

## «Communicative Code» and «Cultural Consumerism» in a Media Discourse

Bogdana Nosova<sup>(a)</sup>

<sup>(a)</sup> *Ph.D., Associate Professor at Department of Social Communications, Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv  
Email: bogdana.nosova@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-6692-173X*

### ABSTRACT

The article considers the problems of cognitive convergence of communication and media studies within the system of values and moral imperatives of Ukrainian identity. The themes «communicative code» and «cultural consumption», presented in the works of historian N. Yakovenko and philosopher J. Habermas, are intellectual meanings. They served as theoretical markers upon which the further research draws. N. Yakovenko defined the communicative code and its connection with cultural memory. She believes that the media play a leading role in the emergence of communication codes today. Habermas's living philosophy interprets topical issues of journalism and communication. His philosophical paradigm is close to the tasks solved by media and communication. The study's aim is to show how the intellectual meanings generated by historians, philosophers, and writers in synergy with journalism and communication studies are further updated, while considering modern media discourse. The tasks arising from the outlined aim have been solved through the interpretation of the synergistic circles of J. Habermas, D. McQuail, N. Yakovenko, V. Kulyk, and G. Pocheptsov. Their theoretical reflections and media handlings and communication constructs of complex cultural projects, restoring the national identity. In this study a method of comparative analysis was used for tracing communicative ideas, their theoretical formation and manifestation in media texts. The method of generalization was used for conclusions. The newspaper «Day», the online newspaper «Ukrayinska Pravda», the magazine «The Ukrainian Week» and its online version among Ukrainian media most often appeal to the philosophers and philosophy. From our point of view J. Habermas warns in his scientific conclusions' successors from mistakes in the development of civil society, which will be formed in the innovative digital environment. Our conclusion will be following: for a high-quality training of specialists in journalism and communication, it is necessary to deepen their intellectual potential. The creation of a new universal learning platform for students who have chosen journalism and social communications should be based on knowledge of politics and morality, on the ability to form the worldview assessments. This is a response to the challenge of time: to join the formation of a new type of elite, the demand for which dominates in Ukrainian society at the beginning of the 21st century.

**KEYWORDS:** discourse; communication; communicative code; communicative memory; leader.

## «Комунікативний код» і «культурницьке споживацтво» у медіадискурсі

*Носова Богдана Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри соціальних комунікацій Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Email: bogdana.nosova@gmail.com; ORCID: 0000-0002-6692-173X.*

*\* Email для листування щодо статті: bogdana.nosova@gmail.com*

### Резюме

Стаття розглядає проблеми когнітивної конвергенції комунікативістики й медіаторів у системі цінностей і моральних імперативів української ідентичності. Теми «комунікативний код» і «культурницьке споживацтво», представлені у працях історикині Н. Яковенко та філософа Ю. Габермаса, – це інтелектуальні смисли. Вони послужили теоретичними маркерами, від яких розгортається лінія дослідження. Н. Яковенко дала визначення комунікативного коду та його зв'язку з культурною пам'яттю. Вона вважає, що медіа відіграють провідну роль у появі комунікативних кодів у теперішній час. Сучасна філософія Ю. Габермаса інтерпретує актуальні питання журналістики, комунікації. Його філософська парадигма наближена до завдань, що їх вирішують медіа й комунікація. Мета дослідження – показати, як інтелектуальні смисли, що продукуються істориками, філософами, літераторами у синергії з дослідженнями журналістикознавства і комунікативістики, актуалізуються при розгляді сучасного медіадискурсу.

**Ключові слова:** дискурс; комунікативний код; комунікація; комунікативна пам'ять; лідер.

### Вступ

Теми «комунікативний код» і «культурницьке споживацтво», представлені у працях історикині Н. Яковенко та філософа Ю. Габермаса як інтелектуальні смисли, існують поза їхніми теоріями у медійних творах: текстах, аудіо/відеоматеріалах. Актуальність цього дослідження зумовлена тим, що «комунікативні коди» з'являються не лише у культурних продуктах, а й у матеріалах якісних медіа. Н. Яковенко вважає, що зараз першість у їх творенні належить медіа. Щодо «культурницького споживацтва» то низка інших мемових зауваг Ю. Габермаса як сучасного філософа продовжують відзначатися актуальністю. Щодо «деструктуризації», «електронної всеприсутності», «інфекційного ефекту всесвітньої дифузії» (Габермас, 2000, с. 41) та іншого, у дослідників виникає зацікавлення їхньою співзвучністю медійним і комунікаційним процесам на початку XXI ст. В українському науковому середовищі відсутні майданчики, на яких би все це обговорювалося й народжувало нові смисли й орієнтири в суспільних процесах, відображених у медіа. Спеціальних досліджень щодо впливів публічних інтелектуалів на розвиток світу налічується чимало. Вони здебільшого зосереджені в царині так званих політичних хітів. Тобто йдеться про лідерські досягнення у владі. Як зауважив один із авторів хітмейкерських теорій Д. Томпсон «Люди тягнуться до сміливих і водночас зрозумілих їм продуктів – найпросунутіших,

але прийнятних» (Томсон, 2018, с. 63). У ході цього дослідження опрацьовано тексти, що якимось чином відображали ідеї, які пропонують інтелектуали для глибшого розуміння «комунікативного коду» в «культурницькому споживацтві». Іноді це більше, ніж інтелектуальна увага до моральних цінностей. Пліуралізм праць Л. Колаковського, Р. Арона або як пише Т. Джадт «оптимізм лібералів Холодної війни» (Джадт, 2019, с. 224) знадобився для цього дослідження як пазл, що поєднає період середини ХХ ст. і його закінчення, коли з'явилося «нове покоління інтелектуалів, схильних до консервативної політики» (Джадт, 2019, с. 226). В онлайнмедіа та на Facebook можна знайти коментарі, інтерв'ю О. Забужко, Т. Снайдера. Популяризація У. Еко є на італійських тематичних сайтах. Творів І. Дзюби та розповідей про нього також достатньо в мережі, але сам письменник не має власних сторінок там.

