

**КИЇВ-2020**

## ЗМІСТ

|                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ВСТУП.....                                                                                                          | 3  |
| РОЗДІЛ 1. Евристика теорії порядку денного у вивченні дискурсу історії.....                                         | 7  |
| Генезис теорії порядку денного. ....                                                                                | 7  |
| Поняття дискурсу історії .....                                                                                      | 13 |
| Дискурс історії та соціальні рамки пам'яті.....                                                                     | 18 |
| РОЗДІЛ 2. Особливості дослідження дискурсу історії в сучасних медіа.....                                            | 21 |
| Характеристика українського медіапростору.....                                                                      | 21 |
| Польсько-український проект дослідження історичної культури.....                                                    | 23 |
| РОЗДІЛ 3. Контент-аналітичне дослідження дискурсу історії як складової<br>порядку денного в українських медіа ..... | 27 |
| Обґрунтування вибору методу .....                                                                                   | 27 |
| Відбір матеріалів вибіркової сукупності .....                                                                       | 28 |
| Розробка інструментарію дослідження.....                                                                            | 30 |
| Аналіз масиву отриманих даних .....                                                                                 | 37 |
| Результати контент-аналітичного дослідження .....                                                                   | 45 |
| ВИСНОВКИ .....                                                                                                      | 55 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....                                                                                    | 57 |
| ДОДАТКИ .....                                                                                                       | 60 |

## ВСТУП

Історики досить довгий час намагалися підлаштувати історію під пануючий дискурс класичної науки заради обґрунтування її об'єктивності, однак історія є нічим іншим, ніж оповідями окремих авторів, тобто такими текстами, що в тій чи іншій формі містять суб'єктивні оцінки історичних подій, що в цілому було розкрито з семіотичної позиції Р.Бартом [Барт, 2003, с. 427-441], однак це не означає, що необхідно відмовитися від історії навіть, якщо це було б можливо. Варто пам'ятати, що соціально-групове конструювання подій базується не лише на сформованих окремим групами професіоналів історичних дискурсів, проте відбувається й побутовому рівні.

Історія все частіше стає предметом інтересу все ширшого кола соціальних суб'єктів: чи то історія роду, чи краю, чи міста, чи держави. Вона стала особливим маркером ідентичності, який пов'язує людину з простором довкола неї. Цей простір епохи постмодернізму перебуває, згідно з концепцією рідинної сучасності запропонованою З.Бауманом, у процесі невинної трансформації, плавлення та перетікань ще донедавна стійкої структури світу [Бауман, 2008, с. 12]. Повернення до історії ж ніби дозволяє індивідові зафіксувати для себе відносно статичне положення, провадить формування власної ідентичності під впливом історичних дискурсів.

З іншого боку, науково-технічний розвиток останнього сторіччя призвів до технологічного вибуху та масовізації сучасних технологій, та формування нового надінформатизованого простору, який забезпечує доступ до величезної кількості даних. Але ми розуміємо, що людина є обмеженою у своєму сприйнятті, якщо раніше проблема полягала у доступі до інформації, то сьогодні вона полягає в акцентуації та утримуванні уваги на потоці значимих подій, що стали історією.

Разом з цими процесами відбувався й розвиток медіа, який був надзвичайно стрімким, фактично за століття вони сформувалися як впливові діючі актори на арені суспільних відносин, ба більше, цілком оформилися як соціальний інститут, що цілком вписується в суспільну систему з відповідною

власною функцією. Медіа стали чи не основним посередником між людиною та світом, вони стали таким собі рефлектором подій. ЗМІ стали активним інструментом впливу на громадську думку. Очевидно, що зростання суспільного значення медіа призвело до переосмислення останніх, тому, наприклад, виникнення концепції розуміння медіа як «четвертої влади» є цілком закономірною.

Сучасна українська історична культура перебуває в процесі свого активного становлення. На цьому етапі надзвичайно цінним є комплексний соціологічно-історичний підхід до вивчення подій минуло, їх тлумачення населенням, а також забезпечення форм комунікації між владою та громадськістю з цих питань. Методи історичної науки не дозволяють визначити особливості трансляції знань, інформації та оцінок щодо тих чи інших історичних подій, міждисциплінарний та міжпарадигмальний підхід має забезпечити досягнення вичерпного розуміння соціальних контекстів.

Дослідження історичної культури є важливим та актуальним напрямком сучасної вітчизняної соціології. Як приклад можна навести недавнє спільне дослідження проведене Фондом «Демократичні ініціативи» ім. Ілька Кучеріва та КМІС, яке присвячене визначенню місця Дня перемоги в історичній пам'яті українців. Приблизно в цей ж час звіт на суміжну проблематику щодо сприйняття українцями 8-9 травня було опубліковано й Kantar Україна. Серед вітчизняних соціологів, що займаються вивчення історичної культури, окремо варто виділити публікації Л.Малес, В.Середі, Ю.Сороки, Б.Мотузенко.

У своєму дослідженні я базуюся на спільному польсько-українському проекті присвяченому дослідженню історичної культури. Особлива його цінність полягає у комплексному підході, який, по-перше, створює можливість для міжнаціональних порівнянь та, по-друге, враховує історичну специфіку країн. Важливим є й те, що для визначення актуальних історичних подій на етапі формування програми у рамках міждисциплінарного підходу були залучені не лише соціальні дослідники, а й фахівці з історії.

Дослідницьку частину своєї роботи я базую на текстовому масиві, що був сформований в межах однієї з частин згаданого проекту: дослідження історичної культури в медіа, – що базується на історичних дискурсах, що були виділені та заміряні в кількісній частині проекту. Науковий інтерес бакалаврської роботи полягає у визначенні ролі використання дискурсу історії українськими медіа у формуванні порядку денного.

Сучасне українське суспільство знаходиться у стані боротьби за право контролю над власною історичністю. Особливістю саме цієї гібридної війни є її розгортання на декількох «фронтах», що підсилюється травматичним характером окремих подій: АТО, анексія Кримського півострову, внутрішніми міжусобицями та власне інформаційною війною за освоєння соціального простору у культурному, історичному, політичному вимірах, що здійснюється між декількома ідеологічними дискурсами, що репрезентують різні політичні вектори. Абсорбції історії та вигідне конструювання на її основі ідентичності є складовою культурної політики, що провадиться сучасною російською владою, яка зокрема направлена і супроти окремої української культури як такої.

Російські та проросійські ЗМІ намагаються нав'язати цінність «спільної та неподільної» історії. Власне ж реалізація цієї культурної політики багато в чому покладається на геббівські ідеї, які однак були підлаштовані під сучасні соціальні контексти та технології.

Становлення української національної ідеї, на мою думку, безпосередньо пов'язана з політикою культурно-історичної пам'яті, що ведеться державою. Український інститут національної пам'яті ще не є кристалізованим, тому в цих умовах варто звертати увагу на особливості розбудови культурної політики й інших провідних держав, зокрема й Польщі з огляду на спільність минулого та близькість культур.

Тож, в цих складні умови, які постали перед українською державою, суспільством в цілому, медіа, саме суспільно-політичні і гуманітарні науки можуть надати релевантну інформацію, експертні оцінки, рекомендації щодо актуальних проблем сьогодення.

Саме ці сучасні умови обумовлюють актуальність даної роботи, яка полягає у потребі розуміння формування порядку денного українських медіа шляхом залучення дискурсу історії як прояву історичної культури та реалізації ними комунікативних практик.

**Ключові слова:** дискурс, історія, порядок денний, медіа.

**Key words:** discourse, history, agenda-setting, media.

**Об'єкт:** формування порядку денного в публікаціях сучасних українських медіа.

**Предмет:** використання дискурсу історії у формуванні порядку денного в українських медіа.

**Мета:** визначення особливостей використання дискурсу історії у формуванні порядку денного українськими медіа.

**Завдання:**

- ❖ З'ясувати можливість використання теорії порядку денного у дослідженні дискурсу історії медіа;
- ❖ Визначити значення історичних дискурсів у формуванні порядку денного;
- ❖ Розробити інструментарій для контент-аналітичного дослідження;
- ❖ Визначити специфіку використання дискурсу історії у формуванні порядку денного шляхом контент-аналітичного дослідження сучасних українських медіа;
- ❖ Порівняти використання дискурсу в формуванні порядку денного у різних групах медіа.

# **РОЗДІЛ 1. Евристика теорії порядку денного у вивченні дискурсу історії**

## **Генезис теорії порядку денного.**

Становлення теорії формування порядку денного припадає на 1970-ті роки, яка виникла в історичному контексті американського післявоєнного суспільства на початку холодної війни між демократичними та комуністичними режимами. Технологічний розвиток, високий рівень грамотності та масові засоби інформації, а також не в останню чергу інтерес політичних інституцій до контролю над повідомленнями в медіа, сприяли виникненню наукового інтересу до досліджень в цій сфері.

Перші теоретичні засновки напрямку можна віднайти в працях перших корифеїв, що спеціалізувалися на дослідженнях медіа комунікацій. Класичним є творчий доробок Уолтера Ліппмана. Найбільшої ваги в цьому контексті заслуговує його робота «Громадська думка», в якій автор підіймає питання обмеженості людського сприйняття, його зв'язку зі значущими подіями, продовжуючи платонівську алегорію печери, дійсно, людина є обмежена у своєму сприйнятті найближчим простором, а медіа ж виступають певним посередником, що транслують інформаційні повідомлення з певним змістом у певній формі. Діяльність в просторі ж потребує попередніх знань, які уможлиблюють та спрощують цей процес, ЗМК надають загальний «образ зовнішнього світу» на базі якого люди й формують власні стереотипізовані «зображення в голові» [Липпман, 2004, с. 27-28]. З цих напрацювань спочатку сформувалася так звана парадигма тотального впливу, в рамках якої медіа розглядаються як такі, що здатні безпосередньо змінювати поведінку акторів.

Положення про всесильність медіа було з часом було критично переосмислено в парадигмі ефектів. Емпіричне підтвердження якої було отримано в дослідженні електоральної поведінки здійсненому Полом Лазерсфельдом. Ним було запропоновано модель двоступеневої комунікації, згідно з якою аперцепція повідомлення відбувається у два етапи: коли

інформація спочатку надходить до лідерів думок цієї спільноти, а потім через їхнє посередництво передається людям, які або не мають прямого зіткнення з джерелами інформації, або не довіряють їм [Черних, 2004, с. 34].

Але ця модель, в межах якої актори поділяються на відносно активних та пасивних, не отримала однозначної верифікації в подальших дослідженнях (запропоновані положення були достатньо спрощеними і в цілому не були достатніми для пояснення комунікативних процесів).

Сутність розуміння впливу медіа в цей період було достатньо чітко передано іншим членом цієї дослідницької групи Б.Берельсоном: «Певні види комунікації по відношенню до певних тем, привертаючи увагу певних груп людей, за певних умов здатні надати певним чином впливати» [Черних, 2004, с. 31].

«Ідея формування порядку денного як чи не основної функції ЗМІ виникла в другій половині 60-х рр. ...в попередній період панував очевидний скептицизм по відношенню до можливостей впливу преси» [Черних, 2004, с. 32].

Власне новим етапом стала робота Максвела Маккомбса та Дональда Шоу, яким власне й було запропоновано теорію встановлення порядку денного (agenda-setting theory) та введено в науковий обіг цей термін. Дослідниками було висунуто гіпотезу щодо провідної ролі мас-медіа у формуванні політичного порядку денного, що виникла в ході дослідження когнітивних ефектів впливу преси (підготовка до проведення дослідження розпочалася в 1967 році).

Спочатку завдання дослідження полягало у порівнянні того, що група виборців вважала основними проблемами президентської виборчої кампанії з тим, що преса називала основними проблемами кампанії, впливу якої зазнавали виборці, але, зрештою, автори вийшли на більш складне явище. У першому опитуванні, проведеному восени 1968 року в невеликому населеному пункті Чепел Хілл, на основі вибірки зі 100 чоловік, які представляли основні соціальні групи громади, досліджувалася відносна важливість проблем, які поставлені в ході президентської кампанії, і різні точки зору щодо цих проблем, представлені



в місцевих газетах, загальнонаціональних політичних журналах і в передачах найбільш популярних в даній громаді телевізійних станцій [Черних, 2004, с. 34].

Авторами було здійснено ранжування основних проблем, що піднімалися під час президентської кампанії в медіа, потім було здійснено порівняння з думкою респондентів щодо важливості проблем, які артикулювала преса в цей період, в результаті було отримано надзвичайно високий рівень кореляції як для соціальних наук: було отримано позитивну значиму кореляцію на рівні 0,976, — а отже, було висунуто положення, що пріоритетність підбору новин, яку встановлює медіа, безпосередньо впливає на пріоритетність сприйняття повідомлень. Важливим є те, що медіа не можуть змусити виборців думати певним чином про певні події, проте вони здатні виносити на передній план (до подальших обговорень) значущі теми, проте іншим дослідникам не вдавалося отримати схожі високі коефіцієнти рангової кореляції.

Очевидно, ми можемо припустити, що отриманий значний рівень кореляції пояснюється відносно закритим середовищем маленьких містечок, в яких інформація, потрапивши, тим чи іншим чином, стає актуальною темою та активним предметом обговорення, тож, циркуляція обміну думок відбувалося в рамках відносно закритої системи, де циркулюють одні й ті ж теми.

Але згодом було удосконалено підхід, було запропоновано поділити новинні повідомлення на два підвиди: нав'язливі та ненав'язливі, — що було запропоновано Г. Цукром у 1981 році. Даний поділ дозволив виявити, що міра впливу ЗМІ на аудиторію безпосередньо залежить від того, які проблеми транслуються. Нав'язливість означала чи мала людина особистим досвідом, чи провокувала проблеми відгуки внутрішньої системи релевантності, тобто апелювала до особистого досвіду. Це власне й стало основою для підтвердження твердження щодо обмеженості впливу ЗМІ. Медіа не може переконувати і навіювати конкретні ідеї, ними лише конструюється реальність, в якій індивід є повноправним діючим актором, за яким залишається право вибору та орієнтації. Отримання інформації, декодування та когнітивна обробка є достатньою для

побудови власного уявлення про події та проблеми, саме на уявленні про подію чи-то ситуації.

В подальшому теорії формування порядку денного розвивалася у двох напрямках: вивчення ефекту, де дослідники намагалися визначити, яким чином ЗМІ впливають на уявлення людей про значущість певних тем, тобто те, як вони впливають на формування порядку денного; та аналіз процесу формування порядку денного, які розглядали процес формування порядку денної, намагалися визначити процес створення порядку денного, визначення впливу медіа на порядок денний. Цей напрямок дослідження отримав назву agenda-bulding – вивчення того, як порядок денний медіа є частиною процесу, який включає громадську думку та увагу представників влади.

