

Інститут екології масової інформації  
Львівського національного університету імені Івана Франка

[www.mediakrytyka.info](http://www.mediakrytyka.info)

# МедіаКритика

№ 26/2019

- Досліджуємо стандарти
- Досліджуємо контент
- Досліджуємо технології
- Досліджуємо дослідження

№ 26/2019

**МедіаКритика**

ISSN 2079-2689

**МЕДІАКРИТИКА:** Щорічний дайджест електронного журналу. – Львів : Інститут екології масової інформації, 2019. – Ч. 26. – 60 с.

**Керівник проекту:** Наталка ГАБОР

**Редакційна колегія:**

Борис ПОТЯТИНИК – голова редколегії (Львів)  
Наталка ГАБОР – редактор (Львів)  
Павло АЛЕКСАНДРОВ – відповідальний секретар (Львів)  
Володимир ДЕМЧЕНКО (Дніпро)  
Мирослава ЧАБАНЕНКО (Запоріжжя)  
Оксана КОСЮК (Луцьк)  
Отар ДОВЖЕНКО (Львів)  
Валентина МИХАЙЛЮТА (Київ)

© Інститут екології масової інформації  
Львівського національного університету  
імені Івана Франка, 2019  
© Кафедра нових медій  
Львівського національного університету  
імені Івана Франка, 2019

**ЗмінимоМедіаНаКраще**

## ЗМІСТ

## ДОСЛІДЖУЄМО СТАНДАРТИ

**Борис ПОТЯТИНИК****Українська журналістика: подвійна халепа** ..... 5

Ще у далекому 1984 Ліотар опублікував есей “Могила інтелектуала”, у деяких перекладах – “Смерть інтелектуала”. Упродовж останнього десятиліття, коли хвиля за хвилею світом прокочується популізм, це сумне пророцтво французького філософа справджується глибинно й тривожно

**Ірина ЛАДИКА****ЗЕ!влада: журналісти тепер зайві** ..... 10

Глава Офісу Президента Андрій Богдан заявив, що “нам не потрібні журналісти. Ми комунікуємо з народом напругу”. У час передвиборчої гонки “зелена” команда вповні використала нові канали комунікації із виборцями (соцмережі). То чому змінилися стосунки влади і ЗМІ?

**Дар'я ШАБАНИЦЯ****Чого бракує Етичному кодексу****українського журналіста?** ..... 14

19 положень. 37 речень. Так виглядає Етичний кодекс українського журналіста. Його сучасна редакція затверджена 2013 року на пленумі Національної спілки журналістів України, але в її основу лягли ті ж самі положення, з яких він складався ще 2002 року. Здавалося б, мораль сама по собі незмінна. Натомість змінюється журналістика. То чи потребує кодекс змін?

## ДОСЛІДЖУЄМО КОНТЕНТ

**Юрій ЗАЛІЗНЯК****Russian Crime(A): американська преса і перший тиждень нового загострення в Україні**...17

Загострення ситуації в азово-кримському регіоні не минуло безслідно в американських медіях. Для огляду публікацій у перший тиждень після чергового акту російської агресії обрано три видання *The New York Times*, *USA Today* та *Chicago Tribune*

**Олена КРИСЛАТА****Публікації про Крим в українській та російській пресі** ..... 24

Інтернет-версії газет “День” і “Комсомольская правда” у публікаціях про Крим по-різному висвітлюють діяльність української і російської влади: українське видання повідомляє, а російське вихваляє російську владу і формує негативне ставлення до української

**Дар'я ШАБАНИЦЯ****Повернулися! Як обмін полоненими висвітлили на українському та російському телебаченні**.... 27

Звичайно, що неоднаково це виглядало в ефірах українських та російських телеканалів. Які ж були основні відмінності у висвітленні цієї події на телебаченні?

**Анжела НАМАЧИНСЬКА****“Трамп у космосі” або Хто зробив дірку в космічній російській капсулі?** ..... 30

Як висвітлюють американо-російські відносини кризь призму досліджень та безпеки космосу в американському виданні “The New York Times” та українській службі “Радіо Свобода”

## ДОСЛІДЖУЄМО ТЕХНОЛОГІЇ

*Павло АЛЕКСАНДРОВ***Ігри, в яких вигравати непотрібно: чи змінять новинні ігри обличчя веб-журналістики?.....** 35

У той час як відеоігри десятиліттями борються за право називатися мистецтвом на рівні художнього кіно та літератури, сучасні медіасистеми дедалі більше гейміфікуються, запозичаючи в ігровій індустрії новітні форми інтерактивного нарративу. Їх пропонують розглядати як новий жанр журналістики

*Христина ФРОЛЯК***Блокчейн-інновація в журналістиці: сьогоднішня та майбутня.....** 42

Засилля омани усуміш із правдою створюють у мережі Інтернет цілковитий хаос. Не менш вразливою є й журналістика, частина якої трансформується у псевдожурналістику. Власне, новітнім допоміжним інструментом у реалізації найважливішого журналістського стандарту – достовірності – і постала блокчейн-платформа

*Ірина КОЛОСОВСЬКА***Журналістика віртуальної реальності: як її запровадити в Україні? .....** 46

Сьогодні український медіапростір поступово ознайомлює аудиторію із технологіями віртуальної реальності, не ігрової, а власне журналістської. VR-ігри відомі кожному, а от про новинні сюжети, у яких використовується графіка, складний монтаж, сферичні фото та відео на 360 градусів – чули не всі

*Анастасія ШКУРГАН***Бути на висоті! Перспективи дрон-журналістики в Україні та світі.....** 49

Летючі роботи-орігамі, дрони-жуки, дрони-кур'єри, наноквадрокоптери щодня стирають межі між реальністю та фантастикою. І хоча ця технологія є не зовсім новою, нині вона охоплює дедалі більше сфер діяльності, а експерти прогнозують їй великі перспективи. Зокрема – й у журналістиці

## ДОСЛІДЖУЄМО ДОСЛІДЖЕННЯ

*Ірина ЛАДИКА***Чи потрібна новим медіа нова теорія? .....** 53

Чи поява нових медій зумовлює необхідність появи нової теорії про них? Ми зібрали думки українських та закордонних дослідників а дослідниць

*Ярина БАЛАБАНИК***Про науковий журнал “New media and society” .....** 58

Для того, щоб розуміти стандарти зарубіжних наукових журналів, у яких досліджують сучасну журналістику, орієнтуватись в наукових підходах, інтересах, тематиці, специфіці подачі, варто читати й аналізувати ці журнали. Саме тому «Медіакритика» буде пропонувати короткі огляди академічних видань, присвячених дослідженню журналістики.

**ДОСЛІДЖУЄМО СТАНДАРТИ****Борис ПОТЯТИНИК****УКРАЇНСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА:  
ПОДВІЙНА ХАЛЕПА**

Ще у далекому 1984 Ліотар опублікував есей “Могила інтелектуала” (*Jean-François Lyotard, “Tombeau de l’intellectuel et autres papiers”*, у деяких перекладах – “Смерть інтелектуала”).

Втім виглядає, що тільки впродовж останнього десятиліття, коли хвиля за хвилею світом прокочується популізм, це сумне пророцтво французького філософа справджується глибинно й тривожно. Зокрема й в Україні. Багато інтелектуалів, яких заслужено вважають моральними авторитетами нації і які ще перед Великоднем застерігали стосовно необачного вибору, зазнали поразки. 73 відсотки виборців не прислухались.

Недаремно словосполучення “кінець журналістики” (“*the end of journalism*”), якщо ввести його у віконце пошуковика Google, дає понад 160 мільйонів результатів. Звісно, не всі тексти аж такі песимістичні. Втім, найоптимістичніша версія звучить так: “Кінець журналістики чи новий початок?” (*The End of Journalism or a New Beginning?*) [1].

Наш фах вже зазнав революційної зміни на межі ХХ–ХХІ ст., до якої призвело запровадження у широкий вжиток комп’ютера та згодом глобальної комп’ютерної мережі – Інтернету. Тоді відбулася низка перемін, які стосувалися як редакційної роботи, так і розповсюдження інформації. Більшість цих змін так швидко і глибоко увійшли у щоденний вжиток, що люди молодшої генерації майже не помічають їх: наче так було завжди.

Варто коротко нагадати про них, оскільки саме ці переміни, окрім безлічі позитивних наслідків, призвели до теперішньої кризи журналістики, передусім фінансової, а відтак до більшої залежності редакцій від інвесторів.

Технологічні новації виявилися для журналістики справжньою диявольською спокусою. І починалося все цілком невинно, обіцяючи самі лише полегшення. Україна 90-х з неабияким ентузіазмом, як комп’ютерний неофіт, взялася наздоганяти Захід. Перші загальнодоступні комп’ютерні класи з’явилися в ЛДУ ім. І.Франка в 1993 р. Тоді ж у редакціях більших львівських

газет запровадили комп'ютерний набір тексту. Перед тим це були кімнати/бюро машинопису, де група дуже вправних друкарок приймала журналістські рукописи. Навіть якщо я користувався своєю власною друкарською машинкою, бюро машинопису, зазвичай ще раз передруковувало поданий матеріал, доводячи його до своїх технічних стандартів бездоганності. Кілька чи кільканадцять одночасно працюючих друкарок створювали характерне звукове тло, яке можна назвати індустріальним.

І от через якийсь рік-два, після приходу комп'ютерів, цих досвідчених жінок-друкарок в редакціях не стало. Для мене це було першим і дуже наочним прикладом того, як технологія дуже швидко ліквідує робочі місця, які існували впродовж десятиріч. Тому й нинішні прогнози стосовно наступу штучного інтелекту і масового відбирання праці в людей, зовсім не здаються фантастичними чи надто віддаленими. Тим паче, що вже сьогодні ми обговорюємо зі студентами переваги і вади комп'ютерних програм, які можуть генерувати новини.

Але повернемось до жінок-друкарок. Звісно, для багатьох з них це був доволі болісний момент. Але для редакцій в цілому – благо. І сьогодні зайве пояснювати, чому. Услід за комп'ютерним набором тексту нова технологія перейняла на себе працю відповідальних секретарів з їхньою неодмінною лінійкою-рядкоміром, які, окрім іншого, займалися макетуванням газети чи журналу. Наступний етап – відмова від комп'ютеризованих бюро набору тексту, оскільки десктоп чи ноутбук став невід'ємним атрибутом робочого місця кожного журналіста. Справою техніки було об'єднати окремі машини в загальну редакційну мережу і вийти в Інтернет.

У такий спосіб революційно змінилися професійні журналістські алгоритми: від пошуку тем чи додаткової інформації в глобальній мережі, до розповсюдження медіа-повідомлень.

Як бачимо, до цього моменту журналістика була у суцільному виগ্রаші, насолоджуючись несподіваними благами комунікаційної технології.

Що ж зіграло проти журналістики? Відповідь на це питання є відомою кожному, хто знайомий з медіа-бізнесом. Тому наші пояснення призначені для читачів, які не вникали чи не цікавилися цією справою.

Перші побоювання були пов'язані із загальнодоступним і безкоштовним контентом, який розміщували у Мережі. Безоплатним він був передусім через особливості історичного становлення та саму природу Інтернету. З самого початку він був елітарним та великою мірою експериментальним медіумом, яким користувалася порівняно незначна частина читацької аудиторії: технічна інтелігенція, викладачі, студенти.

Найвідоміші українські газети (“День”, “Дзеркало тижня”), загальнонаціональні телеканали услід за американськими чи західноєвропейськими, з відставанням приблизно у 4–5 років, запровадили у *WWW* свої сайти. Цей крок тоді – а йдеться про 1996–97 рр. – не мав жодного комерційного значення, оскільки українська інтернет-аудиторія складала близько 30 000 осіб і далеко не всі вони цікавилися газетними новинами чи аналітикою. Тобто запровадження таких веб-сайтів було радше даниною технологічній моді і, можливо, розглядалося як промоція газет, журналів, радіо і телеканалів. Мовляв такі і такі медіа-бренди йдуть в ногу з часом.

Але вже тоді пролунали запитання, чи в разі стрімкого зростання аудиторії – а Україна мала всі можливості наслідувати західні інтернет-тренди – безоплатний цифровий контент не завдасть комерційних збитків тодішнім аналоговим медіа.

Звісно, через років десять безкоштовний контент почав бити по передплаті. Але головний удар полягав не в цьому. Хоча б тому, що передплата ніколи не складала фінансової основи більшості популярних у світі газет і журналів. 70–80 відсотків їхніх доходів йшло від реклами. У ХХ сторіччі фактично сформувалася і зміцнилася фінансова медіамодель, суть якої полягала у концентрації колосальної аудиторії – а ще вже на початку ХХ століття низка американських і західноєвропейських газет вийшли на мільйонні тиражі – для рекламодавців. З погляду реклами, журналістика була свого роду наживкою, яку мала заковтувати “риба” масової аудиторії.

І ця модель успішно працювала. Настільки успішно, що медіабізнес часто виявлявся надприбутковим. Якийсь металургійний чи нафтовий магнат, вклавши, скажімо, у телебачення 10 мільйонів доларів, через кілька років отримував втричі більше. За умови, звичайно, грамотно вибудованої медіаполітики.

Така грамотність зовсім не обов'язково означала ставку на сенсаційну чи скандальну за тональністю журналістику. Так звана якісна, елітарна журналістика теж успішно розвивалася. Навіть славнозвісні журналістські стандарти – збалансованість різних точок зору, неупереджена подача матеріалу, відокремлення фактів від думок та ін. – частина експертів теж пов'язує із вищезгаданою рекламною моделлю.

Стриманість і збалансованість якісної газети мала збирати більшу аудиторію, не відлякуючи її надмірним радикалізмом чи суб'єктивізмом, а, навпаки, збираючи в ідеалі читачів, які належали як до правого, так і лівого політичного спектру. З друкованої преси ця модель поступово перейшла до окремих каналів радіо й телебачення. Скажімо заснований у 1988 р. *CNN* – перший 24-годинний канал, присвячений винятково новинам та аналітиці. Зрозуміло, що надприбутки були фінансовою базою для незалежної редакційної політики і посилення впливу журналістики як “четвертої влади”. Інвестори і власники медіа у США і Західній Європі здебільшого не втручалися в редакційну політику. Медіа набули репутації прибуткового бізнесу, політичне втручання у який може зашкодити фінансовим справам і скоротити доходи.

На жаль, ця модель почала занепадати у ХХІ ст. коли інтернет-гіганти на кшталт *Google* чи *Facebook* запропонували рекламодавцям безпосередній доступ до реципієнтів, оминаючи традиційні медіа і журналістику та надаючи можливість кожному відчутти себе видавцем і журналістом. Згодом цей занепад почав набирати катастрофічних для журналістики темпів, які ще підсилювалися глобальною економічною кризою 2008–2009 рр. Скорочення штатів у редакціях стали повсюдним явищем, що не могло не відобразитися на популярності професії журналіста і відповідно на втраті інтересу до відповідних факультетів \ шкіл в університетах (українська вища школа з якихось причин досі залишалася винятком, не виказуючи зменшення абітурієнтського зацікавлення). І хоча в останній час почастішали заголовки типу *Journalism's Comeback*, все ж це поки що виглядає як спро-

ба знайти хоч якісь добрі новини у морі поганих [2].

Усі знають, що *Google* і *Facebook* душать медіа\редакції. Але як це виглядає у цифрах? Доходи від реклами усієї медіаіндустрії США складають близько \$ 5 мільярдів. І приблизно стільки ж заробляє *Google* на самих тільки новинах. Звісно, *Google News* чи пошуковик подає лише заголовки, підзаголовки або короткі фрагменти новин, які продукують редакції. Але попри ці заголовки ми встигаємо кинути оком на гуглівську рекламу, яка йде поруч... Тобто медіа\редакції могли би заробляти вдвічі більше. І тоді, на думку автора, не було би цього невинного скорочення журналістського сектору (за останні 10 років редакції скоротилися ще на третину, не кажучи вже про низькі зарплати, особливо у провінції).

Утім, рецепт автора – традиційний: дробити техно-”бегемотів” на частини, скажімо *Alphabet* – на *Google* для пошуку, *YouTube* для відео, *DoubleClick* для реклами, *Analytics* для аналізу аудиторії, а від *Facebook* відколоти *Instagram* та *Whatsapp*. І, звичайно ж, регулювати, регулювати, регулювати. Рецепт старий, але чи поверне він гроші журналістам? [3].

Ще одна цікава ідея стосовно порятунку серйозної журналістики. Фінансового порятунку. Пропонується для кожного платника податків зробити знижку \$ 50, які він під час сплати податку може скерувати у фонд відповідного медіа (за власним вибором платника). Подібну практику зустрічав у Європі. Зокрема у Польщі платник податку має право 1% скерувати на користь громадської організації (вибирає з довгого переліку НГО) [4].

Утім напружені пошуки нових моделей діяльності медіа у закордонних колег заслуговують більшої уваги. Власне цим матеріалом ми започатковуємо серію під умовною рубрикою “Переформатування журналістики”, де, окрім іншого, будемо аналізувати закордонний досвід і проектувати його на український. Як от повільний журналізм – *Slow Journalism* [5] – низка течій і проектів, налаштованих на сповільнення темпу з метою більшого заглиблення у процеси аналізу та інтерпретації подій і явищ. Назагал, йдеться про якість журналістики [6].

Що стосується України, то справа виглядає ще складнішою. Вважається що за роки незалежності жоден український телеканал так і не зумів стати фінансово самодостатнім. Цебто надходження від реклами покривають лише частину видатків. Не кажучи вже про дуже розпорочений газетний ринок: на початку ХХ століття в Україні було зареєстровано понад 20 000 періодичних видань. Тобто українська специфіка повторює загальносвітові проблеми журналістики з додатком суто нашої залежності медіа від власників, які перманентно дотують пресу, намагаючись використати їх у різноманітних політичних проектах.

Проте, як вже згадувалось вище, справа не тільки в тому, що журналісти відпрацьовують завдання і забаганки господарів, які їх фінансують. Ми вже до цього звикли. Натомість новим є те, що люди, які займаються комунікаційною стратегією, створюють фрейми і смисли, які підпорядковують журналістську діяльність з усією її багатогранністю та хаотичністю приблизно так, як магніти спрямовують розміщення металевих скибочок.



Така подвійна халепа української журналістики означає, що знайти швидкі рецепти її порятунку чи переформатування заледве чи пощастить. Втім ми розуміємо, що з численних спроб відселекціонується найбільш життєздатне.

