

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики

КУЛИК СВІТЛАНА АНАТОЛІВНА

УДК 007:304:004.9

**ОБРАЗ УКРАЇНИ В БРИТАНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ
(ЗА МАТЕРІАЛАМИ ВЕБ-САЙТІВ ГАЗЕТ “THE TIMES”, “THE
GUARDIAN”, “THE INDEPENDENT”)**

Спеціальність 27.00.06 – прикладні
соціально-комунікаційні технології

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата наук із соціальних комунікацій

Київ – 2012

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі гуманітарної підготовки та соціальних комунікацій Галицького інституту імені В.Чорновола

Науковий керівник: доктор філологічних наук,
кандидат соціологічних наук, доцент
ФІНКЛЕР Юрій Едуардович,
Український католицький університет,
завідувач кафедри журналістики

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
МЕЛЕЩЕНКО Олександр Костянтинович,
Київський національний університет імені
Т. Шевченка, Інститут журналістики,
професор кафедри історії журналістики

кандидат філологічних наук, доцент
МІТЧУК Ольга Андріївна,
Міжнародний економіко-гуманітарний
університет імені академіка С. Дем'янчука,
декан факультету масової комунікації та
інформаційних технологій, завідувач кафедри
редагування і видавничої справи

Захист відбудеться 14 травня 2012 року о 13 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.34 Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 04119, Київ, вул. Мельникова, 36/1.

З дисертацією можна ознайомитися у Науковій бібліотеці імені М.О. Максимовича Київського національного університету імені Т. Шевченка за адресою: 01033, м. Київ, вул. Володимирська, 58.

Автореферат розісланий “ 9 ” квітня 2012 року

Вчений секретар спеціалізованої
вченої ради, кандидат
філологічних наук, доцент

В.М.Корнєєв

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сучасні європейські прагнення України, про які заявляють представники влади нашої держави, потребують наявності не лише економічних чи політичних підстав для подібних бажань з боку України, але й осмислення того, наскільки сама європейська спільнота готова зрозуміти те, що відбувається в країні. У цьому контексті позиція мас-медіа провідних європейських країн щодо України, інтерпретація ними подій у державі, ставлення до політики, політиків, економіки, соціального, економічного, спортивного життя, побуту українців видаються надзвичайно важливими, адже за умов характерних для західних демократій журналістських свобод, саме позиція впливових, серйозних мас-медіа часто започатковує ставлення суспільства до тих чи інших подій. Проблема образу України, який формується мас-медіа, – не виняток, адже велику роль у формуванні зовнішньополітичного іміджу країни відіграють медіа – і дуже часто іноземні. Саме вони є тією призмою, крізь яку дивиться на інші країни мешканець держави: газети, телебачення, радіо, мережеві медіа – це основні канали інформації про події в світі.

Наш вибір саме британських ЗМК не був випадковим і ґрунтується на таких аргументах.

По-перше, Об'єднане Королівство Великої Британії та Північної Ірландії – впливова країна, позиція якої в Європейському Союзі, ОБСЄ, Раді Європи та НАТО часто може стати визначальною у вирішенні тих чи інших проблем, включно із міжнародними. Новітня історія України свідчить про те, що неодноразово позиція Великої Британії щодо України суттєво впливала на прийняття європейською спільнотою конкретних рішень з українських проблем.

По-друге, британська преса – одна із найбільш поінформованих і авторитетних у світі. Журналістика Великої Британії за рівнем сталих традицій дотримання демократії, поваги до аудиторії та існуючого режиму і водночас спроможності вільно і без страху цензури висловлювати свою позицію з приводу широкого кола питань не має рівних на європейському континенті. Журналісти провідних британських мас-медіа, тих, яким притаманні стійкі тенденції дотримання найсуворіших традицій якісної журналістики, відіграють надзвичайно велику роль в інтерпретації подій, створенні іміджу людей та країн, пропаганді тих цінностей, які є ключовими для конкретного мас-медіа. Преса в Об'єднаному Королівстві поділяється на якісну та популярну; до першої групи відносяться газети, для яких характерним є висвітлення різноманітних аспектів політичного, економічного та культурного життя суспільства як в межах Королівства, так і за кордоном. Матеріали таких видань перевірені та проаналізовані. “The Times” (недільний випуск – “The Sunday Times”), “The Guardian” (недільний випуск – “The Observer”) та “The Independent” (недільний випуск – “The Independent on Sunday”) – якісні національні видання Великої Британії. Аудиторія у Великій Британії традиційно з великою часткою довіри ставиться до журналістики в цілому та зазначених газет зокрема.

