруженою, ЗМІ мають тенденцію «забувати» про клімат. Загалом результати свідчать, що висвітлення теми зміни клімату у ЗМІ визначається більше політичними аспектами, аніж факторами, пов'язаними з кліматом, погодою чи дослідженнями вчених.

Експерти, які вивчають це питання, погоджуються з твердженням, що більшість людей виявляє сумніви у глобальному потеплінні та ставиться до нього із скептицизмом. Незважаючи на численні дослідження і розрахунки, які підтверджують реальність глобального потепління, багатьом людям ця проблема здається абстрактною та віддаленою. Американські психологи стверджують, що усвідомлення глобальних змін у кліматі формується як суміш слабо пов'язаних політичних переконань, соціальних та ситуативних чинників і наукових даних.

ЗМІ виконують важливу роль у поширенні інформації про кліматичні дослідження, перетворюючи їх складні тексти на доступну для загальної аудиторії мову. Однак різні ЗМІ висвітлюють проблеми зміни клімату по-різному.

Наприклад, телеканал Fox News відомий своїм критичним підходом до проблеми глобального потепління. Дослідження впливу перегляду новин цього каналу показало, що його аудиторія вірить в аргументи, що спростовують ідеї глобального потепління, не довіряє вченим та вважає, що обмеження викидів парникових газів негативно вплине на економіку США.

Навіть якщо вдасться переконати людей у зміні клімату, це ще не гарантує, що вони змінять свою поведінку і почнуть економити електроенергію. Американські вчені вважають, що багато людей сумніваються у тому, що їхні невеликі зусилля можуть щось змінити.

Отже, важливо, щоб ЗМІ не використовували тактику залякування людей глобальним потеплінням та катастрофічними сценаріями. Замість цього, ЗМІ повинні спрямовувати зусилля на формування екологічної свідомості, навчаючи людей жити у гармонії з природою та брати на себе відповідальність за екологію. Проблема зміни клімату тісно пов'язана з екологічними проблемами, які є актуальними у всьому світі, і будь-які дії з ліквідації кліматичної кризи є необхідними для збереження нашого здоров'я та навколишнього середовища. [40, с. 35]

## РОЗДІЛ 3

### Порівняння міжнародної та вітчизняної публіцистичної складової в журналістиці

#### 3.1. Використання публіцистики для аналізу особливостей та критеріїв, що визначають новини в міжнародній журналістиці.

Більшість журналістів надають велике значення методологічним категоріям новин, які включають близькість, популярність, своєчасність, актуальність, значимість та драматизм. Давайте розглянемо їх поближче.

1. Близькість: Журналісти розуміють, що аудиторія більше цікавиться подіями, які відбуваються ближче до них. Наприклад, авіакатастрофа в Лондоні може викликати більший інтерес, ніж подія, що трапилася в іншій країні, такій як Найробі чи Кісуму (Кенія).

2. Популярність: Журналісти публікують матеріали про знаменитостей та їхні романтичні пригоди з такою деталізацією, яка впливає на читачів, оскільки ці події можуть вразити звичайних людей негативно.

3. Своєчасність: Люди очікують від ЗМІ оновлень та інформації про поточні події. Тому сьгоднішні вибори в парламент завжди збуджують більший інтерес, ніж минулорічні муніципальні вибори.

4. Актуальність: Деякі теми завжди цікавлять людей більше за інші. Наприклад, тема герпесу була актуальною в охороні здоров'я США на початку 1980-х років, але коли аудиторія втомилася від цієї теми, її інтерес втратився, і актуальною стала тема СНІДу. Починаючи з 2020 року, провідною темою став Covid-19.

5. Значимість: Від того, який вплив може мати певна подія на людей, залежить, чи потрапить вона до новин.

6. Драматизм: Деякі події властивий драматичний характер та інтрига. Наприклад, судові справи про вбивство, які лише починають розгортатися, можуть викликати особливий інтерес. [54]

Загалом, вибір новин - це складний процес, і журналісти не завжди можуть передбачити, які з них зацікавлять аудиторію найбільше. [55]

Один з основних принципів міжнародної журналістики полягає в твердженні: "Події, про які не повідомлено, – не новини". Незважаючи на якості, такі як відомість, значущість і драматизм, подія стає новиною лише тоді, коли про неї інформують.

Оцінка події як новини є суб'єктивною і залежить від багатьох факторів. До найбільш суттєвих з них відносяться:

1. «Новинна дірка»: Термін "новинна дірка" вказує на обмеженість часу в ефірі та обсягу місця на сторінках газети для новин. Редакторам доводиться вирішувати, які матеріали заповнюватимуть ці обмежені ресурси.

2. Інформаційний потік: Кожного дня в світі трапляється велика кількість цікавих подій. Тому журналісти вибирають лише ті новини, які є найбільш важливими та цікавими для аудиторії.

3. Забезпечення кадрами: Навіть цікава подія може залишитися поза увагою, якщо журналіст не має кореспондента в потрібному місці чи часі.

4. Інтерес аудиторії: Оцінка подій залежить від сприйняття аудиторією. Журналісти враховують інтерес своєї аудиторії та орієнтуються на її очікування.

5. Змагання: Журналісти завжди конкурують один з одним, намагаючись знайти матеріали про події, які можуть бути пропущені конкурентами, щоб підняти свій імідж і залишити вплив на аудиторію.

В іноземній журналістиці, визначення новин в основному визначається результатами журналістського спостереження за реальністю та вирішенням двох основних питань: сповіщати чи не сповіщати про певну подію і, якщо так, то як це зробити. Залишаються незмінними певні критерії, кожен з яких може перетворити практично будь-яку подію в новину:

1. Особиста участь журналіста в подіях, які розглядаються.
2. Рівень популярності учасників події.
3. Масштаб і новизна події.
4. Економічний вплив, який може відобразити певна подія.
5. Масовий інтерес до неї. [56]

У журналістському ідеалі, який полягає в пошуку і відображенні неприкрашеної правди, важливе місце займає виконання репортерами різноманітних завдань. Проте варто пам'ятати, що журналісти - це індивідуали із своїми власними цінностями, які впливають на їхню роботу. Соціолог Герберт Ганс визначив вісім ключових цінностей, які сформувалися у більшості сучасних журналістів:

1. Етноцентризм: Журналісти зазвичай дивляться на події світом своїх власних співвітчизників, що відображається в матеріалах новин.
2. Альтруїстична демократія: Більшість журналістів підтримують ідеї демократії і критикують інші форми управління, які, на їхню думку, сприяють корупції та конфліктам.
3. "Відповідальний" капіталізм: Вони вірять у розвинутий бізнес, який створює умови для загального процвітання країни.
4. Провінційні пасторалі: Журналісти часто романтизують сільське життя та надають перевагу матеріалам з невеликих міст.
5. Індивідуалізм: Вони нахилиються до історій про незначних особистостей, які долають життєві труднощі.
6. Помірність: Журналісти підтримують суспільну помірність і діють у відповідності до цієї цінності.
7. Суспільний порядок: Вони пишуть про безлад і конфлікти, але це не вказує на підтримку безладу, а навпаки, на бажання зберегти порядок.
8. Престиж влади: Репортери розглядають людей на посадах як головних джерел інформації, які можуть вплинути на суспільний порядок у разі порушення. [57]

Поділяючи специфіку збору та розповсюдження новин в журналістиці закордонних країн, важливо зауважити, що більшість ЗМІ зазвичай отримують готові матеріали, включаючи публіцистику та комікси, від провідних інформаційних агентств, які іноді називають синдикатами. Оскільки синдикати продають одні й ті ж матеріали декільком різним організаціям, це призводить до зниження вартості передплати, інформаційні агентства забезпечують стабільний

дохід. У підсумку, це вигідно як інформаційним агентствам, так і ЗМІ, що використовують ці матеріали.

Сучасні провідні інформаційні агентства, такі як Асошіейтед Пресс, Юнайтед Пресс Інтернешнл, Ройтер, Франс Пресс, Дойче Пресс Агентур, пропонують різноманітні види матеріалів своїм передплатникам у регулярному режимі, включаючи:

- Політичні коментарі.
- Політичні карикатури.
- Комікси.
- Любовні історії.
- Сторінки з корисною інформацією.
- Рецензії на книги, фільми та телепередачі.
- Ігровий контент.
- Літературні матеріали.