---

1. Kathy Kiely, The End of Journalism or a New Beginning? <https://roslindalerise.org/2017/02/19/the-end-of-journalism-or-a-new-beginning/> (21.12.2016).

2. Alexandra Borchardt, Journalism Comeback // Project Syndicate. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/consumer-confidence-in-media-industry-returning-by-alexandra-borchardt-2018-09?barrier=accesspaylog> (07.09.2018).

3. Ryan Cooper, How to stop Google and Facebook from strangling journalism /The Week. URL: [https://theweek.com/articles/846299/how-](https://theweek.com/articles/846299/how-stop-google-facebook-from-strangling-journalism)

[stop-google-facebook-from-strangling-journalism?fbclid=IwAR2qDmsz\\_YI0jFs1YasRYizbh0bXX18LZkOYa5vuq3T4NXSOxIxOFPXgUWw](https://theweek.com/articles/846299/how-stop-google-facebook-from-strangling-journalism?fbclid=IwAR2qDmsz_YI0jFs1YasRYizbh0bXX18LZkOYa5vuq3T4NXSOxIxOFPXgUWw) (28.10.2019).

4. Rick Edmonds, Academics craft a plan to infuse billions into journalism: Give every American \$50 to donate to news orgs / Poynter. URL: <https://www.poynter.org/business-work/2019/academics-craft-a-plan-to-infuse-billions-into-journalism-give-every-american-50-to-donate-to-news-orgs/?fbclid=IwAR0skkfHIRsLufiGUWSlThd7ZtUWeU2duDxIbjJMCwg3BUttznzhtjvKMpk> (28.10.2019).

5. The Slow Media Manifesto // Slow Media. URL: <http://en.slow-media.net/manifesto> (27.10.2018).

6. Сюзен Елберляйн, Повільні новини – кращі новини // ЕЖО. URL: <https://ua.ejo-online.eu/3126/mediaekonomika/biznes-modeli-dlia-media/povilni-novini-krachi-novini> (28.10.2019).

Ірина ЛАДИКА

# ЗЕ!ВЛАДА: ЖУРНАЛІСТИ ТЕПЕР ЗАЙВІ

20 травня Володимир Зеленський став президентом. А уже на початку серпня глава його Офісу Андрій Богдан заявив, що “нам не потрібні журналісти. Ми комунікуємо з народом напяму”. Правила гри змінилися. Власне, вони змінилися ще у часі передвиборчої гонки, коли “зелена” команда наповну використала нові канали комунікації із виборцями (соцмережі). То чому змінилися стосунки влади і ЗМІ, які ключові характеристики нової комунікації і що з цим усім робити?

Жодна політична сила, яка стає до державного керма, не хоче, щоб її критикували. Особливо тоді, коли президент, уряд та парламент “одного кольору”. Адже уся повнота відповідальності за промахи та програші лежить лише на одних плечах. Коаліції як такої немає, є монобільшість, тому охочих критикувати – задосить. І тут ще й медіа, так звана “четверта влада”, сторожовий пес демократії, який стежить за тим (дуже хочеться у це вірити), щоб не відбулося узурпації влади. Це ЗЕ!команду, очевидно, не влаштовує. Тому і є потуги “прибрати” журналістів.

Досвід президентських виборів успішно показав, що це реально. Згадаймо, Зеленський жодного разу не дав прес-конференції для журналістів у прямому ефірі. Інтерв’ю якщо й були, то записані наперед на лояльних до нього каналах та у лояльних до нього журналістів. З виборцями він комунікував за допомогою ро-

ликів у соцмережах. Із журналістами не спілкувався, та й з опонентами (приміром, на ток-шоу чи дебатах) також ні. І, як бачимо, спрацювало (хоча це й далеко не єдина умова успіху). Таку модель поведінки із журналістами нова влада вирішила поширити і на поствиборчий період. Але чи буде така стратегія успішною?

## **КЛЮЧОВІ РИСИ НОВОЇ МОДЕЛІ КОМУНІКАЦІЇ ПОМІЖ ВЛАДОЮ ТА ЖУРНАЛІСТАМИ:**

### **1. Ігнорують медійників**

Воно розпочалося з відомої фрази Богдана про те, що “журналісти нам не потрібні”. А продовжується відсутністю коментарів українським ЗМІ (проте маємо спілкуванням із російськими пропагандистськими медіа, наприклад, на останньому засіданні Генасамблеї ООН).

Ігноруванням ЗМІ відзначився також нардеп від “Слуги народу” Микола Тищенко, який

відмовився відповідати на запитання журналістки “Радіо Свободи”: “Хто ви така, щоб мене перевіряти?” І поки що ігнорування медіа для таких як він – комфортне і минає для наслідків. Але чи довго ще протримається така тенденція?

## **2. Намагаються підірвати довіру до журналістів**

Найяскравішим прикладом є поширення Кирилом Тимошенком із Офісу президента фото так званої заяви Богдана про звільнення. Майже усі медіа її підхопили, не перевіривши достовірність інформації та не зачекавши на офіційне підтвердження. Провокація Банкової вдалася, така авантюра добряче похитнула довіру аудиторії до журналістів. Цього й хоче нова влада: стати єдиним джерелом інформації для суспільства.

## **3. Перешкоджають журналістській діяльності**

Тут відзначилася прес-секретарка Зеленського Юлія Мендель, яка відштовхнула журналіста “Радіо Свободи” Сергія Андрушка та не дала йому взяти коментар у Андрія Богдана та Президента. Нагадаю, цей випадок трапився після публікації-розслідування програми “Схеми” про те, що Богдан літав з Азаровим у Санкт-Петербург за день до відмови тодішньої влади підписувати Угоду про асоціацію з ЄС.

Журналісти просили Богдана про інтерв’ю з цього приводу, але на Банковій їхнє прохання проігнорували. А намагання поставити запитання вживу зустріли рішучий та жорсткий опір речниці Президента. І це – не єдиний конфуз з її боку. Раніше вона відвела від Зеленського журналіста “Радіо Свободи” Крістофе-

ра Міллера, який також намагався поставити запитання главі держави після форуму “YES”.

Жарт президента перед брифінгом щодо “формули Штайнмаєра”, мовляв: “Ви там нікого не штовхали більше?” свідчить про те, що така поведінка прес-секретарки легітимізована Зеленським. Ця ситуація показує, що журналістів не поважають, вважають за нормальне відштовхувати їх, відводити, перешкоджати їхній діяльності інформувати суспільство.

## **4. Створюють симулякри журналістики**

Прес-конференції до 100 днів президентства не було. Журналістів, як і народ, знову вирішили проігнорувати. Але не можливо ігнорувати запит суспільства на інформацію. І коротким відео в Інстаграмі тут уже не обійдеться. Тому Зеленський все ж дав інтерв’ю. Але не журналістам, а актору Станіславу Боклану, який зіграв прем’єр-міністра у серіалі “Слуга народу”. Цей випадок доводить, що можна ігнорувати журналістів, але не можна ігнорувати запит на інформацію.

Ще один симулякр – новостворена Рада з питань свободи слова (!) при Офісі Президента. Запитання викликають і обрання туди Наташі Влащенко (генпродюсерка ЗІКу, телеканалу, близького до Віктора Медведчука) і сама мета створення такого органу. ЗЕ!влада прагне показати, що “дружить” з медіа? Що ніякого конфлікту поміж ними і ЗМІ насправді немає? Має рацію журналістка “Нового Времени” Христина Бердинських, яка зазначила, що “проти будь-яких рад журналістів із владою. Нащо ця Рада, якщо інтерв’ю врешті отримає машина Тесла, а не журналісти? А прес-конференції усе одно немає”.

Хоча, тепер щодо останнього твердження можна посперечатися. Ще одне ноу-хау Зе!влади: проведення 14-годинного прес-марафону із журналістами. Уже не можна казати, що президент не комунікує зі ЗМІ чи ховається від медіа. Але під питанням – якість цього спілкування. Нова команда відмовилася від звичного формату прес-конференції, з гарантом спілкувалися групи журналістів по 7–10 людей, на запитання у них було лише 30 хвилин.

Як наслідок – запитання повторювалися, тому Президент Зеленський міг повторювати свої відповіді. Через брак часу йому ставили по кілька запитань одразу, а тому він міг обрати одне, на яке йому було найзручніше відповідати. “Дотиснути” питаннями Президента було складно, він сам часто парировав до журналістів та ставив їм зустрічні запитання. Цей прес-марафон оголив рівень сучасної української журналістики. Проте команда Зеленського зробила усе, щоб чесних та прямих відповідей на запитання було небагато. Часу мало, Юлія Мендель підганяє журналістів, вони змушені перебивати один одного, бракує часу поставити уточнювальні питання. Напрошується висновок: прес-марафон – ще один симулякр Зе!команди, який імітує комунікацію між ЗМІ і владою. Президент “відстрілявся” (і байдуже, що в останні години його відповіді були уже ні про що), тому тепер має “індульгенцію” на спілкування із пресою і невідомо, чи далі комунікуватиме зі ЗМІ “у реальному житті”.

##### **5. Печерний сексизм та дискримінація щодо журналісток зокрема і жінок загалом**

Найяскравіший приклад: депутат від “Слуги народу” Макс Бужанський назвав журна-

лістку “Нового Времени” Ольгу Духніч “тупою вівцею”. Причина – інтерв’ю з Дмитром Разумковим, в якому вона сказала: *“Тоді поговорімо про репутацію, – пожвавлуюсь. – Депутатами вашої партії стали Максим Бужанський, котрий ностальгує за СРСР і часами Віктора Януковича, Ірина Борзова з активним бізнесом в окупованому Криму і ще кілька цілком одіозних особистостей. Ви згодні з ними розділити репутацію партії?”* Таку емоційну реакцію нардепа викликала його характеристика як того, хто “ностальгує за СРСР”.

Хоча така характеристика політика виправдана, і це довів матеріал на “Детекторі медіа”, у якому зібрали висловлювання, якими “відзначився” Бужанський. Там є і про “нацистський Майдан”, і про “героїчний СРСР”. Тобто жодних підстав обзивати журналістку в парламентаря не було. Але він дозволив собі перейти до образ. Це – тривожний дзвіночок, який свідчить про тотальну неповагу до журналістської роботи та небажання чути критику з боку ЗМІ. Олії у вогонь додала уже згадувана Наташа Влащенко, яка сказала, що нардеп і журналістка “просто обмінялися оціночними судженнями”.

На жаль, це далеко не єдиний випадок сексизму серед нової Зе!влади. Приміром, колишній журналіст, а нині депутат Олександр Дубінський шукав собі помічницю “не нижче 175 сантиметрів”, а Андрій Богдан вирішив обійняти журналістку, щоб “вам було зручніше бігти за мною”.

Через такий шквал сексистських висловлювань та дій журналістки медіапроекту “Гендер в деталях” створили спеціальну рубрику #сексизм\_патруль, у якій викладають усі дискримі-

наційні випадки ЗЕ!команди та пояснюють, чому саме вони є неприпустимими.

#### **6. Солідаризація журналістів –**

це чи не єдина позитивна риса у новій парадигмі. Дуже розрізнена та поляризована журналістська спільнота потрохи солідаризується через неприпустиму поведінку “зеленої влади”. Наприклад, українські журналістки, як реакцію на дискримінаційне висловлювання Бужанського, написали звернення до влади з вимогою розробити етичний кодекс, який би забороняв сексизм та передбачав відповідальність політиків і чиновників за дискримінацію жінок. Також медійниці закликають розробити і впровадити рекомендації щодо боротьби з сексизмом у роботі державних інституцій, впровадити законодавство, яке забороняє сексизм. Звернення підписало близько 150 журналісток із різних ЗМІ.

Ще один прояв солідарності – це звернення неформальної спільноти журналістів “Ініціативи 34” з вимогою звільнити Юлію Мендель. Його підписало кілька десятків українських журналістів та редакцій загалом.

#### **Що далі?**

Щоб відповісти на це запитання, пропоную повернутися до основи основ – журналістських стандартів і працювати, дотримуючись їх. Адже одне з найважливіших завдань журналістів – інформувати суспільство. На жаль, як би цього не хотіла ЗЕ!влада, вона не справляється з цією ношею. Перші особи держави часто поширюють дезінформацію, маніпуляцію та фейки.

Згадаймо репост Генпрокурора України про те, що українські бранці летять додому, хоча обмін трапився на тиждень пізніше. Або відео звернення Зеленського із проханням звертатися у НАБУ, якщо ви зіткнулися з хабарництвом. Хоча ця інституція не займається “побутовими” хабарями, а лише зловживанням топ-чиновників. Отож наша робота залишається незмінною – ретельно перевіряти інформацію, доступно пояснювати її аудиторії та пильнувати за владою, попри її намагання усунути нас від цього процесу. Тож лупаймо цю скалу!

Дар'я ШАБАНИЦЯ

# ЧОГО БРАКУЄ ЕТИЧНОМУ КОДЕКСУ УКРАЇНСЬКОГО ЖУРНАЛІСТА?

19 положень. 37 речень. Так виглядає Етичний кодекс українського журналіста. Його сучасна редакція затверджена 2013 року на пленумі Національної спілки журналістів України, але в її основу лягли ті ж самі положення, з яких він складався ще 2002 року. Здавалося б, мораль сама по собі незмінна. Натомість змінюється журналістика. З'являються нові напрямки та сегменти діяльності, проблеми і теми, засоби їх висвітлення тощо. Саме тому Етичний кодекс потребує корекцій, які б дозволили йому бути повним, вичерпним та сучасним.

## ЩО ТАКЕ ЕТИЧНИЙ КОДЕКС?

Етичний кодекс – це документ, що стосується моральної складової діяльності працівників ЗМІ. Його положення – це етичні настанови, які надають журналістам духовні орієнтири. В основі нашого Кодексу лежать такі документи, як Конституція України, Загальна Декларація прав людини і Всесвітня хартія свободи преси ООН. З повним текстом документу можна ознайомитися на офіційному сайті Національної спілки журналістів України.

Порушення його положень розглядає Комісія з журналістської етики. Це неурядовий орган саморегуляції роботи журналістів, що контролює дотримання прописаних в Етичному кодексі стандартів. 3 грудня 2016 року її очолює Андрій Куликов. Також до її складу входять 13 досвідчених журналістів. Скаргу можна

подати на сайті, треба лише вказати назву, на кого і хто подає, долучити текстове пояснення, а також зазначити номери порушених статей Кодексу. Рішення Комісії опубліковують на тому ж сайті.

## ЗМІСТ ТА ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ

Деякі пункти Етичного кодексу безпосередньо пов'язані з класичними журналістськими стандартами: *свобода слова, служіння інтересам суспільства, об'єктивність та повнота інформації, баланс думок, заборона зміни контексту, фальсифікацій та плагіату*. В інших положеннях йдеться про *повагу журналістів до приватного життя, відокремлення реклами від загального потоку інформації, недоцільність використовувати своє становище задля*

збагачення тощо. Варто виділити положення про *неупереджене ставлення до судових процесів і заборону незаконного методу отримання інформації* (до них ми ще повернемося). В останньому пункті прописано, що свідоме порушення вищезазначених норм несумісне з професійною журналістикою. За це можна позбутись прес-карти або членства в професійних спілках.

Ось таким є скорочений виклад змісту нашого Етичного кодексу. То чого ж йому бракує, і які важливі деталі журналістської діяльності так і залишилися нерозглянутими?

## ЩО НЕ ТАК?

Немає жодного пункту, де б йшлося про висвітлення *питань війни, насилля, терору і смерті*. В умовах російсько-української війни регулювання цих питань є дуже важливим, оскільки левову частину інформації щодо подій на Сході українці отримують через ЗМІ. Чи публікувати криваві та шокуючі фото- та відеоматеріали з фронту? Чи блурити обличчя загиблих? Як подавати інформацію про ворога, і як викривати його пропаганду? Дивно, що окремого пункту заслужило неупереджене ставлення до судових процесів (тому ми й виділили його раніше), а про специфіку роботи в актуальних умовах війни досі не прописано жодного слова.

Деякі положення виглядають неповними, наприклад, п'ятий пункт: *“Журналіст не розкриває своїх джерел інформації, окрім випадків, передбачених законодавством України”*. Варто було б також наголосити на тому, що ці джерела мають бути надійними і достовірними. Не

сказано і про їх різноманіття: не можна будувати матеріал на основі одного-двох джерел, необхідне різнобічне вивчення даних та їх аналіз.

Деякі пункти потребують уточнення. Наприклад, тринадцятий (який ми виділили раніше): *“Журналіст не повинен використовувати незаконні методи отримання інформації. Журналіст при зборі інформації діє в правовому полі України <...>. Використання негласних прийомів збирання новин допускається лише тоді, коли це необхідно для забезпечення достовірності або точності матеріалу. Такі прийоми можуть бути виправдані лише у разі, коли іншими способами зібрати інформацію неможливо”*. Так можна використовувати незаконні методи чи ні? Що мають на увазі, коли говорять про категорію “негласні прийоми”? Які вони?

## ЕТИЧНІ КОДЕКСИ ІНШИХ КРАЇН

В їх основі так само лежать журналістські стандарти, але можемо знайти і нові цікаві деталі. Так, наприклад, в Етичному кодексі США прописано: журналісти не мають платити за доступ до новин (платний контент треба обов'язково позначати як такий). Також є рекомендації щодо анонімності джерел: невідомими варто залишати тих, кому загрожує покарання або небезпека. У матеріалі треба пояснити, чому джерело приховане.

Цікаві положення знаходимо і в Етичному кодексі журналістів Австрії. Тут пункт про свободу преси справедливо пов'язано з особистою відповідальністю журналіста за надану інформацію. Це є важливим доповненням,

оскільки кожен працівник ЗМІ мусить чітко усвідомлювати, до яких наслідків може призвести оприлюднення матеріалу. Ще в одному новому пункті йдеться про змонтовані зображення: оброблені фотографії, які при побіжному перегляді можуть здаватися справжніми, мають бути чітко позначені як монтаж.

В Етичному кодексі журналістів Республіки Білорусь знаходимо положення про професійну солідарність. Згідно з ним, журналіст має поважати честь та гідність своїх колег, сприяти розвитку їхніх творчих здібностей, знань та майстерності тощо.

У Великобританії цей документ поділено на дві частини: Кодекс поведінки, Кодекс практики. Перша дуже схожа на український Етичний кодекс. Друга ширша та більш конкретизована. Можемо знайти там пункти про те, як правиль-

но висвітлювати сексуальні злочини, а також про специфіку роботи в медичних закладах.