По-третє, інтерес в Україні до британської преси є зазвичай доволі високим. Це означає, що і соціум, і влада певною мірою цікавляться тим, що саме пишуть про Україну провідні британські газети та яким чином у британському суспільстві формується думка про Україну.

Актуальність теми дисертаційного дослідження зумовлена також інформаційною ситуацією, що склалася у вивченні проблем функціонування сучасних мас-медіа, – зокрема, британської преси та формування іміджу. В цьому контексті вважаємо за доцільне проаналізовані наукові розвідки умовно поділити на чотири групи.

Перша група розвідок присвячена вивченню українськими вченими-журналістикознавцями сучасного стану функціонування мас-медіа, включно з проблемою їхніх контентних характеристик. Це, зокрема, праці В.М. Владимиrowa, В.Д. Демченка, В.В. Золяк, В.Ф. Іванова, С.М. Квіта, Н.В. Костенко, І.Л. Михайлина, О.Л. Порфімович, Б.В. Потятиника, Г.Г. Почепцова, В.В. Різуна, К.С. Серажим, О.М. Холода, А.А. Чічановського.

Друга група розвідок присвячена аналізу українськими вченими Інтернет-журналістики як цілісного й цікавого медійного явища: специфіка Інтернету дозволила організувати віртуальний, інформаційний простір з можливістю доступу до нього великої кількості людей без використання спеціальної інфраструктури (редакції, поліграфії і т.д.). Це, зокрема, праці І.М. Артамонової, І.О. Балинського, Ю.П. Бурила, Н.Б. Габор, О.В. Дмитрук, О.М. Колісник, Б.В. Потятиника, Г.Г. Почепцова, Г.Л. Рябоконт, Н.М. Фурманкевич, М.В. Чабаненко.

Третя група праць – аналіз, здійснений українськими науковцями-журналістикознавцями, діяльності британських друкованих та Інтернет-медіа та тих їхніх характеристик, які стосуються контентних спроможностей адекватно, повно та правдиво висвітлювати події. Варто відзначити роботи С.Р. Блавацького, О.К. Мелещенка, К.Г. Сіріньок-Долгарьової, Г.Л. Рябоконт, Б.І. Чернякова.

Четверта група праць складається з наукових розвідок тих вчених, які проаналізували особливості формування мас-медіа образу України. Це, зокрема О.В. Бойко, І.І. Брага, М.В. Бутиріна, О. А. Бутирський, Л.Є. Василик, О.М. Володченко, В.І. Ворніков, В. М. Владимиров, О.В. Петкова, М.В. Петров, Г.Г. Почепцов, Я.В. Прихода, Б.В. Сулим, О.М. Холод, Г.В. Шевченко, Ю.П. Щегельська.

Як бачимо, українським журналістикознавством лише поверхово вивчена проблема контентного наповнення британських мас-медіа – зокрема, Інтернет-медіа, а проблема висвітлення британською пресою українських реалій не опрацьована взагалі. Це дозволяє науково вмотивовано провести детальний аналіз наповнення веб-сайтів провідних британських газет інформацією про Україну.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана в межах комплексної наукової теми “Комунікаційні технології та регіональні чинники видавничої практики” кафедри гуманітарної підготовки та соціальних комунікацій Галицького інституту імені В'ячеслава Чорновола (ухвала

Вченої ради Галицького інституту імені В. Чорновола, протокол засідання № 11/09 від 03 грудня 2009 року).

Мета дослідження – визначити сутність контентного наповнення образу України в публікаціях на веб-сайтах газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent” у період з вересня 2004 року до грудня 2009 року.

