

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка

Київський університет імені Бориса Грінченка
Українсько-турецький культурний центр «Сяйво»
Конфедерація журналістських організацій України

Пропаганда та журналістика у добу інформаційного протиборства: проблеми та виклики

Збірник наукових праць за матеріалами
Міжнародної науково-практичної конференції
10 квітня 2018 року

Київ
ВПК “Експрес-поліграф”
2018

УДК 316.7 (477) (08)
1 74

Редакційна колегія:

Ю. В. Бондар, О. С. Мусяченко, В. І. Набруско,
Г. І. Ренська (вчений секретар), А. І. Сергійчук, В. І. Шпак

1 74 **Пропаганда** та журналістика у добу інформаційного протиборства: проблеми та виклики: зб. наук. праць за матеріалами Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 10 квітня 2018 р. [Уклад. Ю. В. Бондар, В.І. Шпак, Г. І. Ренська]. – Київ : ВПК «Експрес-поліграф», 2018. –140 с.

ISBN 978-966-3530-58-2

У збірнику вміщено матеріали (тези виступів, статті, повідомлення) учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Пропаганда та журналістика у добу інформаційного протиборства: проблеми та виклики», що відбулася 10 квітня 2018 р. у Києві.

Для науковців, фахівців інформаційної сфери, студентів, а також усіх, хто цікавиться проблемами розвитку національного інформаційного простору, пропаганди та журналістики.

УДК 316.7 (477) (08)

© Українсько-турецький
культурний центр «Сяйво»
© Інститут журналістики
Київського національного
університету імені Тараса
Шевченка
© Інститут журналістики
Київського університету
імені Бориса Грінченка

ISBN 978-966-3530-58-2

ЗМІСТ

Тетяна БЕРНАДСЬКА

Проблематика українсько-польської співпраці
в друкованих ЗМІ5

Юрій БОНДАР

Видавнича пропаганда в контексті суспільно-політичних
трансформацій Новітнього часу.....10

Олександр БУХТАТИЙ

До питання захисту телепростору в умовах гібридної війни:
європейські принципи та українська реальність.....16

Леся ДОМБРОВСЬКА

Елементи пропаганди і агітації в сучасній
рекламній комунікації20

Тетяна ЖУК

Пропагандистська політика державних органів та їх
комунікаційно-інформаційна діяльність в умовах
гібридної війни (2014–2018).....28

Інна ЛЕВЧЕНКО

Сучасні технології формування телеаудиторії як елемент
пропаганди (на прикладі Deutsche Welle)31

Григорій ЛЮБОВЕЦЬ, Валерій КОРОЛЬ

Журналіст чи комплексний фахівець з
комунікаційно-контентної безпеки?.....34

Марина МІКЄЛАДЗЕ

Новітні інструменти агітації та пропаганди в умовах
діґіталізації медіа47

Віктор НАБРУСКО

Ціннісно-орієнтаційна функція ЗМК як феномен
українського інформаційного поля53

Ірина НАБРУСКО

Інформаційний простір та комунікативний потенціал
реклами : виклики транзитного суспільства.....62

Володимир ОМЕЛЬЧУК

Гуманітарно-інформаційна складова державної політики
України в умовах агресії.....68

Валентина ПАВЛУШЕНКО

Університети як потужний осередок протидії
в гібридній війні73

Ірина РОМАНІВ	
Пропаганда в соціальній рекламі в Україні та Польщі	79
Оксана РОМАХ	
Інформаційні диверсії в науковій галузі	83
Каринна САРДАРЯН	
Інструменти маніпулятивного впливу мас-медіа.....	89
Зоряна САЩУК	
Політична толерантність як чинник забезпечення інформаційних прав і свобод людини та суспільства.....	92
Ігор СЬОМКО	
Проблема правового врегулювання інформаційної пропаганди	100
Тетяна ТАРАСЕНКО	
Вплив пропаганди та агітації на соціалізацію бізнесу в Україні	105
Ганна ТИРПАК	
Журналістика та пропаганда: паралелі, що перетинаються	110
Яна ФРУКТОВА	
Міфологічність як основа проектування сучасного комунікативного простору ЗМІ: теоретичний аспект проблеми.....	112
Олександр ЧЕКМИШЕВ	
Розбалансованість українського інформаційного простору в умовах гібридної війни	119
Віктор ШПАК	
Журналістика і патріотизм в умовах війни	125
Леся ЯРОШЕНКО	
Нові алгоритми новинної стрічки Фейсбук: вплив на стратегію копірайтингу і контент-менеджменту (на матеріалі українських та міжнародних медіа, перший квартал 2018 року).....	130

Віктор ШПАК,
*професор кафедри видавничої справи
Інституту журналістики
Київського університету
імені Бориса Грінченка,
доктор історичних наук.*

ЖУРНАЛІСТИКА І ПАТРІОТИЗМ В УМОВАХ ВІЙНИ

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена роздумам щодо патріотизму журналістів в умовах воєнних конфліктів та впливовості вітчизняних засобів масової інформації.