Одним із найповніших і досконалих виглядає німецький Етичний кодекс “Принципи Публіцистики”. У ньому, окрім вже знайомих нам директив, можемо знайти детальні рекомендації щодо того, як працювати в передвиборчий час, як висвітлювати хвороби, самогубства, інформацію про наркотики і навіть мемуари злочинців.

Як бачимо, залишилося багато важливих деталей, які не знайшли свого відображення в нашому Етичному кодексі. Працювати є над чим, тож сподіваємося, що згодом цей документ оновиться, розшириться та зможе повною мірою слугувати на користь українській журналістиці.





**ДОСЛІДЖУЄМО КОНТЕНТ****Юрій ЗАЛІЗНЯК**

# RUSSIAN CRIME(A): АМЕРИКАНСЬКА ПРЕСА І ПЕРШИЙ ТИЖДЕНЬ НОВОГО ЗАГОСТРЕННЯ В УКРАЇНІ

Загострення ситуації в азово-кримському регіоні не минуло безслідно в американських медіях. Як і належить засобам масової комунікації країни, що десятиліттями утримує пальму світового лідера і не збирається її здавати без бою. А претендентів, будьмо відверті, вистачає. І тут йдеться не лише про ЄС та Китай як економічних конкурентів, а про Російську Федерацію, яка економічно досі і поки не має що протиставити, але знайшла спосіб змусити про себе говорити.

Для нашого огляду матеріалів у перший тиждень після чергового акту російської агресії ми обрали три видання “The New York Times”, “USA Today” та “Chicago Tribune”. Перші два є щоденними національними виданнями (одне дещо поважнішим, а друге – з певним тяжінням до “жовтизни”, хоча, саме “USA Today” в середині 80-х років минулого століття першим впровадило інфографіку), а третє є серйозним регіональним виданням на Середньому Заході США, хоча, як і випадку з NYT, історія та традиції тут сягають середини 19 століття.

Для початку одразу слід знівелювати усі можливі закиди у заангажованості “ворожої до

Росії преси”. Усім трьом виданням можна закинути наявність своїх “ложок дьогтю” в контексті правдивості та неупередженості. “Chicago Tribune” свого часу переплутала результати президентських перегонів у США і назвала переможцем не того кандидата. “The New York Times” отримала Пулітцерівську премію за роботи свого кореспондента у Москві в 1930-х роках Волтера Дюранті, який заперечував Голодомор і так “дослужився” до звання корисного ідіота Сталіна. Також видання мало трохи мороки на початку 2000-х, коли під час другої війни у Перській затоці його працівник Джейсон Блер не виїжджаючи зі США компілював “унікальні

репортажі з близькосхідних ТВД” на основі повідомлень інших журналістів та інформаційних агенцій. На відміну від *NYT* та ще одного велета американського та світового медійного ринку – “The Wall Street Journal”, у 2015 “USA Today” спромоглася надрукувати на головній сторінці мапу України без Криму. Як бачимо, ніхто не ідеальний, але вибачення, звільнення винних та натяки на визнання провини і щирий сум з приводу неякісної роботи бодай частково можуть виправдати прагнення медій до ідеалу. Про сучасну російську пресу у цьому контексті зумисне змовчимо.

### День перший

Попри всі “злочини” (цікаво, що англійською слова злочин “CRIME” і Крим “CRIMEA” відрізняються однією останньою літерою – до уваги Путіна і ко:) проти журналістських стандартів усі три видання доволі оперативно зреагували на посилення напруженості між Москвою та Києвом. Якщо не брати до уваги онлайн версії видань – там інформація з’являється і поширюється з особливою і не порівнюваною з характерною для паперової версії швидкістю – *NYT* і “Чикагська трибуна” відпрацювали оперативно. Чи тут була справа у тому, що саме в Чикаго мешкає чимала українська діаспора, чи у тому, що один з найпрестижніших районів називається українським селом, достеменно важко сказати. Але саме 26 листопада – у понеділок, на наступний день після переслідування, обстрілу та захоплення українських суден російськими кораблями та бойовою авіацією, газета присвятила цій історії третину 8 сторінки. Заголовок з українською версією подій доповнювала світлина кримського мосту

з цивільним судном, що блокує прохід під його прольотом.

Автор матеріалу – Метью Боднер, кореспондент AP у Москві доволі стисло виклав суть подій, подавши позиції обох сторін без зайвих інтерпретацій. Поняття анексія, проросійські бойовики, блокада українських портів на Азові та інші правильні індикатори контексту присутні у статті, що робить її, без сумніву, якісним журналістським доробком.

У паперовій версії *NYT* на 1/6 шостої шпальти Ендрю Кремер з Москви та Юлія Мендель з Києва належним чином зробили свою описову справу, виклавши основні обставини та версії події. Вони пішли дещо далі, написавши про ускладнення для президентської кампанії наступного року, процитували не лише функціонерів російського ФСБ, а й представників українського парламенту та НАТО. Опинитися на шостій сторінці *NYT* навіть у такому лаконічному форматі – чималий успіх для української теми. Особливо, якщо зважити на те, що у той час американську публіку турбували, як не караван мігрантів з Центральної Америки, що йде на штурм кордону зі США, то нюанси виходу стратегічного союзника – Британії з ЄС, як не наслідки пожеж у Каліфорнії, то насильство проти жінок. Але навіть попри це на сьомій сторінці знайшлася площа в редакції для ще однієї теми – роковин Голодомору і пам’яті про його багатомільйонні жертви в Україні. Ті самі кореспонденти вдало поєднали свідчення очевидців геноциду, тези істориків та заяву президента Порошенка. Тут залишилося редакції лише ще раз відхреститися від згаданого “шкідника” Дюранті і повернути того злочасного “Пулітцера”...

“Закохана” у спорт та знаменитостей “USA Today” того дня вирішила не витратити паперу на український напрямок. Натомість в онлайн знайшлася ціла серія матеріалів на тему кривавого протистояння з Росією. Але саме інтернет-версія видання вже роками вважається пріоритетною для його власників і це той випадок, коли через новітні засоби комунікації є шанс залучити увагу ширших аудиторій. Що, у принципі, зрештою, і потрібно українцям у нинішній ситуації – історію треба максимально поширювати світом. Як ні – це у своїй версії “альтернативної правди” зробить RT чи інші, оплачувані нафто-доларами, а незабаром, мабуть, нафто-юанями, “зірки пост-правдивої журналістики множинності правд”.

### День другий

У наступні дні американська преса розписалася про Україну і Росію ще більше. І “The New York Times”, і “Chicago Tribune” всерйоз зацікавилися запровадженням військового стану в частині українських областей та пояснили своїм читачам серйозність ситуації заголовками про небезпеку наближення чималої війни. Мабуть, зважаючи на те, що два попередні світові конфлікти почалися також в Європі, не дуже далеко від Криму – з погляду космосу: через постріли в Сараєво та Глявіці. Тут зайве казати, що ніхто у світі не хотів би, щоби Крим доповнив цей список і, таким чином, закрити трикутник повторів божевілля людської цивілізації.

За нинішньої ситуації тут вже пізно згадувати ймовірну провину президента Кучми, який на початку 2000-х невчасно поставив прикордонний пост на півострові Тузла, бо керівництво Краснодарського краю Росії само-

вільно чи за наказом Москви почали насипати землю зі свого боку протоки, змінюючи течію в морі та географію регіону. Таке далеке минуле мало цікавить закордонних кореспондентів у Москві: і Ніл МакФаркуар тут не виняток. Але його матеріал потрапив на чільну шпальту *NYT* з продовженням в глибинах газети на шостій сторінці. У ньому журналіст пише про військовий стан за поданням Президента Порошенка і критику на його адресу з боку Кремля та його фанатів в Україні. Контекст березневих виборів тут є чітким. Але поза ним ціла група журналістів доклалася до матеріалу з Москви, Києва, Брюсселі та Нью-Йорка, аби пояснити аудиторії ширше розуміння ситуації з погляду України, Росії, ООН та НАТО. Беручи до уваги заяви дипломатів та політиків, стаття закінчується позицією російського аналітика, який проштовхує тезу про те, що Азов – то є внутрішнє море України і Росії, а тому втручання третьої сторони тут не є доцільним. Мовляв, хай “закохані один в одного і миролюбні брати” самі поділять радянський спадок. Ну і що з того, що один це робить з використанням танків, ракет і ядерної загрози, а інший колись наївно поставив підпис у Будапешті... Разом зі США, Британією та тією ж РФ.

“Chicago Tribune” того дня на 11 сторінці також фокусувала увагу на військовому стані. Кореспонденти з Києва Наталія Васильєва та Єфрем Лукацький побіжно описали президентсько-парламенські баталії за голосування відповідного питання та реакцію певних опозиційних до чинної влади політичних сил. Останні переймаються своїм майбутнім після березня наступного року, а Президент Порошенко в матеріалі постає таким собі оборонцем

прав українців на тлі потреби в жорсткішому опорі наступу зі Сходу. Згадки про анексію, 10 000 жертв війни, НАТО та українських ультрарправих доповнюють чималий матеріал як для регіональної газети у США.

### День третій

Третій день після новинного приводу знову видався далеко не буденним з погляду зацікавлення українською проблематикою в чільних американських виданнях. *NYT* 28 листопада знову на чільній сторінці випустила матеріал з продовженням на 4-й шпальті і з недвозначним натяком на можливість подальшого загострення ситуації. Попри московську “прописку” вже згаданий кореспондент газети чітко вибудовує логічний ряд з окупації українського Криму російським спецназом у 2014, тисяч загиблих через гарячий конфлікт з підтримуваними Кремлем сепаратистів на Донбасі, нині 23 захоплених українських моряків, переживань в НАТО, п’ятої колони Москви в Україні та перспективи нових санкцій проти авторів вже давньої відмовки про “нас там нет”.

У середу четверта сторінка “USA Today” таки була прикрашена невеликим матеріалом з поясненням, чому в Україні влада відстоює потребу запровадження військового стану. Натомість “Chicago Tribune” у середу обмежилася доволі промовистою світлиною від AFP на 15-й сторінці. На ній закамуфльований службовець ФСБ супроводжує під руку українського моряка до суду у Сімферополі. Іноді, справді, краще просто побачити одне фото, аніж багато читати. Якщо знаєш увесь контекст і вмієш не піддаватися емоціям. У четвер це ж видання спромоглося на невеличку замітку про розвиток

ситуації. На 15-й сторінці йшлося про перестороги українського президента стосовно можливої підготовки Москви до широкого наступу на Захід, а також про пряме звинувачення з боку Володимира Путіна стосовно того, що військовий стан – це наслідок провокації з боку українського колеги, який таким чином шукає порятунку перед виборами на тлі своїх не надто оптимістичних рейтингів. Що точно навчилися західні журналісти та редакції – це сухо і стисло подавати два погляди на одну проблему. Іноді для їхніх аудиторій цього цілком достатньо для впевненості у своїй поінформованості про світ.

### День четвертий

Те саме фото, що з’явилося на шпальтах “Chicago Tribune”, стало в нагоді 29 листопада і “The New York Times”. Ціла 10 сторінка першого блоку газети була присвячена Україні. Першу половину Ніл МакФаркуар присвятив спробам послідовно і популярно відповісти на ключові запитання про те, що сталося на вихідних, хто правий, до чого тут міст, чому все сталося саме зараз, що вирішує військовий стан, що про нього думає Росія та світ і що буде далі. Останній блок безпосередньо пов’язаний зі сподіваннями на предметне спілкування лідерів Росії та США на саміті “Великої Двадцятки” у Буенос-Айресі. Цю ж перспективу у світлі конфлікту в Східній Європі на другій половині шпальти аналізує Пітер Бейкер, який нагадує про останні перемовини Путіна з Трампом, що запам’яталися низкою неприємних наслідків для останнього. Також він описує усі внутрішньо американські неприємності господаря Білого дому – теж, до речі, з росій-

ським слідом, що тягнеться до 2016 року і раніше. Безрезультатна зустріч в Гельсінкі, загравання з “другом Владіміром” і примара нової холодної війни між країнами також згадані у матеріалі. Розслідування комісії Роберта Мюллера щодо московського втручання у вибори американського президента та ланцюжок подальшої брехні з різних сторін тут ще ніхто не забув і цьому питанню присвячена пильна увага преси та громадськості.

Українське питання тут також частково грало на руку дипломатичним зусиллям команди Дональда Трампа, що, зрештою вилилося у формальний привід відмовитися від зустрічі з Путіним в Аргентині. Щоправда, цитовані американською пресою фахівці також стверджують, що зустрітися було б і варто – для того, щоби попередити агресора про наслідки його випробовування терплячості Заходу щодо явних спроб Росії будь-якими засобами повернутися до клубу наддержав. Наразі ж, поміркованість заяв з боку офіційного Вашингтона змушує критиків адміністрації Трампа вказувати на потенційні сумні наслідки відсутності рішучої відсічі агресору. Бодай словесної, оскільки з вуст президента США почути погрозу це – одна річ, а прочитати черговий твіт – цілком інша справа, мабуть.

Але обмінюватися твітами і прославляти президента Трампа вміє і Петро Порошенко, про що згадали кореспонденти “Chicago Tribune” у своєму матеріалі з Буенос-Айреса. Половина 10 сторінки газети за останній день календарної осені була під заголовком “Президент скасував зустріч з Путіним”: тут знову згадали передісторію проблемних взаємин України і Росії, власні неприємності Дональда

Трампа через його девелоперські плани у Москві та скасування перемовин з лідерами Південної Кореї і Туреччини (хоча, з останнім бесіда не завадила б в контексті членства у НАТО та близькості до епіцентру конфлікту).

Але, традиційно зосереджена на внутрішніх проблемах американська журналістика, нині більше переймається свідченнями колишнього адвоката чинного президента США. Майкл Коен визнав, що раніше брехав конгресу щодо бізнесових інтересів свого колишнього клієнта у Москві. Для опозиції в Сенаті та Конгресі цієї заяви виявилось достатньо, щоби ця тема захопила чільні місця і в “Chicago Tribune”, і навіть в “USA Today”, де у п’ятницю Україну згадали аж в одному абзаці на третій сторінці.

### П’ятниця

П’ятнична “The New York Times” опублікували цілу низку матеріалів, в яких перепліталися теми внутрішньополітичної кризи у США, третього в історії випадку скасування зустрічі лідерів Вашингтона і Москви, нового загострення поблизу Криму. Найбільше простору займав аналіз подій того ж таки Пітера Бейкера за допомогою вже знайомого власкора у Москві Ніла МакФаркуара. Ключовим висновком стало те, що президент США просто скористався українським питанням для уникнення очної ставки з російським президентом, якому довелося б сказати бодай кілька неприємних слів, зважаючи на те, що той анітрохи не дослухався до світових вимог щодо розв’язання української кризи. Мовляв, за останні дні в Кримському питанні жодного поступу чи інших поважних змін не сталося, щоби Дональд Трамп змінив риторичу з готовності до зустрічі з Путіним на

відмову від спілкування. Але арешт моряків і неповернення захоплених ФСБ кораблів України видалися достатнім чинником для перепаду в настрої настільки, щоби Трамп проігнорував Путіна на церемонії фотографування лідерів G20. Щоправда, на тлі нерозв'язаних проблем в Сирії, Ірані та питання порушеного договору про ліквідацію ракет середньої дальності, поговорити було би про що – як впливає зі статті.

Тим часом, ще один московський “агент” NYT Ендрю Крамер поруч розповів читачам про українське прохання до світу про допомогу у протистоянні з непередбачуваним і агресивним сусідом. Тут автор влучно підкреслює сміховинність “стурбованості” та “глибокої стурбованості” західних країн, які не поспішають посилювати санкції проти Росії – попри заклики Києва. ЄС мовить про нові економічні важелі стримування для “ядерного ведмеда”, а НАТО не дратує його заявами про скерування свого військового флоту до регіону – про що би там не писав Петро Порошенко в європейській пресі. Нічого особистого – просто бізнес; інтереси передусім, а не якісь там друзі...

Для глибшого розуміння загального контексту і поточних подій журналіст докладно описує обмін сторін заявами щодо блокування російськими українського торгового флоту і портів Маріуполя та Бердянська. Професійні стандарти і цінності в газети давні та чіткі: тут кожен має право на свою позицію: і український міністр, і командувач військово-морським флотом, і речник Кремля – не залежно від того, скільки разів до того хтось з цитованих осіб був причетний до відвертої дезінформації на світовій інформаційній арені. Демократичні та миролюбні принципи західної Європи тут ви-

словлює німецька канцлерка, переконуючи, що конфлікт спровокований суто президентом Росії, але військового вирішення вона не бачить – лише розсудливий діалог, мовляв, тут допоможе. Автор матеріалу, поза всяким сумнівом, чудово розуміється на особливостях сучасної міжнародної політики, бо сумнівається, що Туреччина, послуховавшись заклики з Києва, закриє для Росії Босфор: як же ж тоді Москва перекидатиме допомогу своїм друзям у Сирії. Там Путін має Башара Асада, чиє криваве протистояння з опозицією роками не дає спокою репутації американської дипломатії.

Якщо підсумувати враження від прочитаних матеріалів, їх кількості, глибини аналізу ситуації та можливих наслідків у сприйнятті стану справ у світі аудиторією видань, складається враження, що не все так погано. Росія саме створює новинні приводи, які викривають її суть – як у випадку з отруєнням у Солсбері. Києву треба ними правильно користатися: щоби бодай частково компенсувати проблему вторинності реакції на подразники, оскільки, як вже написано, Росія постійно грає білими фігурами – хоча й неодноразово вже вибродженими в брехні та крові. Тут достатньо згадати випадок з Малайзійським Боїнгом рейсу MH17 у липні 2014.

Попри це жахливе вбивство мирних людей, російський президент далі виїзний і йому навіть тиснуть руки. Саудівський лідер навіть “дає п’ять”. У суботу Трамп таки перетнувся з Путіним в Буенос-Айресі. Неформально. Цитати в світовій пресі свідчать, що сторони мають різні погляди на українську проблематику: з ними вони зустрілися і після розмови з ними ж і розійшлися. Для Ангели Меркель та Імма-

нуеля Макрона російський навіть ніби малював якусь схему за подіями в Керченській протоці. Хоча розслідування Беллінгкет свідчить про напад росіян на українців вже у нейтральних водах, Путін як і кожен художник може бачити ситуацію по-своєму. А *RT* і інші кремлівські рупори вже рознесуть по світу “художні шедеври” свого шефа, присмачивши їх його твердженням про те, що “українські лідери – це партія війни, яка не зупиниться доти, доки вона залишатиметься при владі”.