Досягнення зазначеної мети потребує розв'язання таких завдань:

- охарактеризувати Інтернет-журналістику як наукову проблему;
- окреслити тенденції, притаманні сучасній британській Інтернет-журналістиці, та виокремити характеристики веб-сайтів провідних друкованих медіа;

- проаналізувати контентні атрибути формування мас-медіа образу України;

- дослідити особливості висвітлення веб-сайтами газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent” політичних, економічних, соціальних, історичних та культурологічних проблем в Україні;

- визначити пріоритетність тематики веб-сайтів зазначених британських газет, характерну для формування ними образу України.

Об'єктом дослідження є публікації про Україну на веб-сайтах британських газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent” періоду з вересня 2004 року до грудня 2009 року.

Предметом дослідження є контентні засоби формування образу України публікаціями про нашу державу на веб-сайтах обраних британських газет зазначеного періоду.

Хронологічні межі дослідження – вересень 2004 року – грудень 2009 року. Такий вибір хронологічних рамок дослідження вмотивовано тим, що осінь 2004 року привернула увагу світових мас-медіа до великої, але до того нецікавої східноєвропейської країни, адже “Помаранчева” революція змусила світову спільноту переглянути свої уявлення про колишню радянську республіку. Грудень 2009 року обрано тому, що на той момент Україна пройшла шлях в один президентський термін (вибори наступного президента відбулися в два тури 17 січня та 7 лютого 2010 року) – період, який почався з “Помаранчевої” революції, характеризувався численними політичними змінами, а також зрушеннями в економіці, культурі та суспільному житті. Термін у 5 років (між двома президентськими виборами) вважаємо свого роду завершеним етапом, що дає змогу оцінити динаміку уявлень британських журналістів про Україну.

Джерельна база дослідження – 2378 публікацій на веб-сайтах британських газет “The Times” (недільний випуск – “The Sunday Times”), “The Guardian” (недільний випуск – “The Observer”) та “The Independent” (недільний випуск – “The Independent on Sunday”) зазначеного періоду. Слід зауважити, що “The Times”, “The Guardian” та “The Independent” характеризує різна кількість матеріалів, присвячених Україні: всього за 5 років “The Times” розмістила близько 1200 (1158) матеріалів, “The Guardian” – понад 900 (928), “The Independent” – близько 300 (292). Тексти публікацій, проаналізованих у дисертації, на веб-сайтах газет і в друкованих версіях газетах не відрізняються; при цьому значна частина матеріалів на веб-сайтах носить ексклюзивний

характер, тобто ці матеріали не присутні в друкованих версіях видань. Основними критеріями відбору статей були: оцінка позицій України на зовнішньополітичній арені, внутрішня політика, суспільне та культурне життя держави, економічний потенціал країни та персоналії українців. Зазначимо, що ми не враховували матеріали, присвячені спортивній тематиці, оскільки вони обмежуються переліком футбольних матчів, у яких брали участь українські команди та збірна, та репортажами з різних спортивних турнірів. Проте ми проаналізували матеріали про тих українських спортсменів, які є свого роду “обличчям” України у світі.

Методи дослідження. Реалізація мети та завдань дисертації зумовила застосування таких методів: аналітичний метод (аналіз наукових праць українських вчених-журналістикознавців із проблем сучасного стану функціонування мас-медіа, тенденцій розвитку Інтернет-журналістики, особливостей створення мас-медіа образу), метод контент-аналізу (визначення змістового наповнення образу України в текстах Інтернет-сайтів), метод контекстуального аналізу, порівняльний метод, метод суцільної вибірки, індуктивний метод (узагальнення та систематизація проміжних висновків), статистичний аналіз.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що вперше в українському журналістикознавстві розглянуто сутність контентного наповнення образу України в публікаціях на веб-сайтах газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent”. Зокрема, у дисертації:

вперше:

досліджено контент та дискурс публікацій про Україну на веб-сайтах газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent”;

окреслено тенденції, притаманні сучасній британській Інтернет-журналістиці на тлі функціонування веб-сайтів провідних друкованих медіа;

з’ясовано особливості, притаманні зазначеним виданням, в контексті висвітлення ними подій за кордоном;

удосконалено технологію аналізу контентних атрибутів Інтернет-ЗМІ, характерних для формування образу України веб-сайтами британських газет;

набули подальшого розвитку принципи формування проблемних блоків та пропорційного співвідношення обсягу публікацій у кожному з них, а також визначення спільних та відмінних рис у текстах Інтернет-ЗМІ в контексті трактування українських реалій різними авторами;

поглиблено дослідження трактування різними авторами ролі України в сучасному світі.