Вперше термін був введений в обіг Ланг та Ланг у 1983, які розглядали президента Річарда Ніксона та Уотергейтський скандал. «Вони стверджували, що процес agenda-bulding зазвичай включає трьох акторів: новинні медіа, громадськість, джерела новин. Новинні медіа і громадськість є основою у формуванні порядку денного, а включення джерел новин означає, що існує взаємозв'язок між трьома акторами. Вони стверджують, що проблеми стають частиною циклу дискусій, в яких висвітлення засобами масової інформації впливає на заяви із джерел, що, в свою чергу, створює більше висвітлення у ЗМІ, що впливає на занепокоєність громадськості щодо цього питання. ЗМІ продовжують висвітлювати проблему, джерела продовжують реагувати на цю проблему, а громадськість продовжує перейматися проблемою, допоки хтось із акторів не втратить інтерес та не випаде з порядку денного» [Wanta, 2017, с. 3].

Тобто подія, не зважаючи на свою значимість, не є основною для формування уваги публіки та ЗМІ, її існування потребує підтримування інтересу, що потребує постійного циклічного відтворення згаданими акторами своїх ролей.

Фактично дослідження 1968 року можна назвати пілотажним, остаточну апробацію гіпотези було зроблено під час дослідження президентських виборів 1972 року (між республіканцем Річардом Ніксоном та демократом Джорджем

Макговерном). Цього разу дослідження проводилося в місті Шарлот в Південній Кароліні (з населення 400 тисяч чоловік), де досліджувалася преса та де було проведено два опитування у червні та жовтні (вибірка складала по 380 осіб).

Суспільно-гуманітарні науковці цього періоду переважно вивчали установки і поведінки, приписуючи основне значення, проте на афективно-поведінковому рівні не вдалося підтвердити вплив ЗМІ на дії людей. Максвел Маккомбс та Дональд Шоу ж навпаки пильніше розглядали когнітивний ефект – соціальне навчання або передача інформації про важливі проблеми суспільства. Можна згадати класичну типологію дій запропоновану Максом Вебером, ми пам'ятаємо, що афективна дія теж розглядається як форма соціальної дії, хоч частка раціонального й є незначною, таким чином, можемо стверджувати, що саме вдале застосування теорії та відповідного понятійно-категоріального апарату дозволило авторам розглянути проблемне питання. Проблематизувалося не що люди мають думати про що, а про що вони мають думати.

Цей ідейний підхід виник в 60-ті роки ХХ ст. в межах психології як протипага до біхевіоризму (власне введено термін в науковий обіг було в 1967 Ульріком Найсером), в межах когнітивної психології пізнання є основним процесом діяльності свідомості.

«У цей період в рамках загальної соціологічної теорії сформувалася когнітивістська за своєю суттю парадигма соціального конструювання реальності і концепція мас-медіа як механізму формування політичного порядку денного стала фактично поширенням цієї нової парадигми загальної соціології на сферу медіа-досліджень» [Черних, 2004, с. 37].

Вжитий термін з феноменологічної традиції «соціальне конструювання реальності» в цьому контексті є цілком правомірним і відсилає нас до соціології знання, точніше безпосередньо до Пітера Бергера та Томаса Лукмана, ілюструє те, яку роль відіграє ЗМІ у формуванні порядку денного. Фактично медіа стало таким собі монополістом у сфері формування (вибіркової трансляції) соціокультурного знання, у артикуляції соціально значущих проблем на

титульну сторінку, поміж того залишаючи за собою право на творення цінностей та зразків поведінки. Сформовану єдність можна вважати не стільки за прояв «емоційної свідомості», скільки новим виміром реальності, якій відповідно до теореми Томаса може бути реальним за своїми наслідками й у «фізичному просторі».

«Функції мас-медіа щодо формування порядку денного абсолютно очевидно збігаються з когнітивним аспектом масових комунікацій. Можливо, більшою мірою, ніж будь-який інший аспект нашого середовища, політична сфера з усіма її явищами і особистостями, щодо яких формуються наші думки і уявлення, являє собою реальність *second hand*... З політикою – особливо на загальнонаціональному рівні - ми практично не маємо прямого, безпосереднього контакту. Наше знання приходить зі ЗМІ. Як правило, ми інформовані тільки про ті аспекти загальнонаціональної політики, які вважаються досить цікавими, щоб бути транслюваними через мас-медіа» [Shaw, 1974: p. 7].

Тому, очевидно, медіа не можна розглядати як такі, що не мають впливу на суспільство, її вплив є більш різномірним, дифузним.

Більшість сучасних медіа є власністю окремих представників груп інтересів. І можна було б припустити, що весь процес контролю за рангами та наповненням новин належить їм, проте виробництво повідомлень ЗМІ є величезною індустрією, в якій залучена значна кількість робітників на різних етапах виробництва продукту, тому вартовими (*gatekeepers*) є всі учасники процесу обробки інформації, які стоять між подією та остаточним споживачем, хто приймають участь у виробництві та розповсюдженні новин. Всі залучені робітники в тій чи іншій мірі визначають кінцеву форму та зміст повідомлення.

Таким чином, дослідження Маккомса та Шоу дозволили прояснити наступні аспекти: «природу і характер формування порядку денного як функції мас-медіа (сприйняття повідомлень медіа як когнітивний процес); визначення джерел інформації для формування персональних повісток денних (вплив газет та телебачення); важливість комунікації з іншими людьми (родичами, друзями, знайоми) у формуванні персонального порядку денного; визначення часових

параметрів формування; вплив особистісних характеристик (потреба в орієнтації робить людину схильною до засвоєння порядку денного, що формується пресою)» [Черних, 2004, с. 40].

Отже, теорія формування порядку денного є особливою парадигмою в соціологічних дослідженнях медіа. Її розробка була покликана роз'яснити вплив медіа на поведінку людей. Її виникнення відбулося з гіпотези, що перевірялася емпірично. Основним її твердженням є те, що медіа можуть виносити значимість окремих пунктів новинної порядку денного на загальний порядок денний, проте її ефект є достатньо обмеженим.

### **Поняття дискурсу історії**

Поняття «дискурс» зародилося в комунікативістиці, ввійшло в категоріальний апарат сучасної соціологічної теорії, в якій було прийнято статус мультипарадигмальної дисципліни, як особливий концепт, який можна було б застосовувати до відносно різномірних напрямків, в умовах науки, в якій не визнано домінації жодної окремої парадигми.

Етимологія слова «дискурс» не відсилає нас прямо до комунікаційного процесу, з латини означає певну «біганину», «метушіння», тлумачення як «бесіди» чи «розмови» не є основним, за цим схована метафора комунікативного процесу, в якому суб'єкти комунікації здійснюють інформаційні обміни за допомогою «попередньо встановлених» систем кодів, тобто за поняттям дискурсу стоїть думка, яка передається певним чином і потребує відповідної інтерпретації.

«У межах соціологічного підходу дискурс інтерпретується як такий спосіб соціальної взаємодії та спілкування, що є соціально й історично обумовленим, та базується на специфічному розумінні й уявленнях людей про соціальну дійсність» [Качанова, 2010, с. 35].

«Сучасне розуміння дискурсу було запропоноване французькими постструктуралістами в 1960-ті рр. Термін «дискурс» виступає центральним для

постмодернізму. Якщо відштовхуватися від слів Ж. Дерида, якого більшість сучасних дослідників вважають ключовою фігурою постмодернізму, дискурс можна розглядати як структуру, в якій відсутній центр. Це – незакінчена структура, яка знаходиться у процесі безперервної і нескінченної самобудови та перебудови» [Соболевська, 2013, с. 9].

Дискурси не створюються як універсальні та споконвічні, натомість вони є конструкціями, в яких втілюється дух епохи. Дискурс не є самототожним, але однозначно стверджувати протилежне теж не можна.

Одним з найкращих розумінь дискурсу, на мою думку, було запропоновано в лаконічній формі Н.Д.Арутюновою, згідно з якою: «Дискурс – це мова занурена у соціальний контекст». Мислення, певно, є основою людського буття, людина фактично починає існувати як соціальна істота лише тоді, коли нею було опанована мова, хоча вірно те, що й до того вона є вписаною в соціальний контекст. Мова застосовується і для формування соціального зчеплення між членами інгрупи та розмежування з аутгрупою.

Дискурси виступають засобами соціального контролю та вагомим суспільним ресурсом: «Я вважаю, що в будь-якому суспільстві виробництво дискурсу одночасно контролюється, піддається селекції, організовується і перерозподіляється за допомогою деякого числа процедур, функція яких – нейтралізувати його владні повноваження і пов'язані з ним небезпеки, приборкати непередбачуваність його події, уникнути його такої повноцінної, такою загрозливою матеріальності»[Фуко, 1994, с. 50].

Саме за політичними інститутами закріплено право розпоряджатися дискурсами. М.Вебер розглядав державу (в «Політиці як покликані та професії») як основного монополіста насилля, а політику як мистецтво управляти чужими руками. Виробництво дискурсів є чи не найсильнішим ідеологічним інструментом влади і це право вона довгий час залишала за собою. Можливо

насилля й є зручним способом нав'язування своєї волі, але воно не дозволить укріпити позиції довгострокового панування.

Тому в цілому не можемо не погодитися з авторкою: «Заборона на дискурс розкриває його зв'язок із владою та бажанням. Дискурс – це влада, якою намагаються заволодіти, як це не дивно, за допомогою дискурсу» [Соболевська, 2013, с. 9].

Інші суспільні інститути не мають такого привілею, хоча й приймають участь у формуванні суспільної системи, на них перекладаються різноманітні функції, які покликані підтримувати статус-кво чи формувати необхідний порядок денний. Наприклад, освітня система є одним з основних соціальних інститутів, через який відбувається соціальна інклюзія, відбувається перехід від сім'ї як малої групи до етапу громадської соціалізації вторинної соціалізації. Саме в межах інституту освіти відбувається ознайомлення з іншими та фізичним простором, місцем у ньому, точніше відбувається насадження пануючих дискурсів, але це не означає існування однаковості у сприйнятті сформованих дискурсів. Одні й ті ж історичні події можуть висвітлюватися по різному, можливо, саме становище поняття дискурсу найкращим чином втілює розрізнення між загальнофілософськими категоріями «істини» та «правди».

Інтерації між індивідами дозволяють підтримувати існування дискурсів. Дискурс сам собі немає ані своєї форми, ані змісту, вони існують завдяки мовленими транзакція між людьми.

«Справжній істинний дискурс, хоча й існує завдяки волі до істини, але не здатний її розпізнати, відокремити від себе, і домінантна воля до істини завжди закривається глобальною істиною, яку ця воля впроваджує (так само, як процес мовлення перекривається його змістом)» [Соболевська, 2013, с. 10].

Чи може існувати об'єктивна історія в еру національних держав, чи навіть в умовах глобального суспільства, де контроль над дискурсами є дещо спрощеним, бо існують суб'єкти, що професійно займаються винесенням порядку денного?

Роланда Барта зараховують до класиків семіотики, поняття дискурсу є центральним у його творчості, суспільство мислиться ним як сукупність взаємодіючих дискурсів. Під дискурсом він розуміє понадфразові словесні комплекси (sets of words beyond the level of the sentence), які самі можуть бути розглянуті як знаки.

Ідейна течія, в якій мислить автор, аж ніяк не є соціологічною та зародилася в межах лінгвістики, з текстів стає очевидним, що Роланд Барт намагається застосувати ідеї Jakobson та Soseura до опису текстів соціальної реальності, тому й основними поняттями, якими він оперує є позначник як знак, та позначуване як значення, які формують сенси/смисли.

Центральним питанням для автора є розгляд об'єктивного статусу історичної науки, бо вважалося історія ототожнювалася до істини, але ним було доведено протилежне. Можливо й існує якоесь об'єктивна історія, як абстрактний ідеал, який точно описує реальність, проте будь-який історик є ніким іншим як оповідачем, який може бути: і безпосереднім свідком подій, і активним учасником, і зовнішнім спостерігачем, який вивчає письмові документи чи просто слухачем, чи очевидцем, а отже, історики, очевидно, не відображають реальність як таку, а конструюють її в процесі ведення свого оповідання, історія не переповідається, а твориться в процесі ведення мовлення.

Автор передчуває кризу пануючої об'єктивності в умовах тотальної суб'єктивності. Історія конститується як те, що має право на твердження істини, як фактуальна інформація. В семіотиці ж наголошується на нетотожності знаку і значення. Барт розглядає історію як міф колозначущих символів.

В цьому міфі існують дві семіологічні системи, одна з яких частково вбудовується в іншу. Мова підпорядковується міфу, який ґрунтуючись на ній вибудовує власну систему, сам автор називає його метамовою, бо «це є другою мовою, на якій говорять про першу», в цьому випадку мовний знак розглядається лише в контексті його ролі в міфі. Згідно з ним будь-яка семіологічна система



базується на відношенні між Signifier (Позначник) Signified (Позначуване), а також Sign (Знак), який є результатом їх асоціації і який є змістовним, несе смисл. Звичайно, між вище згаданими елементами існують певні функціональні зв'язки, що може ускладнювати аналіз. Результуючим елементом першої семіологічної системи (language) називають знаком або смислом, або сенсом, а відповідно він же є початковим елементом для другої семіологічної системи (myth) — формою, другий елемент — концептом та третій — значенням. Позначуване міфу двозначне: воно є одночасно і смислом и формою, заповненою і в то же час пустою, відірваною від реальності.

Автор піднімає питання чи справді має історія статус незаперечного факту, факти, що транслюються є істориками є скоріше позначниками, а їх позначуваням стають смисли, які історик приписує цим фактам у вольовому порядку.

В межах семіотичного підходу, вивчаючи співвідношення між знаком позначуваням, автор стверджує, що історики також є суб'єктивними оповідачами, незважаючи на будь-які мовленеві прийоми, що застосовуються за для відмежування від подій текстів. Продовжуючи думку автора можна стверджувати, що й самі персоналі перестали бути особами, вони стали жертвами свої дискурсів, їх імена не існують окремо від них.

«Референт же історичного дискурсу більше не існує, за твердженням Барта, він може бути досягнутим лише в цьому самому дискурсі» [Аникина, 2017, с. 2]. Варто зазначити, що ці референти існують як окремі нематеріальні неструктуровані неоднозначні сутності. Статус об'єктивності (чи правдивості) легітимізується іншими інституціями відповідно до пануючих груп інтересів та їх цілей.

