



ВЕБВЕРСІЯ МАТЕРІАЛІВ КОНФЕРЕНЦІЇ

Актуальні проблеми медіапростору: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (Київ, 08 квітня 2021 р.). – К. : Інститут журналістики, 2021. – 90 с.

До збірника ввійшли матеріали і тези доповідей, подані учасниками всеукраїнської науково-практичної «Актуальні проблеми медіапростору» (8 квітня 2021 року, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка) до її Організаційного комітету. Тексти публікуються в авторській редакції. За науковий зміст і якість поданих матеріалів відповідають автори, а також (для студентів і аспірантів) наукові керівники.

Конференція присвячена аналізу актуальних проблем журналістської освіти, галузі соціально-комунікаційних технологій, новітніх і традиційних медіа.

Матеріали будуть актуальними для студентів, молодих вчених, науковців і викладачів у галузі соціальних комунікацій і широкого кола читачів.

© Інститут журналістики
КНУ імені Тараса Шевченка, 2021

© Автори статей, 2021



КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Інститут журналістики

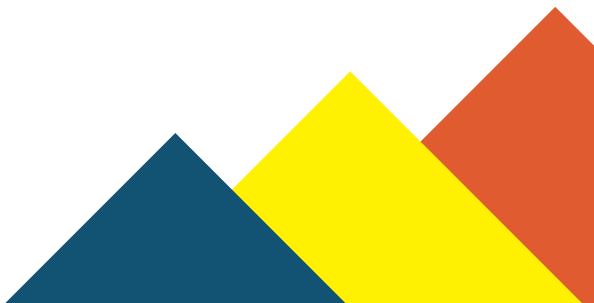
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕДІАПРОСТОРУ

Збірник наукових матеріалів

III Всеукраїнської науково-практичної конференції

(Київ, 08 квітня 2021 року)

Київ – 2021



ЗМІСТ

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ У ТРАДИЦІЙНИХ ТА НОВІТНІХ МЕДІА

Джолос О. В., к. соц. ком., доцент кафедри телебачення і радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

РАНКОВІ ПРОГРАМИ НА УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ

6

Юксель Г. З., к. філол. н., доц., докторант Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доцент кафедри слов'янської філології та журналістики Інституту філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського (м. Київ)

ПРОБЛЕМА ПРИМУСОВОГО ВИЇЗДУ УКРАЇНСЬКИХ ЖУРНАЛІСТІВ З КРИМУ ПІСЛЯ 2014 РОКУ: РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ

12

Viktoriia Nikytenko, Ph.D. student at Institute of Journalism Taras Shevchenko National University of Kyiv

THE MAIN TYPOLOGICAL CHARACTERISTICS OF INDUSTRY ONLINE MEDIA ABOUT REAL ESTATE IN UKRAINE

20

Сащук Т. І., к. соц. ком., асистентка кафедри соціальних комунікацій Інституту журналістики

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ФБ-СТОРІНКИ ЖУРНАЛІСТІВ: ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ

25

Семотюк О. Л., к. політ. н., докторант кафедри нових медій Львівського національного університету імені Івана Франка

**УКРАЇНСЬКО-РОСІЙСЬКИЙ ВОЄННИЙ КОНФЛІКТ У СУЧАСНОМУ
МЕДІАПОЛІТИЧНОМУ ГУМОРИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ:
ПЕРСПЕКТИВИ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ВИВЧЕННЯ**

31

Філоненко Д. В., к. соц. ком., асистент кафедри мультимедійних технологій та медіадизайну Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

СУЧАСНІ ЖАНРИ ЖУРНАЛІСТИКИ: ГЕНЕЗА ЧИ КОНВЕРГЕНЦІЯ

37

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ

(ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, РЕКЛАМИ, ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ, МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ)

Зражевська Н. І., д. соц. ком., професор кафедри журналістики та нових медіа Київського університету імені Бориса Грінченка

ПРОБЛЕМИ НАРАТИВНОГО АНАЛІЗУ СУЧАСНИХ МЕДІАТЕКСТІВ

46

Зелінська А. А., к. соц. ком., асистентка кафедри мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОГО КНИЖКОВОГО РИНКУ
НОН-ФІКШН ТА РОЗВИТОК НОВИХ ВИДАВНИЧИХ КОНЦЕПЦІЙ**

53

Ситник О. В., к. соц. ком., доцент кафедри мультимедійних технологій та медіадизайну Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**НАВИЧКИ РОБОТИ В КОМАНДІ В СИСТЕМІ ПРОФЕСІЙНОЇ
ПІДГОТОВКИ ЖУРНАЛІСТІВ**

58

Зражевська Н. І.,

д. соц. ком., професор кафедри журналістики та нових медіа
Київського університету імені Бориса Грінченка