Однак найпоширеніші теорії журналістики в закордонних країнах сприймають журналістику як мистецтво, а не як науку. Журналісти часто ставлять перед собою питання про ефективність своєї роботи. Проте єдине, що вони можуть дійсно зробити, - це знаходити і посилатися на достовірні факти. Ризики в процесі збору новин, особливо на міжнародному рівні, завжди очевидні. Навіть якщо репортер здатен легко зібрати матеріали та включити їх у значущий контекст, стаття потрапляє до аудиторії лише після проходження через руки багатьох редакторів, кожен з яких може вносити зміни. Очевидно, що не кожному подобається те, що надруковано чи показано. Пресі часто доводиться стикатися з несправедливою критикою. Журналісти часто звинувачуються у політичному прикрашуванні подій. Фактично ж політичні погляди журналістів переважно відповідають поглядам їхньої аудиторії. [58]

Консолідація збору інформації завдяки найбільшим світовим агентствам дозволила зекономити ресурси в сфері міжнародних новин. Ці агентства надають можливість місцевим газетам і радіостанціям отримувати матеріали, які були б надто складними для них зібрати самостійно. З іншого боку, зарубіжна

інформація коштує дешевше, ніж місцева, отримана від власних кореспондентів. Це породжує питання про оптимальний баланс між місцевими та закордонними новинами в телебаченні, радіо та газетах. [27, с. 47]

Професійні стандарти є критичним елементом в різних сферах нашого життя. Будинок, який будується без дотримання будівельних стандартів, може обвалитися. Їжа, приготована без врахування санітарних норм, може стати причиною отруєння. Важливість професійних стандартів в журналістиці не менша, оскільки ЗМІ формують наше сприйняття світу, впливаючи на наше світосприйняття. Історія свідчить про розуміння необхідності впровадження професійних журналістських стандартів, яке виникло ще у 1954 році на Міжнародному Конгресі Журналістів, де була прийнята Декларація принципів поведінки журналістів. Ця декларація, зокрема, наголошує на принципі достовірності: «журналіст зобов'язаний подавати інформацію, посилаючись на факти, походження яких він (вона) знає». Шість основних професійних стандартів новинної та аналітичної журналістики, які базуються на досвіді світових ЗМІ та визнані багатьма українськими медійними організаціями, включають баланс думок, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, точність, повноту та оперативність.

Баланс думок гарантує безпристрасність висвітлення подій, забезпечуючи представлення різних точок зору. Оперативність передбачає максимально швидке та актуальне повідомлення, не зводячи на спрощення інших стандартів.

Достовірність вимагає, щоб кожен факт мав ідентифіковане та надійне джерело. Відокремлення фактів від коментарів ставить завдання незаангажованості журналіста, а точність виключає поширення неточної інформації.

Повнота означає відповідь на всі ключові питання щодо події, забезпечуючи чіткий контекст і пояснення. Всі ці стандарти слід ретельно враховувати при виконанні журналістської роботи, щоб забезпечити якість та достовірність інформації для громадськості. [59]

### **3.2. Роль публіцистичної складової у визначенні аспектів функціонування світових ЗМІ.**

Засоби масової інформації в сучасному світі представляють собою один із найбільш вагомих соціальних інститутів, які займають провідне місце в системі соціального функціонування суспільства. Вони відповідають за обіг та поширення інформації, сприяють реалізації ключових завдань демократичної держави, таких як гарантування всім громадянам рівних можливостей доступу до інформації та об'єктивного висвітлення найважливіших питань. Шляхом сприйняття та, не завжди, критичного осмислення цієї інформації відбувається формування соціальних структур і громадської думки, що в певному відношенні визначає уподобання членів суспільства, впливає на їхні переконання, світогляд та особистий вибір. Політична влада у багатьох країнах світу активно використовує медіа для впливу на громадську думку.

#### **Преса в Канаді**

Відрізняється великою різноманітністю та має свої унікальні особливості. Спершу, це двомовна преса, оскільки Канада має дві офіційні мови – англійську та французьку. Отже, канадські ЗМІ можна розділити на англійськомовні та франкомовні. Також, медійну галузь Канади можна поділити за географічними ознаками: східну, яка включає переважно друковані ЗМІ провінцій Квебек та Онтаріо, та західну, представлену пресою провінцій Британської Колумбії, Альберти та Манітоби. Історично склалося так, що Західна Канада сформувалася в умовах домінування англійської мови, тоді як східна частина Канади була під великим впливом французької мови та культури. Ця історична спадщина призвела до паралельного розвитку двох потужних культур, які суттєво вплинули на політику, економіку, суспільство та, звісно ж, засоби масової інформації, включаючи пресу, яка стала неодмінною частиною суспільно-політичного життя в кожній провінції.

Протягом своєї історії у Канаді українські засоби масової інформації виконували ключові ролі, зокрема консолідаційну. Вони виступали і залишаються фактором, який сприяє відчуттю належності до українського

етносу, утриманню зв'язку з Батьківщиною, обговоренню питань життя діаспори та підтримці права отримання інформації рідною мовою. Дослідження цих медіа важливо для розуміння життя та викликів діаспорян, їхніх прагнень та ідентичності в умовах іншого соціокультурного середовища. [51, с. 49]

За століття існування української діаспори в Канаді було засновано принаймні 235 українських періодичних видань. Їхні засновники включали політичні партії та рухи, які намагалися залучити діаспору до підтримки свого напрямку розвитку держави, релігійні громади, професійні спілки та простих ентузіастів. Метою було об'єднання етнічних українців у Канаді для збереження їхньої національної ідентичності. З впровадженням сучасних медіа технологій та внаслідок фінансових криз у минулому десятилітті змінилися тенденції функціонування друкованої преси. Спостерігається зменшення накладів, припинення видання деяких періодичних видань і початок створення електронних аналогів у мережі Інтернет, а згодом перехід тільки на цю технічну платформу. Зростає кількість людей, які отримують інформацію через свої смартфони, що призводить до відмови від паперових версій улюблених видань. Крім того, електронна форма розвантажує фінансові витрати газет, пов'язані із друку, дозволяє оперативно подавати новини, точніше визначати вподобання аудиторії та швидко отримувати зворотний зв'язок від читачів, що робить медіа більш ефективними. Ці зміни також впливають на українські видання в Канаді, де способи обміну інформацією серед українських іммігрантів у Вінніпезі адаптуються до сучасних тенденцій на медіаринку, що включає зменшення кількості друкованих ЗМІ та перенесення комунікації на різноманітні інтернет-платформи. [52, с. 266]

### **Преса в Німеччині**

Важливою рисою німецької преси є поширення регіональних видань. Наприкінці 80-х років минулого століття у Німеччині було понад 1300 видань цього типу. Загальний наклад регіональних газет, які виходили від імені 108 різних видавництв і мали повноцінні редакції, становив 13,3 мільйони примірників, що дорівнює 64,8% або 2/3 від загального накладу всіх німецьких

газет. Важливо відзначити, що цей тип преси може виходити під однією "шапкою" та ім'ям однієї редакції, але газета може мати кілька різних видань. Наприклад, газета «Зюдвест пресе», що видавалася в Ульмі, мала 41 різних місцевих видань.

Політика завжди мала значущий вплив на життя окремих осіб та національних громад. На думку професора Томаса Майєра, керівника політичної освіти ФРН, в державах з сильними демократичними традиціями та ефективними контрольними інститутами над урядом, деяка частина громадян може дозволити собі бути аполітичними. Але в країнах, де авторитарні або навіть диктаторські режими щойно закінчилися, відсутність громадянського зацікавлення в політиці може мати серйозні соціальні наслідки.