Сьогодення не є виключенням у протистояннях за контроль над історичністю, який зокрема відбувається й у виробництві історико-культурних дискурсів. Одні й ті ж історичні персоналії та/чи події, референти історичного

дискурсу, трактуються в межах різних суспільних систем по різному. І ці відповідники можуть ставати підґрунтям для виникнення сучасних конфліктів. Насправді можна навести значну кількість прикладів, але обмежимося близьким історико-культурним та власне географічним простором: в наш час все частіше виникають проблеми через неузгодженість історичної пам'яті між Україною та Польщею; після ускладнення українсько-російських відносин різниця у розумінні історії проявилася теж яскраво. Особливості розбудованих історичної культури в межах суспільства, як вже зазначалося дещо раніше, безпосередньо залежить від владного режиму. Правильне подання історії є запорукою успіху її кристалізації, тому не можемо не погодитися з цього питання з Р. Бартом:

«Для того щоб Історія нічого не значила, потрібно, щоб дискурс зводився до ніяк не структурованих рядків записів: це відбувається в хронологіях і літописах (в чистому їх вигляді). Якщо ж історичний дискурс цілком збудований (можна сказати, "розглажений"), то викладені факти неминуче функціонують або як індекси, або як ядерні функції, ряд яких сам володіє значимістю індексу; і навіть якщо факти представляються в анархічно-неврегульованому вигляді, вони все одно будуть означати анархію і відсилати до якогось негативного поданням про людської історії» [Барт, 2003, с. 437].

Справді, у розрізі існування будь-якої держави ми може виділити періоди, в які персоналії, оповиті міфами, підносяться на верх порядку денного, дійсно, кожна епоха підносить свого героя. Кожен політичний режим вибудовує свої дискурси навколо цих образів, які, як вже згадувалося дещо раніше, згідно з М.Фуко є виступають засобами легітимації та підтвердження прав на владу.

### **Дискурс історії та соціальні рамки пам'яті**

Дискурси історії виступають несучими конструкціями, на яких ми вибудовуємо своє бачення подій минуло. Зрозуміло, що дискурси можуть описувати одні та ті ж події різними чином, відповідно формувати різні уявлення про минулу реальність, які навіть незважаючи на спільні джерела можуть бути

абсорбовані індивідуально. Подібно до порядку денного ми не можемо змусити, що думати про щось, проте можемо змусити думати про що саме. Представники націй чи навіть культур можуть мати у своїй пам'яті однакові значущі культурні коди.

Концепція соціальної пам'яті була запропонована Морісом Хальбваксом. Пам'ять ним розглядається як суто груповий феномен. Мова бачиться ним як основна форма, що створює способи вираження спільної пам'яті, вона виражається у: сукупності так званих «орієнтирів» соціально санкціонованих базових спогадів, що скріплюють пам'ять індивіда подібно каркасу; простору та часу як соціальних конструкцій; мова – найелементарніша і найстійкіша рамка колективної пам'яті.

Моріс Хальбвакс подібно до семіотиків та структурних лінгвістів теж виділяє мову як основну (колективну) форму, що створює спосіб вираження спільної пам'яті. Узагальнення індивідуальних досвідів конструює історичну подію, узгоджуючи її з соціальним контекстом сьогодення.

Історичні дискурси становляться ключовими жорсткими вузлами соціальної пам'яті, вони встановлюють рамки та тлумачення подій, вони дозволяють формувати ідентичність особи, що набуло особливої актуальності в умовах «рідинної сучасності», що може проявляється на глобальному, макро, мезо і мікро рівнях (етнічна, національна та інші види ідентичностей).

Моріс Хальбвакс виділяє два види пам'яті: колективну, яка є переважно усною, для пригадування потрібно принаймні дві особи, тривалість її існування обмежена тривалістю існування групи; історичну – що фіксується в текстах, безпосередньо пов'язана з державою та політикою. І в цій традиції вказується на участь держави у формуванні пам'яті та відповідно встановлення пануючих дискурсів, що підлягають трансляції.

Отже, дискурси історії використовуються в комунікативних процесах для конструювання соціальної реальності, при формуванні порядку денного може

бути інструментом, який дозволяє апелювати до суспільно значимих сенсів та викликати відповідні реакції.

## **РОЗДІЛ 2. Особливості дослідження дискурсу історії в сучасних медіа**

### **Характеристика українського медіапростору**

На сучасному етапі існує загальносвітова тенденція до скорочення споживання друкованих ЗМІ, яка стосується зокрема й України. Поширеність інтернету стрімко зростає за часи Незалежності, так Київським міжнародним інститутом соціології проводиться моніторинг динаміки користування інтернетом в Україні з 1997 року.

Станом на травень 2017 року охоплення мережею інтернет складає 63%, існують відмінності в охопленні серед різних вікових груп, загалом справджується твердження, що чим молодша група, тим більшою в її складі є частка людей, що користуються інтернетом, також існує залежність між інтернетизацією та типом населеного пункту, де зі збільшенням розміру населеного пункту збільшується частка користувачів інтернету. Також схожі результати було отримано в дослідженні Factum group (здійсненим за замовленням Інтернет асоціації України). Було отримано значення у 63%, 65%, 63% відповідно для I, II, IV кварталу 2018 року. Отже, загальною тенденцією є збільшення частки користувачів інтернету в Україні [Харченко, 2017].

Також цікаві супутні метрики були опубліковані в дослідження «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні», здійсненого соціологічною компанією InMind за фінансування USAID. Відповідно до результатів констатується, що телевізійні ЗМІ залишаються першим джерелом медіаспоживання, також варто зазначити, що телебачення охоплює найширшу аудиторію в Україні, скорочується споживання радіо та друкованих видань, відзначається зростання аудиторії інтернет ЗМІ.

Блок питань щодо користування засобами масової інформації демонструє, що скорочується споживання телебачення, хоч і його охоплення залишається найбільшим, а також зменшується споживання радіо та друкованих видань,

натомість покращуються позиції новинних сайтів та соціальних мереж як джерел новин.

Також в дослідженні вимірюється цікавий показник довіри до ЗМІ. Зважаючи на проведені 4 хвили можна розглянути динаміку зміни показників (див. Табл. 2.1.). Найнижчий рівень довіри в цілому спостерігається для російських ЗМІ, що, очевидно, пояснюється складними геополітичними умовами.

Медіа групи різних типів ЗМІ все частіше переходять в інтернет середовище, що можна пояснити з огляду на загальний економічний спад та з переходом все більшої частки потенційної аудиторії в інтернет середовище. В той же ж час отримані дані фіксують, що рівень довіри до інтернет-медіа поступово наближається до телебачення, що, либонь, опосередковано може свідчити й про становлення формату українських інтернет-медіа.

Таблиця 2.1.

Запитання: «Наскільки Ви довіряєте новинам?» (показана частка тих, довіряє повністю або скоріше довіряє), %

| Група ЗМІ           | Тип медіа | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------------|-----------|------|------|------|------|
| Загальнонаціональні | ТБ        | 61   | 58   | 54   | 61   |
|                     | Інтернет  | 47   | 52   | 48   | 58   |
|                     | Друковані | 34   | 31   | 28   | 39   |
|                     | Радіо     | 39   | 36   | 33   | 33   |
| Регіональні         | ТБ        | 51   | 52   | 46   | 56   |
|                     | Інтернет  | 40   | 45   | 42   | 52   |
|                     | Друковані | 36   | 33   | 31   | 34   |
|                     | Радіо     | 35   | 32   | 30   | 35   |
| Російські           | ТБ        | 4    | 3    | 6    | 4    |
|                     | Інтернет  | 8    | 7    | 10   | 10   |
|                     | Друковані | 3    | 2    | 6    | 4    |
|                     | Радіо     | 3    | 2    | 6    | 3    |

Джерело: [https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS\\_FULL\\_UKR.pdf](https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS_FULL_UKR.pdf)

Схожі тенденції також були зафіксовані у дослідження «Української асоціації видавців періодичної преси», згідно з отриманими даними «інтернет-сегмент рекламного ринку України за п'ятирічний період (2008-2013) виріс більше ніж на 1000%. При тому, що найближчий з точки зору росту до нього сегмент – радіо – показав тільки 212% збільшення. Всі інші коливаються в межах 90-165%. Це можна інтерпретувати як непрямий показник росту всього ринку інтернет-медіа в Україні загалом. Подібна тенденція продовжується і після 2014 року до сьогодні підсилюючись економічним спадом внаслідок російсько-української війни, коли друковані видання або закриваються, або продовжують мігрувати в інтернет» [Чернявський, 2014].

Також варто зазначити на тому, що всі сучасні українські медіа не є прибутковими організаціями та є власністю окремих груп інтересів (переважно олігархічного прошарку), що в цілому відповідає особливостям функціонування ЗМІ в умовах української демократії.

### **Польсько-український проект дослідження історичної культури**

Дослідження пам'яті є популярним сучасним міждисциплінарним дослідницьким напрямом, що займається вивченням пам'яті як інструменту запам'ятовування минулого, що має ще більшу актуальності в умовах сучасного надінформатизованого простору. Пам'ять, як було розглянуто в попередніх розділах, є аж нічим іншим як способом конструювання подій минулого, які визначаються локальними (окремими) контекстами сьогодення. Цілком закономірно, що в умовах мінливої сучасності відносно стійкі дискурсивні повідомлення «минулого» займають чільне місце у сприйнятті сьогодення, у спрощені індивідуального та/чи групового соціального конструювання сьогодення та формування порядку денного.

Пріоритетність відтворення тих чи інших дискурсів, певно, можна пояснити через велику кількість термінів.

Виділення ключових історичних дискурсів, що мають вагу у формуванні порядку денного надзвичайно складна задача, яка потребує врахування специфіки, зокрема регіональної, «відносно однорідного за своїм складом» населення України. Саме таку спробу було здійснено в польсько-українському проекті «Історичні культури в процесі трансформації».

В Україні було проведено кількісне дослідження, методом CAPI, було сформовано стохастичну стратифіковану (відповідно до чисельності населення у окремих областях та міських сільських поселеннях) вибірку сукупність репрезентативну населенню України старше 18 років (без врахування зони АТО та тимчасово окупованих територій).

У даному дослідженні респондентів попросили також виразити своє ставлення до 13 явищ, подій та процесів з історії Польщі та України періоду ХХ століття. У кожній країні питали про інші процеси. Відбираючи ці події до списку, зосереджено увагу на питаннях, які, по-перше, видавалися важливими для оцінки польсько-українських історичних відносин та, по-друге, щодо яких в останніх роках викликали численні суперечки в публічній дискусії, як всередині кожної з країн, так і у двосторонніх стосунках між ними. Завданням респондентів було вказати чи дана подія або процес мали позитивний, нейтральний чи негативний вплив на подальшу долю країни та її жителів [Стриєк, 2018, с. 48].



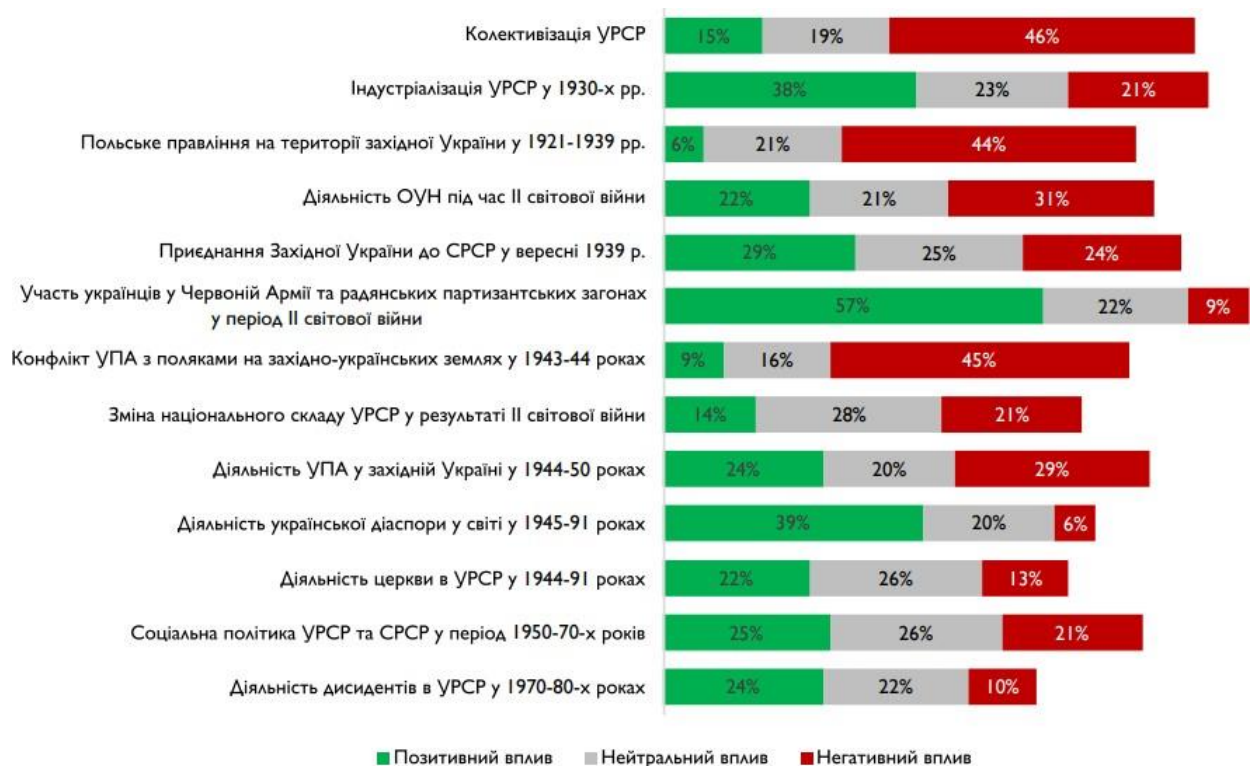


Рис. 2.1. Оцінка фактів, явищ та подій з історії України ХХ ст.

Джерело: [http://konieczna-salamatin.eu/pliki/Raport\\_ukr.pdf](http://konieczna-salamatin.eu/pliki/Raport_ukr.pdf)

Отже, дослідниками було виділено основні історичні дискурси, які є актуальними для розгляду українсько-польські відносин в історичному вимірі та власне дискусійні питання, відносно яких і збиралися оцінки подій (Рис.2.1.) та персоналій (Рис.2.2.), подаємо скорочений варіант даних щодо історичних постатей, що стосуються нашого дослідження.