Практичне значення одержаних результатів дисертації полягає у можливості використання матеріалів дисертації для подальшого аналізу формування образу конкретної країни Інтернет сайтами друкованих видань – зокрема, нашої Батьківщини. Матеріали джерельної бази дисертації, деякі положення і висновки можуть доповнити навчальні дисципліни з теорії журналістики, зарубіжної журналістики, соціології, масової комунікації.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота, автореферат та опубліковані наукові статті, в яких викладено основні положення дослідження, виконані здобувачем самостійно.

Апробація результатів дослідження відбувалася під час виголошення доповідей на семи конференціях: Всеукраїнській науково-практичній конференції “Актуальні проблеми регіональної журналістики в Україні” (Кам’янець-Подільський, жовтень 2008 року); Першій міжнародній конференції “Соціальні комунікації сучасного світу” (м. Запоріжжя, лютий 2009 року); Міжнародній науковій конференції “Журналістика 2010: методологія досліджень у галузі соціальних комунікацій” (Київ, березень 2010 року); Другій Міжнародній науково-практичній конференції “Соціальні комунікації сучасного світу” (Запоріжжя, квітень 2010 року); Міжнародній науково-практичній конференції “Світові стандарти сучасної журналістики” (Черкаси, травень 2010 року); VI Міжнародній науковій конференції “Сучасний інформаційний простір: журналістика та медіаосвіта” (Сімферополь, вересень 2010 року); Міжнародному симпозиумі “Світ соціальних комунікацій” (Київ, квітень 2011 року).

Публікації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження викладено в семи одноосібних публікаціях (з них – три у фахових наукових виданнях).

Обсяг і структура дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, дев’яти підрозділів, висновків, списку використаних джерел (830 найменувань), списку аналізованих джерел (2378 найменувань) і додатків. Загальний обсяг дисертації становить 556 сторінок, основний текст дисертації – 162 сторінки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, встановлено зв’язок роботи з науковими програмами, визначено мету та завдання, об’єкт, предмет і методи проведення дослідження, розкрито наукову новизну, практичне значення роботи, відображено особистий внесок здобувача та апробацію результатів дослідження, подано структуру дисертації.

Розділ 1 “Британська Інтернет-журналістика та Україна” містить три підрозділи, в яких проаналізовано аспекти Інтернет-журналістики як наукової проблеми, функціонування сучасної британської Інтернет-журналістики та формування мас-медіа образу України.

У *підрозділі 1.1. “Інтернет-журналістика як наукова проблема”* стверджується, що Інтернет-журналістика (зокрема, Інтернет-ЗМІ) займає в системі та структурі сучасних ЗМК особливе місце. Інтернет-ЗМІ – регулярно оновлювані інформаційні сайти, які ставлять своїм завданням виконувати функцію мас-медіа та мають свою постійну аудиторію. Йдеться про те, що функціонування Інтернету різко позначається на стилі роботи преси, радіо й телебачення. Сьогодні кожна редакція, яка дбає про підвищення

конкурентоспроможності, намагається створити електронний варіант свого друкованого видання чи радіо- або телеканалу, щоби бути представленою у веб-мережі. При цьому зазначається, що специфіка Інтернету дозволила організувати віртуальний інформаційний простір з можливістю доступу до нього великої кількості людей (широка аудиторія) без спеціальної інфраструктури (редакції, поліграфії і т.д.). Відзначається, що це, відносно нове, явище отримало свій розвиток і трансформувало сучасну журналістику. Саме в такому руслі і почала активно розвиватися Інтернет-журналістика.