На цьому тлі проблема західної журналістики (як іноді і політики) полягає в тому, що вона, дотримуючись своїх принципів безсторонності, неупередженості та об’єктивності, виходить з уявлення про те, що всі позиції сторін мають бути рівнозначно представлені аудиторії. Навіть за умови, що лише понад два тижні тому та ж сама “The New York Times” випустила трисерійне викриття радянсько-російської дезінформаційної машини у світі, в якому показала, що деякі речі, люди і їх світогляд не змінюються. Особливо, якщо розвал СРСР – найбільша трагедія століття для російського президента-вихідця з КДБ.

За замовчуванням Захід судить про інші країни по собі: вони хочуть миру, вони говорять правду, вони щиро вірять в дипломатію, вони – такі, як і ми. Чи для цього є підстави і чи не виллється це у подальше загострення для світового спокою та дорогоцінного економічно процвітання – ще побачимо. Але ще одне також доволі чітко зрозуміло: поки більшість західних журналістів, пишучи про ситуацію в Україні,

сидітимуть у Москві і писатимуть “Kiev” замість “Kyiv”, українське питання належним чином не звучатиме у світі. Як це було у 1930 році з Дюранті. Хоча, як свідчить досвід, Пу-

літцера часом дають саме за висвітлення найстрашніших трагедій, сповнених крові та сліз. Але тут також чималу роботу має зробити українська влада і суспільство – щоби ці сльози і ця кров знову не були українськими, світові видання мали своїх кореспондентів у Києві і писали назву української столиці не за російською транслітерацією.



Олена КРІСЛАТА

# ПУБЛІКАЦІЇ ПРО КРИМ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА РОСІЙСЬКІЙ ПРЕСІ

Інтернет-видання “День” і “Комсомольская правда” у публікаціях про Крим по-різному висвітлюють діяльність української і російської влади: українське видання повідомляє, а російське вихваляє російську владу і формує негативне ставлення до української.

Науковці пишуть, що гібридна війна, яку розпочало політичне керівництво Росії, є антиправовою, антиукраїнською, злочинною. Це не тільки війна за території, а “насамперед спроба нав’язати народу України, який став жертвою агресії, паніку і зневіру у власні сили. Це прагнення за допомогою сучасних ЗМІ сформувати не тільки в українських, але і в російських громадян негативне ставлення до існуючого соціально-політичного ладу, спроможності України ефективно вирішувати існуючі економічні, політичні, соціальні та інші проблеми” [1, с. 82].

Ставили за мету розглянути висвітлення діяльності української і російської влади у публікаціях про Крим в українському і російському інтернет-виданнях.

Для дослідження обрали “День” – українське інтернет-видання суспільно-політичної тематики (day.kyiv.ua)<sup>1</sup> і “Комсомольскую правду” – російське інтернет-видання суспільно-політичної тематики (kp.ru)<sup>2</sup>.

Аналізували всі матеріали, у яких йдеться про Крим, в обраних інтернет-виданнях за березень 2019 року. Вибраний часовий період відповідає найбільш інтенсивному потоку публікацій, присвячених Автономній Республіці Крим, – п’ята річниця, відколи війська Росії окупували Кримський півострів і Крим став частиною Росії.

За одиницю аналізу було взято публікацію, у якій йдеться про Крим. Виявили в інтернет-виданні “День” таких 11 публікацій, а в інтер-

<sup>1</sup> За даними дослідження “Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні” (2018), яке було проведене соціологічною компанією InMind, це одне з найпопулярніших видань у рейтингу загальнонаціональних ЗМІ (<https://www.slideshare.net>).

<sup>2</sup> За даними дослідження “Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні” (2018), яке було проведене соціологічною компанією InMind, це одне з найпопулярніших видань у рейтингу російських ЗМІ (<https://www.slideshare.net>). А також це видання має високий IndEx-показник (розрахований інформаційно-аналітичною системою “Інтегрум”, що оцінює помітність об’єкта в медіапросторі) за 2018–2019 роки (<https://integrum.ru/ratings>).



нет-виданні “Комсомольская правда” – 38 публікацій. Діяльність української та російської влади в українському інтернет-виданні описано у 7 матеріалах (64% від загальної кількості публікацій у цьому виданні за аналізований період, у яких йдеться про Крим), а у російському – у 15 матеріалах (40% від загальної кількості публікацій у цьому виданні за аналізований період, у яких йдеться про Крим).

У “Дні”, зокрема, такі матеріали: “Крим: життя в “чорній дірі”, “Кримський фронт”, “Ефект запізненого правосуддя”, “Класика гібридної війни”, “Путін у Сімферополі або Казки Криму”, “Сталін свідомо планував знищити український народ...”. З них дізнаємося, що “у кожного п’ятого кандидата в президенти України в передвиборчій програмі немає жодного слова про повернення анексованого Криму...” (11 березня). Що Росія розміщує в Криму величезну кількість озброєння: “...російська влада активно перетворює Крим на свою масштабну військово-морську базу” (20 березня), “Україна вважала свій Крим курортом, а Росія ставиться до нього як до військової бази. Росія розмістила на півострові величезну кількість озброєння, яке є загрозою для всього чорноморського регіону...” (25 березня). Читаємо про переселенців-колонізаторів: “...Москва посилено змінює демографічну ситуацію на півострові, масово закачуючи туди переселенців-колонізаторів із РФ...” (7 березня). Також про залякування і арешти кримських татар та українців у Криму: “Окупант, незважаючи на політику міжнародних економічних санкцій та ухвалені резолюції ООН і ПАРС, продовжує політику тиску, залякування, арештів і дискримінації кримських татар та українців у

Криму...” (27 березня); позицію України і Росії щодо “скіфського золота”: “Україна спирається на Конвенцію ЮНЕСКО 1970 року і те, що музейні артефакти є частиною державного музейного фонду...” “Справа “Скіфське золото” для росіян... є елементом когнітивної війни...” (12 березня).

В “Комсомольской правде”, зокрема, читаємо такі матеріали: “Киевская журналистка после поездки в Крым: Ностальгии по Украине нет”, “Михаил Саакашвили: Порошенко собирался обменять Крым на членство в Евросоюзе”, “Реакцию Украины на визит Путина в Крым на полуострове назвали бессильной злобой”, “Через три блокады: Как Крым пережил козни Украины после референдума”, “Продавали секреты Украине, поджигали дома: шпионы и диверсанты, пойманные в Крыму за 5 лет”.

У висвітленні діяльності української і російської влади простежуємо такі особливості:

– вихваляння того, як добре у Криму за російської влади, порівняно з тим, як погано було за української: “...Если руководство Украины грабило полуостров, то Россия вкладывает и развивает” (15 марта); “...в составе Украины он был пасынком. А для России – это полуостров, который пользуется... наибольшим вниманием...” (8 марта); “...пять лет Крыма в составе России – это годы непрерывного развития, пять лет Украины – годы непрерывного упадка...” (19 марта); “За пять лет Россия вложила в Крым денег больше, чем Украина за предыдущие 23 года...” (16 марта). Зокрема, і в окремих галузях: “Украина не выплачивала маткапитал. А сейчас жители полуострова... при рождении второго или третьего ребенка имеют право получить выплату в

*размере 453 026 рублей...” (16 марта); “... Керчь. Если в “украинские времена” она была печального вида портовым городком... после открытия моста... превращается в ворота полуострова... при Украине.... В залах ожидания не было места... На стойках регистрации – бесконечные очереди... При России старые терминалы расширили... пропускная способность увеличилась...” (14 марта); “В Крыму... за 5 лет в дошкольных учреждениях появилось почти 21 тысяча новых мест. При Украине такого не было. Младенцев с первых дней рождения ставили в очередь, но вероятность того, что карапуз сможет попасть в детсад, была крайне низкой” (16 марта); “... Энергосистема на полуострове в украинские времена была в частных руках. Собственник... не вкладывал деньги в ремонт имущества... Подстанции постоянно ломались... в этом году планируется отремонтировать 1800 подстанций...” (13 марта);*

– описання діяльності української влади як озлобленої через втрату Криму: “С одной стороны, власти независимой заявляли мировому сообществу, что на полуострове живут украинские граждане, а с другой – делали все, чтобы этим самым гражданам было как можно тяжелее. Мол, передумают и приползут проситься обратно... Первая пакость со стороны независимой – перекрытие Северо-Крымского канала... Вторая блокада... в Кры-

*му перестали продавать украинские продукты... 2,5 миллиона человек зимой остались без света из-за группы экстремистов, взорвавших... ЛЭП, по которым полуостров получал электроэнергию... Думали, что крымчане одумаются и побегут проситься обратно в независимую...” (13 марта); “...любые достижения Крыма после воссоединения с Россией злят ближайшего соседа – Украину, страну, из которой полуостров “убежал” в 2014 году, вернувшись в родную гавань. Независимая... регулярно посылает в Крым как наемников, так и штатных офицеров разведки, чтобы “насолить” развивающемуся региону...” (6 марта).*

Отже, інтернет-видання “День” і “Комсомольская правда” у публікаціях про Крим порізному висвітлюють діяльність української і російської влади: українське видання повідомляє, а російське формує позитивне ставлення до російської влади (вихваляючи, як добре тепер у Криму, порівняно з тим, як погано було і негативне до української).

---

1. Пулим О. Антиправова, антигуманна сутність гібридної війни Росії проти України та її соціальні наслідки. *Наук. вісник Львів. держ. ун-ту внутріш. справ. Сер. юрид.* 2016. Вип. 2. URL: <http://www2.lvduvs.edu.ua>.

Дар'я ШАБАНИЦЯ

# ПОВЕРНУЛИСЯ! ЯК ОБМІН ПОЛОНЕНИМИ ВИСВІТЛЮВАЛИ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТА РОСІЙСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

7 вересня 2019 року відбулася історична подія – обмін полоненими між Україною та Росією. У результаті 35 українців, які були у кремлівському полоні, повернулися додому, як і 35 ув'язнених, що перебували за ґратами в Україні. Їх зустрічали по-різному в Києві та Москві. Звичайно, що неоднаково це виглядало і в ефірах українських та російських телеканалів. Які ж були основні відмінності у висвітленні цієї події на телебаченні?

## ЯК ВСЕ БУЛО

Спочатку порівнюємо, як відбувалися зустрічі військовополонених в Києві та Москві. Різницю між ними можна побачити у короткому відеоролику “BBC News – Русская служба”.

Звільнених українців просто на посадковій смузі аеропорту чекали їхні рідні та близькі. Зрозуміло, якою зворушливою та емоційною була довгоочікувана зустріч. На місці подій працювало багато представників ЗМІ. На деяких кадрах видно масштаб роботи журналістів (наприклад, момент, коли десятки операторів буквально оточили Олега Сенцова в обіймах доньки). В аеропорт приїхав і Президент України Володимир Зеленський. Він особисто вітав

кожного звільненого з полону українця, а також давав коментарі для ЗМІ.

У Москві був зовсім інший прийом. Колишніх полонених не зустрічали ані родичі, ані друзі. Щойно зійшовши з трапу, вони одразу сіли в автобус. Журналістів на місці подій працювало мало. Це були представники державних телеканалів. Президент Росії Володимир Путін присутній не був.

## ОБМІН НА УКРАЇНСЬКОМУ ТБ

При перегляді відповідних сюжетів у випусках наших новин відчутна важливість і значущість повернення колишніх українських політ-

в'язнів. Багато телеканалів ("24 канал", "Радіо Свобода", "ЗІК", "1+1") робили пряме включення і наживо транслювали події в аеропорту. Мова, якою журналісти говорили про них, завжди піднесена. Так, наприклад, з уст ведучої "ТСН" Наталі Мосейчук під час приземлення літака звучали такі фрази: "цемливі миті", "легендарні кадри" тощо.

Зауважимо також, що особи звільнених не приховували. Журналісти називали всіх колишніх політв'язнів на ім'я, щойно вони виходили з літака, та брали в них коментарі. Ця подробиця знадобиться нам для подальшого порівняння.

Наші журналісти згадували і Володимира Путіна. Так у випуску новин "Факти тижня" подають заяву російського президента на Міжнародному Форумі у Владивостоці: *"Нам достатньо складно було приймати рішення в отношении конкретных людей <...>. Но, исходя из соображений гуманности, мы подходим к финализации переговоров, которые мы ведём, в том числе и с официальными властями". "Что за гру вил веве?"* – коментує репортер. Частину цього сюжету присвячено і стратегічній складовій обміну. Так, наприклад, висвітлили суперечки щодо звільнення Володимира Цемаха, ключового свідка та підозрюваного у справі збиття боїнга "МН-17".

На українському телебаченні не обійшлося і без гострих коментарів на адресу Кремля. Так Наталя Мосейчук з "ТСН" під час прямого включення питала в репортера, який на той момент перебував у російській столиці: *"Як Москва зустріла зрадників, колаборантів, військових злочинців і шпигунів? Ось таке питання. Інакше не можу"*.

## ОБМІН НА РОСІЙСЬКОМУ ТБ

У випусках російських новин ця подія не виглядала резонансною. Її подавали досить сухо та стримано. Жодних онлайн-трансляцій з аеропорту у Москві телеканали не проводили взагалі.

На російських екранах історії ув'язнення звільнених 35-ти людей ніхто не розповідав. Їх майже не знімали камери. У випуску новин на телеканалі "Первый" журналіст подав це так: *"Фамилии большинства освобождённых вряд ли что-то скажут широкой аудитории, но каждый из них наконец может вернуться домой и обнять близких. Это и есть самое главное"*. Єдиним звільненим, особа якого була відома, – це Кирило Вишинський, колишній український журналіст, який був звинувачений у державній зраді та створенні проросійської інформаційної мережі. Його постать стала зірковою на російських телеекранах. Наприклад, в сюжеті "Обмен с Киевом" на каналі "Россия 24" Вишинському присвячено три хвилини, хоча сам репортаж триває чотири. Коментарі на камеру давав тільки він.

У сюжеті "Новостей на Первом" поза увагою не залишилися й глави української та російської держав. Щодо Путіна, то це був уривок з його попереднього спічу щодо масштабного обміну полоненими, а також така цитата: *"<...>Мы две части одного и того же народа, я об этом многократно говорил. А что касается ближайшей перспективы, это в значительной степени будет зависеть от действующего украинского руководства"*. Щодо українського президента, то російським глядачам показали, як він після вдалого повернення українців в Київ підтвердив виконання всіх до-

мовленостей. Наприкінці сюжету прозвучав коментар політолога Олексія Мартинова: *“Это большой аванс президенту Зеленському в надежде, что у него хватит сил и желания по стараться разблокировать двухсторонний диалог<...>, прекратит гражданскую войну и закончит антироссийскую истерику”*.

Такі основні відмінності у висвітленні обміну різними телеканалами. Українське телебачення дало своїм глядачам можливість спостерігати за подіями будь-де та бути частиною цієї довгоочікуваної миті. Проведення прямих

ефірів, урочиста мова розповіді, загальний ефірний час, присвячений події, та висвітлення її подробиць доводить, що країні важливо, що наші полонені повернулись, ми їх чекаємо і шануємо. Для росіян приліт своїх подією не став, тому подробиць журналісти не висвітлювали. Єдиним, чия історію таки розповіли, був Кирило Вишинський. Такі порівняння показують, якими різними можуть бути манери подачі однієї інформації та який ефект вони здійснюють на аудиторію.



Анжела Намачинська

# “ТРАМП У КОСМОСІ” АБО ХТО ЗРОБИВ ДІРКУ В КОСМІЧНІЙ РОСІЙСЬКІЙ КАПСУЛІ?

Як “The New York Times” та українська служба “Радіо Свобода” висвітлюють американо-російські відносини крізь призму дослідження космосу.

У двадцятому столітті завдяки змаганням Сполучених Штатів Америки та Росії (у минулому – Радянський Союз) стало можливим досліджувати космічний простір не лише у військових цілях, а й у наукових та культурних. Щоб проводити нові експерименти та досягати в них успіху, цим державам доводилось об’єднуватись, оскільки жодна з них не мала достатньо технічних та економічних ресурсів для самостійних досліджень. Але на сучасному етапі історії ми спостерігаємо, що роль Росії в дослідженні космосу зменшується, а Сполучені Штати прагнуть стати незалежними в цій галузі. Суспільно-політичні видання в Україні, зокрема онлайн-медіа “Радіо Свобода”, як і видання США, а саме інтернет-версія “The New York Times” теж звертають увагу на ці процеси. Для порівняльного аналізу було обрано період квітень 2018 – квітень 2019 рр., оскільки впродовж цього часу відбулося декілька подій, що вплинули на формування но-

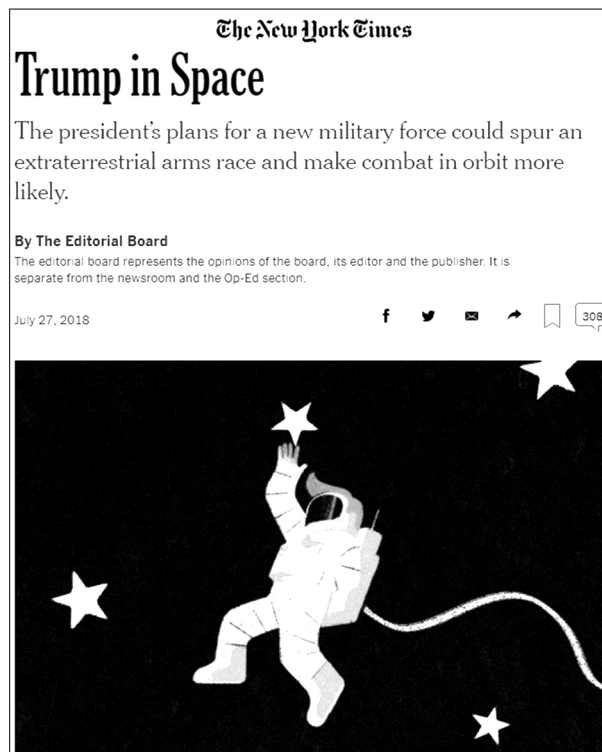
вих лідерів у сфері безпеки та дослідження космосу.