Мета дослідження – показати, як інтелектуальні смисли, що продукуються істориками, філософами, літераторами у синергії дослідницької парадигми комунікативістики і журналістикознавства актуалізуються при розгляді сучасного медіадискурсу. Оскільки робота в медіа, комунікаційних службах, відділах комунікації потребує конвергентності, то й опанування необхідних знань і навичок має міститися в цьому самому інтелектуальному полі. Завдання, що випливають з окресленої мети, розв'язувалися в інтерпретації синергетичного кола теоретичних міркувань Ю. Габермаса, Д. Мак-Квейла, Н. Яковенко, В. Кулика, Г. Почепцова і медіатрактувань та комунікаційних конструювань складних культурних проєктів, що реставрують національну ідентичність. При цьому були також залучені тексти спогадів державних діячів, національних лідерів, які діяли у надзвичайних ситуаціях для своїх націй – йдеться про твори Дж. Буша й Т. Блера. Для дослідження взяті кейси подій, що, будучи розтиражованими медіа впродовж довшого часу, значно вплинули на суспільні комунікації на межі ХХ і ХХІ століть. За правом вибіркості це розповіді про трагедії, що були спричинені аварією на Чорнобильській АЕС, терористичними атаками у США 11 вересня 2001 року, російською війною проти України.

## Методи дослідження

У ході дослідження було використано емпіричний метод у частині наукового спостереження за реалізацією проєктів П. Гудімова щодо нової інтерпретації життя і творчості І. Котляревського, Л. Українки; документалістики «Війна химер» А. та М. Старожицьких; фотовиставки на військову тематику О. Клименка. Спостереження відбувалися під час відвідання експозицій та комунікації з організаторами, робилися нотатки спілкування авторів проєктів з відвідувачами. Журналістський досвід і теоретичні знання допомагали вести моніторинг медіа, що відображали події, пов'язані з комунікаційними артпроєктами осучаснення образів видатних особистостей з минулого та героїзації образів захисників України. При написанні статті використано частину неструктурованих спостережень, вибраних спонтанно для когерентності з теоретичним матеріалом, опрацьованим у ході вивчення праці Ю. Габермаса «Структурні перетворення у сфері відкритості» (Габермас, 2000). Емпіричні елементи присутні в дослідженні того, як реанімується тема Чорнобильської катастрофи після аварії на японській атомній електростанції у префектурі Фукусіма та виходу серіалу «Chernobyl». Емпіричні спостереження допомогли висновувати про медійність філософії Ю. Габермаса, зв'язаність її з медійною творчістю та діяльністю opinion leaders. Метод порівняльного аналізу знадобився для простежування комунікативних ідей та їх оприлюднення через медіа. Для цього було порівняно тексти спогадів Т. Блера та Дж. Буша стосовно того, як вони реагували на трагедію американців 11 вересня 2001 р. Герменевтичний метод використовувався при аналізі наукових робіт із комунікативістики, журналістикознавства, історії, філософії: йдеться про праці В. Кулика, статті та інтерв'ю Н. Яковенко, праці Дж. Гола, У. Еко, О. Забужко. Дослідження, а відповідно і матеріал цієї

статті сформовано на синергетиці міждисциплінарності. Маємо також зауважити, що із розвитком досліджень щодо дискурсивного аналізу використано підходи до критичного дискурсаналізу за теоретичними напрацюваннями Д. Матісона. Такий підхід знадобився при ознайомленні з формами подачі власних творів С. Жаданом через кінематограф, радіопрограму «Говорить Жадан», рок-гурт «Жадан і Собаки». Методом узагальнення було здійснено підготовку висновків та резюме цієї статті.

*Матеріали, що використовувалися для дослідження*

Теоретичною основою дослідження, відповідно й статті, стала робота Ю. Габермаса «Структурні перетворення у сфері відкритості» (Габермас, 2000). Ця робота мала наукову інтерпретацію у філософських розвідках, дослідженнях громадянського суспільства. У журналістикознавстві дослідники до неї зверталися епізодично, переважно там, де йшлося про політичну журналістику. У цьому міждисциплінарному осмисленні з акцентами на комунікативістику ця праця складає теоретичну основу і є підґрунтям для описів, що відображають комунікативну взаємодію медіа й інтелектуалів у полі важливих подій. Смісловий посил історикіні Н. Яковенко про «комунікативний код» та його розшифрування взято з інтерв'ю та її публічної лекції, яку автору вдалося прослухати й мати частково конспект у власному архіві. Оскільки було важливо показати, як продуковані інтелектуальні смисли актуалізуються при розгляді сучасного медіадискурсу, тому взято за теоретичну основу такі наукові праці: українського медіадослідника В. Кулика «Дискурс українських медіа: ідентичності, ідеології, владні стосунки» (Кулик, 2010), Дж. Гола «Онлайнова журналістика» (Гол, 2005), Д. Мак-Квейла «Теорія масової комунікації» (Мак-Квейл, 2010). Філософська парадигма праці Ю. Габермаса дуже наближена окремими позиціями до тих питань, що розглядали названі теоретики медіа. Наприклад, Д. Мак-Квейл порушив схожі комунікаційні проблеми, як у Ю. Габермаса, але з більшим акцентом на взаємодії людини і медіа. В. Кулик актуалізував роль якісних медіа, показав, як всепроникливо діє масова культура через медіапростір. Тут він без цитування наблизився до тверджень Ю. Габермаса щодо «культурницького споживацтва». Окремі параметри праці Г. Почепцова «Інжиніринг майбутнього» (Почепцов, 2010) стосовно того, як віртуальна реальність може впливати на майбутнє суспільства, знадобилися при аналізі популярних телевізійних серіалів. Окремі розділи книжок спогадів Т. Блера «Шлях» (Блер, 2011), Дж. Буша «Ключові рішення» (Буш, 2012) були використані для дослідження ролі лідерів суспільства в період прийняття відповідальних рішень.

## **Результати**

Один з представників західної інтелектуальної культури філософ Ж.-М. Бенсьє у своєму розгорнутому дослідженні різних аспектів мудрості безапеляційно стверджував: «Третє тисячоліття не принесе, звісно, якихось докорінно нових життєвих ідеалів. (...) Судячи з деяких ознак, можна навіть припустити, що інтелектуальна діяльність знову виявиться критерієм успішного життя конкретного індивіда» (Бенсьє, 2003, с. 107). До системи інтелектуальної діяльності відносять період навчання у виші, наукову роботу, проведення досліджень у технічних і гуманітарних галузях. Щодо людської зайнятості, то до цієї сфери належать письменницька, журналістська, бібліотечна праці, а також творчі професії мистецького ареалу. Автору видається позитивним прогноз такої зайнятості, але чи зможе інтелектуальна діяльність у широкому сенсі формувати смисли, поширювати цінності, властиві розвиненим демократичним суспільствам. Мабуть, треба визнати існування творців-інтелектуалів та просто освічених виконавців. Тоді, як перші будуть на вершині креативності та критичного мислення у гуманітарній галузі, другі, виступаючи комунікаторами між лідерами і суспільством, поширюватимуть їхні продукти. У

результаті розшириться досвід сприйняття суспільством певних орієнтирів. Вдаватися до досвіду, згенерованого світовими інтелектуалами, на наш погляд, потрібно для того, щоб підключитися до процесу формування еліти нового типу, запит на яку диктує стан українського суспільства на початку XXI ст.