Рис.2.2. Ставлення до історичних постатей Й.Сталіна та С.Петлюри в Україні.

Джерело: [http://konieczna-salamatin.eu/pliki/Raport\\_ukr.pdf](http://konieczna-salamatin.eu/pliki/Raport_ukr.pdf)

Статистики наводяться тому, що саме ці виділені історичні категорії були в подальшому покладені в основу ключових слів, що використовувалися при формуванні вибіркової сукупності яко такі, що містять актуальні відтворювані

історичні дискурси. В самому проекті охоплено набагато ширше коло важливих соціальних історико-культурних питань.

### **РОЗДІЛ 3. Контент-аналітичне дослідження дискурсу історії як складової порядку денного в українських медіа**

#### **Обґрунтування вибору методу**

**Методом дослідження** було обрано контент-аналіз. Вибір методу контент-аналізу пояснюється діджиталізацією сучасного суспільства в інформаційному просторі. Зосередження дослідницького інтересу на інтернет-сайтах видань пояснюється поступовим переходом медіа до розповсюдження матеріалів в мережі інтернету, що в контексті українського суспільства підтверджується поступовою інтернетизацією населення та власне кількістю відвідин ресурсів. Перевагу було надано текстовим ЗМІ у зв'язку з поширеністю матеріалів та можливістю здійснення кодування великих масивів даних.

Група контент-аналітичних методів є достатньо гнучкими у застосуванні до текстів, а стандартизація методики дослідження дозволяє об'єктивно підходити до розгляду кожного конкретного кейсу. Контент-аналітичні дослідження мають достатньо довгу історію використання для аналізу засобів масової інформації, повідомлень газет чи то теле- та радіопередач, фільмів, публічних виступів та інших видів відносно однорідних сукупностей документів.

«Метод контент-аналізу, незважаючи на чітку методологічну розробленість, адаптується та трансформується відповідно до пануючих уявлень про сутність та можливості комунікативних процесів, їхнє місце й роль у суспільстві, а також у рутинних процесах повсякденних взаємодій людей. Хоча багато дослідників стверджують, що кожна методологія контент-аналізу є унікальною, бо ґрунтується на оригінальному баченні конкретної теми/проблеми, усе ж таки процедура будь-якого контент-аналізу дотримується стандартної дослідницької логіки й орієнтується на загальновизнані критерії» [Іванов, 2018, с. 7-8].

**Емпіричний об'єктом** виступають текстові матеріали, що містять історичну тематику, що були опубліковані українськими виданням в період з 9 березня по 8 квітня 2018 року.

**Одиницею аналізу** виступає один відповідний текст, що містить історичну тематику.

#### **Гіпотези:**

1. Міра насиченості історичною тематикою серед виділених документів є переважно невисокою (спрацьовують нижні пункти шкали «Частка історії»).
2. Українські медіа переважно формують порядок денний переважно політичним спектром.
3. Існують відмінності у висвітленні сучасних подій та посиланнях на історію між виділеними групами українських медіа, залежно від їх ідеологічно-політичного спрямування та охоплення аудиторії.

#### **Відбір матеріалів вибіркової сукупності**

Наше контент-аналітичне дослідження базується на базі порівняльного польсько-українського дослідження «Kultury historyczne w procesie przemian» («Історичні культури в процесі трансформації»), нами було обрано частину масиву, що містить публікації, що репрезентують тематичний український медіа-простір 2018 року. Період охоплення з 9 березня по 8 квітня, за який було опубліковано 1190 матеріал, що були відібрані за ключовими слова. Нами було обрано саме цю частину масиву, тому що він був зібраний у «звичайний» період, на відміну від масиву за 2019 рік, який є ювілейним та відповідно одразу більш орієнтованим на історичну тематику за кількістю та обсягами текстів, здійснений вибір має забезпечити репрезентацію типового висвітлення історії в медіа.

До складу масиву увійшли 531 повідомлень з інтернету, 646 з преси та 13 з телебачення. Тексти написані українською та російською мовою (614 та 576 тексти відповідно).

Вибіркову сукупність та методику відбору документів в межах українського проекту було розроблено Л.Малес та Б.Мотузенком, чому було присвячено розділ «Посилання на історію в українських медіа» у колективній монографії «The Politics of Memory in Poland and Ukraine: From, Reconciliation to De-Conciliation», яку готує до друку видавництво Routledge book.

Зокрема було здійснено класифікацію видань за групами медіа. До вибіркової сукупності дослідження було включено 76 українських медіа видань. Серед них 39 – преса, 8 – телебачення, 29 – інтернет видання, які в свою чергу були поділені на загальнонаціональні – 53 та регіональні – 23. Здійсненою класифікацією видань буде використання мною далі для здійснення порівнянь за виділеними групами кодів.

Моя емпірична частина базується на масиві даних зібраних у дослідженні, тому в цілому поділяю методику відбору текстів запропоновану дослідницькою групою: «Базовим критерієм відбору медіа-публікацій стали згадки в текстах основних етапів історії ХХ сторіччя, починаючи від розпаду Австро-Угорської та Російської імперій через Другу світову війну і закінчуючи здобуттям незалежності наприкінці сторіччя. Було сформульовано вісімнадцять ключових слів відбору, ними стали як події, явища та процеси, (“універсали”, “Визвольні змагання”, “Друга світова війна”, “Застій”, “Голодомор”, “Голокост”, “хрущовська відлига”, “індустріалізація”), так і персони чи групові історичні суб’єкти (“Петлюра”, “Сталін”, “Розстріляне Відродження”, “більшовики”, “УПА”, “радянська армія”, “КДБ”, “дисиденти”, “шістдесятники”, “Народний рух України”)).».

Саме за допомогою ключових слів було відібрано публікації, обрані категорії дозволяють уловити пануючі дискурси, що транслиуються медіа, за допомогою яких і здійснюється формування порядку денного з посиланням на історію.

В межах проекту дослідниками було здійснено класифікацію медіа, було виділено наступні групи: без чітких ідеологічних вподобань (були поділені на

популярні та аналітичні відповідно 29 та 6 видань), проросійські (6 видань), україноцентричні (6 видань), профільні (6 видань) та регіональні (23).

Розроблена авторська методика була орієнтована на користь популярних масових видань та врахування особливостей представлення різних груп медій та їх аудиторії. Введемо дослівну цитату, що ілюструє логіку формування вибіркової сукупності: «У формуванні вибірки ми намагалися взяти до уваги охоплення аудиторії, наклад та тип медійного джерела, тож, до вибірки потрапили медіа ресурси, що максимально наближені до формату масового видання на відміну від індивідуальних просвітницьких ресурсів. Також при формуванні переліку медій для моніторингу було зроблено спробу врахувати специфіку нішевих, авторських проєктів та агенцій, розрахованих на різні аудиторії: наприклад, сільське населення (“Сільські вісті”), релігійна аудиторія, (ТБ “Глас”), громадський сектор (“Громадське”), інформаційні агенції, що належать різним власникам (УНН, УНІАН), авторські популярні і аналітичні ресурси (“Гордон” та “Хвиля”)).».

### **Розробка інструментарію дослідження**

Шлях формування набору категорій: експертно-пошуковий. В ході розробки інструментарію ми спочатку звернулися до наробків журналістики, соціології, лінгвістики, на базі чого було сформовано набір категорій, який було апробовано на незначному стохастичному підмасиві документів основного масиву, в результаті були внесені правки та доповнення кодифікатора. Використану версію кодувальної шкали подано в додатку А.

Кодування відбулося у два етапи: у перший було загалом опрацьовано масив з застосуванням кодифікатора, на другому етапі, після ознайомлення з наповненням масиву було здійснено аналітичне групування основних подій, що стосуються сучасності, а також було виділено основну історичну тему, що розкривається в повідомленні.

Тип кодування: маніфестно-латентне. Відбір матеріалів у польсько-українському проєкті відбувався шляхом маніфестного кодування,

автоматизовано за дещо вище вказаним переліком ключових слів. В свої ж дослідницькій роботі мною було здійснено латентне кодування, що було зроблено на базі комп'ютерної програми спрямованої на контент-аналітичні дослідження – Atlas.ti 8 з ліцензією Польської академії наук (Polska Akademia Nauk) на ноутбучі переданому спеціально для реалізації проекту.

У випадку нашого масиву було розглянуто тексти переважно публіцистичного характеру, написаними журналістами, за для врахування специфіки повідомлень нами було залучено категорію «Жанр», при її формуванні ми в цілому посилаємося на загальну класифікацію жанрів в журналістиці. Для одного тексту присвоювався лише один код, який максимально відповідав фактичному тексту. Іноді траплялися тексти, до яких можна було застосувати декілька виділених жанрів, проте ми орієнтувалися на його основні характеристики та кодували лише одним кодом, зважаючи на попередньо розроблений словник-інструкцію. В ході проведення апробації інструментарію нами також було виділено нову окрему субкатегорію «Рекламне повідомлення», яка переважно застосовувалася до афіш театральних вистав та повідомлень про вихід кінострічок.

Категорія «Інфопривід» вводилася для визначення сьогоденної причини появи тексту.

Також було вирішено встановити критерій оцінки насиченості текстів історичною тематикою, для цього було введено категорію «Частка історії».

Варто зазначити, що під історією ми розуміємо всі події, що відбулися до 1991 року, що було закладено в проєкті. Така фіксація історії пояснюється тим, що саме в цей час відбулися тектонічні зміни у міждержавному статусі-кво, почали відбуватися значимі трансформації державних альянсів, поширення демократії та занепад комуністичної ідеології, українцям вдалося відстояти своє право на втілення історичного універсуму. Також зокрема таку переломну точку було визначено й обґрунтовано дослідницькою групою польсько-українського проєкту.

Розроблена шкала в цілому спрацювала для всього масиву документів, найлегшими та найбільш об'єктивними у присвоєнні коду стали субкатегорії, що відображають мінімальну та максимальну частку історії (відповідно «Слово, словосполучення, речення» та «Частка історії більше 90%»). Подрібнення шкали було здійснено для здійснення порівнянь між текстами за насиченістю історичною тематикою, було вирішено розбити на 5 відносно рівних частин, проте в ході кодування було виділено окрему субкатегорію «більше 10%», яка створює ширші можливості для здійснення порівнянь між текстами.

Також на останньому етапі дослідження мною було здійснено групування повідомлень за основними подіями сьогодення, що в них розглядаються

### Словник-інструкція

1. **Жанр** публікації – стійкі форми або типи журналістських творів, об'єднаних схожими змістовними та формальними ознаками. Код присвоюється власне заголовку.
  1. **Новина** – коротке повідомлення про подію сконцентроване на її основній рисі (історична новина).
  2. **Репортаж** – публікація очевидця з місця події в хронологічному чи узагальненому вигляді.
  3. **Інформаційне повідомлення, стаття** – повідомлення про подію, з коротким описом обставин, рис і характеристик події (історична стаття).
  4. **Інформаційна довідка** – наведення статистичної соціологічного іншого довідкового матеріалу, фактажу, даних, у цифровому, описовому чи візуальному (інфографіка) вигляді.
  5. **Аналітична стаття, огляд** - розгорнута публікація з аналізом причин наслідків визначної події, групи подій, тенденції, з залученням коментарів експертиз фактів, думки автора публікації (історична аналітика).
  6. **Художньо-публіцистичні тексти** представляють авторські враження про події чи явища, думки, роздуми стосовно тих чи інших проблем. До цих жанрів



належать есе, нарис, фейлетон, памфлет. Художньо-публіцистичні жанри можуть носити експресивний характер (замальовки, есе, очерки).

7. **Авторський текст** — колонка, публікація, блог — що яскраво виражають позицію, думку цінності автора.
8. **Інтерв'ю** — це опублікована в медіа бесіда між акторами, один з них виконує роль інтерв'юера, а інший респондента з обов'язковою фіксацією відповідей (індивідуальне чи колективне, також бліц, окрема думка).
9. **Шоу-жанри** — гумористичні художньо-публіцистичні повідомлення (фельєтон, анекдот пародія, конкурс і т.д.).
10. **Рекламне повідомлення** — повідомлення з інформацією щодо певного культурного заходу (події).
11. **Інше** — тексти однозначну жанрову специфіку важко встановити.
2. **Інфопривід** — сьогоденна подія-причина появи публікації. Виділяється найкоротший, але максимально точний по змозі фрагмент, що втілює формулювання.
3. **Тема пов'язана з історією** — основна історична тема, що залучається в тексті. Виділити найкоротший по змозі фрагмент, що втілює формулювання.
4. **Тема пов'язана з сучасністю** — основана тема, що пов'язана з сучасністю, що розглядається в тексті. Виділити найкоротший по змозі фрагмент, що втілює формулювання.
1. **Політична** — повідомлення, що стосуються сфери політики. Відсилають до політичних акторів, інститутів, організацій, міжнародних політичних подій, резонансних внутрішніх та зовнішніх подій.
2. **Економічна** — повідомлення, в яких економічна тема є основною.
3. **Культурна** — повідомлення тема яких пов'язана з культурними цінностями.
4. **Соціальна** — новинні повідомлення, що стосуються соціальних груп людей та взаємодії між ними.
5. **Основна тема** — застосовується додатково до фрагменту тексту закодованим як «Тема пов'язана з історією» або «Тема пов'язана з сучасністю. Додається до виділеного фрагмента-формулювання теми.

6. **Частка історії** в публікації як код, який присвоюється власне заголовку.  
Категорія відображає насиченість тексту історією
  1. **Слово**, словосполучення, речення
  2. **ДО 10%** тексту – фрагментарна згадка
  3. **До третини**. Присутність як обставина, умова, частина змісту
  4. **Близько половини**
  5. **Дві третини**
  6. **Більше 90%** стаття (майже) повністю присвячена історії
7. Фіксація **часу** в публікації через виділення фрагментів і їх кодування
  1. **Минуле** – зафіксоване ключовим словом ХХ сторіччя.
  2. **Минуле-минуле** – до фіксованого нами ХХ сторіччя.
  3. **Минуле-сучасне біографічне** – коли згадуються події життя живої людини
  4. **Сучасне** – від 1991 року.
  5. **Майбутнє** – непрямі вказівки на прогноз передбачення проєкцію, побоювання щодо розвитку подій на майбутнє
  6. **Майбутнє-майбутнє** – конкретний прогноз (та його опис) що базовані на зв'язку між сучасним та майбутнім
  7. **Спадковість** ілюстрація взаємозв'язку між сучасними подіями та подіями минулого.