Після Другої світової війни, щоденна преса в Західній Німеччині зайняла певні позиції відповідно до політичного спектру. Деякі газети представляли буржуазно-консервативну спрямованість (наприклад, «Ді Вельт» та «Франкфуртер Альгемайне Цайтунг»), інші були ліволіберальними (наприклад, «Зюддойче Цайтунг» та «Франкфуртер Рундшау»), а треті слідували соціалістичній лінії (наприклад, «Нойес Дойчланд»). З 1949 року і до наших днів офіційно преса в Німеччині не класифікується за політичними партійними ознаками, оскільки згідно зі статтею 5 Основного Закону, всі ЗМІ в країні є незалежними. Власники та видавці видань самі визначають їх зміст та розвиток: частоту виходу, область поширення та спрямованість на конкретну аудиторію. Але залежно від того, до якої інформаційної групи або видавничого концерну відноситься видання та їх політичних поглядів, друковане видання незаперечно виражає симпатії та оцінки певної політичної партії, що відображається на його сторінках.

Зважаючи на рівень впливу, якого можуть досягти ЗМІ в Німеччині, журналісти там стають обережнішими, оскільки розуміють потужний вплив інформації – власне, "рукописи не горять". Наприкінці 2012 року президент Крістіан Вульф став жертвою потужної медіа-кампанії, яка фактично знищила його політичну кар'єру. Таблоїд Bild активно почав піднімати питання можливих

бізнес-зв'язків Вульфа з його другом Егоном Геркенсом. Цю тему потім підхопили найвпливовіші німецькі ЗМІ, звинувативши Вульфа в одержанні кредиту для покупки власного будинку за особливо вигідних умов і стверджуючи, що його друзі фінансували деякі сімейні відпустки. Хоча для України це порушення можливо не виглядало б значущим, в Німеччині ця інформаційна атака стала справжньою бомбою. На початку 2012 року Вульф добровільно вийшов у відставку. За словами кореспондентки "1+1" у Берліні Наталії Фібриг, медіа в Німеччині здатні легко "з'їсти" будь-якого політика, навіть на підставі мінімального компромату. [49]

Вже майже шістдесят років тричі на тиждень представники усіх німецьких міністерств регулярно зустрічаються з журналістами на аудієнціях, відомих як «Бундеспресеконференц». Ця традиція почалася ще в післявоєнному 1949 році і має на меті контроль за державною машиною, а також відстеження навіть малих змін у політичному курсі. Ініціаторами цього заходу були саме журналісти, які бажали детально вивчати стратегії та діяльність кожного міністерства. Нині це журналісти визивають владу на ці регулярні зустрічі. Можливість брати участь у цих конференціях і задавати питання уряду доступна не для всіх журналістів, а тільки для тих, які є членами окремого журналістського об'єднання «Bundespressekonferenz» і сплачують щомісячний внесок у розмірі 30 євро.

У взаємодії між журналістами та владою в Німеччині існують власні норми. Представники авторитетних видань не прагнуть розповсюджувати непідтверджені чутки або одноденні сенсації. Маркус Венер, журналіст видання «Frankfurter Allgemeine Zeitung» (FAZ), пояснює: "Ми стараємося розуміти процеси, аналізувати їх з різних точок зору, а потім вже писати про це".

Таким чином, політики та чиновники можуть довіряти журналістам конфіденційну інформацію, яку, однак, не можна оприлюднювати. В Німеччині введено систему класифікації для спілкування: "unter 1", "unter 2" і "unter 3" (це також працює під час Бундеспресеконференц).

Unter 1 - це інформація, яку можна оприлюднити з вказівкою джерела та всіх супутніх деталей. Unter 2 - інформацію можна розголошувати, але без прямого зазначення джерела. Якщо політик кваліфікує інформацію як unter 3, журналіст не має права публікувати чи розголошувати її у будь-якій формі. Увага українського читача обов'язково привертається до різниці у жанровому розподілі між німецькою та вітчизняною журналістикою. Виділяються також відмінності в тлумаченні певних жанрів, особливо у художньо-публіцистичних форматах, наприклад, у нарисі. Україна, загалом, і українська журналістика, зокрема, входять у глобальний інформаційний простір. Ми вже ніколи не можемо жити в ізоляції, оскільки інформаційних кордонів більше не існує. Якщо ми прагнемо створити конкурентоспроможний та привабливий для аудиторії продукт, нам слід розуміти закономірності його виробництва в цивілізованих країнах. Німеччина не лише є однією з економічно найрозвинутіших країн у світі, але також має тривалі та стійкі традиції читання. Той факт, що в умовах загостреної конкуренції аудіовізуальних медіа, німецькі газети, хоч і зазнають втрат, все ж зберігають свої позиції, свідчить про заслуги та майстерність німецьких колег. [50, с. 10]

Німці вірять в різноманітність точок зору та відсутність єдиної правди, в той час як в Україні домінує переконання, що існує лише одна правильна інтерпретація, а все інше – це різні тлумачення. Різницю в уявленнях про професію журналіста в різних країнах стало видно під час міжнародного семінару «Політичний потенціал нових медіа», який відбувся у жовтні 2014 року у Бамберзі, Баварія. Запрошені фахівці обговорювали тему Інтернет-журналістики та представили різні підходи медіа практиків Німеччини та України.

Йоганес Гроцкі, Почесний професор Бамберзького університету і колишній кореспондент західнонімецького радіо WDR, висловив першу думку на семінарі: "Не існує єдиної правди", що викликало жваву реакцію українських колег, розглядаючи це як провокативне твердження. Вони вважали, що існує лише одна правда, а різні тлумачення можуть виникнути лише внаслідок різних поглядів.

Гроцкі продовжив своє виступлення, стверджуючи: "Медіа та журналістика не повинні бути національно зобов'язані. Забудьте про правду в медіа, якщо вони контролюються сторонами, які взяли участь у конфлікті". Хоча медіа не можуть бути абсолютно об'єктивними через власні переконання журналістів, національні обов'язки медіа залишаються чутливим питанням. Більшість ЗМІ є приватними, але вони все одно служать певній групі людей, їх об'єднує громадянство, етнічне походження або політичні переконання. Зорієнтовуючись на цю групу, журналісти часто адаптують свої матеріали до її потреб. У цьому контексті не дивно, що українські медійники бачать в українських військових захисників, а в сепаратистах – загрозу чи ворога.

Також виявилось, що українські та німецькі журналісти відрізняються у своєму ставленні до потенціалу громадянської журналістики. Українські учасники семінару наголошували, що без громадянської позиції неможливо розвивати нові медіа, тоді як німці відповідали ухильно, вважаючи це дуже неоднозначним.

Чим свідчать ці відмінності в підходах? Очевидно, що стандарти української та німецької журналістики різняться, навіть з урахуванням орієнтації на об'єктивність та достовірність. Тут також слід врахувати, що медіа реагують по-різному в залежності від ситуації в країні. Україна перебуває в стані війни, що не можна сказати про мирну Німеччину, і це впливає на сприйняття подій журналістами. Різні погляди на політичний потенціал нових медіа є ще одним прикладом. Обидві сторони визнали великий вплив Інтернет-медіа, блогів та соцмереж, але не узгодили, як використовувати ці засоби. Українські журналісти, показуючи профілі "ополченців" та їхні фотографії з убитими українськими військовими у соцмережах, сприймали це серйозно, тоді як німецькі колеги ставили під сумнів достовірність інформації через соцмережі. З іншого боку, коли німці говорили про Twitter-скандал із звинуваченням політика у сексизмі, українці ставилися до цього скептично. Отже, тижневий семінар продемонстрував, що, незважаючи на глобальний характер нових медіа, їх

розвиток може значно відрізнятись залежно від країни та її журналістської культури.

Загалом, погляди німців на правду та національну заангажованість визначають їхні уявлення про політичний потенціал нових медіа. За їхніми думками, нові медіа повинні служити як засіб швидкого контролю над політиками та джерело важливих повідомлень. Вони можуть розкривати факти корупції, дискримінації, зловживань і т. д., але обов'язково утримуватися від висловлення власної позиції чи втручання в конфлікти. Такий обережний підхід німецьких журналістів призводить до певного скепсису стосовно інформації з українських джерел. Протягом тижня семінару німецькі практики часто висловлювали скарги, що не впевнені, де отримувати новини про Україну та Росію, і тому сумніваються як щодо українських, так і російських ресурсів, хоча деякі віддають перевагу останнім. Наприклад, телеканал "RT" є популярним джерелом новин у деяких кругах.