Полілогічність сучасної журналістської освіти, в якій беруть участь студенти, науковці та викладачі вишів, практики ЗМІ, зобов'язує збільшувати інтелектуальну насиченість теоретичних курсів для того, щоб, крім професійних навичок, молоді журналісти в майбутньому орієнтувалися у реаліях ідей і цінностей української держави. Комунікативні функції журналістської професії оновлюються завдяки новим технологічним удосконаленням носіїв інформації. У цій статті розглянемо трактування Ю. Габермасом системи комунікації, взаємних впливів творців і споживачів інтелектуального продукту.

Позитивізуючи комунікативні процеси, Ю. Габермас, на наш погляд, дещо відсторонено і навіть романтично трактував їх: «Стосунки між автором, твором і публікою змінюються: вони перетворюються на інтимні стосунки між приватними особами, психологічно зацікавленими в “гуманізмі”, в самопізнанні так само як і в сентиментальному самозаглибленні» (Габермас, 2000, с. 95). Отже, йдеться про вплив художнього твору, можемо припустити, навіть спектаклю чи кіно. Попри те, що (за висловом М. В'єйорки) гряде «нова ера інтелектуалів» (В'єйорка, 2019) ми вбачаємо необхідність продовжити наукову тяглість та формувати наше дослідження на теоретичній базі Ю. Габермаса, Е. Саїда, П. Бурдьє, Л. Вакана. До цього спонукає наша комунікативна пам'ять, комунікативний код культури (означення подані українською історикинею Н. Яковенко). В сучасному українському журналістикознавстві є низка досліджень, що стосуються історичної пам'яті, українськоцентричного коду політичної нації. Наприклад, часто цитовані роботи В. Кулика, підтверджують цю думку.

Стосовно ж вивчення комунікативної пам'яті, комунікативного коду культури в українському журналістикознавстві є значні прогалини. Для цього дослідження варто зупинитися на їх трактуванні: воно наблизить нас до розуміння теорії Ю. Габермаса. Для означення проблеми розглянемо, що вкладає у ці поняття історикиня Н. Яковенко. Вона звертає увагу на образність М. Вебера, який «писав, що людина – це істота, яка повисла на зітканій нею самою павутині сенсів. Власне, система таких сенсів, знакових для певної спільноти, сприймається її членами за обов'язковий набір цінностей, що забезпечує «адекватність» повсякденної поведінки». Спираючись на це визначення, Н. Яковенко продовжує своє міркування: «Цей “набір” можна назвати комунікативною пам'яттю, або комунікативним кодом культури, і в його постанні неабияку роль відіграє щоразу нова, на виклик часу, інтерпретація/сприйняття “нашого” минулого. В просторіччі це доволі примітивно трактують як «переписування історії». Але історія завжди переписується! Адже з неосяжного минулого ми завжди обираємо лише те, що нам потрібне сьогодні, бо, як ще на початку XX століття жартував Бенедетто Кроче, всю історію бачить тільки “око Бога”» (Орищина, Рибалко, 2017).

Отже, правдиво буде стверджувати, що комунікативна пам'ять – це те, навколо чого сьогодні, в теперішньому часі, відбувається дискусія. Можливим є дискусійний сумнів: як це? Адже словом «пам'ять» позначено вже той факт чи подію, яка відбулася. Але треба зважати й на той момент, що дискусія відбувається при поєднанні факту минулого і його трактування з позиції сьогодення. За дослідженнями німецького вченого Я. Ассмана (його згадує Н. Яковенко) комунікативна пам'ять обмежена в часі спілкування. Тоді вона виступає частиною чогось більшого: припустимо, що це частина культурної пам'яті. Це яскраво й переконливо проявляється під час організації та проведення великих культурних проєктів. В українському варіанті називається – візуалізація культури. Прикладом може служити виставка «Велике і величне» у Мистецькому Арсеналі, «Проєкт Енеїда» у Національному художньому музеї України, виставка «Тіні забутих предків» організована «Я Галерея» та FILM.UA Group. Підсумовуючи роль «Проєкту Енеїда» як «нового

формату культурних заходів» його співкуратор П. Гудімов зазначив: «Тепер нам вирішувати, яким інструментом “Енеїда” буде в найновішій історії. (...) Ми є частиною всесвітнього явища» (Чадюк, 2017).

Повертаючись до філософських ідей Ю. Габермаса, зупинімося на такій його думці: «Культурницьке споживацтво не надто перевантажує мозок друкованим словом; невербальні повідомлення або такі, які взагалі не переведені в зображення чи звук, заради полегшення сприйняття укомплектовані оптичними чи акустичними милиціями, меншою чи більшою мірою витісняють класичні форми літературної продукції» (Габермас, 2000, с. 219). Задумасмося над тим, чи не виступає візуалізація мистецтва тими оптичними чи акустичними милиціями, що на думку філософа «витісняють класичні форми літературної продукції». Сумніви філософа розвіюють численні відвідувачі згаданих виставок, синтетичних концертів С. Жадана і рок-гурту «Жадан і собаки», що, наприклад, найсучасніше представляють поезію не лише в Україні. Такі проекти мають глокалізаційний ефект української літератури і культури в світовому просторі. Невербальна комунікація музейних експонатів – ілюстрація «Енеїди», фото зі спектаклів, мультфільму, рок-групи з ідентичною назвою, ранні друковані зразки твору – внесла нову естетику діалогу відвідувачів і калейдоскопу інтерпретацій геніального твору І. Котляревського. І «культурницьке споживацтво», що у Ю. Габермаса «не надто перевантажує мозок друкованим словом», отримало зовсім інший дискурс українського минулого.

Н. Яковенко вважає, що провідну роль щодо появи комунікативних кодів у теперішній час відіграють медіа: «Раніше оці-от комунікативні коди творили література та мистецтво. В радянські часи вони були ідеально припасовані до пропагандистської програми, наслідки чого можемо спостерігати до сьогодні. Нині ж мистецтво живе здебільшого заради самого мистецтва... Отож творення комунікативного коду перейшло тепер до ЗМІ. Сюди я зараховую і державну політику пам'яті, адже вона існує не так у вигляді указів Президента, як передусім через роз'яснення журналістів» (Орищина, Рибалко, 2017). Справді, згадані виставки живуть у матеріалах медіа як спогад і як код української культури. Але це вже продукт медіа. Не організаторів виставок.