## ІЗ ЧОГО ВСЕ ПОЧАЛОСЯ?

Ідея створити космічні війська виникла у президента США Дональда Трампа й раніше, однак її активне висвітлення в американських ЗМК, зокрема в “The New York Times”-online, почалося з червня 2018 року. У матеріалі “Трампа дав розпорядження створити космічні війська як шостий вид збройних сил” за 18 червня 2018 р. йдеться про те, що президент США аргументував своє рішення створити космічні війська потребою контролювати комерційний трафік запусків космічної техніки та рівень сміття в космічному просторі. Цю новину законодавці та деякі члени адміністрації Трампа сприйняли негативно, пояснюючи, що це спричинить зайву бюрократію. Також виконавчий директор Асоціації з контролю за

озброєнням Деріл Кімбол додав: “Найгірше, що це перший крок до прискореної конкуренції між США, Китаєм і Росією в космічному просторі, яку буде важко контролювати без прямих переговорів про правила та відповідальність” (переклад мій. – А. Н.). Автор журналістського матеріалу “Трампу у космосі” (27 липня 2018 р.) осуджує розпорядження президента США, наголошуючи на тому, що це може стати причиною бойових дій на орбіті Землі.

Далі в тексті журналіст радить Дональду Трампу бути більш дипломатичним. Окрім цього, він упевнений, що Китай і Росія зацікавлені в співпраці зі Сполученими Штатами та Європейським Союзом, оскільки вони теж залежні від безпеки космічного простору. Онлайн-медіа “Радіо Свобода” (далі – “РС”) одразу відреагувало на новину про намір Дональда Трампа створити космічні війська. Відтак 18 червня 2018 року було опубліковано матеріал “Трампу пропонує створити космічні війська”. Але українські журналісти не аналізують наслідків такого рішення та не подають жодних коментарів експертів, як це зробили журналісти “The New York Times”. А пояснюють лише причини створення цієї військової сили, посилаючись на Трампа, який хоче встановити домінування Америки в космосі. Загалом “РС” приділяє багато уваги цьому питанню: за період квітень 2018 – квітень 2019 було опубліковано шість текстів, які висвітлювали тему космічних військ США. Усі вони схожі за змістом та написані у формі новини, тобто без аналізу події. Однак у публікації “Пентагон попереджає, що Росія та Китай загрожують домінуванню США в космосі” (12 лютого 2019 р.) найбільш широко висвітлено, чому Сполуче-



Скріншот з інтернет-видання “The New York Times”

ним Штатам необхідне створення космічних військ: “Згідно зі звітом, російська доктрина передбачає використання наземних, повітряних та космічних систем для орієнтації на супутники противника”. Як бачимо, стосунки між США та Росією є напруженими та спрямовані на збереження лідерства в космічному просторі.

## ЩО ЩЕ ВІДБУЛОСЯ?

Ще одним чинником, який впливає на розвиток партнерства обох держав, є інцидент, що стався 29 серпня 2018 року на Міжнародній

космічній станції (МКС) – витік повітря в російському сегменті станції. Журналісти “The New York Times” не залишили без уваги цю подію. Найбільш чітка позиція американців щодо інциденту на МКС представлена в матеріалі “Відповідь Росії щодо чуток про витік повітря на Міжнародній космічній станції” за 13 вересня 2018 року, у якому автор публікації називає припущення голови Роскосмосу Дмитра Рогозіна, що отвір навмисне зробив хтось із американських астронавтів, “wild”, тобто “диким”. У кінці матеріалу автор зазначає, що США та Радянський Союз співпрацювали в космосі навіть під час Холодної війни, а також з 2011 року НАСА покладається на Роскосмос, щоб доставляти екіпажі астронавтів на космічну станцію та повертати їх назад. Тобто Сполучені Штати є залежними від участі Росії. Однак ця співпраця перестає бути актуальною, адже уряд США планує відмовитися від купівлі місць на російській ракеті-носії “Союз” для пілотованих місій на МКС, а використовувати для цих цілей американські компанії Boeing та SpaceX. У “Радіо Свобода” не давали оцінки інциденту на МКС, а лише повідомили про факт події та висвітлювали розвиток розслідування причин утворення отвору (“Роскосмос: отвір у космічному кораблі могли просвердлити в космосі” за 4 вересня 2018 р., “Дірку в російській космічній капсулі “Союз МС-09” просвердлили зсередини – космонавти” за 24 грудня 2018 р.). Однак у матеріалі “Голова Роскосмосу заявляє, що отвір в обшивці “Союзу” просвердлили навмисно” (2 жовтня 2018 р.) подано не лише висновки Дмитра Рогозіна, а й зазначено, що “спільна американсько-російська космічна діяльність, зокрема, експлуатація Міжнародної

космічної станції <...> традиційно залишалася вільною від політики і таких серйозних криз, які погіршують відносини між Вашингтоном і Москвою”. На цьому ж було наголошено в іншому матеріалі за 2 жовтня “Голова Роскосмосу заявляє про проблеми у співпраці з НАСА через «русофобію»”, у якому, посилаючись на слова Дмитра Рогозіна, зазначено, що упереджене ставлення НАСА до Роскосмосу пов’язане з диктуванням умов американського уряду. Тобто, порівняно з американським виданням, українське онлайн-медіа, висвітлюючи американо-російське партнерство, вказує на політичні причини зниження ролі Росії в галузі дослідження космосу, хоча й не аналізує розвиток цих відносин.

## А ДАЛІ?

Аварія 11 жовтня 2018 року під час запуску російської ракети-носія “Союз”, яка мала доставити російського та американського астронавтів на Міжнародну космічну станцію, спричинила ще одну хвилю обговорення в “The New York Times” щодо перспектив розвитку співпраці між США та Росією. Відтак у публікації “Невдалий запуск російської ракети, 2 астронавти здійснили безпечну аварійну посадку” за 11 жовтня наголошено на тому, що помилка запуску сталася під час перехідних відносин між Сполученими Штатами та Росією, а тому важливо, щоб обидві держави брали участь у з’ясуванні причин аварії. Але, незважаючи на невдалий запуск, НАСА досі довіряє технічному рівню російської космічної техніки та не сумнівається в її безпеці. До того ж, журналісти в публікації припустили, що можливі



два варіанти розвитку американо-російського партнерства. У першому – Росія є учасником програми НАСА “Lunar Gateway”, мета якої створити дослідницьку станцію на орбіті Місяця. А в другому – Росія йде власним шляхом та, можливо, укладає угоду з Китаєм. Наприкінці матеріалу журналісти додають інформацію про невдалі запуски іншої російської космічної техніки, як-от вантажного корабля “Прогрес”, але перед цим вони зазначили, що тривалий час саме російські ракети-носії “Союз” доставляли астронавтів на МКС. Журналісти видання “Радіо Свобода”, висвітлюючи невдалий запуск «Союзу», теж згадали про інші аварії під час запусків “Союзів” (“У Роскосмосі назвали причину аварії “Союзу” за 31 жовтня 2018 р.), але й без упередженості до якості роботи космічної техніки Росії. Адже, до прикладу, публікація “Американський астронавт заявив, що продовжує довіряти системі “Союз” навіть після аварії” (17 жовтня 2018 р.) спрямована на те, щоб у читацької аудиторії не було сумнівів, що ракети-носії “Союз” є безпечними, і невдалий запуск теж доводить їхню якість, оскільки космонавти здійснили безпечну аварійну посадку.

### ТО ХТО КОСМІЧНИЙ ЛІДЕР?

Підсумок американської суспільної думки щодо американо-російської співпраці в космосі зроблено в публікації “Росія хоче розширити космічне партнерство зі США. Або звернутися до Китаю” за 11 грудня 2018 року в online-версії “The New York Times”. Автор статті ненав’язливо підводить до висновку, що Росія залежна від рішення США, оскільки вона не має до-

статньо коштів для самостійного створення пілотованих космічних програм, зокрема побудови місячної станції. Як зазначає автор, “бюджет Росії для реалізації своєї космічної програми є меншим, ніж десята частина, яку Сполучені Штати витрачають на НАСА” (переклад мій. – А. Н.). Однак у матеріалі нема даних, які підтверджували б цю тезу. Також акцентується, що стосунки між обома державами є напруженими та складними, зважаючи на низку конфліктів, як-от втручання Росії у вибори США та звинувачення голови Роскосмосу Дмитра Рогозіна американських астронавтів у саботажі. Для балансу думок автор статті наводить інтерв’ю, у якому Рогозін зазначає, що американські та російські пілотовані програми повинні залишатися об’єднаними як символ мирного розвитку науки, а політика, навпаки, хоче роз’єднати. Окрім того, лише Росія, на його думку, може забезпечити резервну мережу безпеки для місячної станції. Питанню про припинення співробітництва присвячена публікація “США припинять купувати ракетні двигуни у Росії з 2022 року” (4 квітня 2019 р.) на вебсайті “РС”. У форматі новини повідомляється, що НАСА перестане закуповувати російські двигуни РД-180 для ракет та замінить їх на киснево-метанові двигуни американської компанії Blue Origin. Також додають про заміну російських ракет-носіїв “Союз” на ракети приватних компаній SpaceX і Boeing.

Аналізуючи журналістські матеріали онлайн-версій “The New York Times” та “Радіо Свободи” встановлено, що на формування сучасних відносин між Росією та Сполученими Штатами впливає низка подій, як-от створення космічних військ США, витік повітря на Міжнарод-

ній космічній станції в її російському сегменті та невдалий запуск російської ракети-носія “Союз” у жовтні 2018 року. Американські журналісти, висвітлюючи проблему цих відносин, подають інформацію не лише новинного характеру, як це є у випадку з українськими журналістами “Радіо Свободи”, а й аналітичного, тобто дають свою оцінку подіям та їх наслідкам, що впливають на розвиток стосунків між двома державами. Але загалом обидва видання вказують на напруженість та погіршення спів-

праці між Росією та США. Журналісти “The New York Times” пишуть про залежність розвитку російської космічної галузі від американської, оскільки перша не має достатньо фінансів для самостійного проведення досліджень. Однак українські журналісти не вдаються до таких висновків, вказуючи на те, що зниження ролі Росії в галузі дослідження космосу є питанням політики, тобто бажанням Сполучених Штатів домінувати в космічному просторі.



**ДОСЛІДЖУЄМО ТЕХНОЛОГІЇ****Павло АЛЕКСАНДРОВ****ІГРИ, В ЯКИХ ВИГРАВАТИ НЕПОТРІБНО:  
ЧИ ЗМІНЯТЬ НОВИННІ ІГРИ ОБЛИЧЧЯ  
ВЕБ-ЖУРНАЛІСТИКИ?**

У той час як відеоігри десятиліттями борються за право називатися мистецтвом на рівні художнього кіно та літератури, сучасні медіасистеми дедалі більше гейміфікуються, запозичуючи в ігровій індустрії новітні форми інтерактивного наративу. Новинні ігри в журналістиці стали логічним продовженням процесу ігрофікації інтернет-простору, а в науці (Game studies) їх пропонують розглядати як новий жанр журналістики.

Термін “news games” (“новинні ігри” або “новини-ігри) почали використовувати на поч. XXI ст. на позначення цифрових ігор (зазвичай у flash-форматі) в журналістському контексті на соціально політичну тематику. Це ігри, які окрім елементу розважальності, дозволяють гравцям сформулювати власну думку не на підставі прочитаного тексту чи перегляду сюжету, а внаслідок своїх дій в ігровому процесі.

Серед дослідників, що вивчають news games, прийнято відокремлювати власне новинні ігри від гейміфікації загалом, яка є набагато ширшим поняттям, що включає такі ігрові форми, як кросворди, тести, вікторини, інтерактивна інфографіка тощо.

Хрестоматійний зразок news game – “September 12” (“12 вересня”). Гра вийшла у 2003 році (через шість місяців після вторгнення коаліції на чолі з США в Ірак) і була присвячена темі боротьби з тероризмом. Завдання гравця – завдавати ракетних ударів по терористах у густонаселеному місті, але так, щоб не постраждали мирні мешканці. Спершу ігровий процес виглядає просто, але дуже швидко ускладнюється: поцілити у терориста, не уразивши мирного мешканця, стає дедалі важче. Перехожі зупиняються біля тіл загиблих, падають на коліна, плачуть... А на екрані виникає напис “Народився новий терорист”. Виграти у цю гру неможливо – що, вочевидь, і було основним

меседжем її авторів: мовляв, неможливо перемогти тероризм за допомогою бомб та ракет.



Скрін із гри "September 12"

Гонзало Фраска, головний розробник гри, разом із командою одноступців із студій Newsgaming.com і Persuasive Games розглядає ігри не просто як розвагу, а як платформу для аналізу, дискусій та коментарів важливих світових новин та явищ.

Отже метою новинної гри такого формату, як "12 вересня" є осмислення закладеного в неї контексту – реальної події чи явища, яку відображає гра. Відповідно news game у журналістській практиці може виконувати такі функції:

- Привернути увагу, зацікавити. Незважаючи на двадцятилітню історію, новинні ігри залишаються екзотикою у традиційній інтернет-журналістиці, тому привертають увагу як незвичний формат подачі новин.

- Занурити в атмосферу події. Користувачу пропонують замість текстового або аудіовізуального матеріалу немов віртуальну участь у реконструйованій події.

- Спрощено розкрити складні або суперечливі теми. Водночас, це спрощення завдяки інтерактивній формі залишає простір для множинності інтерпретацій користувачем відображеної події чи явища.

- Допомогти подивитися на явище під новим кутом зору, а отже – сприяти критичному мисленню і, можливо, – етичним міркуванням, не пропонуючи готових висновків, а надаючи можливість дійти до них самостійно.

У Росії в 2009 р. швидко набула популярності гра "Полювання на аргалі", створена на основі реальної події того ж року: в горах Алтаю розбився вертоліт із 11 чиновниками федерального та регіонального рівня (семеро з яких загинули). Як з'ясувалося в ході розслідування, посадовці, зловживаючи алкоголем, розважалися полюванням з вертольота на занесених у Червону книгу гірських баранів архарів (аргалі). Автори гри відтворили обставини катастрофи в комп'ютерній графіці: гравцю належить керувати вертольотом, стріляючи по тваринах. Влучний постріл одразу можна "обмити": одна з клавіш дозволяє викинути з борту порожню пляшку. Як і в багатьох схожих іграх, виграти тут неможливо: яким би вправним не був гравець, рано чи пізно вертоліт розіб'ється. У Росії гра зазнала критики через те, що трагічну подію, в якій загинули люди, було використано в розважальній формі.

Регулярно розміщує новинні ігри російський ресурс "Медуза". Однією з найгостріших у 2015 р. стала гра "Дорога до храму", яку автори позиціонували як "реакція громадськості на втручання Російської православної церкви в суспільне життя". Гравцеві треба клікати на священників, які виходять із храму і пря-

мують до нецерковних структур: театру, кіно, концертного залу, школи, музею. Після цього вони “пригадують” дорогу до храму й повертаються.

В українському інтернет-просторі також є чимало прикладів новинних ігор.

Так, у 2012 році на тлі парламентських скандалів через голосування картками відсутніх депутатів (так званих “тушок”) портал ЛІГА.net випустив іронічну гру “Тушолов”. Тут завдання гравця полягало в тому, щоб буквально ловити за руку депутата, який голосує чужими картками, і не допустити прийняття абсурдного законопроекту.

Львівське видання Lviv.com створило низку ігор на злободенну для міста тематику, зокрема “Не впусти бабульку в маршрутку”. Гравець, у ролі водія львівської маршрутки, має запускати до автобуса пасажирів, які оплачують проїзд, але вчасно зачиняти двері перед “пільговиками”. Завдання гри – у такий цинічний спосіб заробити за певний час якомога більше грошей.

Отже новинні ігри дозволяють в інтерактивній формі висвітлити певну тему, пояснити взаємозв'язки між різними явищами доступною для будь-кого ігровою мовою.

## ЖАНРИ НОВИНИХ ІГОР

Один із найвідоміших теоретиків новинних ігор Ян Богост у книзі “Newsgames: journalism at play” розділяє новинні ігри за жанрами і пропонує таку класифікацію:

• **ігри-авторські колонки (editorial games)**, в яких подається авторська позиція щодо певних подій чи явищ – інтерактивний аналог традиційних газетних авторських колонок. Прикла-

дом ігор цієї категорії є згадувана “September 12”;

• **ігри-таблоїди (tabloid games)** – ті, що імітують контент “жовтої преси”: скандали, інтриги, світське життя тощо. Наприклад, “Mel Gibson Drunk Driving” – гра, що глузує з витівок відомого голлівудського актора Мела Гібсона, як-от керування авто у нетверезому стані, конфлікти з поліцією та антисемітські висловлювання. Гравець має керувати авто із карикатурним Мелом Гібсоном, підбирати пляшки з текілою та уникати зіткнень з поліцейськими та євреями;

• **репортажні ігри (reportage games)** використовують за основу структуру класичного журналістського репортажу і, по суті, є альтернативою великими текстами, пропонуючи користувачу не читати про актуальне явище, а відчутися його віртуальним учасником. Наприклад, великої популярності набула гра журналу “The Wired” “Cutthroat Capitalism”, у якій гравцеві пропонувалося відчутися себе у ролі сомалійських піратів. По суті, гра є економічним аналізом практики захоплення кораблів в Аденській затоці – її було створено у 2009 р. як реакцію на низку захоплень суден сомалійськими піратами, але вона залишається актуальною і десять років потому;

• **ігри-інфографіка (infographic news games)** – якщо традиційна інфографіка подає дані у статичних діаграмах та графіках, то гра-інфографіка пропонує користувачу знайти у цих даних приховані причинно-наслідкові зв'язки щодо певного явища. Яскравим прикладом таких ігор є “Budget Hero”, де гравець має сформувати держбюджет США. Гру побудовано за схемою діяльності Бюджетного комі-

тету Конгресу: гравцеві треба вибирати пріоритетні напрямки фінансування, вирішувати, які сфери потребують додаткових видатків, а на яких можна зекономити. *“Чи можете ви збалансувати федеральний бюджет краще, ніж політик?”* – кидає виклик користувачеві гра;

- **ігри-головоломки (puzzles games)** – на відміну від попередніх не розкривають проблему, а заохочують користувача перевірити свої знання, ерудицію. Зазвичай це анімовані форми традиційних газетних вікторин, конкурсів та кросвордів, присвячені історичним або актуальним подіям. Подекуди можна зустріти назву “новинні кросворди”. Багато таких головоломок на злободенну тематику пропонує в рубриці “ігри” російський ресурс “Медуза”;

- **документальні ігри (documentary games)** – журналістські розслідування чи спецрепортажі, створені на ігровій платформі з елементами інтерактивності. Зазвичай такі ігри не обмежуються ігровою графікою, а основним їхнім матеріалом є реальні фото і відео, зібрані журналістами. Це можуть бути реконструкції подій недалекого минулого або сучасних злободенних явищ. Яскравими прикладами цієї категорії ігор є продукція “Al-Jazeera”, зокрема, присвячена темі біженців. Щоправда “Al-Jazeera” уникає слова “гра”, називаючи свою продукцію *“інтерактивною документалістикою”*.