Коли ми говоримо про національні обов'язки, не можна не згадати про медіа на іншому боці конфлікту, які відстоюють російські інтереси. Звісно, можна суперечити щодо того, чиї саме це інтереси, але факт, що російські медіа працюють на уряд і допомагають національному згуртуванню, важко заперечити. Інформаційна політика провідних російських ЗМІ може викликати обурення та неприйняття, проте для внутрішнього споживача вона подається саме як "захист державних інтересів". Тому заяву Гроцкі українські журналісти сприйняли дуже неоднозначно. У свою оборону вони зазначили існування інформаційної війни та маніпулювання інформацією. За їхніми словами, коли ворог використовує ЗМІ як інструмент пропаганди, медіа країни-жертви повинні протистояти таким атакам. Єдиний спосіб - це формування іміджу та захист національних інтересів, і це, якраз, суперечить поглядам Гроцкі. [29]

### **Преса Великобританії**

У двадцятому столітті періодична преса Великобританії зазнала якісного та кількісного зростання. Інформаційний простір країни представлений численними газетами та журналами, кількість яких стрімко збільшується завдяки

розвитку техніки та новітніх технологій. Щоденно на читацький ринок Великобританії надходить майже 30 мільйонів примірників різноманітних періодичних видань. "На кожну тисячу населення Англії припадає приблизно 611 примірників газет та інших періодичних видань проти 353 у США". Кінець двадцятого століття призначено виходженням 135 щоденних, 17 недільних газет, 1325 тижневих, 5128 журналів і близько 1200 інших видань. Власність над пресою Великобританії контролюється п'ятьма найбільшими газетними корпораціями: Associated newspapers ltd., Biverbook newspapers Ltd., International publishing corporation, Thompson organization Ltd., News of World organization Ltd.

В сучасному епосі Британія визначається як один із лідерів у світі за щільністю медіапростору, де британські газети протягом численних десятиліть слугують взірцем класичного прикладу періодичного друку. Історія розвитку англійської періодики була тривалою та складною, від рукописних аркушів новин, що переважно служили для повідомлення про прибуття торгових кораблів, до сучасних "друкованих гігантів", які вже не одне століття утримують свою домінуючу позицію на полі національної періодики. Загалом, на сьогодні в Британії виходить 160 щоденних газет та 1300 недільних, представляючи різні політичні погляди та охоплюючи економічне, соціальне і культурне життя, а також інформуючи про події як в країні, так і на міжнародному рівні. Згідно з національною статистикою, більше половини населення країни, старше 15 років, щоденно читає хоча б одну загальнонаціональну газету – 59% чоловіків і 50% жінок [53, с. 71].

На сучасному етапі розвитку наукової філологічної думки виникає особливо актуальне питання визначення лінгвістичних аспектів британської періодики. Це особливо важливо, оскільки друковані видання сьогодні відчують суттєвий вплив новітніх технологій, зокрема з появою Інтернету, що призвело до змін у формі та змісті подачі інформації.

Особливий акцент буде зроблено на ролі преси. Друковані ЗМІ відіграють важливу функцію в забезпеченні якісної журналістики у Великій Британії, забезпечуючи доступ громадськості до різноманітних переконань і поглядів, а

також сприяючи демократичній участі громадян. Місцеві та регіональні видання, зокрема, мають велике соціальне значення, висвітлюючи місцеві проблеми і потреби, сприяючи об'єднанню громад, а також забезпечуючи відповідальність місцевої влади та інших постачальників публічних послуг [54].

Сучасний медіа ринок Великобританії поділяється на три складові: комерційні медіа, комерційні з громадськими обов'язками та громадські медіа. Перші включають пресу, кабельне та супутникове телебачення та Інтернет-ЗМІ. Другі, хоча мають комерційну основу, накладають деякі громадські функції на національні компанії, такі як ITV, Chanel 4 та Chanel 5. Треті - громадська радіо- та телемовна корпорація BBC, яка не транслює рекламу.

The Times, що належить корпорації News Corporation Руперта Мердока, визнана найвпливовішою та авторитетною газетою. Історично консервативна, вона підтримувала лейбористську партію під час виборів 2001 та 2005 років. Заснована у широкому форматі, вона перейшла на компактний у 2004 році, спрямовуючи своє впливове поле на молодше читацьке аудиторії. Спеціальне видання присвячене королівській сім'ї.

The Daily Mail, друга за розміром газета, що виходить понад 2 мільйони примірників, є однією з перших газет для середнього класу та залишається єдиною, де більше 50% читачів - жінки. Ця газета була першою, що продала мільйонний тираж за день. Вона має кілька «національних» версій для різних регіонів.

The Daily Mirror, щоденна ранкова газета Лондона, виходить з 1903 року та слідує позапартійній точці зору. Тираж цієї газети перевищує 5 мільйонів примірників.

Після Другої світової війни велика кількість українців, в тому числі колишні військовополонені та оstarбайтери, опинилася на британських островах. Тоді в Великобританії виходило 7 українських часописів, але їх наклад був дуже невеликим, від 20 до 100 примірників. Нині український сегмент медіапростору практично відсутній, за винятком української служби BBC. Британські журнали вважаються стабільним та прибутковим сектором, а їх

кількість коливається від 8 тисяч до 10 тисяч, становлячи приблизно 15% рекламного ринку. Розрізняють два типи журналів - спеціалізовані професійні та споживчі.

Отже, розвиток сучасного медіа ринку Великобританії свідчить про стрімку комерціалізацію масових ЗМІ та активізацію медіа концернів у створенні транснаціональних медіа індустрій. Високий рівень комерціалізації та значні прибутки ЗМІ в Британії, узгоджена інформаційна політика уряду країни та високий рівень журналістської етики створюють можливість формування конкурентоспроможного та високоякісного медіа продукту. Таким чином, Великобританія в найближчій перспективі залишатиметься одним із провідних у світовому інформаційному просторі. [28, с. 172]

### **3.3. Взаємодія публіцистики та інформаційної безпеки у світі, зокрема, у виявленні та протидії дезінформації.**

Підтримуємо погляд автора лекційного курсу "Методологія системного підходу та наукових досліджень" О.В. Кустовської стосовно того, що наукове дослідження має об'єктивні та суб'єктивні фактори. Вважаємо цю позицію вченої стосовно логіки наукового процесу повністю обґрунтованою і, виходячи з цього, вважаємо за доцільне розглянути об'єктивні та суб'єктивні фактори в контексті розвитку інформаційного суспільства та забезпечення інформаційної безпеки. [41, с. 90]

Інтелектуальний (психологічний) аспект:

Психологічні риси суспільної свідомості та негативні тенденції, що усі разом уповільнюють інформаційний прогрес суспільства та становлять загрозу його інформаційній безпеці.

Динаміка інформаційної сфери:

Перешкоджає формуванню, формулюванню та реалізації інформаційного права на всіх етапах його становлення. Цей аспект призводить до безробіття законодавства, яке регулює сферу інформаційних відносин, та неефективності його впровадження. Основні фактори динамічності змін у сфері інформації включають стрімкий розвиток інформаційної галузі, швидкий прогрес

інформаційно-комунікаційних технологій, збільшення складності та різноманітності суспільних відносин у цій сфері, новаторство інформаційних відносин та відсутність досвіду їх правового регулювання, а також відсутність загальноприйнятих стандартів поведінки в інформаційному середовищі, які визначені суспільством.

Підвищення соціальної важливості інформаційних процесів:

Визначає пріоритетність діяльності держави в організаційному та забезпечувальному аспектах інформаційної сфери як основи для майбутнього розвитку суспільства. Це підтверджується різними факторами, такими як всепроникливість інформаційних процесів, створення обширних можливостей для інформаційно-комунікативної взаємодії, поява додаткових можливостей для саморозвитку суб'єктів, виникнення нових особливо небезпечних загроз суспільній безпеці і безпрецедентне підвищення загальносуспільного значення всіх компонентів інформаційної безпеки.

Економічний вплив:

Створює економічні передумови для інформаційного розвитку суспільства та держави, а також забезпечує матеріально-технічні можливості для впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Загальні економічні чинники, що визначають ефективність процесу забезпечення інформаційної безпеки, включають відсутність стабільного економічного зростання, низький рівень забезпечення широких верств населення необхідними матеріально-технічними засобами для розвитку, обмежені можливості апарату держави у використанні сучасних інформаційно-комунікаційних засобів та недостатнє фінансування сфери освіти та науки.