Як же насправді існує державна політика пам'яті через роз'яснення журналістів? Чи не затіняють її «оптичні та акустичні милиці» медійних інтерпретацій? У ХХІ ст. говорити про український варіант державної політики пам'яті можна з урахуванням того, як медіадискурс передає нашарування картин російської-української війни на частині території Луганської, Донецької областей, що називається ООС (раніше АТО), як медіа фіксують появу нових аспектів ідентичності внаслідок окупації Криму Російською Федерацією, гібридної війни на території України. Не всі ЗМІ та не завжди послідовно формують комунікативний код української культури. Так, газета «День», що веде рубрику пресклуб «Дня», розпочала та постійно підживлює суспільну дискусію про значення медіа для виховання нації, демократичного суспільства, інтелектуального збагачення поколінь, тяглості української історії та ідентичності. Підсумовуючи чергову дискусію під гаслом «Чи можна очікувати, що після Революції Гідності відбудеться Революція Гідності українського ТБ?», журналісти дійшли висновку, що «телеканали, схоже, не планують створювати якісний інтелектуальний контент, піднімати «планку» розмови, а ті поодинокі варті уваги передачі, які можна відзначити, виходять в ефір далеко за північ. Тобто, розум з екрану часто може пробитися до глядача лише уночі. І в цьому є щось символічне» (Лубчак, Антипенко, Малімон, Шуткевич, 2017). Відбулася «деструктуризація» за Ю. Габермасом. А «електронна всеприсутність» напрацювала свої правила наповнення телепростору і заохотила глядача стати споживачем розваг, без громадянського почуття і патріотичного підґрунтя.

Про відсутність майданчиків для формування смислів, інтелектуальної діяльності у середовищі нових медіа, говорив у інтерв'ю дипломат К. Грищенко, відповідаючи на

запитання, чи збирається він виходити у соціальні мережі: «В моєму розумінні “Фейсбук” і “Твіттер”, з одного боку, багатьма використовується як зливний бачок, а з другого – для них це самопромоція. Якби в нас була більш фахова мережа, що мала певну репутацію майданчика, де може відбуватися ця фахова дискусія, нехай гостра, яка завгодно, тоді це мало б сенс. Тоді там себе не просто розумного показуєш, але береш участь у формуванні якихось нових ідей» (Сірук, 2017). Про потребу внутрішнього діалогу українських еліт в контексті аналізу дійсності, програмування майбутнього з метою уникнення помилок попередніх спроб державотворення і формування нації час від часу сповіщають медіа як висновки з різноманітних конференцій, виступів лідерів думок, наукових досліджень. Історикня Н. Яковенко вважає, що для того, щоб «українська еліта діяла в рамках комунікативного коду культури та системи сенсів, які будуть корисні нашому суспільству тут і тепер, треба, щоб на відповідному рівні працювали ЗМІ. Адже потрібні сенси треба вкласти в їхні голови, бо самі вони надто зайняті самоствердженням і не часто над такими абстракціями замислюються» (Орищина, Рибалко, 2017).

У пошуках відповіді на системну проблему – відсутність достатньої кількості інтелектуального середовища в українському суспільстві у період 1991–2019 рр., слабку комунікацію між інтелектуалами та центрами прийняття державних рішень – ми звертаємося до аналізу творів тих авторів, що, припускаємо, могли б мотивувати поведінку української еліти у попередні два десятиліття. Це публіцистика І. Дзюби, У. Еко, О. Забужко, О. Пахльовської, Т. Снайдера.

Жива філософія Ю. Габермаса активно дебатує з найактуальніших питань журналістики та комунікації. Вона ніби скорочує хибну дистанцію між суспільними проблемами, людським життям і філософським поясненням світу, що нас оточує. Серед українських медіа до філософів і філософії звертається газета «День». Це й інтерв'ю з С. Кримським, поява на сайті відеолекції про історію філософії та її нинішню необхідність А. Баумейстера. На сторінках журналу «Український тиждень» блоги філософського спрямування ведуть дипломати С. Корсунський, В. Василенко, письменники С. Жадан, О. Ірванець, журналісти Е. Лукас, А. Гімоль також політологи, науковці. У публічному просторі київський ресторан «Остання Барикада» практикував філософські бесіди з В. Кебуладзе для широкого загалу.

Автор і організатор серії програм – діалогів із філософами «Філософія сьогодні» Західнонімецького радіо Кельна, що також транслювалися німецьким телебаченням, У. Бьом згадував, як Ю. Габермас довго не наважувався вести діалог перед аудиторією на телебаченні і спочатку проводилися студійні записи тільки дискутантів, без публіки (Бьом, 2003, с. 10). Ю. Габермас дуже образно відгукнувся про актуальну ретрансляторську роль телебачення, на підставі його проникливості й присутності всюди, де з'являється якась новина: «Засоби масової інформації відіграють вирішальну роль не лише в інфекційному ефекті всесвітньої дифузії. Навіть фізична присутність мас демонстрантів на майданах і вулицях могла (інакше, ніж у XIX та на початку XX ст.) підбурити революційне насильство лише тією мірою, якою вона за допомогою телебачення була перетворена на повсюдну присутність» (Габермас, 2000, с. 41). Розвиваючи думку Ю. Габермаса про «повсюдну присутність» телебачення, варто екстраполювати її поза політичними подіями. Можна звернутися до досліджень у галузі транснаціональних та глобальних історій, бо за твердженням А.-В. Вендланд «Світові події та глобальні катастрофи стають дедалі важливішим предметом транснаціональної та глобальної історії» (Вендланд, 2011, с. 151). Саме навколо цих проблем іноді виникають наукові дискусії в різних університетах, але вже після того, як подію розтиражують медіа. Дослідження Чорнобильської катастрофи, приголомшливого терористичного акту 11 вересня 2001 р. у США, були по-різному розтиражовані медіа як трагічні події. Чорнобильська катастрофа певний час замовчувалася урядом і владною верхівкою СРСР аж доки не почалися запити від тих країн Європи, де фіксувався підвищений рівень радіації. Дослідниця медіальних подій