У підрозділі 1.2. *“Сучасна британська Інтернет-журналістика та місце в ній Інтернет-ЗМІ”* увагу прикуто до процесу конвергентності британських мас-медіа та сегментації ринку періодичних видань, що призводить, з одного боку, до збільшення кількості та типологічного різноманіття спеціалізованих на тематиці видань, а з іншого – до цілковито природної зацікавленості англійської аудиторії цифровими медіа. Акцентується увага на тому, що українські вчені О.К. Мелещенко і Б.І. Черняков розглядають перспективи розвитку британських друкованих мас-медіа виключно в конвергентному контексті, стверджуючи, що організація власних сайтів в Інтернеті з його інтерактивними властивостями роботи з інформацією дозволила друкованим мас-медіа суттєво збільшити аудиторні показники за рахунок віртуальних користувачів. Британська Інтернет-журналістика, яка являє собою Інтернет-версії якісних газет, на думку С.Р. Блавацького, справляє вплив не лише на журналістику, але й на масову свідомість і суспільство в цілому, виникає певний феномен масових видань, які вимушені орієнтуватись на якісну пресу. Також проаналізовано тезу про те, що сучасна британська журналістика залишається популярною власне за рахунок веб-сайтів провідних газет.

У підрозділі 1.3. *“Особливості формування мас-медіа образу України”* досліджуються думки українських авторів щодо існуючих моделей формування мас-медіа образу України. Зокрема, з’ясовано особливості підходів науковців до аналізу образу, іміджу, бренду та концепту держави та наголошено на важливості вивчення уявлень іноземних громадян про нашу країну.

У питанні основних проблем, які формують образ України, увага приділена думкам О.В. Бойко та О.А. Бутирського про те, що ситуація в країні у сферах економіки та політики, реформи, боротьба з корупцією, відносини з Росією, США, ЄС і міжнародними фінансовими установами, стан української енергетики та досягнення українських спортсменів є головними складовими образу України в зарубіжних ЗМІ.

Другий розділ – “Політичний образ України” – містить три підрозділи, в яких проаналізовано особливості подачі матеріалів Інтернет-сайтів газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent”, контент яких формує політичний образ нашої держави.

Встановлено, що більшість матеріалів стосується політичного виміру життя України та проблем поставок газу. Послідовність висвітлення аналізованими Інтернет-ЗМІ подій розділено на три логічно виокремлені етапи. Перший етап (жовтень 2004 – серпень 2006 років) охопив події “помаранчевої” революції,

прем'єрство Ю. Тимошенко (лютий 2005 – вересень 2005), політичну кризу вересня 2005 року, прем'єрство Ю. Єханурова (вересень 2005 – серпень 2006), першу газову війну Києва та Москви. Другий етап (серпень 2006 – грудень 2007 років) – перебування на посаді прем'єр-міністра В. Януковича. Третій етап (грудень 2007 року – грудень 2009 року) включає повернення Ю. Тимошенко на посаду прем'єр-міністра України (грудень 2007 року), грузинсько-російський конфлікт (серпень 2008 року), економічну кризу 2008 року, другу газову війну. Аналізуючи тональність висвітлення авторами видань подій в Україні у зазначені періоди, можемо констатувати, що для більшості текстів характерними є схожі позиції репортерів в оцінці ключових подій та явищ.

В цілому ж характерним для всіх обраних нами Інтернет-ЗМІ є їх хвилеподібний інтерес до України. Численні статті, нариси, репортажі та журналістські розслідування з'являються зазвичай тоді, коли Україна опиняється в центрі важливих, визначальних для інших європейських країн, подій. Британських журналістів також цікавлять резонансні внутрішньополітичні перетворення, як це було у випадку з “помаранчевою” революцією, політичною кризою, перевиборами. Якщо ж такі події відсутні, то матеріали про Україну стосуються переважно опису поодиноких фрагментів внутрішньої української реальності – аварій на виробництві, життя відомих людей; присутні також нариси про життя людей в різних частинах країни.