## ПРОБЛЕМИ НОВИННИХ ІГОР

Новинні ігри надають користувачу можливість віртуальної взаємодії з об’єктом уваги ЗМІ, що передбачає спрощене, але, за певних умов, навіть краще пояснення складних суспільно-політичних взаємозв’язків, ніж це мо-

жуть запропонувати традиційні журналістські тексти. Але зростання популярності новинних ігор криється не тільки у спрощеній подачі матеріалу та небажанні масової аудиторії читати великі тексти. Сучасний користувач дедалі більше хоче бути не спостерігачем, а учасником медійних процесів. Ігри ж за своєю природою є ідеальною платформою для створення ефекту особистої участі.

Вигода для видань, які розміщують ігри, очевидна. Цікава гра має властивість затягувати, а власники інтернет-ресурсів зацікавлені, щоби користувач якомога довше перебував на їхньому сайті.

Проте розвиток новинних ігор натрапляє на низку проблем, основні з яких можна узагальнити у трьох пунктах:

### 1. Це досить складно технічно

*Для того щоб створити повноцінну новинну гру, редакції знадобиться не тільки журналіст, який збере матеріал і запропонує ідею, а ще мінімум три особи:*

- **гейм-розробник** – створити концепцію гри;
- **програміст** – технічно реалізувати ігровий процес (геймплей);
- **дизайнер комп’ютерної графіки** – оформити візуальну складову гри.

Втім, створення навіть простенької браузерної гри потребує часу, ресурсів та зусиль, а отже редакції просто не встигатимуть за актуальністю поточних подій. Тому ігри зазвичай присвячують не новинам, а явищам, медіатизованим через певну резонансну подію, тобто вибудовують контекст гри так, щоб вона якомога довше не втрачала актуальності.

Вочевидь, вирішення технічної проблеми залежить від того, наскільки популярним буде жанр news games у майбутньому. Якщо новинні ігри стануть масовим явищем, то цілком логічною буде поява платформ із готовими шаблонами для гейм-новин (за тим же принципом як нині існують інтернет-ресурси із шаблонами для інфографіки чи онлайн-тестів). Це значно спростить завдання редакції, адже журналіст зможе одноосібно створювати, принаймні, простенькі ігри.

Нині ж текстові новинні ігри із мінімумом графіки можна конструювати на основі тих же шаблонів для тестів, що не потребує спеціальних навичок та великих зусиль.

## 2. Це неетично. Особливо, коли йдеться про реальні трагічні події

Суперечки щодо етичності в новинних іграх точаться від їх появи. Якщо традиційні відеоігри використовують переважно вигадані сюжети (як художнє кіно та література), то журналістські ігри за своєю природою мають відповідати реальним фактам. І тут постає проблема: оскільки гра в уяві більшості людей є чимось кумедним і несерйозним, то сам факт гри про реальні трагічні події може сприйматися як глузування з трагедії.

Один із найгучніших етичних скандалів, пов'язаних з news games, стосувався редакції BBC, яка в 2015 році представила репортажну гру (хоча, мабуть правильніше її назвати інтерактивною статтею) "Syrian Journey: Choose your own escape route" ("Сирійські мандри: оберіть свій шлях евакуації"). Гравцю у ролі сирійського біженця (або біженки) пропонується вирішувати складні життєві дилеми заради по-

ратунку. Будь-яке рішення гравця має свої наслідки: бути депортованим, потрапити в рабство, розлучитися із родиною, загинути. Ідея гри полягала в тому, щоб дати зрозуміти людям, з якими труднощами та ризиками стикаються біженці із зони сирійської війни. Проте шквал критики викликав сам формат "гри", чого б не сталося, якби на цю тему редакція розмістила традиційний журналістський матеріал.



This journey is based on extensive research and real stories of Syrians who have made the journey.

Select your character to begin your journey

Male

Female

Скрін із гри "Syrian Journey"

А от зовсім інший приклад. У листопаді 2017 р. на тлі скандалів із новинами про сексуальні домагання голлівудського кінопродюсера Гарві Вайнштейна до підлеглих акторок, російське інтернет-видання Лента.ру розмістило гру-вікторину "Голлівудский синдром: кого из актрис изнасиловали и сделали звездами". У грі треба відповісти на питання "Домагався чи ні?" щодо 14 жінок і одного чоловіка: при правильній чи неправильній відповіді гра видає

довідку про те, мав чи не мав місце такий факт насправді. Багатьох користувачів обурило не сама тема про домагання і згвалтування, а те, що “Лента.ру” зробила з неї виключно атракціон, розвагу в найгіршому стилі бульварних газет, яка не несе жодних соціальних сенсів, і до того ж дає підстави для судових позовів проти редакції.

Отже, претензії щодо етичності в новинних іграх мають стосуватися акцентів подачі історії, а не платформи, за допомогою якої її розкривають. Іншими словами, проблеми етичного характеру в новинних іграх слід розглядати за тими ж критеріями, що й в інших журналістських жанрах.

### 3. Це несерйозно, адже гра є розвагою

На жаль, значною мірою сама індустрія новинних ігор підживлює стереотип “гра – це несерйозно”, адже переважна більшість популярних news games є виключно розважальною продукцією, позбавленою соціально важливого сенсу. Тобто проблема сучасних новинних ігор – у їхній тривіальності. Незважаючи на спроби класифікації за критеріями журналістських жанрів, аудиторія звичайних відеоігор зазвичай сприймає їх за ігровою класифікацією: шутери (стрілялки), файтинги (двобої), бродилки, літальки, гонки тощо.

Вже академічним прикладом такої “псевдоновинної гри” є “Whack Osama!” (“Вгати Усаму!”), яка з’явилася невдовзі після терактів 11 вересня 2001 року у США і на той час була досить популярною. Забавку побудовано за принципом традиційної гри “Убий крота”, де гравець має вчасно і влучно бити молотком по кротах, що виглядають із нір, тільки тут за-

мість крота – тодішній лідер Аль-Каїди Усама Бін Ладен (нині покійний). До таких ігор можна зарахувати і дуже популярні файтинги між відомими особами, переважно, політиками. В Україні ще в далекому 2004 році в виборчий період з’явилася гра “Ющенко проти Януковича”, де гравець мав керувати одним із кандидатів у двобої на ринзі. Такого штибу ігри називати новинними некоректно, адже у них відсутній соціально важливий інформативний зміст.

Проте з’являється дедалі більше ігор, де треба продумувати стратегію перемоги, намагатися передбачити наслідки своїх дій і водночас дізнаватися багато нового про певне соціальне явище. Найбільший потенціал тут мають ігри, де гравцю відводиться роль політика, управлінця.

У цьому сенсі привертає увагу гра “Обираєш ти!”, створена на ресурсі [uchoose.info](http://uchoose.info). Гравець у ролі персонажа-управлінця (на вибір: *президента, прем’єр-міністра, депутата, голови ОТГ*) має відповідати “ТАК” чи “НІ” на питання або пропозиції різних людей: журналістів, блогерів, політиків, власних радників тощо. Кожна відповідь впливає на показники успішності управлінця: *бюджет країни, її безпека, міжнародна репутація, законність рішень, власний рейтинг*. Якщо хоча б один показник впаде до нуля – місію провалено. За постійне падіння чи зростання якогось із них передбачені позитивні чи негативні “досягнення”. Наприклад, “Сміттєвий бак”: *“Група недоброзичливців кинула вас до сміттєвого баку”*. Завдання гри – протриматися до кінця своєї каденції.

У першу ж хвилину гри стає зрозуміло, що стати ідеальним управлінцем і догодити всім



неможливо, чимось неодмінно доведеться жертвувати, щоб втримати баланс. Хочете бути “добрим президентом”, допомагати всім і підтримувати усі ініціативи на благо народу – дуже швидко ваш показник “Бюджету” досягне “0”, а гра винесе вирок: *“Дефолт! Під вашим мудрим керівництвом у державній скарбниці залишилися самі миші, а грошима можна хіба розпалювати каміни”*.

“Обираєш ти!” нечасто ставить дилеми з однозначно правильними чи неправильними відповідями. Зазвичай рішення тут мають свої плюси і мінуси. Наприклад, якщо підписати закон про націоналізацію всіх великих підприємств, гра відреагує таким результатом: *“Ваш рейтинг зріс, тому що сотні заводів “забрали в олігархів та повернули народові”. Проте видатки на компенсації та паніка на біржі з’їли наше економічне зростання за минуле десятиліття”*. Бюджет: -9, Рейтинг: +6. За деякий час гра нагадає про популістське рішення новими наслідками: *“Два роки тому ви підписали закон про націоналізацію всіх великих підприємств. Довелося найняти нове керівництво заводів та дотувати їх із бюджету. Крім того, припинилася співпраця з МФВ”*. Міжнародна репутація: -2, Бюджет: -6.

Плюс цієї гри в реіграбельності, тому що питань у ній багато, і для кожного із 4-х персо-

нажів-посадовців вони різні. У грі багато гумору, але на відміну від звичного формату більшості браузерних ігор, вона оперує актуальною інформацією, не обмежуючись лише розважальним елементом. Вона не тільки перевіряє знання користувача у сфері сучасних реформ, а розкриває складні взаємозв’язки українських політичних реалій.

\* \* \*

Незважаючи на величезний потенціал, новинні ігри наразі займають невеличку нішу в журналістській продукції, хоча й демонструють певну тенденцію розвитку. Потенційні творчі можливості, які надає ігровий механізм інтерактивного наративу, через зазначені проблеми поки що не розкриті достатньо, щоб конкурувати із традиційними форматами веб-журналістики.

Що стосується гейміфікації загалом (включно з іммерсивною журналістикою, VR- та 360-форматами), то в останнє десятиліття вже не викликає сумнівів, що цей процес триватиме, набуваючи нових, можливо, несподіваних форм інтерактивного розкриття соціально важливих тем. Питання, наскільки суттєву частку у цьому процесі займатимуть новинні ігри, наразі залишається відкритим.

Христина ФРОЛЯК

# БЛОКЧЕЙН-ІННОВАЦІЯ В ЖУРНАЛІСТИЦІ: СЬОГОДЕННЯ ТА МАЙБУТНЄ

У повсякденному користуванні інтернетом ми систематично маємо проблему – неправдивість. Засилля омани усуміш із правдою створюють у мережі цілковитий хаос. До цього впливу надзвичайно вразливою є й журналістика, частина якої, таким чином, трансформується у псевдожурналістику. Власне, новітнім допоміжним інструментом у реалізації найважливішого журналістського стандарту – достовірності – і стала блокчейн-платформа.

Термін іноземного походження все ще не став повноцінно зрозумілим і трендовим для загалу. Незважаючи на це, нова технологія вже зацікавила деякі потужні ресурси. До прикладу, кілька місяців тому журнал “Forbes” заявив про співпрацю з мережею блокчейн-журналістики “Civil” і планує стати першим великим медіа, яке запустить цю технологію. Прагне впровадити аналогічну платформу й відома система управління контентом WordPress.

У чому ж унікальність цієї технології та як вона працюватиме в журналістиці?

З англійської *block* – блок, а *chain* – ланцюг, тобто це означає базу даних, умовно структуровану ланцюгом записів (блоків) .

Передусім, блокчейн позиціонується як хмарне сховище даних. А це є перевагою для медійних

ресурсів, особливо тих, які містять величезну кількість об’ємних файлів.

Як пише *telekritika.ua*, суміжною тут є ще одна умова – опісля публікування матеріалу, до нього, по суті, не можна внести зміни, сфальсифікувати його або ж видалити. Таким чином, чільне місце тут займе фактчекінг, що сприятиме використанню поетапної верифікації інформації, боротьбі з фейковими матеріалами та іншою дезінформацією. Натомість користувачі будуть впевненіші у відкритості, точності та прозорості прочитаного.

Ця функція стала визначальною у нововведенні та максимально зацікавила представників Forbes, оскільки вони сподіваються, що завдяки їй буде відтворено пряму взаємодію зі своєю аудиторією. Також вони вважають, що

саме у такий спосіб люди матимуть вільний доступ до захищеного архіву даних із журналістськими матеріалами й надалі зуміють самостійно опрацьовувати, досліджувати, аналізувати ті чи інші інформаційні продукти. Натомість розвиватиметься й незалежність медіапрацівників.

Цьогоріч Forbes розпочне публікувати деякі свої матеріали на блокчейн-платформі. У архіви потраплятиме інформація про автора, його статті, час публікації і т.д. Сам віце-президент відділу продуктів і технологій журналу Салах Залатімо зазначав, що вони справді вірять в місію журналістики і якраз завдяки блокчейн-платформі зуміють *“надати аудиторії безпрецедентний рівень відкритості контенту”*.

Також важливою функцією є алгоритм шифрування, конфіденційності даних. Він обумовлює формування значного захисту, який здебільшого непідвладний сучасним інтернет-загрозам, як-от: кібертероризм й хакерські атаки. Власне, на цю ознаку опиралась WordPress, зазначаючи, що платформа є надійною стратегією безпеки інформації.

Ще одна практична значущість – це процес децентралізованої форми управління. Мова йде про розподіл і зберігання інформації не тільки на одному комп’ютері, а одночасно на всіх учасників блокчейну. Це також сприятиме своєрідному захисту та створенню великих труднощів перед атаками. Адже завдяки такому зв’язку безлічі комп’ютерів у мережі та попередньому серйозному захисту, зламати новітню платформу типовими, стандартними методами не вдасться.

Усе ж таки колись Associated Press (AP), Steemit і WikiLeaks випробовували, а тепер на-

лаштовані використовувати в роботі редакцій схожі децентралізовані ресурси. Також деякі американські ЗМІ планують (а дехто вже й розпочинає) переходити на “блокчейн-майданчики”.

Однак, чи все так просто на шляху розвитку інновацій?

Насправді – ні. Чимало перепон та викликів виникає одночасно.

Передусім, як зазначає dero.ua, щоб повноцінно функціонувати на платформі, користувачам необхідні будуть й відповідні навички в системі Ethereum (платформа децентралізованих онлайн-сервісів на базі блокчейну), а також вміння працювати з криптовалютами, котрі становлять провідне місце в технології загалом. Як наслідок, додаткові навантаження зумовлюватимуть дещо довготривалий процес роботи.

Окрім цього, прогнозують, що з плином часу блокчейн не матиме можливості містити гігантські дані, тим паче відео. Таким чином, розробники змушені будуть співпрацювати з іншими сторонніми серверами. До прикладу, платформа HUBii невдовзі планує збільшити обсяг інформації аж до петабайтів (1 петабайт = 1024 терабайт), тому шукає партнерів і заявляє: *“Повністю децентралізовані системи зберігання є недосконалими, тому звичайні методи зберігання неминучі. Ми встановимо діалог з компаніями, що зберігають дані на основі технології блокчейн, такими як Storj, Sia, Filecoin, Burst і Mailsafe, щоб обговорити з ними умови надання нам простору для зберігання даних на кожному етапі для тексту, аудіо та відео”*.

І все ж, більшість людей не звикли оплачувати той чи інший інформаційний продукт на

просторах інтернету, адже довкола нас безліч піратських версій. Таким чином, майбутні плани працівників щодо монетизації контенту на платформі-блокчейну певною мірою під загрозою. Про це також свідчать і розробники Civil, які вважають, що ця проблема постане не тільки перед нашою, а й перед західною журналістикою.

Тим не менш, технологія блокчейну плавно набирає розмаху. Нею цікавляться ЗМІ, випробовують і навіть прагнуть впроваджувати. Завдяки їй аудиторія отримуватиме чимраз достовірнішу інформацію, що має значення у її життєдіяльності й розвитку в межах демократичного суспільства.

Та найвагомим фактом у цьому аспекті є те, що здебільшого все це здійснюється задля блага журналістики, задля її рівня достовірності.

Відповідно до функціональних особливостей цього нововведення, можна припустити, що в майбутньому воно, можливо, зробить журналістику якомога прозорішою та достовірнішою.

Однак, це лише припущення. Тим часом фахівці та експерти вже формують певні прогнози стосовно подальшого розвитку блокчейн-платформи.

### **ЧОГО ЧЕКАТИ ВІД БЛОКЧЕЙНУ В МАЙБУТНЬОМУ?**

Найбільш прогнозованою ідеєю є монетизація контенту на блокчейн-платформі. Варто зазначити, що аналогічна практика не є новою, оскільки й тепер поширена на ринку серед провідних мас-медіа, як додатковий, так і головний засіб заробітку.

Та все ж найголовнішою перевагою цього процесу є фінансова незалежність, завдяки якій ЗМІ ставатимуть дедалі самостійнішими. А поширена типова залежність від тих чи інших заможних очільників поступово зникатиме. Блокчейн-фахівець Девід Мур стверджує, що однойменні технології "... захищають журналістику від мільярдерів, і я думаю, що це зараз найважливіше".

Ще однією пріоритетною річчю постане взаємозв'язок. Жодної третьої особи не виникатиме між автором та читачем. Це закладатиме підґрунтя для їхньої співпраці, де автори зможуть отримувати грошову винагороду безпосереднього від своєї аудиторії.

### **ЧИМ ТА ЯК ОПЛАЧУВАТИМУТЬСЯ ЖУРНАЛІСТСЬКІ МАТЕРІАЛИ?**

Насамперед прогнозованою практикою оплати стане винятково віртуальна валюта. Одним із платоспроможних засобів називають токени.

Саме норвезька компанія HUBii, яка запустила проект HUBii Network, що позиціонується як децентралізований ринок контенту, представила цю ідею.

Будь-який журналіст змушений буде погодитися на створення новітнього смарт-контракту (з англійської – "розумний контракт"), щоб надалі дописувати або ж публікувати матеріали у рамках мережі HUBii. Така угода призначена для роботи з математичними алгоритмами за допомогою комп'ютерних програм та мережі інтернет. У нашому випадку – це робота з електронними гаманцями.

Суттю аналогічного контракту є те, що X – кількість переглядів допису – трансформува-

тиметься в Y Hubiits – токени. Зацікавлена аудиторія ж, зі свого боку, повинна буде приймати правила цього контракту, щоб мати вільний доступ до того чи іншого матеріалу чи видання. Згідно з умовами смарт-контракту, у ньому визначатиметься, якою повинна бути кількість переглядів, щоб автор натомість одержав відповідну суму в токенах.