Чорнобиля писала: «Тож спершу особливістю катастрофи світового значення, яким є Чорнобиль, була відсутність зорового ряду, не кажучи про загальну обмеженість інформації, характерну для перших днів після аварії. Увагу світової громадськості привабили не зображення, а заміри підвищеної радіації, зафіксовані в Скандинавії» (Вендланд, 2011, с. 163–164). У 2019 р. вийшов серіал «Chernobyl» про катастрофу, знятий у копродукції компаніями США та Великої Британії. Тема трагедії знову з'явилася у медіа. Але в українських медіа обговорювалася ця тема здебільшого у ракурсі проблем вітчизняного кіновиробництва – чому його не знімали повністю в Україні, в околицях АЕС? Знайшли кількох героїв, які не отримали винагород за порятунок людства під час вибуху на станції. Чи відповідає дійсності поведінка акторів – героїв серіалу, як задіяні спецефекти та чи були порушені права власників документальних зйомок катастрофи? За цим переліком бачимо відсутність інтересу медіа до дійсних наслідків аварії на атомній станції. У продовження теми напрошується один із висновків Ю. Габермаса про вплив медіа на суспільство: «Світ, створений засобами масової інформації, має хіба що вигляд громадянського суспільства, проте навіть інтегрованість приватної сфери, у чому масова інформація, зі свого боку, запевняє своїх споживачів, – ілюзорна» (Габермас, 2000, с. 226). Виглядати, а не бути – таку нову властивість несуть медіа у форматах Facebook, Twitter, Instagram. За висловом Ю. Габермаса «публіка» тобто громадяни, споживачі культурного продукту, треба розуміти частіше схиляються до політичних медійних програм. Справді важко уявити, що телеканали в Україні складуть конкуренцію «UA: Культура» у подачі різноманітних програм інтелектуального філософського спрямування.

Питання в тому, як сприймають надзвичайні події політичні лідери. За їхніми спогадами це не завжди має політичний підтекст, основою є співчуття. Отже, «культурологічно резонерські» характеристики залишаються? Ми не заперечуємо Ю. Габермаса. Адже у його візії йшлося про масові споживачькі характеристики з прикладкою «культурницькі». Візьмемо до прикладу спогади Т. Блера, що стосувалися надзвичайної події – падіння веж-близнюків у США під час теракту. Цю трагедію транслювало телебачення в режимі реального часу. Публіцистичні емоційні спогади Т. Блера про 11 вересня 2001 р. нагадують щоденникові враження: «То була подія, не схожа на жодну іншу. Її вважали за таку. Британські газети наступного дня були типовим прикладом газет усієї планети: “Війна» – оголосили вони”. (...) Найпопулярнішими словами того дня були “війна”, “зло”, “співчуття”, “солідарність”, “рішучість” і, звичайно, “зміна”. Передусім визнали, що світ змінився» (Блер, 2011, с. 364). Свої враження Т. Блер перемишує розповідями, чим займався в той день та як побачив все по телевізору. Він відверто згадує виклики, на які у 2001 р. шукав термінові відповіді. Пізніше Т. Блер здійснив візит у США, вшанував пам'ять загиблих, зустрівся з Дж. Бушем. Це був акт підтримки США. Хотілося б наголосити на важливості телевізійної проникливості, що відтворює до подробиць картину світу. З порогу ХХІ ст. на уявних терезах соціогуманістичних концептів поведінка політичного лідера країни в період найважчих випробувань народу стає вагомою частиною культурної пам'яті.

У цій думці нам допомагають утвердитися й спогади Дж. Буша, 43-го президента США, про страшний вівторок 11 вересня 2001 р. в США. Дж. Буш перебував в той час у школі, коли три помічники один за одним повідомили його про те, що два літаки врізалися у вежі Всесвітнього торгового центру. «Першою моєю реакцією була лють. Хтось насмівся напасти на Америку. Вони за це заплатять». Так написав він у спогадах (Буш, 2012, с. 147). Емоційний стан президент все ж намагався вгамувати, бо поруч були журналісти, які також дізнавалися з мобільних телефонів і пейджерів новини, та готові вмиль передати реакцію президента США. Зі сторінок книги про подолання національної кризи завданої терористами постає враження про високий рівень комунікації серед оточення президента, відповідальних працівників Білого дому, про бажання через пресу заспокоїти американський народ. Помітно, що враженням від розмови з Т. Блером він

присвятив цілий абзац. Бо бесіда з Т. Блером, на думку американського президента, «допомогла зцементувати найближчі дружні стосунки з тих, що в мене були з будь-яким іноземним лідером» (Буш, 2012, с. 161). Інших лідерів він охарактеризував дуже лаконічно. Як висновок: «Формувалася коаліція бажаючих виступити у війні проти тероризму, і – на той час – усі хотіли приєднатися» (Буш, 2012, с. 161). Деталізуємо так факти політичної комунікації лідера нації у момент трагічних випробувань, щоб відслідкувати появу ціннісних смислів – гарантії безпеки суспільству, нового розуміння цінностей, міждержавної комунікації. Письменниця О. Забужко пояснює особливості спогадів тим, що «минуле запам'ятовується – не таким, яким було насправді, а таким, яким ми його побачили» (Забужко, 2006, с. 79). У спогадах політичних діячів про трагічні події минулого проступають ті «комунікативні коди», що зміцнюють націю, викликають у народу довіру до влади.

Передбачувана Ю. Габермасом всесвітня дифузія ЗМІ продовжується в інших інструментальних формах. Її підсилюють численні фотовиставки, документальні стрічки та фільми короткого метра, що поширюються через кінофестивальний рух, демонструються у пам'ятні дні, наприклад, Євромайдану, Революції гідності, Небесної сотні, Студентської революції на граніті, а також у дні вшанування героїв війни розв'язаної РФ на сході України: героїв боїв за Іловайськ, оборони Донецького аеропорту.

Під час стажування у британському Університеті Бат Спа автору стало зрозуміло, яку велику увагу британці приділяють фотографії: документальній спортивній, знаменитостей, фотопортретам політиків, фоторекламі та багатьом іншим жанровим варіантам, присутнім у газетах, журналах, таблоїдах, інтернетвиданнях. Багатозначність візуалізації журналістської комунікації домінує у частині якісних українських медіа. Це дає підстави приєднатися до думки британської дослідниці П. Холланд про те, що «на початку ХХІ століття ключовим елементом новинної комунікації є візуальний образ» (Холланд, 2005, с. 510).