Технічна сфера впливу:

Елементи цього фактору характеризують технічну вдосконаленість та актуальність засобів обробки інформації, що визначає готовність до ефективного впровадження інформаційних процесів. Серед основних складових можна відзначити нерозвиненість мережі швидкісного Інтернету, недосконалість

інформаційних ресурсів та застарілість автоматизованих систем обробки інформації.

Політично-ідеологічна впливова сфера:

Цей фактор визначає рівень осмисленості соціально впливовими групами індивідів необхідності вирішення соціальних та інформаційних проблем. До нього можна віднести такі аспекти, як відсутність стійкої та незалежної від політичних постійностей стратегії становлення України на міжнародній арені, відсутність реальної, послідовної та збалансованої державної програми соціального розвитку, неправовий характер діяльності державного апарату, пріоритетність політичної доцільності перед правовою, бюрократизм апарату держави, низький рівень розвитку громадянського суспільства, а також відсутність ефективних інформаційних зв'язків між державою і суспільством тощо.

Зазначені чинники підкреслюють важливість та перевагу різнобічної та високопрофесійної діяльності держави в інформаційній сфері, особливо у сфері правового забезпечення. Вибір ефективних методів правового регулювання та створення сприятливих правових умов в інформаційній сфері може ґрунтуватися на системі спеціально-юридичних та організаційно-правових гарантій законності. Ця система включає в себе різноманітні юридичні засоби та організаційні заходи, закріплені в законодавстві. Стосовно їх використання для гарантування інформаційної безпеки, а також заходів організаційного характеру, спрямованих на підвищення рівня інформаційної безпеки, боротьбу із порушеннями прав в інформаційній сфері та захист прав суб'єктів інформаційних відносин. [42, с. 254]

Подане розуміння правового аспекту інформаційної безпеки робить його системним (об'єднанням під юридичним кутом зору економічних, ідеологічних, спеціально-юридичних та організаційних аспектів забезпечення). Це об'єктивно визначається міждисциплінарним характером інформаційної безпеки та юридичною природою діяльності сучасної держави. Цю позицію підтверджує популяризація комплексного підходу до вирішення проблем інформаційної

безпеки України в останні часи українськими експертами з питань національної безпеки, незважаючи на їхню складність. Наприклад, В. Горбулін, М. Биченок, П. Копка виділяють такі напрями серед актуальних проблем системного забезпечення інформаційної безпеки України: нормативно-правове забезпечення, фінансово-економічні механізми, адміністративно-організаційні заходи, морально-етичне виховання та науково-технічне забезпечення. [43, с. 79]

### **Якою буває дезінформація?**

Дезінформація розповсюджується тими ж каналами, що і будь-яка інша інформація, включаючи телебачення, радіо, Інтернет та друковані матеріали (в тому числі засоби масової інформації, рекламні матеріали, політичні буклети і т. д.). Місця, де поширюється дезінформація, мають свої особливості. [48]

Друковані матеріали залишаються одним з джерел поширення дезінформації. Це можуть бути не лише ЗМІ, а й рекламні буклети, політичні рекламні матеріали і т. д. Під час виборів друковані матеріали часто використовуються для агітації та можуть впливати на певні соціальні групи. Значущою перевагою поширення дезінформації через друковані матеріали є те, що їх часто роздають безкоштовно або продають за низьку ціну у місцях масового скупчення людей. Це сприяє легкому поширенню неправдивої інформації серед малозабезпеченого населення, пенсіонерів, малолітніх, які часто не відмовляються від безкоштовних кольорових друкованих матеріалів.

Необхідно враховувати також радіо як платформу для поширення дезінформації. Хоча серед українців частка тих, хто отримує інформацію через радіо, швидко зменшується, проте 13% населення все ще слухає новини на радіостанціях. Додатково, радіо є основним засобом інформації для багатьох автомобілістів. У Європі, за станом на 2019 рік, радіостанціям як медіа найбільше довіряли. Важливість радіо як засобу поширення дезінформації особливо очевидна в Африці. У багатьох бідних африканських країнах, де відсутній доступ до телебачення чи Інтернету, радіо залишається головним джерелом інформації. Саме радіо відіграло ключову роль у розпалюванні ворожнечі між племенами хуту і тутсі в Руанді, що призвело до геноциду.

Згідно з річним опитуванням USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2020 р.», 52% українців користуються телебаченням для отримання новин, випереджаючи соціальні мережі, і лише 41% вірить телебаченню. У Європейському Союзі, за даними Європейської спілки мовлення, у 2019 році 49% населення довіряло телебаченню. З урахуванням цих показників, ТБ може слугувати ефективною платформою для поширення дезінформації, завдаючи значної шкоди. Європейська конвенція про транскордонне телебачення визначає, що телемовник "забезпечує об'єктивне висвітлення фактів і подій та сприяє вільному формуванню думок", що може служити правовим заходом проти поширення дезінформації. У рішенні ЄСПЛ у справі *Manole and others v. Moldova* зазначається, що телебачення і радіо мають більший "безпосередній і потужний ефект", ніж преса, і тому вони відіграють особливо важливу роль у забезпеченні плюралізму і свободи вираження думки. Це підкреслює, що медіа мають не лише право поширювати повну інформацію, але й громадяни мають право отримувати достовірну інформацію, а телебачення відіграє ключову роль в цьому контексті. В Україні ризик поширення дезінформації зростає через власність найпопулярніших телеканалів представниками великого бізнесу, які впливають на політику. Ці телеканали, для досягнення власних інтересів, можуть свідомо маніпулювати суспільною думкою. [47]

У 2020 році Інтернет в Україні став основним джерелом інформації. Згідно з опитуванням, згаданим вище, 62% респондентів отримують інформацію з соціальних мереж, а 48% — з новинних веб-сайтів. У контексті соцмереж, поширення дезінформації стає простішим, оскільки відсутній редакційний контроль, будь-який користувач може публікувати інформацію, а також створити і поширити її швидко і безкоштовно. Крім того, саме в Інтернеті контент часто набуває вірусного характеру, масово поширюючись від користувача до користувача, зі сторінки на сторінку та з сайту на сайт.

### **Форма та спосіб поширення**

Існують різні форми поширення дезінформації, включаючи текстовий, відео- та аудіальний контент, а також різні способи, такі як координована неавтентична поведінка, таргетинг, діпфейки і т. д. Створення дезінформації у формі тексту є найбільш простим, оскільки практично кожен може написати і поширити текстове повідомлення. Для цього не потрібні фахові навички монтажу чи дизайну, і більшість публікацій на платформах, таких як Facebook, Telegram, в Інтернет-виданнях та друкованих матеріалах, є текстовими.

Створення відео контенту стало набагато доступнішим порівняно з минулим. Раніше для створення відео потрібне було телебачення або кінотеатр, що вимагало багато часу та витрат на його створення. Тепер відеоблогінг на найпростішому рівні став можливим завдяки наявності смартфона та доступу до інтернету. З ростом конкуренції на ринку відео контенту блогери зростають своїми зусиллями для залучення більшої аудиторії. Однак навіть прості відео блоги можуть стати популярними та потенційно небезпечними в контексті дезінформації. Прикладом є пропагандист Анатолій Шарій, який розпочав зі звичайного знімання своїх висловлювань на суспільно-політичні теми та зараз має широку аудиторію, політичну партію та ймовірне фінансування від проросійських політичних сил. Одним із сучасних методів дезінформації, діпфейки, часто виражається у формі відео. Його особливості будуть розглянуті пізніше.

Інформаційний зміст у формі аудіо може бути використаний в усному ораторстві, на радіо, у подкастах, а також передаватися в усній формі від особи до особи. Не можна недооцінювати ефективність цього методу дезінформації. Історія показує, що аудіальна дезінформація мала великий вплив у нацистській Німеччині завдяки вмільому володінню ораторським мистецтвом Адольфа Гітлера. Також серед тих, хто обмежено користується Інтернетом або не перевіряє отриману інформацію, можуть поширюватися дезінформаційні повідомлення у вигляді пліток від сусідів, колег чи пасажирів у транспорті.