Таблиця 3.3.

#### Традиційний аналіз документів

| 1. Що являє собою документ (його вид, форма)? | Основа класифікації                 | Вид       | Особливості                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                               | За статусом документального джерела | офіційний | Загалом статус даного цього документу можна означити, як офіційний, оскільки повідомлення ЗМІ, розглядаються як офіційні заяви, що |

|                                                         |                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                     |                                                                               |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
|                                                         |                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                     | носять протокольний характер.                                                 |
|                                                         | <b>За мотивами створення документу</b>                                                                                                                                                                   | неспровокований                                                                                     | Документи, створені за ініціативою самих авторів чи відповідних видань.       |
|                                                         | <b>За носієм інформації</b>                                                                                                                                                                              | письмово-іконографічні                                                                              | Друковані джерела нематеріальних текстів з використанням друкованих символів. |
| <b>2. Який його контекст?</b>                           | Сучасні українські медіа, що висвітлюють актуальні сучасні та історичні проблеми.                                                                                                                        |                                                                                                     |                                                                               |
| <b>3. Хто автор?</b>                                    | Група авторів. В кожному з видань будь-яка окрема стаття є авторською. В окремих випадках особу автора встановити не можна, в такому випадку за автора вважається видання, що опублікувало повідомлення. |                                                                                                     |                                                                               |
| <b>4. Яка мета створення документа?</b>                 | Інформування.                                                                                                                                                                                            |                                                                                                     |                                                                               |
| <b>5. Яка надійність документа?</b>                     | Завдяки специфіці предмета дослідження, ні статус, ні мотив створення документу не впливає на його надійність. Його надійність варто пов'язати з статусом джерел, що публікують повідомлення.            |                                                                                                     |                                                                               |
| <b>6. Яка достовірність зафіксованих у ньому даних?</b> | <b>Позиції оцінки достовірності</b>                                                                                                                                                                      | <b>Ступінь достовірності документа</b>                                                              |                                                                               |
|                                                         | <b>Статус документального джерела</b>                                                                                                                                                                    | Публікації інформаційних повідомлень щодо актуальних проблем.                                       |                                                                               |
|                                                         | <b>Наявність процедур контролю</b>                                                                                                                                                                       | Дослідник має змогу перевірити біографічний зміст повідомлень в інших джерелах на суміжну тематику. |                                                                               |
|                                                         | <b>Відсутність фактуальної інформації</b>                                                                                                                                                                | Позиція автора залежить від власне автора, типу тексту та джерела, в якому публікується текст.      |                                                                               |
|                                                         | <b>Мотиви створення</b>                                                                                                                                                                                  | Зміст документів може торкатися інтересів автора та/чи окремих груп                                 |                                                                               |

|                                                             |                                                                                                                                                                 |              |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
|                                                             | <b>документу</b>                                                                                                                                                | інтересів.   |
|                                                             | <b>Умови створення документу</b>                                                                                                                                | Достовірний. |
| <b>7. Який суспільний резонанс документа?</b>               | Документи ознайомлюють зі світовими подіями у розрізі минулого та/чи сучасності.                                                                                |              |
| <b>8. Який фактичний зміст документа?</b>                   | Висвітлення актуальних подій сьогодення та минулого.                                                                                                            |              |
| <b>9. Які висновки можна зробити щодо автора документа?</b> | Єдиний автор відсутній. Авторами є журналісти відповідних видань, серед них представлені як жінки, так і чоловіки. Публікації українською та російською мовами. |              |

### Аналіз масиву отриманих даних

В цьому розділі ми оглянемо отримані значення у вигляді одномірних таблиць щодо основних категорій, що застосовувалися в дослідження. Під час виконання аналізу отриманих даних ми користувалися внутрішніми інструментами Atlas.ti 8, а також деякі інші обрахунки було здійсненні за допомогою табличного процесора MS Excel.

За допомогою аналізу суміжності кодів, коли різними кодами кодується спільний фрагмент тексту, було виявлено, що інфопривід виникнення повідомлення майже в половині випадків співпадає з основною темою пов'язаною з сучасністю. Для більшості повідомлень характерно орієнтація на висвітлення подій сьогодення. Щодо повідомлень, в яких основною є тема пов'язана з історією, то 115 (див. Табл. 3.4.3) повідомлень з 417 (27,57%) складають повідомлення, що зовсім не містять сучасної теми та повністю присвячені історії.

Інфопривід достатньо часто співпадає з темою пов'язаною з сучасністю, можна пояснюється тим, що більша частина повідомлень складають короткі новинні повідомлення. Суміжність інфоприводу та теми пов'язаної з історією можна означити як свідчення визначальності окремих історичних подій у формуванні порядку денного.

Таблиця 3.4.1.

#### Суміжність категорій

|                                    | <b>Інфопривід</b> | <b>Тема пов'язана з історією</b> | <b>Тема пов'язана з сучасністю</b> | <b>Основна тема</b> |
|------------------------------------|-------------------|----------------------------------|------------------------------------|---------------------|
| <b>Інфопривід</b>                  | —                 | 112                              | 502                                | 417                 |
| <b>Тема пов'язана з історією</b>   | 112               | —                                | 145                                | 415                 |
| <b>Тема пов'язана з сучасністю</b> | 502               | 145                              | —                                  | 920                 |
| <b>Основна тема</b>                | 417               | 415                              | 920                                | —                   |

## Категорія «Жанр»

| Субкатегорія                  | Значення  |             |
|-------------------------------|-----------|-------------|
|                               | Абсолютне | Відносне, % |
| Новина                        | 598       | 50,25%      |
| Репортаж                      | 5         | 0,42%       |
| Інформаційне повідомлення     | 203       | 17,06%      |
| Інформаційна довідка          | 7         | 0,59%       |
| Аналітична стаття             | 90        | 7,56%       |
| Художньо-публіцистичні тексти | 7         | 0,59%       |
| Авторський текст              | 88        | 7,39%       |
| Інтерв'ю                      | 85        | 7,14%       |
| Шоу-жанр                      | 1         | 0,08%       |
| Рекламне повідомлення         | 40        | 3,36%       |
| Інше                          | 66        | 5,55%       |
| $\Sigma$                      | 1190      | 100,00%     |

Отже, зважаючи на отримані дані можемо зазначити, що найбільш популярним способом подачі інформації, що застосовується українськими медіа, навіть зважаючи на вибірковий критерій – апеляцію до історії у повідомленнях, є новинні повідомлення, що характеризуються відносно невеликим обсягом та концентрацією на події (50,25% від загальної кількості), варто зазначити, що такі повідомлення були переважно зосереджені на подіях сьогодення. Іншим достатньо популярним форматом виявилися інформаційні повідомлення (17,06%). Особливість цих повідомлень полягає на більшій зосередженості на

подіях, під час кодування до них зараховувалися й деякі повідомлення з виключно історичною тематикою зважаючи на специфіку подачі інформації. Іншими цікавим спостережуваним жанром стали аналітичні статті (7,56%). Далі з приблизно однаковою частотою йдуть авторські тексти (7,39%) та інтерв'ю (7,14%). На етапі кодування у визначенні належності повідомлень до цих субкатегорій сумнівів не виникало, проте варто зазначити, що аналізуючи повідомлення-інтерв'ю з застосування інших категорій часом викликали труднощі через важливість збереження однозначності та дотримання запланованого дизайну дослідження. Іншим жанром, який виявився достатньо частотним, стали рекламні повідомлення (5,56%), лівова частка цих повідомлень склали афіші культурно-масових подій. Інші типи повідомлень не виявилися достатньо представленими, очевидно, зважаючи на особливості формування вибіркової сукупності. Окремо варто зазначити, що до субкатегорії «Інше» (5,55%) переважно увійшли тексти визначити жанрову специфіку яких не було можливим чи занадто змістовно розпорошені тексти.

Таблиця 3.4.3.

Категорія «Тема пов'язана з сучасністю за суспільними сферами»

| Субкатегорія                         | Значення  |             |
|--------------------------------------|-----------|-------------|
|                                      | Абсолютне | Відносне, % |
| Політична                            | 626       | 52,61%      |
| Економічна                           | 16        | 1,34%       |
| Культурна                            | 155       | 13,03%      |
| Соціальна                            | 278       | 23,36%      |
| Тема пов'язана з сучасністю відсутня | 115       | 9,66%       |
| Σ                                    | 1190      | 100,00%     |

Дана категорія була введена як альтернатива аналітичному групуванню повідомлень за сучасними темами задля здійснення максимально однозначної категоризації текстів, бо далеко не всі тексти можна було звести в групи за певними основними подіями сьогодення. Отримані результати підтверджують значимість політичної підсистеми суспільства, зокрема у формуванні порядку денного. Не у всіх повідомлення містилася тема пов'язана з сьогоденням, за для врахування цього нами було застосовано субкатегорію «Тема пов'язана з сучасністю відсутня», тобто отримані 115 текстів (9,66% від масиву) є такими, що сфокусовані виключно на історичній тематиці.

Таблиця 3.4.3.

Категорія «Частка історії»

| Субкатегорія | Значення  |             |
|--------------|-----------|-------------|
|              | Абсолютне | Відносне, % |
| Слово        | 447       | 37,56%      |
| До 10%       | 156       | 13,11%      |
| До третини   | 251       | 21,09%      |
| Половина     | 51        | 4,29%       |
| Дві третини  | 48        | 4,03%       |
| Більше 90%   | 237       | 19,92%      |
| $\Sigma$     | 1190      | 100,00%     |

Дана категорія була введена задля вимірювання насиченості текстів історичною тематикою. Варто зазначити, що в цілому частка менш насичених історією текстів є більшою, ніж насичених. Таким чином, заважаючи на отримані значення, можна стверджувати, що структура текстів за насиченістю історією здійснюється за принципом Парето: частка текстів: малонасичені («Слово», «До 10%», «До третини») разом складають 71,76% та відповідно насичені «Більше 90%» – 19,92%, які, зважаючи на ознайомлення зі змістом текстів ході кодування, фактично покривають та розкривають більшу частину історичних тем.



В групуванні тем за історичною тематикою ми переважно користувалися набором категорій запропонованим у дослідженні, наводимо отримані значення (див. Рис.3.4.1.)

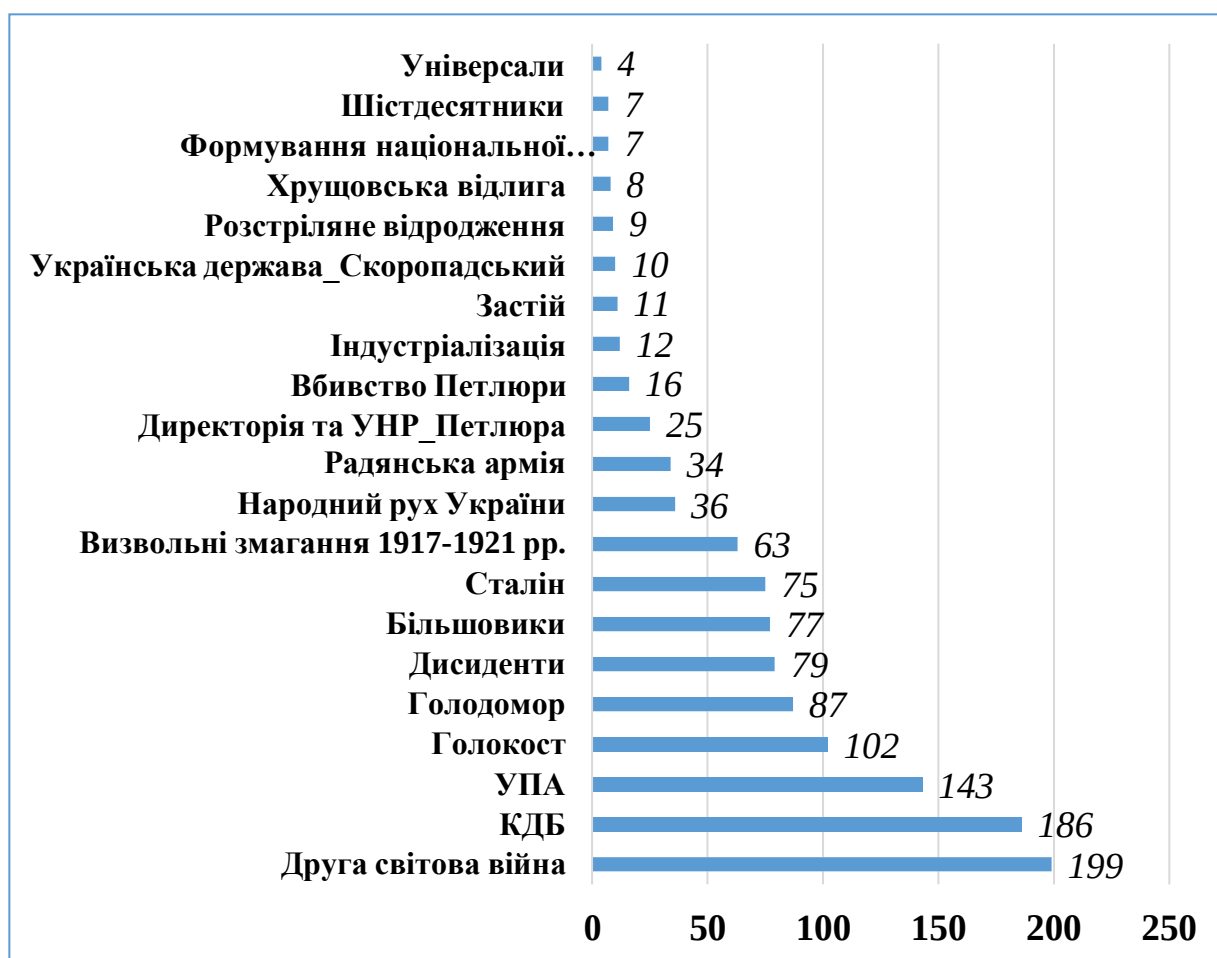


Рис.3.4.1. Групування тем за історичною тематикою

В цілому можемо припустити, що отримані значення можна пояснити травматичним характером окремих подій, які фактично є такими собі «метакодами», що містять множини менш масштабних подій і які можуть бути описані за допомогою цих кодів, до них зокрема належить найбільш частотні: Друга світова війна, КДБ, УПА, Голокост, Голодомор та інші, – тобто на саме на базі цих культурних травм відбувається основне конструювання соціальної пам'яті, що й підхоплюється та розвивається зокрема і медіа. Так незважаючи на розроблену систему кодів дослідження нами, ґрунтуючись на опрацьованих матеріалах, було введено декілька додаткових кодів: було розділено повідомлення, що стосувалися діяльності С.Петлюри та справи його вбивства,

яка неодноразово піднімалася ЗМІ. Також, на мою думку, цікавим є код, що стосується П.Скоропадського, як неоднозначної історичної особи, зважаючи на те, що при формуванні вибіркової сукупності дана персоналія не враховувалася. А також окремо було виділено невелику групу повідомлень, які концентрували увагу формуванні державної символіки в часи визвольних змагань, поява цих повідомлень пояснюється річницею історичної події у досліджуваному періоді (100 річчя з дати затвердження національної символіки УНР).