ПРОБЛЕМИ НАРАТИВНОГО АНАЛІЗУ СУЧАСНИХ МЕДІАТЕКСТІВ

Актуальність дослідження медіанаративу полягає у тому, що виявлення оповідних стратегій в медіаповідомленнях дозволяють розкрити ідеологічний підтекст і приховані міфи в контексті дискурсу постправди, маніпуляцій і пропаганди. Завдання і мета дослідження - показати, як за допомогою нарративного аналізу медіа можна виявити приховані змісти, ідеологію, міфи, навіть в структурі так званих ненаративних медіа: новинної журналістики. Важливим в цьому дискурсі є легітимізація нарративного аналізу новинних медіа, а також виявлення оптик і експансій нарративних технік в так званих оповідних медіа разом із включенням їх в більш широкий контекст сучасних соціокультурних трансформацій.

Здебільшого дослідники журналістики до нарративної журналістики включають лише близькі до літературних жанри репортажу, коментаря і нарису, інші вважають, що новинний жанр також є нарративом, оскільки в ньому присутня оповідна інстанція. В новинній журналістиці присутній автор, часовий і просторовий континуум, тематика, тональність, «арки» тощо. Наприклад, замітка має такі обов'язкові елементи: *Headline. Lead. Slug line. Dateline. Background.*

Для розуміння специфіки нарративного аналізу медіа важливими на наш погляд є праці: Мартіна Крейсвірта (1992) *Trusting the tale: The narrativist turn in the human sciences*, Нори Бернінг (Berning N. (2011) *Narrative Means to Journalistic Ends: A Narratological*

Analysis of Selected Journalistic Reportages. Wiesbaden), Катрін Пісман Catherine Kohler Riessman. Narrative Analysis. Sage Publications, Inc; 1st edition (2 Sept. 1993)- 88 p. Джеремі Брунера Bruner J. The narrative Constriction of reality. https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Bruner_Narrative.pdf

Р. Барт зазначав, що якщо ми хочемо створити певне значення, використавши знак, то ми використовуємо домінуючу конотацію знаку. В такому випадку ми маємо справу з міфом. Процес ствердження міфу – натуралізація. Для британців, наприклад, бульдог і Черчилль – схожі, вони розпізнають цей міф. Розвінчання радянського міфу Тараса Шевченка спостерігаємо в різних оповідях «Вурдалак Тарас Шевченко» О. Бузини, «Шевченків міф України» О. Забужко тощо.

Метод наративного аналізу виокремився з семіотики, постструктуралізму, феноменології.

В 90-ті роки ХХ ст. відбувся так званий наративний поворот, (Мартін Крейсуірт (1992) Trusting the tale: The narrativist turn in the human sciences коли наратологія вийшла за межі літературознавства в бік релігієзнавства, політології, біології, комунікативістики.

Слід зазначити, що задовго до констатації наративного повороту структуралісти Ц. Тодоров і Ж. Женнет пропонували фактуальний і фікціональний наративи, а Юрій Лотман досліджував кінонаратив – що є також вихід за межі літератури.

Сучасна теорія наративу має такі ознаки:

- **трансдисциплінарність** і **транстекстуальність**. Об'єктом дослідження стають такі парадигми – **трансмедіальні** – вихід за межі вербального тексту,
- **трансгенетичні** – вихід за межі епічного роду і **трансфікційні** – вихід за межі художнього твору.

Ми можемо зазначити такі компоненти медіанарації: Ремедіація. Арки. Фокалізація, Мізансцена. Частотність. Редагування. Трансмедіальність.

У кожному журналістському розслідуванні є чітка «нарративна арка» - від моменту, коли у авторів з'явилася ідея історії до часу її публікації». Якою б владою або силою не володіли мовні акти, це влада чи сила, приписується їм соціальним інститутом, частиною якого є проголошення мовного акту.

Україна – це Європа

Старший брат

Буря в пустелі

Шок і трепет

Якщо спиратися на теорію нарративу, то можна виділити два провідних підходи до аналізу, які ми покладаємо в основу нарративного аналізу медіа:

- синтагматичний (заснований на роботах В. Проппа (1928) - послідовність розвитку нарративного сюжету, з акцентом на ланцюжок дій і подій, теми і мотиви;
- парадигматичний (ідеї К. Леві-Стросса (1963) - вибір стилістичних засобів, що оформляють нарратив і прагматичні риси соціального і культурного контексту.

Канадійська дослідниця Катрін Рісман пропонує дещо ширший підхід:

- тематичний аналіз - увага до того, про що говориться, а не тому, як говориться;
- структурний аналіз - увага до того, як ведеться розповідь, механізм нарративу;
- інтеракційний аналіз - розгляд діалогу між оповідачем і слухачем і спільне творіння смислів;
- перформативний аналіз - дослідження нарративу як дії і процесу; розглядаються комунікативні засоби (слова, жести, знаки і т.п.) для донесення змісту історії.