Ключові слова: журналістика, пропаганда, патріотизм, ЗМІ, свобода слова, держава.

Проблема співіснування журналістики і пропаганди дедалі більше розколює журналістську спільноту через свою дуальність. З одного боку в багато науковців у своїх працях схиляються до концепції соціально відповідальної журналістики, ліберальної журналістики, тобто свободи волі і свободи вибору журналістами. І з цим важко сперечатися, оскільки це одна з фундаментальних основ цивілізованих демократій. Проте віднести нашу країну до таких ані практично, ані теоретично неможливо. Ми перебуваємо в зовсім інших умовах – умовах держави, та взагалі українського суспільства, яке ніяк не може позбутися свого рабського колоніального стану. За таких умов вітчизняна журналістика може лише говорити про прагнення до сталих цивілізованих демократичних стандартів. І тут мені прийшли на пам'ять слова нашого колеги завідувача, а згодом професора кафедри журналістики Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, Ігоря Леонідовича Михайлина, яких наприкінці минулого року, нажаль, пішов з життя. Він говорив: «Наша журналістика повинна більше тяжіти до журналістики тих держав, що розвиваються і

борються проти колоніального ярма. Журналістика в таких країнах надзвичайно своєрідна. Своєрідність її полягає в тому, що вона повинна бути пропагандистською, тенденційною і захищати новостворену державу, національну ідею в цій державі, протистояти спробам реставрувати тоталітарне імперське минуле, спробам повернути цю державу в лоно попередньої імперії. Тому перед українською журналістикою стоїть місія – забезпечити національну ідентичність українців, створити політичну українську націю, до якої б належали всі нації, які населяють Україну. Ця журналістика повинна мати місію відновлення історичної правди, руйнування історичних міфів про Україну. Ця журналістика має забезпечити українському народові шлях до своєї національної ідентичності, до, власне, самозахисту народу через журналістику» [1].

Я цілковито підтримую цю ідею. Вітчизняна журналістика має завдання інформувати і формувати громадську думку, маючи під собою фундаментальну основу: захист української національної ідеї і української тотожності.

А чи так це? Візьмемо для прикладу найбільшу журналістську організацію – НСЖУ, очільники якої нині свідомо пропагують ідеї «руського міра» і своїми діями перекреслюють не тільки роботу державних інституцій щодо російської агресії, а й переважної більшості журналістської спільноти. Підкинуті з кремлівського двору гасла: «Дві країни – одна професія», створення, так званих, словників толерантності, спільні практикуми молодих журналістів тощо лягли в основу їхньої діяльності. Важко уявити собі, щоб під час II світової війни, хтось хоча б подумав би про співпрацю з гебельсовською пропагандистською машиною. А чим РЖУ краща, з тотальною підтримкою путінського режиму. Верхівка НСЖУ мовчить, а значить сприймає і сприяє цій діяльності. Поодинокі голоси протесту, що просочуються в національний інформаційний простір, в першу чергу, через газету «День» не мають належної реакції, ані з боку держави, ані з боку журналістського середовища, яке обрало шляхом боротьби відсторонення від діяльності Національної, наголошую,

Національної спілки журналістів. На мою думку, кожна людина від народження спочатку стає громадянином своєї країни, а лише згодом обирає професію, зокрема, журналістику. А як громадяни, журналісти втому числі не можуть стояти осторонь процесів, що відбуваються в країні. Тим паче, коли на твою країну напав ворог, теза, що журналісти поза політикою є зрадницькою.

І ще одна думка.

Журналістика не є акцією прямої дії, як, наприклад, суд: він вирішив, і внаслідок прийнятого рішення повинні щось здійснити. Засоби масової інформації не здатні наказати щось зробити, вона здатні лише сформуванати певну громадську думку.

Якісним виконанням своїх функцій ЗМІ сприяють зміцненню демократичної держави і її політичних інститутів. В свою чергу, політики зацікавлені в розвиткові ЗМІ, оскільки потребують їх як засобів розповсюдження своїх ідей, концепцій, поглядів.