Таблиця 3.4.4.

#### Групування за сучасними темами

| Група                         | Подія                                                               | За подією | За групою | Відносні |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|
| Україно-російські відносини   | Україно-російська війна                                             | 110       | 173       | 14,54%   |
|                               | Вибори в Росії                                                      | 30        |           |          |
|                               | Анексія Криму                                                       | 21        |           |          |
|                               | Документальний фільм про Путіна                                     | 5         |           |          |
|                               | Кримський міст                                                      | 2         |           |          |
|                               | Відкриття пам'ятника Артему в Горлівці                              | 2         |           |          |
|                               | ТРЦ Зимова вишня                                                    | 3         |           |          |
| Революція гідності            | Революція гідності                                                  | 28        | 38        | 3,19%    |
|                               | Справа Івана Бубенчика                                              | 5         |           |          |
|                               | Килимник про співробітництво Манофорта з партією "Партією регіонів" | 5         |           |          |
| Польсько-українські відносини | Інститут національної пам'яті Польщі                                | 42        | 92        | 7,73%    |
|                               | Героїзація ОУН та УПА_Реакція Польщі                                | 9         |           |          |
|                               | Мітинг поляків знищення нац символіки                               | 8         |           |          |
|                               | Перемовини про відновлення пам'ятника в Грушовичах (Польща)         | 8         |           |          |

|                                       |                                                                                     |    |    |       |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----|----|-------|
|                                       | Польський студент-медик спалив тризую                                               | 4  |    |       |
|                                       | Польсько-українська співпраця_Нацпам'ять                                            | 3  |    |       |
|                                       | Спроба знищення монументу на кладовищі орлят                                        | 9  |    |       |
|                                       | Конфлікт під час поминальних заходів у Польщі. А. Пирожик вигукнув: "Слава Україні" | 9  |    |       |
| Отруєння скрипаля                     |                                                                                     | 92 | 92 | 7,73% |
| Справа Савченко-Рубана                |                                                                                     | 39 | 39 | 3,28% |
| Визнання голодомору в Массачусетсі    |                                                                                     | 29 | 29 | 2,44% |
| Визнання червоно-чорного прапору      |                                                                                     | 46 | 46 | 3,87% |
| Декомунізація в Україні               |                                                                                     | 28 | 28 | 2,35% |
| Меморіальний центр "Бабин Яр" у Києві |                                                                                     | 23 | 23 | 1,93% |
| В. Чорновіл                           | Справа Чорновола                                                                    | 25 | 32 | 2,69% |
|                                       | Відкриття доски Чорноволу в Запоріжжі                                               | 7  |    |       |
| Зовнішні події                        | Справа колишнього наглядача Освенцима                                               | 14 | 30 | 2,52% |
|                                       | Убивство Мірел Нолл_Франція                                                         | 5  |    |       |
|                                       | Визволення Болгарії_Сигаретний Митрополит                                           | 11 |    |       |
| Вандалізм                             | Пам'ятником УПА в Харкові                                                           | 7  | 10 | 0,84% |
|                                       | Пам'ятник О.Теліги у Києві                                                          | 3  |    |       |
| П.Порошенко                           | Падаючі солдати Порошенка                                                           | 4  | 6  | 0,50% |
|                                       | Порошенко Інтернетизація села                                                       | 2  |    |       |
| Релігійні                             | Великдень                                                                           | 3  | 7  | 0,59% |
|                                       | Хрестна хода в Єрусалимі                                                            | 4  |    |       |
| Кіно                                  | Фільм "Темні часи"                                                                  | 3  | 23 | 1,93% |
|                                       | Фільм "Щоденники Петлюри"                                                           | 20 |    |       |

|                                                          |                                                  |      |      |         |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------|------|---------|
| Історичні об'єкти                                        | Знаходження снарядів часів Дсв                   | 14   | 20   | 1,68%   |
|                                                          | Дот часів Другої світової війни_ Сусідські війни | 3    |      |         |
|                                                          | Списання корвету Вінниця                         | 3    |      |         |
| Оприлюднення архівів служби зовнішньої розвідки          |                                                  | 12   | 12   | 1,01%   |
| Соціальна допомога влади окремим верствам населення      |                                                  | 11   | 11   | 0,92%   |
| Економічний розвиток України                             |                                                  | 7    | 7    | 0,59%   |
| Незалежність                                             |                                                  | 6    | 6    | 0,50%   |
| Закон про реабілітацію жертв репресій 1917-року          |                                                  | 3    | 3    | 0,25%   |
| Пам'ятна згадка особи                                    |                                                  | 63   | 63   | 5,29%   |
| Презентація книг, виставок що містять історичну тематику |                                                  | 46   | 46   | 3,87%   |
| Річниця події                                            |                                                  | 55   | 55   | 4,62%   |
| Інше_окремі події                                        |                                                  | 184  | 184  | 15,46%  |
| Тема пов'язана з сучасністю відсутня                     |                                                  | 115  | 115  | 9,66%   |
|                                                          |                                                  | 1190 | 1190 | 100,00% |

Отже, нами було здійснено кодування основних сучасних подій, що розглядалися українськими медіа, потім нами було здійснено групування цих подій. Незважаючи на те, що за сучасні події нами розглядалися ті, що мали місце після 1991 року, більшість повідомлень торкаються актуальних, недавніх та/чи травматичних подій. До актуальних та часто відтворюваних подій, наприклад, можна зарахувати повідомлення, що стосуються отруєння С.Скрипаля та справи Н.Савченко. З іншого боку, варто виділити інші частотні групи повідомлення стосовно українсько-російських відносин та польсько-українських відносин, немалу частина документів присвячено й подіям Революції гідності.

Також в ході групування текстів нами було виділено особливі групи текстів, які не містять схожої сучасної теми, проте є створеними зважаючи на схожі фактори: «Пам'ятна згадка особи», «Річниця події», «Презентація книг, вистав, що містять історичну тематику», – які переважно розглядалися як події, що відносяться до соціальної чи культурної сфери.

Значна частка подій були унікальними, тобто таким, які згадувалися один чи декілька разів, тому наводимо відповідно в додатку Б наведено розподіл повідомлень за суспільними сферами для субкатегорії «Інше\_окремі події».

### Результати контент-аналітичного дослідження

Таблиця 3.5.1.

Насиченість часткою історією кожного в межах жанру, %

| Субкатегорія                  | Слово | До 10% | До третини | Половина | Дві третини | Більше 90% | $\Sigma$ |
|-------------------------------|-------|--------|------------|----------|-------------|------------|----------|
| Новина                        | 53,18 | 15,22  | 24,41      | 1,67     | 1,34        | 4,18       | 100      |
| Репортаж                      | 0     | 20     | 0          | 0        | 0           | 80         | 100      |
| Інформаційне повідомлення     | 16,26 | 10,34  | 14,78      | 8,87     | 8,37        | 41,38      | 100      |
| Інформаційна довідка          | 42,86 | 0      | 0          | 42,86    | 0           | 14,29      | 100      |
| Аналітична стаття             | 7,78  | 8,89   | 8,89       | 3,33     | 4,44        | 66,67      | 100      |
| Художньо-публіцистичні тексти | 28,57 | 0      | 14,29      | 0        | 14,29       | 42,86      | 100      |
| Авторський текст              | 29,55 | 12,5   | 36,36      | 7,95     | 7,95        | 5,68       | 100      |
| Інтерв'ю                      | 22,35 | 20     | 14,12      | 9,41     | 8,24        | 25,88      | 100      |
| Шоу-жанр                      | 0     | 0      | 0          | 0        | 0           | 100        | 100      |
| Рекламне повідомлення         | 55    | 12,5   | 20         | 2,5      | 2,5         | 7,5        | 100      |
| Інше                          | 25,76 | 3,03   | 21,21      | 1,52     | 4,55        | 43,94      | 100      |

Загалом у масиві в цілому найчастіше зустрічаються повідомлення-новини, що складає 50,25% від загальної кількості. Представленість за жанром не є рівномірною, можна виділити найчастотнішими є: новина, інформаційне повідомлення, аналітична стаття, авторський текст та інтерв'ю, а також рекламні повідомлення (див. Табл. 3.4.2). За насиченістю історичною тематикою новини є найменш насиченими, найбільш насиченими є інформаційні повідомлення та

аналітичні статті. Також варто зазначити на відносно більшій насиченості інтерв'ю, порівняно з авторськими текстами, що пояснюється тим, що інтерв'ю достатньо часто давали експерти певної теми чи очевидці певних подій, насиченість авторських текстів пояснюється тим, що більшість повідомлень є власними експресивними висловленнями.

Таблиця 3.5.2.

Жанри публікацій за типом медіа, %

| Субкатегорія                  | Популярні | Аналітичні | Проросійські | Україноцентричні | Профільні | Регіональні |
|-------------------------------|-----------|------------|--------------|------------------|-----------|-------------|
| Новина                        | 58,57     | 36,84      | 69,94        | 12,82            | 25,93     | 52,78       |
| Репортаж                      | 0,82      | 0,25       | 0,00         | 0,00             | 0,00      | 0,00        |
| Інформаційне повідомлення     | 14,29     | 23,06      | 9,20         | 20,51            | 25,93     | 15,28       |
| Інформаційна довідка          | 0,20      | 1,25       | 0,00         | 2,56             | 0,00      | 0,00        |
| Аналітична стаття             | 5,51      | 10,78      | 2,45         | 30,77            | 14,81     | 0,00        |
| Художньо-публіцистичні тексти | 0,00      | 1,25       | 0,00         | 5,13             | 0,00      | 0,00        |
| Авторський текст              | 7,14      | 9,02       | 3,07         | 10,26            | 7,41      | 8,33        |
| Інтерв'ю                      | 7,14      | 7,77       | 4,29         | 2,56             | 0,00      | 15,28       |
| Шоу-жанр                      | 0,00      | 0,00       | 0,00         | 0,00             | 0,00      | 1,39        |
| Рекламне повідомлення         | 3,27      | 3,01       | 2,45         | 5,13             | 11,11     | 4,17        |
| Інше                          | 3,06      | 6,77       | 8,59         | 10,26            | 14,81     | 2,78        |
| Σ                             | 100,00    | 100,00     | 100,00       | 100,00           | 100,00    | 100,00      |

Популярні та проросійські групи медіа переважно виробляють новинні повідомлення, які є переважно малонасиченими. Група популярних медіа не має чіткої політико-ідеологічної позиції. Проросійські ж медіа у формуванні порядку денного користуються переважно короткими новинними повідомленнями, які містять незначну частку посилання на історію. Найбільша орієнтація на історичний дискурс характерна для україноцентричних, профільних та аналітичних ЗМІ.

Таблиця 3.5.3.

Апеляція до суспільних сфер за групами медіа, %

| Субкатегорія                         | Популярні | Аналітичні | Проросійські | Україноцентричні | Профільні | Регіональні |
|--------------------------------------|-----------|------------|--------------|------------------|-----------|-------------|
| Економічна                           | 1,63      | 1,50       | 0,61         | 0,00             | 3,70      | 0,00        |
| Культурна                            | 10,00     | 16,04      | 9,20         | 10,26            | 22,22     | 23,61       |
| Політична                            | 63,47     | 43,86      | 59,51        | 28,21            | 14,81     | 38,89       |
| Соціальна                            | 18,98     | 25,31      | 24,54        | 41,03            | 25,93     | 29,17       |
| Тема пов'язана з сучасністю відсутня | 5,92      | 13,28      | 6,13         | 20,51            | 33,33     | 8,33        |
| Σ                                    | 100,00    | 100,00     | 100,00       | 100,00           | 100,00    | 100,00      |

В результаті кодування текстів нами було отримано незначну наповненість повідомлень, що відсилають економічної сфери суспільства, з огляду на це вважаю, що економічні проблеми, зазвичай, не висвітлюються українськими медіа зі значним залученням історичного дискурсу.

Таким чином, ми спостерігаємо, що медіа будують найбільшу кількість повідомлень, які стосуються політичної підсистеми суспільства, що підтверджує

важливість політичної реальності суспільства в розрізі конструювання реальності ЗМІ. Відхилення від зазначеної тенденції можна спостерігати лише в групі профільних та регіональних групах медіа, що, орієнтацією на особливу аудиторію.

Найбільшу частку повідомлень, в яких відсутні теми пов'язані з сучасністю можна спостерігати в проукраїнських та профільних ЗМІ, очевидно, саме цим групам медіа характерне найбільше зосередження на історичній тематиці (див. Табл. 3.5.4.).

Для нейтральних та проросійських ЗМІ більш характерне менше насичення історичною тематикою, також, на мою думку, варто вказати, що відносно значне насичення характерне для аналітичних медій.

Таблиця 3.5.4.

Порівняння груп медіа за насиченістю історичною тематикою, %

| Субкатегорія | Популярні | Аналітичні | Проросійські | Україноцентричні | Профільні | Регіональні |
|--------------|-----------|------------|--------------|------------------|-----------|-------------|
| Слово        | 44,08     | 26,57      | 59,51        | 7,69             | 14,81     | 29,17       |
| До 10%       | 14,69     | 10,78      | 16,56        | 0,00             | 0,00      | 19,44       |
| До третини   | 23,27     | 23,56      | 10,43        | 17,95            | 11,11     | 22,22       |
| Половина     | 2,86      | 5,76       | 3,07         | 7,69             | 11,11     | 4,17        |
| Дві третини  | 2,65      | 5,51       | 0,61         | 7,69             | 14,81     | 6,94        |
| Більше 90%   | 12,45     | 27,82      | 9,82         | 58,97            | 48,15     | 18,06       |
| Σ            | 100,00    | 100,00     | 100,00       | 100,00           | 100,00    | 100,00      |

Можемо спостерігати схожі тенденції й у розрізі за часткою історії. Серед розробленої класифікації медіа виділяються окремі групи за насиченістю історією. Найбільша частка історії спостерігається саме серед



україноцентричних та профільних ЗМІ, де більше половини публікацій більш насичені історією.