Яскравим прикладом візуалізації контенту є творчість військового фотокореспондента газети «Голос України» О. Клименка, його сторінка у мережі Facebook і численні виставки в Україні та за її межами. Фоторепортажі О. Клименка не лише у газеті, а й у мережі Facebook викликають жваве обговорення. Він побував у багатьох гарячих точках планети, там, де були українські воїни – учасники миротворчих операцій. Його численні альбоми розійшлися світом. А фотовиставки, зроблені за результатами відряджень на російську окупаційну війну на сході України, доносять правду про становище на фронті жителям багатьох країн, діячам міжнародних організацій, власне, там, де була організована демонстрація цих фотосвідчень загарбницької руйнівної політики РФ на українській території. О. Клименко «підкреслює, що він – не солдат, а лише фотожурналіст, хоча досвід висвітлення збройних конфліктів – у Придністров'ї, Югославії, Кувейті, Лівані, Ліберії та інших країнах – багато чого навчив» (Куш, 2017). Він видав чотири фотоальбоми: «Україна. 10 років поступу» (2001), «Миротворча діяльність українського війська. Перше десятиліття» (2004), «Крізь вогонь і сльози» (2009), «Фронтвий альбом» (2016). На презентації «Фронтвого альбому» були воїни, фото яких там опубліковано ([https://www.youtube.com/watch?v=D\\_p4Uw7TUVg](https://www.youtube.com/watch?v=D_p4Uw7TUVg), 2016). О. Клименко сказав, представляючи своє видання: «Інколи я сам боюся своїх знімків, боюся, що ті, кого я знімав, уже мертві. Але фото також зберігає якщо не душу, то пам'ять» (<https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2121125-fotokor-oleksandr-klimenko-prezentuvav-svij-frontovij-albom.html>, 2016).

Як окреме джерело медійної комунікації спробуємо розглянути відгуки на виставковій роботі, на публікації у Facebook українського військового фотокореспондента. Фотожурналістика О. Клименка викликає у людей захоплення, прагнення діалогу щодо смислів, які він закодує у фото. Документальний стиль домінує у його творчості. І тому потреба обговорити побачене кличе до діалогу з автором. Це те, що Ю. Габермас називає

комунікативними процесами групи, воно справді відбувається під впливом медіа. Дослівно думка Ю. Габермаса сформульована так: «Комунікативні процеси групи перебувають під впливом засобів масової інформації або безпосередньо, або, що трапляється частіше, опосередковуються через судження *opinion leaders*» (Габермас, 2000, с. 302). Власне як *opinion leaders* часто звучало рішення різних організацій, де експонувалися виставки фоторобіт О. Клименка, продовжити показ. Наприклад, ідея перенести експозицію фотовиставки О. Клименка до приміщення Міністерства культури України, щоб більше людей побачили те, з чим бореться Україна ([http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=245269800&cat\\_id=244913751](http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245269800&cat_id=244913751), 2017).

Художнє переосмислення подій війни знаходимо у фільмі «Війна химер» А. та М. Старожицьких. На одному з інтернетсайтів документального кіно – лаконічно про цю роботу: «Фільм Анастасії і Марії Старожицьких – це художня історія на документальному матеріалі, відзнята її безпосередніми учасниками» (<http://docuhit.org/2017>, 2017). Доброволець, який залишився живим після «Іловайського котла» і його подруга-режисерка «намагаються зрозуміти суть війни». За словами режисера М. Старожицької «посттравматичний повоєнний синдром – це дуже страшна історія, розуміння людей є дуже важливим особливо у цій ситуації. Ми у стрічці розповідаємо те, що пережили самі, і більше нічого» (Глуховський, 2017). Журналістка і режисерка М. Старожицька передала творчу силу публіцистики в кіно, вибудувавши художність образів і подій на документальному ґрунті. Досвід, впливи, висновки війни – все це створило тло для критичного осмислення подій. Для уміння відрізнити фейки і хайп від правди, адже цими навичками варто володіти в період інформаційної війни. Щодо ефективності критичних наративів, то Ю. Габермас вважав, що «...функції публіцистики, критичної і маніпулятивної, навпаки, чітко відрізняються одна від одної. Вони перебувають у протилежних суспільних контекстах ефективності» (Габермас, 2000, с. 291).

Медіа створюють картину світу, медіа можуть і спотворювати картину світу через різні впливи на споживачів інформації. Стрімкі зміни у суспільних відносинах, хаотичність і непередбачуваність подій привчили людей до такого ж швидкого поширення дій, що іноді суперечать державним планам і намірам. Якщо ці дії інспіровані та шкідливі, то їхня природа бере початок у псевдогромадській думці. Про це читаємо у сучасного філософа: «Комунікативному просторові кулурних чи кабінетних суджень протистоїть сфера циркуляції псевдогромадської думки» (Габермас, 2000, с. 302). Для українського суспільства характерним є посилення «циркуляції псевдогромадської думки» через медіаканали, що належать приватним інвесторам. У такий спосіб ці інвестори будують своєрідну комунікацію з владою.

Інший глибший філософський зміст вкладає О. Забужко у метафору «як жити на межі» адже «всі ми сьогодні на цій планеті маргінали, мешканці пограниччя». Цей метафоричний ряд вона пов'язує з фактом – трагедією американського суспільства: «... зрештою, у ХХ столітті історія остаточно перестала поділятися на “мейстрімну” й “периферійну”, у чому ми всі мали змогу пересвідчитися 11 вересня 2001 року, коли на наших очах з мегатонною, апокаліптичною переконливістю рухнув, охоплений полум'ям, старий гегелівський міф про “історичні” й “неісторичні” народи» (Забужко, 2006, с. 341–342).

На тлі визначеної Н. Яковенко комунікативної пам'яті ми розглянули модернізацію «класичних форм літературної продукції», що їх в супереч твердженню Ю. Габермаса не витіснили ні акустика, ні візуалізація. Твори українських письменників за таких форм донесення до глядача/слухача набувають модерного звучання, зрозумілого і такого, що зацікавлює сучасників. Інші посили філософа засвідчують ситуативні зміни у комунікаційному та медійному дискурсах, а саме: «електронна всеприсутність подій», «плюралізація життєвих форм», «індивідуалізація життєвих доль», а також «інфекційний ефект всесвітньої дифузії», що його створюють медіа, – відкривають теоретичні

обґрунтування розвитку медійної сфери, акцентують на ролі медійного інструментарію у комунікації. Опрацьовуючи теорію масової комунікації Д. Мак-Квейла, помічаємо, що він розглядав майже ті самі проблеми у світі медіа, що й Ю. Габермас, але більше з позиції взаємодії людини і медіа. Співзвучні мотиви у поглядах вченого і філософа на контенті й інструментарій донесення, на нашу думку, містяться у площині соціальної філософії. За Д. Мак-Квейлом «більшість питань глобальної масової комунікації безпосередньо або опосередковано пов'язані з поняттям “культурного імперіалізму” або вужчим концептом “медійного імперіалізму”» (Мак-Квейл, 2010, с. 221). Він стверджує, що «обидва ці поняття передбачають примус у відносинах (безумовно, дуже нерівних), зумисні спроби підкорити “культурний простір” інших, вторгтися в нього або зруйнувати його» (Мак-Квейл, 2010, с. 221). Також Д. Мак-Квейл визнає, що його висновки зазнавали критики у світлі позитивізації глобалізаційних процесів. Теоретичні дослідження впливів російської пропаганди, здійснювані вченим Г. Почепцовим, не опосередковано нагадують українській медійній аудиторії про впливи російського контенту як «культурного імперіалізму» за наявним визначенням останнього. Аналізуючи російські проекти майбутнього, він відзначає такі їхні ознаки: православ'я, радянськість, глобальність (Почепцов, 2010, с. 36).