ЗМІ у розвинутих країнах у наші дні мають величезні можливості для впливу як на суспільну думку так і на державні інституції. Наведу лише один приклад. 2003 р., перебуваючи у складі делегації керівників українських мас-медіа в Канаді, ми відвідали редакцію однієї з найпопулярніших щоденних газет «The Globe and Mail» (Торонто) і стали свідками формування чергового номеру видання, зокрема обговорення на засіданні редакційної ради основних тем публікацій. І не передати нашого здивування, коли наступного дня традиційна 50 хвилинна «розминка» у канадському парламенті, розпочалася з обговорення матеріалів газети. Віце-прем'єр пан Грей, у присутності журналістів електронних і друкованих ЗМІ був змушений дати вичерпні відповіді опозиції щодо порушених проблем [2].

То ж недарма в сучасній політології ЗМІ характеризують такими звучними титулами, як «очі і вуха суспільства», «великий арбітр», «четверта гілка влади» (разом із законодавчою, виконавчою і судовою), «вартівний пес суспільних інтересів». Віра у всемогутність мас-медіа

настільки велика, що нерідко серед політиків побутує думка, що той, хто контролює ЗМІ контролює усю країну.

Ці можливості ЗМІ, на тлі усе більш зростаючого їх проникнення у політичну сферу, перетворення на один з найважливіших інструментів реалізації політичного процесу, не можуть не викликати до себе інтересу з боку усіх гравців політичного ринку. Залежно від того, у чиїх руках вони перебувають, їх можна використовувати як для об'єктивного та оперативного інформування людей про реальні події у світі, їхньої освіти і виховання, так і для маніпулювання в інтересах тих чи тих груп людей.

Ідеальними умовами у політичній сфері можна вважати ситуацію, коли політики розуміють, що вони є частиною громадянського суспільства і відображають думку своїх виборців, а ЗМІ – те ж як частина того ж громадянського суспільства, але відображаючи думку своїх читачів. Іншими словами, ЗМІ висвітлюють те, що роблять політики, а політики у виданнях читають те, що думає народ. Таким чином, медіа виступають індикатором взаємодії політиків та суспільства. Для виконання саме такої функції у суспільстві потрібні абсолютно незалежні, як з економічної, так і з політичної точки зору, засоби масової інформації.

Ейфорія побудови подібних взаємин в Україні минула вже у середині 90-х років минулого століття, коли фактично відбулося структурування медіа, і сьогодні ми маємо медіа-холдингову кланово-партійно-олігархічну монополію на формування інформаційного простору в державі. Здебільшого ці об'єднання політично заангажовані і часто-густо не ставлять за мету отримати прибуток, що є властивим для ринкової економіки, а навпаки, вкладають кошти навіть у збиткові ЗМІ з єдиною метою – отримати від цього політичні дивіденди. Решта видань – економічно безсилі і вимушені ставати ласою здобиччю для великого бізнесу чи політиків або жебраками у державних інституцій.

Тут знову пошлюся на І, Михайлина: «Оскільки у нас механізми формування громадської думки хворі, кульгаві, суспільство, за одними визначеннями, постгеноцидне, за іншими – посттоталітарне. Це все страшні хвороби духу,

яких суспільство не може позбутися і досі. ... Чому? Тому що в нас надзвичайно сильна присутність в органах влади тих окупаційних сил, які не є українськими патріотами і які спрямовують свої зусилля на дестабілізацію ситуації в Україні. І через те ми маємо такий стан речей, що ці сили продовжуватимуть сидіти у відповідних кріслах і робитимуть те, що їм скажуть, незважаючи на критику їхньої діяльності у деяких виданнях» [3].

Ми ж лише робимо тільки перші кроки на шляху до впливової журналістики.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Михайлин І. Л. Журналістика як всесвіт: Вибрані медіа-дослідження / І. Л. Михайлин. - Х. : Прапор, 2008. – 511 с.

2. Шпак В. Розвиток видавничої справи України (1990–2010 рр.) : наук. вид. / В. Шпак. – К.: ВПК «Експрес-поліграф», 2011. – 232 с.

3. Плішило М. Ігор Михайлин: «В журналістиці немає художньої справедливості – є реальне життя» [Електронний ресурс] / ЛНУ ім. І.Франка : [сайт]. – Режим доступу : <http://old.journ.lnu.edu.ua/press/myhaylyn-2012-10-30.htm> (21.03.2018). – Назва з екрана.