Цілком протилежну тенденцію спостерігаємо у проросійських медіа, для яких характерна найменша насиченість історією, тобто частка історії виміряна субкатегорією «Слово» є модальною, а отже, інтерналізація історичних дискурсів в межах цієї групи медіа характеризується найменшою історифікацією, тобто основна увага приділяється подіям сьогодення, а історія залучається у вигляді побіжних відносно незначних згадках. Найбільш популярним спосіб подання інформації цією групою медіа є новинні повідомлення – 69,94% (див. Табл. 3.5.2.). Таким чином, у формуванні порядку денного проросійські медіа ресурси намагаються чинити вплив за допомогою коротких за обсягом та високоінформативних текстів, де історія займає незначну частку, проте, очевидно, спрямована на підсилення комунікаційного впливу через спрощену систему подання подій сучасності, що підсилюються за допомогою залучених історичних дискурсів.

З іншого боку, ми не можемо виключати можливість того, що насправді проросійські медіа можуть залучають інші історичні дискурси, що були невраховані в проєкті, у більшому обсязі, проте, на мою думку, такий стан справ можна пояснити послабленням проросійської ідеологічної позиції в суспільстві після подій 2013-2014 років, російської анексії Криму, агресії на сході країни та інших україно-російських конфліктів. Я вважаю, що, зважаючи на ці фактори, в суспільстві (не без сприяння еліти) було актуалізовано україноцентристський дискурс, який перебуває у стані власного становлення та кристалізації.

Виробництво медіа продукції насиченою історичною тематикою в Україні в цілому скоротилося, очевидно, через те, що їх виробництво потребує вливання значних ресурсів, проте не може дати однозначного впливу на аудиторії та відповідного результату. Українські медіа як вже зазначалося раніше є неприбутковими бізнесами та майже всі ці організації знаходять у власності окремих осіб [Чернявський, 2010].

Група популярні ЗМІ також має незначне насичення історичною тематикою, проте це можна пояснити орієнтацією на масового читача, які, зважаючи на особливості їх виділення в рамках проекту було охарактеризовано як нейтральні та малонасичені, тому вони є достатньо центристськими за своїми ідеологічними дискурсами.

Для порівняння специфіки залучення дискурсу історії у формуванні порядку денного варто розглянути як відбувається розподіл за ключовими слова між групами медіа.

Таблиця 3.5.5.

Висвітлення основних історичних тем за групами медіа, %

| Субкатегорія                    | Популярні | Аналітичні | Проросійські | Україноцентричні | Профільні | Регіональні |
|---------------------------------|-----------|------------|--------------|------------------|-----------|-------------|
| Більшовики                      | 5,31      | 7,77       | 4,29         | 0,00             | 14,81     | 12,50       |
| Вбивство С.Петлюри              | 0,41      | 2,01       | 0,00         | 15,38            | 0,00      | 0,00        |
| Визвольні змагання              | 4,69      | 6,77       | 0,00         | 10,26            | 11,11     | 8,33        |
| Голодомор                       | 9,39      | 4,01       | 9,82         | 12,82            | 3,70      | 4,17        |
| Голокост                        | 9,59      | 5,76       | 12,27        | 0,00             | 11,11     | 12,50       |
| Директорія та УНР<br>С. Петлюра | 1,84      | 2,26       | 1,84         | 5,13             | 3,70      | 1,39        |
| Дисиденти                       | 5,51      | 8,77       | 7,98         | 0,00             | 0,00      | 5,56        |
| Друга світова війна             | 14,08     | 16,29      | 27,61        | 17,95            | 22,22     | 9,72        |
| Застій                          | 1,02      | 0,50       | 2,45         | 0,00             | 0,00      | 0,00        |
| КДБ                             | 18,78     | 16,29      | 9,82         | 7,69             | 3,70      | 12,50       |
| Індустріалізація                | 0,82      | 1,50       | 0,00         | 0,00             | 7,41      | 0,00        |
| Народний рух<br>України         | 5,31      | 1,25       | 0,61         | 0,00             | 3,70      | 4,17        |
| Радянська армія                 | 2,86      | 3,26       | 2,45         | 2,56             | 0,00      | 2,78        |

|                                       |        |        |        |        |        |        |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Розстріляне відродження               | 0,41   | 1,00   | 0,00   | 2,56   | 3,70   | 1,39   |
| Сталін                                | 6,12   | 8,27   | 5,52   | 0,00   | 3,70   | 2,78   |
| Українська держава П.Скоропадський    | 0,00   | 2,01   | 0,00   | 2,56   | 0,00   | 1,39   |
| Універсали                            | 0,00   | 0,00   | 0,00   | 5,13   | 7,41   | 0,00   |
| УПА                                   | 13,27  | 9,27   | 14,72  | 12,82  | 3,70   | 15,28  |
| Формування національної символіки УНР | 0,00   | 1,75   | 0,00   | 0,00   | 0,00   | 0,00   |
| Хрущовська відлига                    | 0,41   | 1,00   | 0,00   | 0,00   | 0,00   | 2,78   |
| Шістдесятники                         | 0,20   | 0,25   | 0,61   | 5,13   | 0,00   | 2,78   |
| Σ                                     | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Як не дивно, ми може спостерігати відмінності у представленості кодів в окремих групах медіа. Достатньо цікавим є те, що проросійські групи медіа роблять дещо більший акцент на Другій світовій війні. Сучасна Росія у підтриманні своєї культурної традицій багато в чому послуговується вже апробованими конструктами збудованими ще за часів СРСР. «Культ» Другої світової війни, який отримав поширення на пострадянському просторі отримав окреме, відмінне від решти світу, смислове навантаження, яке втілюється у назві «Велика Вітчизняна війна», що стала одними з центральних політичних дискурсів, спрямованих на підтвердження величчя локальної культури у порівнянні з західною цивілізацією.

З іншого боку, достатньо високі значення також спостерігаються і серед профільних ЗМІ, можливо, для обох випадків може бути застосоване й інше пояснення: що висвітлення тем пов'язано з періодом за який збиралися повідомлення, проте, зважаючи на різну насиченість історичною тематикою в межах цих груп (див. Табл. 3.5.2. та Табл. 3.5.4.) можемо стверджувати, що ці джерела різняться за мірою інформативністю текстів зважаючи на спосіб подання інформації (жанр) та часткою історії.

Цікавим також є те, що Українська революція 1917-1921 майже не отримала висвітлення в проросійських джерелах. Натомість значна частка

історичних повідомлень більшості груп медіа стосуються саме цих подій (див. Табл. 3.5.5.). Це, наприклад, можна спостерігати зважаючи на наступні коди: «Визвольні змагання», «Універсали», «Формування національної символіки УНР», «Українська держава\_Скоропадський», окремо можна варто виділити висвітлення постаті С.Петлюри («Вбивство С.Петлюри» та «Директорія та УНР\_С.Петлюра»), що найбільше висвітлювалося україноцентричними аналітичними та профільними групами медіа. Власне ставлення до постаті Симона Петлюри є неоднозначною в наш час (див.Рис.2.1.), проте довкола цієї персоналії вибудовувалася окрема політично-ідеологічна система дискурсів.

Іншою історичною персоналією, що враховувалася під час відбору документів став Й. Сталін, який був введений в межах проекту як антигерой, що в цілому підтверджується оцінками населення, що були отримані в кількісній частині українсько-проекту (див. Рис.2.2.). Більшість джерел при формуванні історичного порядку денного зверталися до нього, лише серед україноцентричних медіа ця постать взагалі не фігурує.

Зважаючи на історичні особливості, дотичної до персоналії Сталіна є Голодомор 1932-1933 років, проте масова актуалізація теми переважно пояснюється закладенням Меморіального центру жертв Голодомору у Києві та визнаннями штатом Массачусетс Голодомору 1932-1933 геноцидом проти українського народу, що достатньо масово ретранслювалося медіа (особливо популярними та аналітичними ЗМІ).

Іншим достатньо частотним кодом стало «КДБ», що в цілому підтверджує травматичність сприйняття населенням діяльності цієї структури. В проросійських групах медіа їй приділяється дещо менша увага, ніж у інших. Актуальність цього коду більшою мірою пояснюється резонансною справою спроби ліквідації С.Скрипаля.

За висвітленням окремих подій сьогодення також існують значимі відмінності між джерелами (див. Додаток Г). Так, наприклад, тема українсько-

російської війни та Революції гідності піднімається проросійськими медіа значно рідше, ніж в інших, також серед інших значно вирізняється й висвітлення справи Н. Савченко, теми пов'язані з прийнятим у Польщі скандальним Законом «Про інститут національної пам'яті». Тема отруєння Сергія Скрипаля не була представлена в україноцентричних медіа. Декомунізаційні процеси, в тій чи іншій мірі, висвітлювалися ж у всі групах медіа. Окремі відмінності можна спостерігати і серед інших груп тем. Варто зазначити, що за субкатегорією «ІНШЕ\_Окремі події» вагома частка (близько 15%) уваги медіа розсіяна на різних сучасних подіях, які не отримали достатнього представлення у сформованому масиві, лише для україноцентричних медіа не було зафіксовано таку тенденцію, що, либонь, можна пояснити орієнтацією мною на актуальні на українському просторі події та відповідну суб'єктивність відносно них.

На мою думку, зважаючи на отримані дані, справджується наступне: переважно найбільш насичені апеляцією до історії медіа посилення на виділені історико-культурні дискурси – це характерно саме для україноцентричних, аналітичних, та профільних груп медіа; масові популярні медіа переважно сконцентровані на донесенні новинних повідомлень; проросійські ж займають схожу позицію з попередньою групою медіа позицію, проте варто наголосити, що вони меншою мірою залучають історію у формуванні порядку денного, історія залучається ними переважно у вигляді побіжних згадок, що, на мою думку, можна розглядати як підтвердження непопулярності та не впливості проросійського історико-культурного дискурсу, можна сказати, що, зважаючи на сильні проукраїнські суспільні настрої, проросійські медіа є неготовими до відкритого ідеологічного протистояння, яке б потребувало активне та відкрите провадження супротивних дискурсів, тому ними була обрана стратегія спрямована на консерватизацію вже зайнятого простору з активним ведення діяльності як ЗМІ, що спрямовує свою діяльність на інформування аудиторії; регіональні медіа, зважаючи на свою специфіку, більш висвітлюють локальні процеси, проте й в самих повідомленнях прослідковується зв'язок з загальними

суспільними подіями, наприклад, регіональна специфіка прослідковується в темах про визнання червоно-чорного прапора УПА, щодо декомунізаційних процесів та інші теми.

## ВИСНОВКИ

На мою думку, українська історико-культурна пам'ять знаходиться в процесі свого активного становлення, зважаючи на особливості циркуляції інформації в сучасних умовах, медіа відіграють значну роль у формуванні історичної ідентичності, за ними залишається право на селекцію подій, як і у розрізі минулого, так і сучасного, зважаючи на особливості ринку (неприбутковість), сучасну українську демократію та інститут власності, вони є бізнесами окремих груп інтересів, ресурсом, який мобілізується у здійсненні комунікаційного впливу.

В ході виконання роботи я ґрунтувався на теорії становлення порядку денного, нами було розглянуто теоретичні основи парадигми у формуванні порядку денного на прикладі українського медіапростру, зважаючи на посилення на дискурс історії медіа.

Завдяки проведеному контент-аналітичного дослідженню на базі українського масиву за 2018 рік, зібраного в межах проекту «Історичні культури в процесі змін: узгодження пам'яті, історії ідентичності в сучасній Центрально-Східній Європі» нами було порівняно особливості формування порядку денного за виділеними групами українських медіа.

Зважаючи на отримані результати, можемо стверджувати, що актуалізація історії виділеними групами медіа здійснюється по різному, кожне джерело встановлює власні акценти. Історичні дискурси залучаються ними різною мірою, що в цілому сприяє формуванню різних соціальних контекстів одних і тих ж подій.

Висвітлення подій сьогодення в межах цих груп медіа також є різним, окремі травматичні питання становлять вагому частку повідомлень в більшості груп медіа, в той час як інші зовсім, очевидно, з огляду на політико-ідеологічні вподобання не піднімають ці питання.

Розроблений кодифікатор в цілому спрацював для виділеного масиву текстів, незважаючи на отриману недостатню наповненість окремих субкатегорій, що пояснюється потребою врахування загальної специфіки

повідомлень з огляду на експертно-пошукову логіку формування набору категорій.

На мою думку, в подальших соціологічних дослідженнях необхідно враховати наповненість повідомлень додатковими матеріалами, варто зазначити, що в межах текстів траплялися фото та відео матеріали, які також потребують аналітичного осмислення та відповідного аналізу, тому вважаю, що подальші дослідження потребують розробки окремих методик для аналізу зокрема й цих складових текстів.