Один з показових прикладів використання наративного аналізу у вивченні журналістських творів дає Нора Бернінг (Berning N. (2011) *Narrative Means to Journalistic Ends: A Narratological Analysis of Selected Journalistic Reportages*. Wiesbaden) вона систематизує структурні елементи розповіді і виділяє п'ять категорії аналізу, кожна з яких складається з підкатегорій:

Ця модель здається нам одним з найуспішніших прийомів застосування наративного аналізу в дослідженні журналістських творів традиційного формату.

Голос (Voice)

- оповідач-учасник (Homodiegetic narration)
- оповідач-спостерігач, не учасник (Heterodiegetic narration)

Настрій, фокалізація (Ж. Женнет) (фокусування) (Mood)

- нульове фокусування (Zero focalization)
- внутрішнє фокусування (Internal focalization)
- зовнішнє фокусування (External focalization)

Часовий порядок (Temporal order)

- хронологічний (Chronological order)
- нохронічний, з порушенням хронології (Achronological order)

Наративний простір (Narrative space)

- рамковий (фонове) (Frame space)
- тематичний (Thematized space)

Характеристика (Characterization)

- оповідна (Narratorial characterization)
- фігуральна –образна (Figural characterization).

Наративний аналіз медіа можна поділити на 6 кодів залежно від теоретичних концепцій (В. Пропп. Ц. Тодоров, У. Еко, К. Леві-Стросс)

1. **Технічний код** (звуки, камера, дизайн, редагування)
2. **Вербальний код** – Специфічні жаргони, синтаксис, Наприклад, в серіалі «Спіймати Кайдаша» герої говорять на суржикі, що підкреслює їх соціальний статус, і одна з героїнь Мелашка – чистою літературною мовою. Фразеологізм «спіймати Кайдаша», що означає зажуритися чи задуматися над життям,
3. **Символічний код** – знаки і символи, Той же серіал має символічні коди Конфлікт двох братів Карпа і Лавріна символізує поділ українців на два табори, який у свій час потрохи вимальовувався ще під час двох Майданів, вилився в українсько-російську війну і триває досі.
4. **Структурний код**
Початок, середина, кінець. За Ц. Тодоровим – Рівновага – Порушення рівноваги –(розпізнавання, рішення проблеми) Нова рівновага. Слід зазначити, що в серіалах спостерігаємо порушення рівноваги саме в кінці серій, щоб стимулювати глядача дивитися далі.
5. **Код характеру**
В. Пропп виділяє 8 типів ролей, які можуть з'явитися в Історії –
 - Антагоніст, шкідник. – королівська родина
 - Герой, – Принц Гаррі і Меган
 - Даритель – Принцеса Діана і американський мільярдер.
 - Помічник – Опра.
 - Царівна – Меган.
 - Батько царівни – США.
 - Відправник – ЮК .
 - Помилковий герой – Преса.
6. **Наративний конфлікт**

Клод Леві Стросс запропонував в аналізі наративу використо-

увати принцип бінарних опозицій – добро-зло, любов – ненависть, старий- молодий, розумний – дурний тощо.

У серіалі «Спіймати Кайдаша». різні драматичні конфронтації між усіма членами родини, Малашка добра, тиха, а Мотря зла, галаслива.

Один з братів конформіст, інший політично свідомий.

В ситуації Меган і Гаррі – расизм і рівність, стара система і нова генерація тощо.

У медіа наратив залежить від від типу журналістики.

- Інформаційна журналістика. Принцип перевернутої піраміди,
- Прецизійна журналістика *precision journalism* (точна журналістика, журналістика плюс соціологія).
- Інтерпретативна журналістика. Пропагандистська. Опра, наприклад.
- Розслідувальна журналістика.
- Інвестигативна (порпання в лані) журналістика. Драматична нарація.
- «Нова журналістика»(суб'єктивна). Драматичний спосіб подачі.
- Наратив новин залежить від формату, типу новин, змісту, ведучих.
- Наприклад, в інфотейнменті більше уваги приділяють деталям що цікавлять публіку: предметам одягу, поставі, манерам, лексикону репортерів і ведучих ток-шоу, якій має бути більш живим, емоційним і суперечливим.
- Докудрама – поєднання фактів і гри «Ціна кохання».

- Псевдоподії – сформовані, його можна віднести до політичного маркетингу як частини новинного менеджменту (презентації, благодійність на екрані і т.п.) Їх ще називають «поставленні події».
- Символічні події «етно президент», «1000 покупець».

Висновки

Використання наративного аналізу медіаповідомлень дозволяє проаналізувати яким чином наративні рівні медіа репрезентують різні владні дискурси, як вони формують ідеологічний підтекст і приховані міфи в контексті дискурсу постправди, маніпуляцій і пропаганди.