## Висновки

У праці Ю. Габермаса «Структурні перетворення у сфері відкритості» (Габермас, 2000), є низка висновків, що стосуються поведінки політичної еліти, взаємопов'язаності їхньої діяльності з медіа, а також ефективності публіцистики. Слушно буде пояснити, що знання теоретичних міркувань Ю. Габермаса прогнозовано можуть мати вплив на гармонізацію медіаматеріалів. Його філософська парадигма наближена до завдань, що їх вирішують медіа й комунікація. На наш погляд, формування нової навчальної універсальної платформи для студентів, які обрали журналістику й соціальні комунікації, неможливе без опертя на основи знань про політику й мораль, про речі, що мають значення для вироблення світоглядних оцінок. Нашим припущенням є думка про таке: Ю. Габермас своїми науковими висновками попереджає наступників від помилок у розвитку громадянського суспільства, що розвиватиметься в інноваційному цифровому середовищі. Особливим є розділ IV «Громадянська відкритість – ідея та ідеологія», присвячений розглядові лексеми «public opinion» та «opinion publique» у творах філософів Т. Гоббса, І. Канта, Дж. Лока, Ж.-Ж. Руссо та інших (Габермас, 2000). У ньому – приклади розвитку критичного мислення щодо думок, висловлених інтелектуалами. Ю. Габермас не знімає великих філософів із їхніх історичних п'єдесталів. Він постійно нагадує, для кого вони творили і як продовжити їхні діалогічні мотиви, щоб у зміненій структурі суспільства публіка (його назва) відчувала межу спотворених цінностей, у медіа – розуміла форми популізму, в комунікації – гібриди пропаганди. Складність політичної комунікації філософ розглядає у єдності й розумінні суспільного стану, готовності до сприйняття політичних подій: «Політику не можна розглядати як винятково моральну, як обов'язкову діяльність за умови дотримання позитивно існуючих законів, її позитивізація, як властива мета її провадження, навички, вимагають врахування загальних потреб публіки, тобто її добробуту, колективно об'єднаної волі» (Габермас, 2000, с. 163). На початку статті ми розглядали важливість комунікативних кодів, що їх інтерпретувала професорка Н. Яковенко. Аналізуючи працю Ю. Габермаса, гіпотетично уявляємо, що «врахування загальних потреб публіки» в частині політизації не повинно виходити за межі комунікативних кодів: смислових і моральних інтенцій. Ми не наполягаємо на пошуку паралелей між ідеями істориків та філософа. Але медіа повинні розрізняти удавану, не

справжню, може, фальшиву, політичну елітарність і дійсну. Звернімо увагу й на те, як сучасний німецький філософ вважав, що «...політика і мораль має у характерному сенсі уособлюватися у відкритості; у ній має відбутися сприятливе для розуміння поєднання практичних потреб усіх, легальність має впливати з моральності» (Габермас, 2000, с. 163). У довгостроковій перспективі політика відкритості через медіа посилюватиме дію ініціатив, що формують сталий розвиток суспільства. Розглядаючи інтелектуальні смисли як теоретичні чинники, породжені філософами, істориками, літераторами, у поєднанні з дослідницькою парадигмою теоретиків медіа і комунікації Д. Мак-Квейла, Г. Почепцова, висновуємо про те, що вони актуалізуються завдяки асинхронній комунікаційній особливості якісної аналітичної журналістики.

## Список використаних джерел

- Беньє, Ж.-М. (2003). *Роздуми про мудрість*. Київ: Ніка-Центр.
- Блер, Т. (2011). *Шлях*. Київ: Темпора.
- Буш, Дж. (2012). *Ключові рішення*. Київ: Брайт Стар Паблішинг.
- Бьом У. [За ред.] (2003). *Філософія сьогодні: Розмови з Ульрихом Беком, Гансом-Георгом Гадамером, Юргеном Габермасом, Гансом Йонасом, Отфридом Гьофе, Віторіо Гьосле, Річардом Рорті та іншими*. Київ: Альтерпрес.
- Вендланд, А.-В. (2011). Повернення до Чорнобиля. Від національної трагедії до предмета інноваційних дисциплін в історіографії не тільки України. *Україна модерна: Часопис*, №18, 151–185.
- В'свйорка, М. (2019). Нова ера інтелектуалів. *Український тиждень: Щотижн. сусп.-політ. часопис*, №26 (606), 42.
- Габермас, Ю. (2000). *Структурні перетворення у сфері відкритості*. Львів: Літопис.
- Глуховський, М. (2017, 18 липня). «Війна химер». Кіноісторія про Донбас, життя, смерть та любов *Главком: Інтернетвидання*. [Вебпублікація]. Отримано з <http://glavcom.ua/interviews/viyna-himer-kinoistoriya-pro-donbas-zhittya-smert-ta-lyubov-426459.html>
- Гол, Дж. (2005). *Онлайн-журналістика*. Київ: «К. І. С. «.
- Джадт, Т. & Снайдер, Т. (2019). *Роздуми про двадцяте століття*. Львів: Човен.
- Забужко, О. (2006). *Хроніки від Фортінбраса. Вибрана есеїстика*. Київ: Факт.
- Кулик, В. (2010). *Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки*. Київ: Критика.
- Куш Л. (2017, 19 серпня). Миттєвості, що допомагають нації стати сильною та єдиною. *Голос України: Щоден. газ.* [Вебпублікація]. Отримано з <http://www.golos.com.ua/article/292689>
- Лубчак, В., Антипенко, І., Малімон, Н., & Шуткевич, О. (2017). Де «живе» розум на українському ТБ? *День: Щоден. сусп.-політ. газ.*, №192-193.
- Мак-Квейл, Д. (2010). *Теорія масової комунікації*. Львів: Літопис.
- Орищина, М. & Рибалко, Л. (2017). Історія і ЗМІ: хто творить комунікативний код культури? *День: Щоден. сусп.-політ. газ.*, № 130–131.
- Почепцов, Г. (2010). *Інжиниринг майбутнього. Лекції по стратегическим и форсайтным исследованиям*. Киев: Альтерпрес.
- Сірук, М. (2017). Про надзавдання дипломатії *День: Щоден. сусп.-політ. газ.*, №192-193.
- Томпсон, Д. (2018). *Хітмейкери. Наука популярності та змагання за увагу*. Київ: Yakaboo Publishing.
- У Національному музеї історії України у Другій світовій війні презентували виставку робіт відомого українського фотожурналіста Олександра Клименка. (2017, 17 серпня). *Міністерство культури України: офіційний Інтернетсайт*.