Також вважаю, що в подальших дослідження проблемного поля, за допомогою обраного нами методу, варто залучати більшу кількість кодувальників, щоб нівелювати ефект впливу дослідника, а також необхідно внести корективи до інструментарію дослідження та здійснення більш жорсткої стандартизації методики. За для здійснення самоконтролю та досягнення максимальної однозначності під час кодування мною попередньо було розроблено словник-інструкцію.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аникина А. Б. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности / А. Б. Аникина. // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Философия. – 2015. – №1. – С. 100–107.
2. Барт Р. Дискурс истории / Ролан Барт // Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Ролан Барт. – Москва: Издательство им. Сабашниковых, 2003. – С. 427–441.
3. Бауман З. Текущая современность / Пер. с англ. под ред. Ю.В.Асочакова – Сакт-Петербург: Питер, 2008. – 240 с.
4. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания [Электронный ресурс] / П. Бергер, Т. Лукман – Режим доступа до ресурсу: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4783/4784>.
5. Иванов В. Сучасні методики контент-аналізу / В. Иванов, К. Наталія, Б. Катерина. – Київ: Видавничий дім «КОНДОР», 2018. – 370 с.
6. Качанов Ю. Л. Автономия и структуры социологического дискурса / Ю. Л. Качанов, Ю. В. Маркова. – Москва: Университетская книга, 2010. – 320 с.
7. Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В.Барчуновой. – Москва: Институт Фонда "Общественное мнение", 2004. – 384 с.
8. Новикова А. А. История и теория медиа / А. А. Новикова. – Москва: Высшая Школа Экономики, 2018. – 287 с. – (Учебники Высшей школы экономики).
9. Малес Л. В. Вивчаючи тексти культури: соціолокультурний аналіз як пізнавальна стратегія соціології: монографія / Людмила Малес. – Київ: КІС, 2011. – 325 с.
10. Соболевська М. О. Дискурсні особливості сучасного соціологічного теоретизування / М. О. Соболевська // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. – 2013. – №19. - С. 6–13.
11. Стриек Т. Історія. Люди. Події. Звіт про дослідження про пам'ять сучасних поляків та українців в рамках проекту «Історичні культури в

- процесі змін: узгодження пам'яті, історії ідентичності в сучасній Центрально-Східній Європі» / Т.Стриєк, Й. Конєчна-Саламатін, Н. Отріщенко, В. Склокін. – Варшава: Collegium Civitas, 2018. – 83 с. Режим доступу: [http://konieczna-salamatin.eu/pliki/Raport\\_ukr.pdf](http://konieczna-salamatin.eu/pliki/Raport_ukr.pdf)
12. Фуко М. Порядок дискурса /М.Фуко // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. – М.:Касталь, 1996. – С. 47-96. Режим доступу: <http://lib.ru/CULTURE/FUKO/istoria.txt>
13. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память / Морис Хальбвакс. // Неприкосновенный запас. – 2005. – №2. – С. 8–27.
14. Харченко Н. Динаміка користування інтернет в Україні: травень 2017 [Електронний ресурс] / Наталя Харченко // Київський міжнародний інститут соціології. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=705&page=3>.
15. Черных А. Мир современных медиа / А. Черных. – Москва: Издательский дом "Территория будущего", 2004. – 312 с. – (Институт Фонда "Общественное мнение"). – (Серия "Университетская библиотека Александра Погорельского").
16. Чернявский С. Как изменились СМИ в Украине. 2008 – 2013 [Електронний ресурс] / Сергей Чернявский // Українська асоціація видавців періодичної преси. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.uapp.org/blogs/12911.html>.
17. Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ в Україні [Електронний ресурс] // USAID. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: [https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS\\_FULL\\_UKR.pdf](https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2018/09/2018-MCS_FULL_UKR.pdf).
18. McCombs M. E. The Agenda-Setting Function of Mass Media / M. E. McCombs, D. L. Shaw. // McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176. doi:10.1086/267990 . – 1972. – №36. – С. 176–187.

19. McCombs M. E. Psychology of Agenda-Setting Effects. Mapping the Paths of Information Processing. / M. E. McCombs, N. J. Stroud. // Review of Communication Research. – 2014. – №2. – С. 68–93.
20. Shaw D., MacCombs M. The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press. St. Paul, Minn. – 1974.
21. Wanta W. Agenda-Setting: History and Research Tradition / W. Wanta, M. Alkazemi // The International Encyclopedia of Media Effects / W. Wanta, M. Alkazemi. – Chichester: John Wiley & Sons, Inc, – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.researchgate.net/publication/314394897\\_Agenda-Setting\\_History\\_and\\_Research\\_Tradition](https://www.researchgate.net/publication/314394897_Agenda-Setting_History_and_Research_Tradition).
22. Kultury historyczne w procesie przemian [Електронний ресурс] / Офіційний сайт польсько-українського проекту «Історичні культури в процесі змін: узгодження пам'яті, історії ідентичності в сучасній Центрально-Східній Європі» – Режим доступу до ресурсу: <http://www.kultury-historyczne.eu/>.

## ДОДАТКИ

Додаток А

Кодувальна шкала

| Код | Категорія                   | Код   | Субкатегорія                         | N |
|-----|-----------------------------|-------|--------------------------------------|---|
| 1   | Жанр                        | 1.1.  | Новина                               |   |
|     |                             | 1.2.  | Репортаж                             |   |
|     |                             | 1.3.  | Інформаційне повідомлення, стаття    |   |
|     |                             | 1.4.  | Інформаційна довідка                 |   |
|     |                             | 1.5.  | Аналітична стаття, огляд             |   |
|     |                             | 1.6.  | Художньо-публіцистичні тексти        |   |
|     |                             | 1.7.  | Авторський текст                     |   |
|     |                             | 1.8.  | Інтерв'ю                             |   |
|     |                             | 1.9.  | Шоу жанри                            |   |
|     |                             | 1.10. | Рекламне повідомлення / Афіша        |   |
|     |                             | 1.11. | Інше                                 |   |
| 2   | Інфопривід                  | 2.1.  | Інфопривід                           |   |
|     |                             | 2.2.  | Інфопривід встановити не можна       |   |
| 3   | Тема пов'язана з історією   |       |                                      |   |
| 4   | Тема пов'язана з сучасністю | 4.1.  | Політична                            |   |
|     |                             | 4.2.  | Економічна                           |   |
|     |                             | 4.3.  | Культурна                            |   |
|     |                             | 4.4.  | Соціальна                            |   |
|     |                             | 4.5.  | Тема пов'язана з сучасністю відсутня |   |
| 5   | Основна тема                |       |                                      |   |
| 6   | Частка історії              | 6.1.  | Слово                                |   |
|     |                             | 6.2.  | До 10%                               |   |
|     |                             | 6.3.  | До третини                           |   |
|     |                             | 6.4.  | Близько половини                     |   |
|     |                             | 6.5.  | Дві третини                          |   |
|     |                             | 6.6.  | Більше 90%                           |   |
| 7   | Фіксація часу в публікації  | 7.1.  | Минуле                               |   |
|     |                             | 7.2.  | Минуле-минуле                        |   |
|     |                             | 7.3.  | Минуле-сучасне біографічне           |   |
|     |                             | 7.4.  | Сучасне                              |   |
|     |                             | 7.5.  | Майбутнє                             |   |
|     |                             | 7.6.  | Майбутнє-майбутнє                    |   |
|     |                             | 7.7.  | Спадковість                          |   |

Віднесення до суспільної сфери для субкатегорії «Інше\_Окремі події»

| Субкатегорія | Значення  |          |
|--------------|-----------|----------|
|              | Абсолютні | Відносне |
| Економічна   | 5         | 2,72%    |
| Культурна    | 53        | 28,80%   |
| Політична    | 79        | 42,93%   |
| Соціальна    | 47        | 25,54%   |
| $\Sigma$     | 184       | 100,00%  |

Частка історії в повідомленнях за жанром, %

| Субкатегорія                  | Слово  | До 10% | До третини | Половина | Дві третини | Більше 90% |
|-------------------------------|--------|--------|------------|----------|-------------|------------|
| Новина                        | 71,14  | 58,33  | 58,17      | 19,61    | 16,67       | 10,55      |
| Репортаж                      | 0,00   | 0,64   | 0,00       | 0,00     | 0,00        | 1,69       |
| Інформаційне повідомлення     | 7,38   | 13,46  | 11,95      | 35,29    | 35,42       | 35,44      |
| Інформаційна довідка          | 0,67   | 0,00   | 0,00       | 5,88     | 0,00        | 0,42       |
| Аналітична стаття             | 1,57   | 5,13   | 3,19       | 5,88     | 8,33        | 25,32      |
| Художньо-публіцистичні тексти | 0,45   | 0,00   | 0,40       | 0,00     | 2,08        | 1,27       |
| Авторський текст              | 5,82   | 7,05   | 12,75      | 13,73    | 14,58       | 2,11       |
| Інтерв'ю                      | 4,25   | 10,90  | 4,78       | 15,69    | 14,58       | 9,28       |
| Шоу-жанр                      | 0,00   | 0,00   | 0,00       | 0,00     | 0,00        | 0,42       |
| Рекламне повідомлення         | 4,92   | 3,21   | 3,19       | 1,96     | 2,08        | 1,27       |
| Інше                          | 3,80   | 1,28   | 5,58       | 1,96     | 6,25        | 12,24      |
| $\Sigma$                      | 100,00 | 100,00 | 100,00     | 100,00   | 100,00      | 100,00     |

## Висвітлення сучасних подій за групами медіа

| Тема пов'язана з сучасністю                              | Популярні | Аналітичні | Прогресивські | Україно-центричні | Профільні | Регіональні |
|----------------------------------------------------------|-----------|------------|---------------|-------------------|-----------|-------------|
| ІНШЕ_Окремі події                                        | 18,22%    | 17,34%     | 16,34%        | 0,00%             | 22,22%    | 16,67%      |
| Україно-російська війна                                  | 8,68%     | 14,45%     | 3,92%         | 19,35%            | 16,67%    | 7,58%       |
| Отруєння Скрипаля                                        | 9,98%     | 8,96%      | 9,80%         | 0,00%             | 0,00%     | 0,00%       |
| Пам'ятна згадка особи                                    | 1,74%     | 9,25%      | 7,19%         | 12,90%            | 11,11%    | 9,09%       |
| Річниця події                                            | 3,90%     | 8,09%      | 1,31%         | 12,90%            | 0,00%     | 4,55%       |
| Визнання червоно-чорного прапора                         | 3,90%     | 3,18%      | 7,84%         | 0,00%             | 0,00%     | 7,58%       |
| Презентація книг, виставок що містять історичну тематику | 3,69%     | 4,05%      | 0,00%         | 6,45%             | 11,11%    | 16,67%      |
| Інститут національної пам'яті Польщі                     | 3,90%     | 2,31%      | 6,54%         | 3,23%             | 5,56%     | 6,06%       |
| Справа Савченко-Рубана                                   | 3,69%     | 2,60%      | 7,84%         | 0,00%             | 0,00%     | 1,52%       |
| Вибори в Росії                                           | 3,04%     | 3,18%      | 2,61%         | 0,00%             | 0,00%     | 1,52%       |
| Визнання голодомору в Массачусетсі                       | 4,12%     | 1,16%      | 1,31%         | 6,45%             | 0,00%     | 3,03%       |
| Декомунізація                                            | 1,95%     | 2,02%      | 3,92%         | 6,45%             | 11,11%    | 3,03%       |
| Революція гідності                                       | 3,25%     | 3,18%      | 0,00%         | 3,23%             | 0,00%     | 1,52%       |
| Справа Чорновола                                         | 4,34%     | 0,58%      | 0,65%         | 0,00%             | 0,00%     | 3,03%       |
| Анексія Криму                                            | 1,95%     | 2,31%      | 1,31%         | 3,23%             | 0,00%     | 1,52%       |
| Фільм "Щоденники Петлюри"                                | 1,74%     | 2,31%      | 1,96%         | 0,00%             | 0,00%     | 1,52%       |
| Меморіальний центр "Бабин Яр"                            | 1,95%     | 0,29%      | 3,27%         | 0,00%             | 16,67%    | 0,00%       |
| Знаходження снарядів часів Дсв                           | 1,08%     | 1,45%      | 1,96%         | 0,00%             | 0,00%     | 1,52%       |
| Справа колишнього наглядача Освенцима                    | 1,52%     | 0,87%      | 1,96%         | 0,00%             | 0,00%     | 1,52%       |
| Оприлюднення архівів служби зовнішньої розвідки          | 0,43%     | 1,16%      | 0,00%         | 19,35%            | 0,00%     | 0,00%       |
| Визволення Болгарії_Сигаретний Митрополит                | 1,74%     | 0,87%      | 0,00%         | 0,00%             | 0,00%     | 0,00%       |

|                                                                   |       |       |       |       |       |       |
|-------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Соціальна допомога                                                | 1,08% | 1,16% | 1,31% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Героїзація ОУН та<br>УПА_Реакція Польщі                           | 1,95% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Слава Укр Героям Слава_А.<br>Пирожик                              | 0,87% | 0,58% | 1,31% | 0,00% | 0,00% | 1,52% |
| Спроба знищення монументу<br>на кладовищі орлят                   | 0,43% | 0,00% | 1,96% | 0,00% | 0,00% | 6,06% |
| Мітинг поляків знищення нац<br>символіки                          | 0,87% | 0,29% | 1,96% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Перемовини про відновлення<br>пам'ятника в Грушовичах<br>(Польща) | 1,52% | 0,00% | 0,65% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Вандалізм над пам'ятником<br>УПА в Харкові                        | 1,08% | 0,00% | 0,65% | 3,23% | 0,00% | 0,00% |
| Відкриття доски Чорноволу в<br>Запоріжжі                          | 1,08% | 0,58% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Економічний розвиток<br>України                                   | 0,87% | 0,29% | 0,65% | 0,00% | 5,56% | 0,00% |
| Незалежність                                                      | 0,22% | 0,87% | 0,65% | 3,23% | 0,00% | 0,00% |
| Документальний фільм про<br>Путіна                                | 1,08% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Килимник_Манофорт_Януков<br>ич                                    | 0,43% | 0,87% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Меморіал Жертв Голодомору                                         | 0,43% | 0,29% | 1,31% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Справа Івана Бубенчика                                            | 0,00% | 0,58% | 1,31% | 0,00% | 0,00% | 1,52% |
| Убивство Мірел<br>Нолл_Франція                                    | 0,22% | 0,29% | 1,96% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Падаючі солдати Порошенка                                         | 0,00% | 0,29% | 1,96% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Польський студент-медик<br>спалив тризую                          | 0,65% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 1,52% |
| Хрестна хода в Україні<br>Єрусалимі                               | 0,43% | 0,29% | 0,65% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Дот Дсв_Сусідські війни                                           | 0,22% | 0,29% | 0,65% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |
| Закон про реабілітацію жертв<br>репресій 1917-року                | 0,00% | 0,58% | 0,00% | 0,00% | 0,00% | 1,52% |
| Пам'ятник Олені<br>Телізі_Вандалізм                               | 0,00% | 0,00% | 1,96% | 0,00% | 0,00% | 0,00% |

|                                          |             |             |             |             |             |             |
|------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Пасха                                    | 0,00%       | 0,58%       | 0,65%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       |
| Польсько-українська співпраця_Нацпам'ять | 0,22%       | 0,58%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       |
| Списання корвету Вінниця                 | 0,65%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       |
| ТРЦ Зимова вишня                         | 0,43%       | 0,29%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       |
| Фільм "Темні часи"                       | 0,22%       | 0,58%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       |
| Відкриття пам'ятника Артему в Горлівці   | 0,00%       | 0,58%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       |
| Кримський міст                           | 0,00%       | 0,58%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       |
| Порошенко Інтернетизація села            | 0,22%       | 0,00%       | 0,65%       | 0,00%       | 0,00%       | 0,00%       |
| Σ                                        | 100,00<br>% | 100,00<br>% | 100,00<br>% | 100,00<br>% | 100,00<br>% | 100,00<br>% |