Розробники припускають, що автори матимуть можливість навіть розділити свій “токеновий дохід” із тими, хто буде розповсюджувати їхні публікації, тобто робитиме репости в інтернеті, зокрема на своїх акаунтах у соціальних мережах.

Додатково читачі зможуть і добровільно підтримувати автора, відправляючи йому токени самостійно.

Та все ж представники Hubii Network особливо підкреслюють свою місію: *“Грошова транзакція заснована на правилах, які встановлює*

*творець контенту і зберігаються в блокчейні, вони прозорі для обох сторін і не вимагають посередника”*.

З часом журналісти зможуть обмінювати ці токени вже на звичайну грошову валюту. Натомість прихильники блокчейн-журналістики куплятимуть “жетони” для доступу до конкретного ресурсу. Такий собі кругообіг сприятиме розвитку валюти токенів.

Проте неможливо уникнути ризиків, що користувачі просто не сприймуть цю тенденцію: вони не захочуть платити за контент, адже все одно будуть існувати такі ресурси, автори чи навіть лідери думок, які інформуватимуть за безцінь. Проте, вочевидь, все одно багато людей зі здоровим та критичним сприйняттям медіа-контенту розумітимуть, що задля повної інформаційної обізнаності та захищеності, слід віддячувати авторам за роботу, тобто платити.



Ірина КОЛОСОВСЬКА

# ЖУРНАЛІСТИКА ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ: ЯК ЇЇ ЗАПРОВАДИТИ В УКРАЇНІ?

Сьогодні український медіапростір поступово ознайомлює аудиторію із технологіями віртуальної реальності (далі – VR, віар). Дехто презентує її як унікальний ексклюзив, неймовірну новинку та робить головною особливістю свого видання, інші ж говорять про вседоступність такої функції та заперечують її новизну, вважаючи, що VR-журналістика – давно відоме явище. Проте тут важливо не сплутати ігрову віртуальну реальність та власне журналістську. VR-ігри відомі кожному, а от про новинні сюжети, у яких використовується графіка, складний монтаж, сферичні фото та відео на 360 градусів – чули далеко не всі.

У 2012 році перші спроби поєднати журналістику та віртуальну реальність зробила журналістка Нона де ла Пена – колишня кореспондентка *Newsweek*, а нині продюсер і викладач Анненберзької Школи журналістики. Результатом такого “поєднання” став, зокрема, VR-проект “Голод у Лос-Анджелесі”, виконаний у комп’ютерній графіці. У спеціальному шоломі глядач мав змогу спостерігати за мегаполісом, у якому люди в 2010 році потерпали від дефіциту продуктів. Авторка була впевнена, що *майбутнє журналістики – за ефектом “дуальності присутності”, бо це дає змогу повністю зануритися у почуття співпереживання.*

Ще один фільм, проте цього разу документальний, презентував проект “The Ark”. Його автори відзняли сюжет про рідкісних білих носорогів, яких зараз у світі є лише четверо, і наче показали вченим як за допомогою VR-технологій можна спостерігати за видами тварин, що вимирають.

Латвійська компанія Giraffe360 вирішила розробити “віртуальну історію” про Євромайдан. Представникам організації спало на думку, що VR – це досить важлива функція для того, аби людині “потрапити” в місцевість, куди важко дістатися фізично. Саме завдяки таким віар-проектам сучасні глядачі розширюють

свій кругозір, а в нашому випадку, європейці дізналися про палаючий Київ і загиблих героїв.

В Україні схожий фільм створив Кирило Покутний – співзасновник проєктів Sensorama Academy і Sensorama Lab. Подія, яку пам'ятає кожен українець, постала перед глядачами у новому форматі. Сюжет про Чорнобиль, на думку автора, сьогодні є найбільш актуальним для молоді, адже саме вона вирішить, що робити далі із цим “спадком долі”.

Покутний каже, що *враховуючи те, що VR набирає обертів, “Чорнобиль 360” – це проєкт, мета якого заявити, що віртуальна реальність в Україні також є.* Так, вона є. Але пов'язана поки що лише з фільмами і документальними сюжетами. Однак саме це і є початком віртуальної новинної журналістики, яка вже існує у багатьох країнах.

Отож, як виглядатимуть матеріали віртуальної реальності в Україні, як їх створюватимуть та що залишатиметься по той бік екрану?

Насамперед варто пояснити своїй аудиторії, що для перегляду матеріалів VR не обов'язково мати спеціальне обладнання, як от дорогі окуляри чи шолом. Насправді переглядати цей специфічний формат можна і в простіший спосіб.

**Перший рівень** перегляду проєкту віртуальної реальності – це звичайний браузер, у якому відео чи фото можна обертати у різні сторони за допомогою мишки чи тачпада.

**Другий рівень** – це перегляд VR-проєкту на телефоні, обертаючи його навколо себе і користуючись функцією magic window.

І лише **третій рівень** вимагає спеціального обладнання. Наприклад, найпростішими є окуляри Google Cardboard, у які вставляють теле-

фон із відкритим 360-градусним відео в режимі cardboard.

До речі, такі платформи, як Youtube та Facebook уже підтримують цей формат відео, проте з низькою якістю.

Одна із суттєвих проблем старту в Україні VR-журналістики – відсутність додаткових коштів на техніку для зйомки. Але щороку VR-формат стає дедалі популярнішим, ціни на обладнання стають доступнішими, а камери та програми коштують менше, ніж тоді, коли все тільки починалось. Наприклад, камера Samsung 360, яку використовують у “The New York Times”, можна купити на Amazon за 200\$. А для створення таймлапсу (ролика, змонтованого з безлічі фотографій, зроблених з певним інтервалом і, зазвичай, з однієї і тієї ж точки) підійде недорогий Ricoh Theta S.

Але найважливішими у цій справі є компетентні журналісти, адже відео чи фото віртуальної реальності знімати не так просто. Треба написати сценарій, продумати деталі, узгодити кожен рух та дію, а якщо залучаються складні об'єкти, слід розробити 3D-моделі.

Звичайно, усі тонкощі знімання можливо збагнути лише на практиці, тримаючи в руках техніку. Наприклад, камера має стояти на рівні очей пересічної людини, а самих людей знімати надто близько не можна. Журналіст в момент знімання присутній, проте він лише виставляє камеру та натискає “запуск”, а далі зникає з кадру.

Згадані камери мають по два об'єктиви, між якими є відстань, наслідком чого є тріщина на кінцевому відео. Аби цьому запобігти використовують монтаж. Тут допомагає типова про-

грама Adobe Premier, а графіку допрацьовують у спеціальному плагіні для Adobe After Effects.

Крім того, важливо створити для користувача максимальну свободу дій, а не обмежувати його лише окремими діями. Так зросте довіра людини до журналіста, зникне відчуття неповноти інформації.

Ефект усамітнення також дуже важливий для глядача: йому комфортніше, коли немає інших людей, які також спостерігають за подією. Так само йому не потрібен журналіст, який, як ми звикли, часто трактує ситуацію на свій розсуд та висловлює власні враження. Тепер глядач сам аналізує і робить висновки, а усі судження журналістів залишаються за кадром. У цьому й полягає основний сенс новин віртуального світу: побачити на власні очі, усвідомити власним розумом.

Прикладом може слугувати сюжет, знятий в Україні проектом Львівського Медіафоруму – MediaLab. Це історія *“про Романа Кисляка, переселенця з Макіївки, який працює таксистом у Львові. Роман хворий на ДЦП. Глядач має змогу посидіти з Романом у машині, поїздити разом із ним, побувати в нього вдома, походити львівськими пагорбами. Журналіст (як оповідач) зникає з таких історій: глядач отримує досвід із перших рук, перебуваючи безпосередньо поруч із героєм”*.

Тепер створювати такі сюжети можна на основі сенсаційних новин та масштабних подій.

Та все ж певні перешкоди для віртуальної новинної журналістики в Україні є:

- новинна журналістика вимагає насамперед оперативності, а тут це майже неможливо з технічних причин;

- перші спроби журналістів можуть виявитися провальними через непідготовленість до великого об’єму роботи з монтажем та технікою;

- сама українська аудиторія може виявитись не готовою до таких матеріалів, багато хто буде до останнього вірити, що для перегляду обов’язково потрібні окуляри та шолом;

- для розвитку і постійної підтримки такого напрямку у журналістиці потрібні суттєві кошти на обладнання та навчання людей.

І, звичайно, варто згадати про небезпеки VR-журналістики. Стосовно цього у матеріалі сайту *Media Sapiens* про дослідження Associated Press є чіткий висновок: *“Водночас зростають і ризики створення упередженого сюжету, коли ньюзрум повністю контролює й моделює навколишнє середовище, як це може бути з VR-технологіями. Тому журналісти мають встановлювати редакційні стандарти й етичні норми...”*

Отже, незважаючи на те, що сьогодні українські ЗМІ працюють переважно у традиційному форматі й лише деякі експериментують із мультимедійними новинками, VR-журналістика для України – “не за горами”. Прийде час, коли аудиторія забажає чогось абсолютно нового, свіжого та цікавого, і журналісти будуть готові забезпечити цей попит.

А час цей прийде скоро...



Анастасія ШКУРГАН

# БУТИ НА ВИСОТІ! ПЕРСПЕКТИВИ ДРОН-ЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Летючі роботи-орігамі, дрони-жуки, дрони-кур'єри, наноквадрокоптери та сила-силенна інших див науки і техніки щодня стирають межі між реальністю та фантастикою. Науково-технічний прогрес стрімко набирає обертів, значно полегшуючи життя сучасній людині та розширюючи її можливості. Так органічно увійшов у масовий вжиток новий вид безпілотних літальних апаратів – квадрокоптер або просто дрон. І хоча ця технологія є не зовсім новою, нині вона охоплює дедалі більше сфер діяльності, а експерти прогнозують їй великі перспективи. Зокрема – й у журналістиці.

Ринок безпілотних літальних апаратів (дронів) стрімко зростає. Міжнародна асоціація безпілотних апаратів (The Association for Unmanned Vehicle Systems International) оцінює вартість ринку дронів протягом наступних десяти років у 190 мільярдів євро. Лише у США виготовляється 146 різних моделей дронів, про що йдеться у новому звіті, опублікованому Інститутом Ройтерз із вивчення журналістики. У звіті пояснено, яким чином дрони дедалі більше стають невід'ємною частиною повсякденного життя.

У світі вже існує понад 500 виробників БПЛА. Лідером із виробництва бойових дронів

є Ізраїль. Найбільшим виробником цивільних дронів є китайська компанія DJI, за нею – 75% світового ринку. Також серед лідерів – французький Parrot та американський Yuneec.

Компанія DelivAir розробила дронів-кур'єрів, які доставляють посилки просто в руки. Американська компанія Amazon отримала патент на безпілотний літальний апарат, призначений для підзарядки електромобілів на ходу. Американський стартап Matternet запускає в Швейцарії автономну систему доставки на основі дронів. Така різноманітність зумовлена тим, що дрони дуже технологічні, що й пояснює їх широке використання.

## ЖУРНАЛІСТСЬКІ РОЗСЛІДУВАННЯ

Розвивається індустрія дронів і в Україні. Бізнес (аграрний, логістичний, медійний і т.д.) та військові бачать потужні можливості цих машин: вони компактні, швидкі, функціональні. Керувати дроном можна за допомогою смартфона, а високоякісна камера забезпечить відмінну аерозйомку.

Квадрокоптери вже зробили переворот у сфері журналістики: телевізійникам вони дають змогу знімати вражаючі панорами з висоти пташиного польоту, а журналістам-розслідувачам – побачити, що приховано за підхмарними парканами. Якщо кілька років тому, щоб розкрити таємниці Межигір'я, журналісти СТБ та “Оглядача” мусили здійснювати ризикований політ на парашані, то сьогодні із цим завданням легко впорається дрон вартістю кільканадцять тисяч гривень – звичний та незамінний інструмент для багатьох редакцій.

Наприклад, дрон став у нагоді журналістам в антикорупційному розслідуванні Лесі Іванової “Розвідкою по нирках” для телепрограми “Наші гроші з Денисом Бігусом”. Журналістка

з'ясувала, як керівник Служби зовнішньої розвідки Сергій Семочко нажив величезних статків. Збагачення Семочка збіглося у часі з його роботою в економічній контррозвідці СБУ, яка, за словами розслідувачки, відома “кошмаренням” підприємців і “кришуванням” фармринку. Зокрема через листи за підписом Семочка були призупинені поставки медпрепаратів для діалізу, внаслідок чого померли близько 200 людей.

Журналісти встановили, що Семочко їздить на Land Cruiser, зареєстрованому на людину, якої не існує. Цей автомобіль щоранку приїжджає забирати пасажира в закрите котеджне містечко в Конча-Заспі.

Будинок на 333 квадратних метри офіційно придбала Тетяна Лисенко. У ході розслідування вдалось визначити, що вона є дружиною Сергія Семочка. Також у Козині є ще два величезних будинки, нещодавно оформлених на її дочку. Три будинки в Козині обійшлися Семочку приблизно у 8 мільйонів доларів. Однак аналіз доходів його сім'ї свідчить про відсутність легального джерела таких надходжень.

Окрім розслідувальної журналістики спостерігаємо також використання аерозйомки за допомогою дрона ледь не в кожному теле- чи інтернет-проекті. Від фіксування напрямку руху полум'я під час лісової пожежі до знімання мальовничих природних ландшафтів.



## ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ

Хоч би якими корисними були дрони, їх використання піднімає низку безпекових, юридичних і морально-етичних питань, які в багатьох країнах вирішують шляхом запровадження більш чи менш суворих правил для власників апаратів. До прикладу, Білорусь фактично заборонила використання дронів для приватних потреб: без реєстрації та спеціального сертифікату запуск дрона заборонено. У Росії отримати дозвіл на використання дрона вкрай важко – треба оформити низку документів, серед яких – дозвіл на використання простору від органу Єдиної системи організації повітряного руху. До того ж, усі дані, записані під час аерозйомки, отримують статус державної таємниці. У США, де індустрія дронів дуже розвинена, власник зобов'язаний пройти курси пілота квадрокоптера та отримати відповідні права.

Законодавчої бази, яка би чітко регулювала використання дронів, в Україні поки що немає. В українському правовому полі коптери навіть не мають статусу. У Повітряному кодексі України є поняття “безпілотне повітряне судно”, проте у положенні про використання повітряного простору України 2002 року такого визначення немає. Улітку 2018 року Державна авіаційна служба України впровадила жорсткі правила використання безпілотників, проти яких виступили журналісти, однак згодом переглянула їх без попереднього узгодження, дещо послабивши обмеження, а саме збільшивши дозволену вагу пристрою (від 2 до 20 кг), а також дальність і висоту польоту (з 50 до 120 м). Проте польоти дронів над скупченнями людей і в районах щільної забудови без попереднього погодження заборонені.

## ІНДУСТРІЯ ДРОНІВ: КУРС НА МАЙБУТНЄ

Дрони, які ще донедавна виглядали як моделі з науково-фантастичних фільмів чи футуристичних сценаріїв, завдяки науково-технічному прогресу стають реальністю сьогодення. Тому можна лишень уявити, що чекає на нас у майбутньому. Уявити... або спрогнозувати.

Вчені Оксфордського університету дійшли приголомшливого висновку: майже половина робочих місць у Сполучених Штатах буде замінена комп'ютерами вже в найближчі 10–20 років. А деякі експерти прогнозують, що до 2030 року зникне 53 професії, натомість з'являться 186 нових. Серед них і професія, яка вже сьогодні сміливо завойовує ринок праці – оператор дрона.

Популярність цієї технології як на споживчому, так і на промисловому ринку прогресує. Якщо на споживчому ринку ситуація поступово наближається до насичення, то промисловий ринок тільки починає освоювати експлуатацію нових літальних апаратів. А нові способи застосування – це завжди нові розробки та експерименти, тому саме завдяки промисловому сегменту індустрія дронів ще довго залишатиметься на часі.

Конфлікт на Донбасі став суттєвим поштовхом до розвитку галузі безпілотних літальних апаратів в Україні. І це той випадок, коли розробки військової техніки прямо впливають на зміни у цивільному використанні. Серед українських виробників дронів можна назвати такі підприємства як “Антонов”, “Атлон Авіа”, “Політеко-Аеро”, “ДеВіРо”, “Меридіан”, UA Technology, Ukrspecsystems, “Карболайн”, DroneUA, Spaitech, Крау Technologies, “Айтек” тощо. Однак вони, на противагу інозем-

ній продукції, складають лише 3% внутрішнього ринку.

Проте ринок дронів – це не тільки реалізація чи експлуатація. Це й розробка, сфера послуг та обробка даних. Тому до списку найзатребуваніших професій наступного десятиліття можна додати не лише операторів (пілотів), але й системних спеціалістів.

Ймовірно, у віддаленому майбутньому роботу оператора зможе замінити або мінімізувати програмне забезпечення. У світі вже декілька компаній розробляють алгоритми автономної навігації. Представник однієї з них – керівник відділу робототехніки Pro-Drone Ілля Шеремет – розповів журналістам інтернет-ресурсу *Mind*, що ця компанія створює навантаження для коптерів, яке при підключенні наділяє їх здатністю робити інспекції енергетичної інфраструктури автономно. *На його думку в цивільному секторі пік затребуваності операторів настане через п'ять років, потім почне спадати. Зараз щойно з'являються перші покоління по-справжньому автономних систем, у них навіть немає пульта управління (Airdog, Skydio R1). Тому лише через роки 10 top-notch технології стануть стандартом,* – вважає Ілля Шеремет.

### ТО ЯКІ ВОНИ – ДРОНИ МАЙБУТНЬОГО?

На думку Ігоря Зайцева, співвласника і CEO FlyTechnology, дрон майбутнього має носити людину і пересуватися на великі відстані. А також розуміти жести людини і виконувати

відповідні команди. До речі, в Україні у вересні 2018 р. тривали випробувальні польоти дронів на сонячній енергії. Літальний апарат створила українська компанія DRONE.UA. Мета проекту – розробка технології виконання польотів без посадки для сільського господарства з використанням сонячної енергії.

Здатність дрона проводити дедалі більше часу в польоті є чудовою перевагою і для журналістики. Цілком можливо, що в недалекому майбутньому дрон буде таким самим повсякденним інструментом журналіста, як сьогодні камера. Адже фільмування з повітря стає невід'ємною частиною журналістських розслідувань і репортажів з місця подій. До слова, на Заході навчальні заклади запроваджують підготовку відповідних спеціалістів. Зокрема університет Міссурі запровадив курс управління дронами на факультеті журналістики.