### **Зміст дезінформації**

Дезінформація може поширюватися шляхом абсолютної вигадки або відтворення реальних фактів, які перекручуються або маніпулюються. У випадку вигаданої інформації фейк може мати короточасний вплив зі швидким і відкритим спростуванням. Пізніше він може стати відомим як мем чи ознака маргінальності тих, хто зацікавлений у його поширенні. У випадку маніпуляції ефект може бути тривалішим і сильнішим. Наприклад, дезінформацією на основі вигадки є сюжет російських пропагандистів про неправдиве розп'яття українськими військовими хлопчика у місті Слов'янськ. Пізніше виявилось, що ця інформація була абсолютно неправдивою, і зараз цей сюжет розглядається як вияв маргінальності, непрофесіоналізму і заангажованості російських медіа. Щодо маніпуляції, вона може включати хибну аргументацію фактів, перекручування інформації, виривання з контексту, неповноту викладення тощо. Наприклад, у справі Траваліо проти Італії ЄСПЛ відхилив скаргу журналіста, який у своєму матеріалі про зв'язки політиків з мафією свідомо процитував лише частину заяви державного діяча. Це створило враження, що той має зв'язки з мафією. [46, с. 254]

### **Контекст, в якому поширюється дезінформація**

Середовище, в якому поширюється дезінформація, є надзвичайно важливим, оскільки воно визначає її ефективність і сприйняття. Наприклад, фейки, пов'язані з хворобою, стають більш дієвими під час пандемій, а дезінформація щодо дій військових набуває актуальності в періоди воєн або на територіях, де тривають конфлікти. Ворожнеча найкраще розпалюється тоді, коли між сторонами існують суперечки і конфлікти. Отже, контекст включає в себе чутливі середовища, період поширення інформації та ймовірну реакцію її споживачів.

Дезінформація небезпечна для суспільства, певної особи, функціонування нормальних державних або суспільних процесів. Є сфери, загроза для яких є особливо помітною: це охорона здоров'я, оборонна сфера і нацбезпека, політичне життя і демократичні вибори. Розглянемо, як дезінформація впливає на кожну з них. [44]

В багатьох ситуаціях, де використовується дезінформація. По-перше, її часто поширюють з різних джерел, і вона проникає в підсвідомість особи. По-друге, вона активно використовується у моменти прийняття важливих рішень, і коли правда виявляється, ціль дезінформації вже досягнута. Таким чином, цей метод виявляється досить ефективним. Проте, слід зазначити, що дезінформація є досить "грубим" методом і не часто використовується в сучасних ЗМІ. Можна стверджувати, що найбільш ефективною є інформація, яку ретельно обдумали та емоційно усвідомили люди. [45, с. 201].

Ще одним методом є семантичне маніпулювання, яке передбачає уважний відбір та спеціальне формування понять, які викликають позитивні або негативні асоціації, з метою впливу на сприйняття інформації. Оскільки цей метод базується на конкретних асоціаціях, він легко впливає на людину через її звички та переконання. Коли не можна приховати інформацію, часто вдається до методу відволікання. Так як суспільство не переносить інформаційного вакууму, для відволікання уваги аудиторії від однієї інформації потрібно спрямовувати її на іншу, представлену в найсенсаційнішому вигляді. Головна мета нової інформації - створити відволікаючу альтернативу та зменшити актуальність попередньої інформації.

Механізм створення "образу ворога" часто використовується для індукції негативної громадської реакції. У цьому механізмі ідея дегуманізації лежить в основі - ворог представляється як особа, яка суттєво відрізняється від вас: за національністю, родом, розумовими здібностями, а також характеризується агресивністю. При цьому наголошуються тільки негативні аспекти, а інформація про позитивні риси замовчується. Вплив преси на свідомість людей часто досягається за допомогою стереотипів, міфотворчості та іміджів. Стереотипи ефективно контролюють всі аспекти сприйняття інформації. Процес сприйняття - це в основному механічна адаптація невідомого явища до сталої загальної формули (стереотипу). Таким чином, преса стандартизує повідомлення, спеціально "підлаштовуючи" інформацію під стереотип та загальний погляд. [36, с. 191]

Отже, у сучасному світі преса використовує різноманітні методи для формування громадської думки. Це також характерно для Європи, де преса відіграє значущу роль серед ЗМІ. Розвинутість громадянського суспільства в Європі визначає необхідність формування громадської думки з різних приводів, оскільки більшість соціально-політичних чи економічних процесів можливі лише за умови підтримки суспільства. З іншого боку, завдяки високому рівню розвитку інститутів громадянського суспільства, останнє не тільки є об'єктом, але й впливовим суб'єктом політичного процесу, включаючи його міжнародний аспект.

## ВИСНОВКИ

Узагальнюючи, публіцистика – це комплексний жанр творчості, що охоплює різноманітні аспекти суспільного життя. Вона виступає як інструмент формування громадської думки та відображення реальних подій через призму авторської позиції. Здатна акцентувати увагу на повсякденних явищах, публіцистика впливає на читача емоційно, логічно та майстерно використовуючи реальні факти. Вона відрізняється від художньої літератури своєю орієнтацією на реальність і завданням висловлювати ідеї точно та доступно. Авторський наратив публіцистики відзначається відвертістю та документальністю, а читач має співпереживати автору та аналізувати висунуті погляди на суспільні проблеми. Таким чином, публіцистика виступає як важливий засіб впливу на громадську свідомість та сприяє формуванню обґрунтованих поглядів читачів.

Дослідження української публіцистичної спадщини вказують на те, що цей жанр відображає не лише соціально-історичні та культурні цінності, але й потенціал людської природи. Публіцистика стає важливим інструментом у формуванні громадської думки та впливу на соціальні зміни, особливо в періоди конфлікту між цінностями в суспільстві. В умовах важливих завдань для українського народу публіцистика в ХХ столітті призвела до народження нового покоління інтелектуалів, які мали значний вплив на національне життя. Публіцистика виконує роль не лише в описі фактів, але й у роз'ясненні, переконанні та веденні полеміки. З її власною "лабораторністю" та поєднанням понять і образів, публіцистика стає важливим інструментом впливу на громадську свідомість. Розвиток цього стилю в Україні тісно пов'язаний із її історією та є складовою частиною української літературної мови, а його елементи можна відслідкувати вже у давніх періодах літературного розвитку.

Важливий внесок у розвиток української літературної мови та її стилів зробив розвиток прогресивної української публіцистики, особливо з допомогою видатних дослідників та письменників. Їхня діяльність сприяла введенню нових термінів української лексики та впливала на стиль мовлення. Важливим кроком був період граматичного нормування та стилістичного удосконалення

публіцистики у 30-х роках. Дослідження публіцистичного стилю та його функцій відкрили нові горизонти для української мови, та сприяли формуванню стандартів. Робота видатних публіцистів та журналістів, таких як В. Здоровега, внесла величезний внесок у вивчення та вдосконалення української журналістики та мови, а їхні ідеї стали основою для подальших розвитків у цій галузі.

Кажучи про міжнародну журналістику, то вона використовує різноманітні матеріали, такі як: новини, репортажі, аналітичні статті, інтерв'ю, коментарі та аналізи, для висвітлення та розуміння подій у світі. Ці формати надають широкий та глибокий огляд міжнародної арени, допомагаючи аудиторії отримати різноманітні точки зору та аналізувати різні аспекти подій у глобальному контексті. Новини, репортажі, аналітичні статті та інші матеріали служать ключовим інструментом для формування об'єктивного і всебічного розуміння міжнародних подій.

Також у журналістиці кожен тип матеріалу має свої вимоги до структури та оформлення. Це важливо для забезпечення якості та зрозумілості інформації, а також для привертання уваги читачів. Оформлення матеріалів включає в себе використання фотографій, графіків, заголовків і підзаголовків для зрозумілості та привабливості. Журналісти повинні володіти навичками збору та аналізу інформації, а також розуміти свою читацьку аудиторію для вибору відповідного стилю подачі матеріалу. Врахування цих аспектів сприяє підвищенню професійної якості журналістських матеріалів.