[Вебпублікація]. Отримано з  
[http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=245269800&cat\\_id=244913751](http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245269800&cat_id=244913751)

- Фотокор Олександр Клименко презентував свій «Фронтовий альбом». (2016, 15 листопада). *Укрінформ: Держ. інформ. агентство*. [Вебпублікація]. Отримано з <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2121125-fotokor-oleksandr-klimenko-prezentuvav-svij-frontovij-albom.html>
- «Фронтовий альбом»: Біль війни у фотознімках... *Youtube канал: 5 канал*. [Вебпублікація]. Отримано з [https://www.youtube.com/watch?v=D\\_p4Uw7TUVg](https://www.youtube.com/watch?v=D_p4Uw7TUVg)
- Чадюк, М. (2017). Візуальний код українського минулого. *День: Щоден. сусп.-політ. газ.*, №192.
- Холланд, П. (2005). «Прямое обращение к взгляду»? Фотография и пресса. А. Бриггз, П. Кобли (Ред.). *Медиа: Введение* (С. 510 – 522). Москва: Юнити-Дана.
- DOCU/HIT запрошує у подорож з неймовірною документальною вісімкою. Фільми. Війна Химер. (2017). *DOCU/HIT: Проект Міжнародного фестивалю документального кіно про права людини Docudays UA*. [Вебпублікація]. Отримано з <http://docuhit.org/2017>

Статтю подано до редакції 05.05.2021

## References

- «Battlefront Album»: The Pain of War in Photos ... *Youtube Channel: Channel 5*. [Web Publication]. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=D\\_p4Uw7TUVg](https://www.youtube.com/watch?v=D_p4Uw7TUVg)
- Besnier, J.-M. (2003). *Réflexions sur la Sagesse*. Kyiv: Nika-Centre.
- Blair, T. (2011). *A Journey*. Kyiv: Tempora.
- Boehm, U. [Ed.] (2003) *Philosophy Today: Conversations with Ulrich Beck, Hans-Georg Gadamer, Jürgen Habermas, Hans Jonas, Otfried Höffe, Vittorio Hösle, Richard Rorty, and others*. Kyiv: Alterpres.
- Bush, G. W. (2012). *Decision Points*. Kyiv: Bright Star Publishing.
- Chadiuk, M. (2017). Visual Code of the Ukrainian Past. *The Day: The Day: Daily Socio-Political Newspaper*, #192.
- DOCU / HIT Invites You to Travel with an Incredible Documentary Eightsome. Movies. Chimeras War. (2017). *DOCU / HIT: Docudays UA the International Human Rights Documentary Film Festival Project*. [Web Publication]. Retrieved from <http://docuhit.org/2017>
- Habermas, J. (2000). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Lviv: Litopys.
- Hall, J. (2005). *Online Journalism*. Kyiv: «К. І. S.».
- Hlukhovsky, M. (2017, July 18). «Chimeras War». Film Story about Donbas, Life, Death and Love. Glavcom: Internet Periodical. [Web Publication]. Retrieved from <https://glavcom.ua/interviews/viyna-himer-kinoistoriya-pro-donbas-zhittya-smert-ta-lyubov-426459.html>
- Holland, P. (2005). «The Direct Appeal to the Eye»? Photography and the Press. A. Briggs, P. Copley (Ed.). *The Media: An Introduction* (pp. 510 - 522). Moscow: Unity-Dana.
- Judt, T. & Snyder, T. (2019). *Thinking the Twentieth Century*. Lviv: Choven.
- Kulyk, V. (2010). *The Ukrainian Media Discourse: Identities. Ideologies. Power Relations*. Kyiv: Krytyka.
- Kushch L. (2017, August 19). Moments that Help the Nation Become Strong and United. *Holos Ukrainy: Daily Newspaper*. [Web Publication]. Retrieved from <http://www.golos.com.ua/article/292689>

- Lubchak, V., Antypenko, I., Malimon, N., & Shutkevych, O. (2017). Where Does the Mind «Live» on Ukrainian TV? *The Day: Daily Socio-Political Newspaper*, #192-193.
- McQuail D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Lviv: Litopys.
- Oryshchyna, M. & Rybalko, L. (2017). History and Media: Who Creates the Communicative Code of Culture? *The Day: The Day: Daily Socio-Political Newspaper*, #130-131.
- Pochepstov, G. (2010). *Engineering of the Future. Lectures on Strategic and Foresight Researches*. Kyiv: Alterpres.
- Siruk, M. (2017). On the Diplomacy Super-Tasks. *The Day: The Day: Daily Socio-Political Newspaper*, #192-193.
- The Exhibition of Works by Oleksandr Klymenko the Famous Ukrainian Newspaper Photographer Was Presented at the National Museum of the History of Ukraine in the Second World War. (2017, August 17). *The Ministry of Culture of Ukraine: The Official Website*. [Web Publication]. Retrieved from [http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=245269800&cat\\_id=244913751](http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245269800&cat_id=244913751)
- The Newspaper Photographer Oleksandr Klymenko Presented His «Battlefront Album». (2016, November 15). *Ukrinform: The State News Agency*. [Web Publication]. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2121125-fotokor-oleksandr-klimenko-prezentuvav-svij-frontovij-albom.html>
- Thompson, D. (2018). *Hit Makers: The Science of Popularity in an Age of Distraction*. Kyiv: Yakaboo Publishing.
- Wendland, A.-V. (2011). Return to Chornobyl. From National Tragedy towards Innovative Approaches in the Historiography of (not Exclusively) Ukraine. *Ukraina Moderna: Magazine*, #18, 151-185.
- Wieviorka, M. (2019). A New Era of Intellectuals. *The Ukrainian Week: Weekly Socio-Political Magazine*, #26 (606), 42.
- Zabuzhko, O. (2006). *Chronicles of Fortinbras. Selected Essays*. Kyiv: Fact.

Submitted 05.05.2021