Використання коптера має безліч переваг, адже з ним можна побачити те, чого ніколи не побачиш із землі. Також дрон-технологія суттєво впливає і на таку надважливу рису сучасної журналістики, як оперативність: коли розробники збільшать час польоту дрона, він зможе дістатися місця події набагато швидше, ніж знімальна група.

Зручність, оперативність, функціональність – все це і багато іншого пропонують нам дрон-технології майбутнього. Дрони чудово зарекомендували себе в роботі медіа, тож і в найближчому майбутньому попит на журналістів-операторів БПЛА буде чималим.

**ДОСЛІДЖЕННЯ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Ірина ЛАДИКА

**ЧИ ПОТРІБНА НОВИМ МЕДІА  
НОВА ТЕОРІЯ?**

Чи поява нових медіа зумовлює необхідність появи нової теорії про них? Якщо ми говоримо про це у контексті нових технологій – то так. Але чи розробка нової теорії, пов'язаної із технологічним боком цього процесу, у прерогативі саме дослідників медіа? Якщо ж ми говоримо про нову теорію у контексті нової суті та змісту, то тут можна дискутувати. Чи є нові медіа справді новими за своїм наповненням та принципами роботи? Ми зібрали думки українських та закордонних дослідників та дослідниць медіа та готові поділитися з вами.

Розмову про нову теорію для нових медіа варто розпочати із визначення понять. За словами Деніса Мак-Квейла, автора підручника “Теорія масової комунікації”, медіа – це не просто прикладна технологія, це також суспільні зв'язки, які взаємодіють із властивостями нових медіа. Тому потреба у новій теорії виникне лише за умови змін форм організації медійних технологій та суспільних зв'язків.

Провадити розмову про нові медіа неможливо без окреслення самих цих медіа, без розуміння того, які саме медіа до них зараховуємо. Автор посібника пропонує 4 основні категорії:

1) медіа міжособистісної комунікації (телефон і електронна пошта);

2) інтерактивні медіа (відео- та комп'ютерні ігри, пристрої віртуальної реальності);

3) медіа для пошуку інформації (інтернет);

4) медіа колективної участі (інтернет, відео та телефонні наради).

**НОВИМ МЕДІА ПОТРІБНА НОВА ТЕОРІЯ.  
АРГУМЕНТИ “ЗА”**

Нові медіа – це інституція і громадської, і особистої комунікації. Діяльність нових медіа не організована бюрократично, як діяльність традиційних. Інтернет відрізняється від звичних медіа. Він не лише продукує і поширює інформацію, але й переробляє, обмінює та на-

громаджує її. Інтернет містить у собі і радіо, і телебачення. Він:

- долає межі друку і мовлення, уможливорює всебічне спілкування;
- одночасно сприймає і повторно поширює повідомлення;
- виводить комунікацію поза межі впливу держави та територіальних відносин;
- надає миттєвий контакт з усім світом.

Ів Аньєс, французький репортер, автор “Підручника із журналістики” погоджується з твердженням, що інтернет відрізняється від традиційних ЗМІ, бо має певну особливість – йому властиві сильні сторони трьох інших видів ЗМІ: миттєвість, архівування, глибина, інтерактивність, плюс розмаїття допоміжних засобів (аудіо, відео, текст, графіка) та гіпертекстова навігація.

## НОВІ СТРУКТУРИ ТРАНСПОРТУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ

Поява нових медіа посприяла становленню нових схем комунікації у суспільстві. Дослідники виділяють чотири:

- алокуція. Інформація поширюється від центру одразу до багатьох периферійних сприймачів. Зазвичай одностороння, час і місце комунікації визначає центр;
- розмова. Індивіди взаємодіють безпосередньо, оминають центр і посередників. Цій схемі притаманна рівність сторін обміну;
- консультація. Індивід на периферії шукає інформацію у центрі. Тут центром може бути база даних, довідкове бюро, бібліотека;
- реєстрація. Консультація навпаки: центр одержує інформацію від учасників на перифе-

рії (приміром, збір даних, часто непублічний і прихований).

## ПОЛІТИЧНА УЧАСТЬ ТА ДЕМОКРАТІЯ

Нові медіа надають різні засоби для здобуття політичної інформації та ідей, теоретично майже необмежений доступ до всіх поглядів, зворотний зв’язок між провідниками і послідовниками. Вони обіцяють сприяти розвитку групових інтересів і формуванню поглядів.

Нові медіа в громадянському суспільстві ідеально підходять на місце посередника між сферами приватної і державної діяльності. Ще передчасно стверджувати, що вони відродили політику, але з’явилися можливості електронної демократії, а вона кидає виклик ритуалізованим кампаніям, які керують політичним процесом.

Із цими твердженнями погоджується Ів Аньєс: “Інтернет є децентралізованим ЗМІ. Він почався як мережа американських військових, тому винахідники так званого “цивільного інтернету” засвоїли принцип мережі, де кожна точка є одночасно нейроном і мозком. Кожен має право сказати тут своє слово. Мережа є абсолютно вільною, вона не має нічого спільного з обмеженнями газети, телебачення і радіо”.

## НОВИМ МЕДІА ПОТРІБНА НОВА ТЕОРІЯ. АРГУМЕНТИ “ПРОТИ”

Найочевидніший наслідок медіазмін – це конвергенція. Про неї ми уже писали у “Медіакритиці” у матеріалах “Привид ходить по редакціях. Привид конвергенції” та “Конвергентний ньюзрум у системі локальних медіа”. Здавало-

ся б, ця тенденція цілком нова та потребує теоретичного осмислення. Проте часто цілі застосування нових медіа збігаються з цілями їхніх попередників (традиційних медій). Постійно з'являються перехресні взаємозв'язки і взаємодітримка, а типи власності організації старих і нових медіа можуть зливатися у мультимедійне підприємство.

Водночас американський дослідник медіа Генрі Дженкінс вважає, що поява нових медіа і нових медійних технологій пришвидшила розмивання меж, тобто допомогла “зламати переділкі” між медіа, що й уможливило плин контенту різними платформами, тобто конвергенцію медіа.

Деніс Мак-Квейл пише, що іноді здається, що традиційні медіа – це наймогутніший чинник становлення нових медіа. Тому інтернет зокрема і нові медіа загалом радше розширюють старі види ЗМІ, ніж замінюють їх. З ним погоджується і Дженкінс: зміна ситуації у медіасередовищі свого часу викликала певні очікування щодо зникнення старих медіа внаслідок втрати популярності через появу нових і заміщення ними застарілих.

Утім актуальною виявилась інша тенденція: поява нового засобу не означає зникнення попереднього, особливо якщо цей засіб геть іншого гатунку; поява нових медіа приводить до модернізації старих. Співіснування старих і нових медіа дає поштовх до об'єднання, що є логічним продовженням процесу діджиталізації.

Українська вчена Ганна Сарматіна наголошує на позитивних аспектах конвергенції: “Конвергенція зруйнувала географічні кордони між спільнотами, спричинила постання нових організаційних і економічних моделей у

галузі інформації і комунікації, змінила стосунки між адресатом і адресантом комунікаційного процесу, перетворивши співпрацю у сфері медіа на діяльність, спрямовану на інтегроване використання медіа для збирання і поширення інформації”.

Дослідниця нових медіа Леся Городенко вважає, що різні підходи до сприйняття нових медіа зрештою зводяться до конвергентної журналістики, а саме поняття “нові медіа” може бути синонімом поняття “конвергентні ЗМІ”. Це пояснюється безпосередньо залежністю таких медіа від технологій.

**Новий урівнювач(?)** Нові медіи нічим не відрізняються від старих щодо соціальної стратифікації власності і доступу. Саме заможні, а не бідні, отримують і розвивають технології. У них різні спроможності, тому багатії завжди будуть попереду. Соціальні та інформаційні розриви збільшуються. Це призводить до утворення “інформаційних” нижчих класів, як колись соціальних.

**Нова форма і традиційна суть.** Дослідники нових медій виділяють кілька рис, притаманних саме новим медіам: інтерактивність, індивідуальна немасова суть, асинхронна природа (необмеженість у часі). На перший погляд, такі ознаки мали б свідчити про необхідність нової теорії для нових медій. Водночас попри ці розбіжності нові медіа й далі використовують з тією ж метою, що й традиційні – для продажу, пропаганди та переконання аудиторії.

З такою думкою погоджується й Ів Аньєс, стверджуючи, що спочатку була газета, триста років потому прийшло радіо, ще через два покоління з'явилось ТБ. А наприкінці 1990-х у

домівки прийшов інтернет. Жоден з нових ЗМІ не замінив собою попередні. Вони доповнюють один одного.

### **СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ПАЗЛ ТЕОРІЇ НОВИХ МЕДІЙ**

Термін “інформаційне суспільство” з’явився у Японії у 1960-х роках. Його суть: інформація – основна цінність, виготовлення та поширення інформації за допомогою комп’ютерних технологій стало одним з основних секторів економіки. Інформаційному світогляду притаманні синтезованість, програмованість та маніпульованість.

Суть ознак нових медіа – це їхнє взаємне переплетення. Воно стирає межі між масовою, міжособистісною, громадською і приватною комунікацією. Як наслідок – виникає інтелектуальний плюралізм та особистий контроль над комунікацією. Мас-медіа досі панують, але водночас зростає кількість інформаційних та інтелектуальних альтернатив.

Ідея інформації – це осердя інформаційного суспільства. Люди легко прийшли до усвідомлення інформації як речі. Ми говоримо про її ринки обсяги, власність на неї, брак доступу до неї. Мас-медіа були задовго до інформаційної революції. Дехто віщує їм зникнення через розвиток нових інформаційних технологій. Однозначного розв’язку цієї задачі поки очікувати не варто.

### **ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ “НОВОЇ МЕДІЙНОЇ ТЕОРІЇ”**

1) Доступ. Його легко здобути і відправникові, і отримувачеві, глядачеві. Тобто наразі немає підстав стверджувати, що новими медіями володіє панівний клас і використовує їх у своїх інтересах. Хоча для різних класів доступ до медій справді нерівний і великі корпорації зацікавлені у придбанні власності у нових медіях.

2) Інтеграція та ідентичність. Медіа сприяють фрагментації, чи єднанню суспільства?

3) Суспільні зміни. Комунікаційні технології перетворилися на стимуляторів мінливості. Відправник втратив контроль над контентом.

Проблема не в суті технологій, а в перепонах доступу. Щоб мати вплив, потрібна аудиторія.

### **КОМП’ЮТЕРНЕ УТВОРЕННЯ ГРОМАД**

Ідея віртуальної громади полягає у тому, що через інтернет можна охопити будь-яку кількість індивідів за їхнім власним бажанням чи у відповідь на будь-який стимул. Прихильники цієї ідеї розуміють, що такий термін радше метафора, а не реальний об’єкт. Хоча комп’ютерна комунікація й уможливила подолання культурних і соціальних меж, але вона може ці межі й посилювати. Ті, хто хоче належати до громади у кіберпросторі, мають дотримуватися її норм і правил, щоб їх визнали й прийняли. Віртуальна громада – це гіперреальна ілюзія технічного поступу. На думку деяких дослідників, вона створена, щоб приховати руйнації людських громад.



**Глобалізація.** Нові технології сприяють глобалізації, бо можуть долати часові і просторові перешкоди комунікації, зокрема і державні кордони. Вони часто глобальні за структурою та способом діяльності, спонукають звикати до мови, способів і звичаїв користування. Нові медіа походять з економічно панівного першого світу, їх удосконалюють в інтересах глобальних фірм та індустрій, власність на які теж зосереджена у розвинених країнах. Міжнародні мас-медіа надають більше влас-

ним суспільствам та культурам, ніж потенційним користувачам із країн третього світу. Водночас володіння належними технологіями відкриває нові можливості інформування та взаємної комунікації, незалежно від рівня розвитку власної країни.

**Технологія свободи(?)** Доба, що зароджується, може гарантувати усім громадським медіа свободу. Водночас навіть найбільші засоби комунікації не можуть уникнути впливів різних законів суспільного життя.



Ярина БАЛАБАНИК

## ПРО НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ “NEW MEDIA AND SOCIETY”

Для того, щоб розуміти стандарти зарубіжних наукових журналів, у яких досліджують сучасну журналістику, орієнтуватись в наукових підходах, інтересах, тематиці, специфіці подачі, варто читати й аналізувати ці журнали. Саме тому «Медіакритика» буде пропонувати короткі огляди академічних видань, присвячених дослідженню журналістики.

“New media and society” (виходить з 1999 року) – це рецензований академічний міжнародний науковий журнал, який працює тільки з дослідженнями нових медіа, охоплюючи широкий спектр тем. Редактор Стів Джойс (Університет Іллінойс, Чикаго). Тут і аналіз онлайн-дебатів Німеччини та Британії про зміни клімату, і статті про причини самогубств серед підлітків у контексті публікацій про соціальні мережі та їхній вплив на аудиторію, статті про мережеву рекламу. Видає журнал видавничий дім “SAGE Publishing”. З 2017 року виходить дванадцять журналів щорічно.

У журналах “New media and society” зібрані результати наукових досліджень на основі опитувань та спостережень. Окрім цього, часто у роботах науковці використовують такий метод дослідження як інтерв'ю, в деяких з них саме воно стає одним з основних джерел інформації. Науковці детально описують, як вони проводили опитування, збирали інформацію для своїх досліджень, інтерв'ювали людей.

У останньому випуску (Volume 21 Issue 11-12, November-December 2019) за поточний рік опубліковано 20 текстів різної тематики.

Пропонуємо огляд двох публікацій для розуміння специфіки журналу.

У дослідженні “Просто мати комп'ютер немає ніякого сенсу”: цифровий поділ перспектив матерів із низьким соціально-економічним становищем” йдеться про роль інформаційно-комунікаційних технологій, яку вони відіграють у соціальній нерівності. Заміри проводилось в Нідерландах, де однією з досліджуваних груп є матері із низьким соціально-економічним статусом. Ці жінки є так званими “некористувачами” (“non-users”). У статті йдеться про те, що малозабезпечені матері не є активними в мережі. Науковці на різних курсах з інформаційно-комунікаційних технологій спостерігали за матерями, щоб отримати глибше розуміння їхньої поведінки у цифровому суспільстві. По-друге, науковці опублікували результати різноманітних фокус-груп. Також було проведено

66 інтерв'ю із матерями з низьким соціально-економічним рівнем життя віком від 20-ти до 60-ти років, майже всі були одружені і мають від 1-єї до 7-ми дітей. Науковці дослідили, що малоосвічені люди використовують інформаційно-комунікаційні технології для ігор та розваг, у той час як високоосвічена частина населення використовує комп'ютер для комунікації, читання, новин та отримання нової інформації. Проблема полягала також у тому, що обмеженість або відсутність комп'ютерних знань батьків, як виявилось, створює перешкоди для їхніх дітей у цифровому суспільстві.

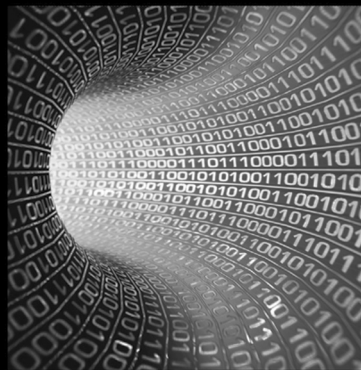
“Дані панельного двоетапного дослідження проведеного серед молоді” – ще одна публікація цього випуску. Самогубство – друга у списку основна причина смерті серед молоді віком від 15 до 29 років. Після того, як засоби масової інформації розповідають про нещасні випадки, кількість самогубств збільшується. У соціальній мережі Instagram можна знайти все більше зображень, де людина сама собі завдає шкоди. Дослідники визначили, що поширення такої інформації, як правило, стає фатальним для молоді, оскільки ця частина інтернет-користувачів є найбільш вразливою аудиторією. До речі, науковці твердять, що коріння цієї проблеми можна знайти ще у традиційних медіях, зокрема на телебаченні чи в газетах. Інтернет розширив ці межі, зробив пошук легкодоступним і поставив цю проблему більш гостро. Знову ж таки, основним методом дослідження стало опитування. Науковці опитали 729 молодих людей віком від 18 до 29 років, які проживають у США. Проаналізувавши поведінку користувачів у соціальній мережі, дослідники дійшли висновку, що більше 20 %

опитаних самостійно шукають контент, де люди завдають шкоди самі собі.

Результати цього дослідження показали, що зображення в ЗМІ загалом, нових медіях зокрема суїцидальної поведінки можуть стати фактором ризику. В Instagram можна знайти багато дописів під тегом “самогубство” (#suicide). Часто орієнтирами стають хештеги.

Інші публікації останнього випуску присвячені рекламі самопрезентації дітей в мережі Інтернет, гендерним питанням, селфі у контексті поведінки підлітків, кліматичним проблемам та неякісним онлайн-дискусіям, технологічним проблемам цифрової комунікації.

## new media & society



ISSN: 1461 - 4448

SAGE

<http://nms.sagepub.com>

**Дайджест електронного журналу,  
присвячений проблемам масової комунікації**

**Більше текстів з проблем мас-медій читайте на сайті  
[www.mediakrytyka.info](http://www.mediakrytyka.info)**

Погляди авторів необов'язково збігаються з позицією редакції.

Редакція залишає за собою право скорочувати матеріали  
і робити стилістичні зміни.

Рукописи, які редакція не замовляла, не рецензуємо і не повертаємо.

Відповідальність за достовірність інформації несуть автори.

При передруці матеріалів посилання на “МедіаКритику” обов'язкове.

**Статті просимо надсилати електронною поштою:**

**Павло Александров**

[pawlos2005@rambler.ru](mailto:pawlos2005@rambler.ru)

**Борис Потятиник**

[boryslav@yahoo.com](mailto:boryslav@yahoo.com)

**Наталка Габор**

[nat.gabor@gmail.com](mailto:nat.gabor@gmail.com)

**Адреса редакції:**

вул. Чупринки, 49, к. 301, м. Львів, 79000

Інститут екології масової інформації

Львівського національного університету імені Івана Франка

Тел.: +38(032) 23-94-222

Підписано до друку 10.11.2019 р. Формат 60×90/16

Папір офс (70 г/м<sup>2</sup>). Умовн. друк. арк. 5,44

Наклад 100 прим.