Журналістика в закордонних країнах визначається специфікою збору та розповсюдження новин. Більшість ЗМІ отримують готові матеріали від інформаційних агентств або синдикатів, що забезпечує стабільний дохід для обох сторін. Провідні агентства, такі як Асошіейтед Пресс та Рейтер, пропонують різноманітні матеріали, включаючи політичні коментарі, комікси, рецензії та ігровий контент. У журналістиці закордонних країн важливо враховувати погляд на журналістику як на мистецтво, не науку. Репортери ставлять питання про ефективність своєї роботи, але їхні можливості обмежені

знаходженням та поширенням достовірних фактів. Ризики на міжнародному рівні завжди присутні, і матеріали проходять через руки редакторів, що може призводити до змін. Преса часто стикається з критикою та звинуваченнями у політичному прикрашуванні подій.

Засоби масової інформації в сучасному світі відіграють ключову роль у соціальному функціонуванні суспільства. Вони відповідають за обіг та поширення інформації, сприяють реалізації демократичних принципів, забезпечуючи доступ громадян до об'єктивного висвітлення найважливіших питань. Засоби масової інформації впливають на формування соціальних структур, громадської думки, переконань та світогляду.

Канада, Німеччина та Велика Британія представляють різнобарвний світовий медіа пейзаж, кожна із них володіє унікальними особливостями та впливає на суспільство своїм способом. Канада відзначається двомовністю та географічною різноманітністю, що віддзеркалюється в роботі англійсько- та франкомовних ЗМІ. Німеччина підкреслює важливість регіональних видань та розглядає незалежність ЗМІ як пріоритет для підтримки об'єктивності. Велика Британія, з її різноманітним медіа ринком та високим рівнем технологічного розвитку, залишається лідером у світовому інформаційному просторі, залучаючи увагу глядачів із різних соціокультурних груп. Три країни формують унікальні медіа екосистеми, які відображають їхню культурну спадщину та сучасні виклики.

ЗМІ у сучасній системі міжнародних відносин виконують різні ролі. Зокрема, вони вважаються фактором "м'якої сили", що є необхідним для досягання міжнародних цілей через переконання та залучення симпатій. ЗМІ виступають інструментом політичного впливу для пропаганди державної ідеології та формування громадської думки. Як соціальний інститут, ЗМІ виражають громадську позицію стосовно зовнішньої політики держави, але часто відрізняються від офіційної державної точки зору. Вони виступають як посередники між суспільством і державою, сприяючи взаємодії та обміну інформацією.

Неприбуткові організації та асоціації журналістів, такі як Міжнародна федерація журналістів та Міжнародна організація журналістів, відіграють ключову роль у сфері міжнародних відносин, сприяючи вирішенню глобальних проблем людства. Ці організації є консультативними органами при установах ООН та активно працюють над зміцненням співробітництва, захистом прав журналістів та осудом насильства та дискримінації.

Засоби масової інформації, такі як МФЖ та МОЖ, виступають як важливі джерела інформації про кліматичні зміни, перекладаючи складні теми на доступну мову для громадськості. Проте, важливо враховувати, що висвітлення питань зміни клімату у ЗМІ може бути спрямоване політичними міркуваннями, а не науковими аспектами.

Сучасні ЗМІ, маючи великий вплив на громадську свідомість, повинні відігравати конструктивну роль у формуванні екологічної свідомості. Замість залякування глобальним потеплінням, вони повинні спрямовувати зусилля на навчання людей взаємодіяти з природою та брати відповідальність за екологію. Це важливо для вирішення проблем зміни клімату та збереження навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

І, звісно ж, треба вказати, що дезінформація є серйозною загрозою для суспільства та різних сфер, зокрема охорони здоров'я, оборони, національної безпеки, політичного життя та демократичних виборів. Вона широко використовується з різних джерел та активно впливає на прийняття важливих рішень. Дезінформація має тенденцію поширюватися з різних джерел, проникаючи в підсвідомість особи. Вона ефективно використовується в моменти прийняття важливих рішень, і коли правда стає відомою, ціль дезінформації вже досягнута.

У світі преса використовує різноманітні методи для формування громадської думки, що особливо актуально в Європі, де вона відіграє значущу роль серед ЗМІ. Важливо пам'ятати про те, що високий рівень розвитку громадянського суспільства сприяє взаємодії і впливу громадськості на соціально-політичні процеси.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ:

1. Г. П. Калантаєвська. Історія публіцистики : навчальний посібник / Г. П. Калантаєвська. – Суми : Сумський державний університет, 2018.
2. Коновець О. Ф. Методологічні проблеми популяризації історії науки і техніки / О. Ф. Коновець // Популяризація науки в Україні. – К. : Знання України, 1992.
3. Франко І. З останніх десятиліть ХІХ в. // Повне зібрання творів : у 50-и томах. – К. : Наук. думка, 1984. – Т. 41.
4. Нерух. StudFiles. Головна функція публіцистики. Поняття про публіцистичний метод. 2016 р. 26 ст. URL: <https://studfile.net/preview/6389514/>
5. Коваль А. П. Практична стилістика сучасної української мови. – 3-те вид., допов. і перероб. – Київ: Вища шк., 1987. – 351 с.
6. Лубкович І. Львівська школа журналістики. Постаті / І. Лубкович, І. Паславський, М. Присяжний. – Львів: ПАІС, 2014. – 108 с.
7. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: [підручник] / Володимир Здоровега. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
8. Збірник праць кафедри української преси. – Вип. 3. – Львів, 2000. – 411 с.
9. Здоровега В. Мистецтво публіциста: Літературно-критичний нарис / В. Здоровега. – К. : Рад. письменник, 1966. – 174 с.
10. Здоровега, В. Й. Публіцистика, її природа, громадська роль, гносеологічні та психологічні основи : автореф. дис. д. філол. наук / В. Здоровега. — Москва, 1970. – 62 с.
11. Іваницька С. Г. Публіцистична спадщина Сергія Єфремова в контексті суспільних трансформацій: історико-біографічні аспекти (кінець ХІХ ст. - 1920 рік): Монографія. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2018. 596 с.
12. В. М. Галич. Електронна бібліотека Інституту журналістики. Публіцистична стаття у творчій спадщині Олеся Гончара. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1031>

13. Марушкіна І. Як писати новини. Посібник для журналістів. – Львів. 35 ст.
14. Павлів В. Репортаж: між фактами та емоціями. Практичний посібник для журналістів. – Львів: Видавництво Українського католицького університету, 2015. – 120 с.
15. Гарачковська О. Жанрові особливості аналітичної журналістики у контексті становлення сучасного інформаційного простору. – Київ. С. 146-159.
16. Балаклицький М.А. Есе як художньо-публіцистичний жанр: Методичні матеріали для студентів зі спеціальності «Журналістика». – Х.: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2007. – 75 с.
17. Упор. В. І. Башманівський, І. О. Горбова, Т. Є. Клименко, С. А. Чорна. / Жанрові модифікації інтерв'ю в сучасній журналістиці / Вітражі: Збірник матеріалів викладацько-студентських наукових семінарів – Випуск 5. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. – 2014. – С. 21-24.
18. О.Т. Марків. КОМЕНТАР У РЕДАКТОРСЬКОМУ ОПРАЦЮВАННІ (НА МАТЕРІАЛАХ ДВОМОВНОГО ЖУРНАЛУ “THE UKRAINIAN”). С. 153-157.
19. Дмитровський З.Є. Аналітична журналістика: Тексти лекцій. – Львів: Малий видавничий центр факультету журналістики ЛНУ ім. І. Франка, 2021. – 139 ст.
20. Мудра І. КЛАСИФІКАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКИХ БЛОГІВ. – 2019. – С. 76-80.
21. um.co.ua. Колумністика: історія та сучасний стан. Палітра жанрів сучасної колумністики. URL: <http://um.co.ua/8/8-2/8-221228.html>
22. В. Л. Рябічев. Мультимедіа в інтернет-журналістиці. – 2010. – С. 67-70.
23. Серажим К. С. Структура публіцистичного тексту: загальні підходи до текстологічного аналізу / К. С. Серажим // Наук. зап. ін-ту журналістики. – К., 2002. – Т. 1. – С. 102–109.

24. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 “журналістика та інформація” / В.В. Різун.— К.: Видавничий центр “Просвіта”, 2008.— 260 с.
25. Б. Ван Дріель, А. Ленчовська. / «Free to choose» або вільний вибирати: межі свободи: навчально-методичний посібник – К. : ТОВ «Майстер книг», 2011. – 64 с.
26. Шендеровський К.С. та інші. Медіакомунікації та соціальні проблеми: Збірка навчально-методичних матеріалів і наукових статей в трьох частинах. Частина перша / Упор., ред. К. С. Шендеровського / Київ. нац. ун-т; Ін-т журналістики. – К., 2012. – 288 с.
27. І. Р. Жиленко. Міжнародна журналістика: конспект лекцій. – Суми : Сумський державний університет, 2023. – 191 с.
28. В. Соболенко, І. Сокольська. ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ВИБОРЧИЙ ПРОЦЕС В УКРАЇНІ. 2018.
29. Анна Р. Європейська обсерваторія журналістики. Українська та німецька журналістика: відмінності у підходах. URL: <https://ua.ejo-online.eu/1949/etyka-ta-yakist> (дата звернення: 26.11.2023)
30. Данило Ваврів. Bomedia. Що таке громадська думка. 2023 р. URL: <https://bomedia.com.ua/hrdumka/> (дата звернення: 26.11.2023)
31. Тимофеев С. П. Особливості взаємодії державного управління та громадської думки. Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києва-Могилянська академія». Сер.: «Державне управління». 2013. С. 55-60, Вип. 214.
32. Герасіна Л. М. Погрібна В. Л., Поліщук І. О. Політологічний енциклопедичний словник / за ред. М.П. Требіна. Харків; Право, 2015. 32 ст.
33. Руженко Л. М. Громадська думка як складова процесу управління. Політична наука. Контури міждисциплінарного перетину: Тема IV Конвенту МАСПН (Україна) (20-21 березня 2014 р., м. Одеса). Одеса, 2014. С. 41-42.

34. LibreTexts. Ukrayinska. Процеси, що застосовуються для впливу на публічну політику. URL: <https://ukrayinska.libretexts.org/> (дата звернення: 29.11.2023)
35. Оленицька О.Р. Електронна бібліотека «Інститут журналістики». Висвітлення міжнародної інформації на сторінках деяких українських газет. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1013> (дата звернення: 19.11.2023)
36. Городенко Л. М. Засоби масової комунікації у контексті громадської думки: формування, функціонування, жанрові прийоми. Дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка; Інститут журналістики. — К., 2003. — 208арк. — Бібліогр.: арк. 181-203.
37. Почепцов Г. Медіа: теорія масових комунікацій/ Г. Почепцов. - К.: Альтерпрес, 2008. - 403 с.
38. International Federation of Journalists. URL: <https://www.ifj.org>
39. Торічний В. О. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ. с. 183–186.
40. Іванюта С. П., Коломієць О. О., Малиновська О. А., Якушенко Л. М. Зміна клімату: наслідки та заходи адаптації: аналіт. доповідь / за ред. С. П. Іванюти. – К.: НІСД, 2020. – 110 с.
41. Кустовська О. В. Методологія системного підходу та наукових досліджень: Курс лекцій / О. В. Кустовська. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 124 с.
42. Нижник Н. Р. Національна безпека України (методологічні аспекти, стан і тенденції розвитку) [Текст]: навчальний посібник / Н. Р. Нижник, Г. П. Ситник, В.Т. Білоус. – Ірпінь : Акад. ДПС України, 2000. – 304 с.
43. Горбулін В. Актуальні проблеми системного забезпечення інформаційної безпеки України / В. Горбулін, М. Биченок, П. Копка // Форми та методи забезпечення інформаційної безпеки держави : збірник матеріалів

науково-практичної конференції (м. Київ, 13 березня 2008 р.). – К. : Видавець Захаренко В.О., 2008. – 216 с.

44. Богдан М. Центр демократії та верховенства права. ЕПІДЕМІЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ: ЧОМУ ФЕЙКИ СТАЛИ ЧАСТИНОЮ НАШОГО ЖИТТЯ І ЯК “ВАКЦИНУВАТИСЯ”. 2021 р. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/epidemiya-dezinformatsiyi/> (дата звернення: 29.11.2023)

45. Почепцов Г. Інформація та дезінформація / Г. Почепцов. - К.: Ніка-Центр, Ельга, 2001. - 256 с.

46. Панченко О. А. Засоби масової інформації як джерело інформаційної безпеки. С. 250-258.

47. УКРІНФОРМ. Поширення дезінформації як загроза національній безпеці: пошук ефективних засобів протидії. 2023 р. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3787576-posireнна-dezinformacii-ak-zagroza-nacionalnij-bezpeci-posuk-efektivnih-zasobiv-protidii.html> (дата звернення: 08.12.2023)

48. Вербицька А. Детектор Медіа. Медіаграмотність як протидія інформаційній агресії: як не стати «корисним ідіотом» у руках пропагандистів. 2022 р. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/30326/2022-09-26-mediagramotnist-yak-protidiya-informatsiyniy-agresii-yak-ne-staty-korysnym-idiotom-u-rukakh-propagandystiv/> (дата звернення: 16.12.2023)

49. Шиманські-Гаєр Г. Детектор Медіа. Розкіш бути незалежним. Уроки німецької журналістики. 2016 р. URL: <https://ms.detector.media/poglyad/post/18013/2016-12-13-rozkish-butyzalezhnymy-uroky-nimetskoi-zhurnalistyky/> (дата звернення: 16.12.2023)

50. Міхаель Галлер. Репортаж: Навчальний посібник / Пер. з нім. В. Климченко, В. Олійник; За загал. ред. В. Ф. Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2011. – 348 с.

51. Кондрашов О., Галаджун З. ЗМІ Вінніпега у розрізі українських діаспорних медіа Канади. 2020 р. – 47-52 с.

52. Дашко Ю. (1982). Українська преса в Канаді. М. Лупул (Ред.), Спадщина в перехідний період: Нариси з історії українців у Канаді (с. 263–280).
53. Панасюк. Ю. В. ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ БРИТАНСЬКОЇ ПЕРІОДИКИ. – 69-73 с.
54. Національна Рада України з питань телебачення і радіомовлення. Якісна журналістика Великої Британії у цифрову добу: підготовка аналітичного огляду. 2018 р. URL: <https://www.nrada.gov.ua/yakisna-zhurnalistyka-velykoyi-brytaniyi-u-tsyfrovu-dobu-pidgotovka-analitychnogo-oglyadu/> (дата звернення: 20.12.2023)
55. Інститут масової інформації. МЕТОДОЛОГІЯ МОНІТОРИНГУ ЯКОСТІ НОВИН В ОНЛАЙН-ЗМІ. 2018 р. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/metodolohiya-monitorynhu-yakosti-novyn-v-onlajn-zmi-i28331> (дата звернення: 20.12.2023)
56. Інститут масової інформації. ЖУРНАЛІСТСЬКІ СТАНДАРТИ: ІНФОРМАЦІЙНА ДОВІДКА. 2011 р. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/jurnalistiski-standarti-informatsiyna-dovidka-i28623> (дата звернення: 20.12.2023)
57. Фонд «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва. Критерії належності до журналістики та ставлення до єдиної прес-карти. 2022 р. URL: <https://dif.org.ua/article/kriterii-nalezhnosti-do-zhurnalistiki-ta-stavlennya-do-edinoi-preskarti> (дата звернення: 20.12.2023)
58. Іванов. Д. В. Електронна бібліотека «Інститут журналістики». Проблеми формування професійної культури українського журналіста в умовах сучасного медіа простору. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1336> (дата звернення: 20.12.2023)
59. Інститут масової інформації. СТАНДАРТИ ЖУРНАЛІСТИКИ: ОСНОВИ ПРОФЕСІЙНОСТІ ЧИ ЗАСТАРІЛІ РАМКИ? 2017 р. URL: <https://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-osnovi-profesiynosti-chi-zastarili-ramki-i178> (дата звернення: 20.12.2023)

60. Івженко М. Р. Особливості публіцистики як відокремленого стилю мови. – 1-7 с.

61. Рудик М. Електронна бібліотека «Інститут журналістики». Володимир Здоровега та українське журналістичознавство. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2330> (дата звернення: 20.12.2023)