У підрозділі 2.1. *“Помаранчеві” сподівання*” зазначено, що веб-сайти аналізованих видань позитивно оцінили політичні зміни в Україні після “Помаранчевої” революції. Вказуючи на авторитарне правління попередньої влади, заангажовані медіа, високий ступінь корумпованості суспільства, вони розцінили революцію як шанс країни стати демократичною та провести реформи, необхідні для встановлення в країні цінностей західного світу. Звертається увага на те, що в середовищі журналістів та експертів серед здобутків “Помаранчевої” революції називались лише утвердження свободи слова та досягнення прозорості виборчого процесу в Україні. Натомість дуже скоро прийшло розчарування в діях “помаранчевої” влади, та з'явилася критика революційного способу зміни влади в країні. Зауваження в публікаціях на аналізованих сайтах зводяться до двох основних позицій: а) “кольорові” революції загалом як такі заплановані та підготовані США з метою встановлення свого впливу у певній частині світу; б) західні медіа однобоко висвітлюють події в Україні та явно перебільшують здобутки “помаранчевої” революції.

Зазначається, що всі аналізовані веб-сайти критично ставляться до загальмування політичних та економічних реформ у країні та засуджують перманентну політичну кризу, в якій на перший план вийшли взаємні суперечки лідерів країни. Щодо вступу України до ЄС, то ситуація виглядала так: з одного боку журналісти аналізованих сайтів підтримували ідею приєднання, адже це слугувало б укріпленню демократії на європейському просторі, а з іншого – пояснювали небажання прийняти Україну тим, що з цією країною ЄС може просто не впоратись, адже приєднання великої економіки не може не позначитися на економіках інших країн-членів Союзу. Підмічено, що частота вживання

журналістами аналізованих сайтів метафори “Холодна війна” (або “нова Холодна війна”), зростала, зокрема, під час опису протистояння Заходу і Росії під час “помаранчевої” революції в Україні та газових воєн 2006 та 2009 років, але в цілому ця метафора використовувалася не з контентним, а стилістичним, емоційним відтінком, щоб підвищити емоційність матеріалів.

У підрозділі 2.2. “Доба В. Януковича” наголошується на тому, що стиль керівництва В.Януковича аналізовані сайти вважають прагматичним, проте журналісти видань остерігаються можливого повернення кумівства та браку прозорості в економічній політиці. Звертається увага на загальний лейтмотив матеріалів: колишні соратники В. Ющенко та Ю. Тимошенко не змогли знайти спільної мови, паралізували країну, що і привело до повернення на посаду голови уряду їхнього колишнього супротивника. Британські автори, пророкуючи важке життя країні, і надалі закликають ЄС підтримувати Україну, розвивати демократію, оскільки зацікавлені в тому, щоб у політиці та економіці східної периферії ЄС панував лібералізм. За прогнозами видань, політична ситуація в країні і надалі залишатиметься складною, проте, на думку журналістів, Україна поступово переростає у те, що було немислимим ще десятиліття тому, – у конкуруючу демократію.

У підрозділі 2.3. “Прем’єрство Ю.Тимошенко” зауважується, що висвітлення аналізованими сайтами цього етапу політичного образу України схоже на “помаранчевий” період. Починаючи від заголовків на кшталт “Блискуче повернення” чи “Тріумф Помаранчевої принцеси” й закінчуючи натяками на проксі-війни, британська журналістика продемонструвала розчарування українськими реаліями. Робляться акценти на тональностях висвітлення українських реалій матеріалами на аналізованих сайтах цього періоду: найбільш толерантним у висловлюваннях є видання “The Times”; матеріали, що містять відмінні точки зору авторів, та більш критичні статті характерні для сайту “The Independent”; найбільш строкатим у питанні авторських підходів до тлумачення подій, пов’язаних з Україною, є сайт газети “The Guardian”, журналісти якої часто пропонують читачам кардинально протилежні точки зору. Попри різноманітність підходів трьох Інтернет-ЗМІ до висвітлення політичного образу України, усі вони сходяться на тому, що перманентна політична криза всередині країни зробила її незручним партнером як в питанні зовнішньої політики, так і економічної співпраці.

Третій розділ – “Особливості представлення окремих проблемних блоків” – містить три підрозділи, в яких проаналізовано контентні особливості подачі матеріалів Інтернет-сайтів газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent” з окремих проблем життя в Україні.

У підрозділі 3.1. “Економічний потенціал країни” зазначається, що журналісти розглядають Україну як країну, що має багато економічних проблем, а основною причиною цього, на думку британських авторів, є перманентна політична криза, яка не дає можливості виробити чітку економічну стратегію розвитку країни, а також відлякує потенційних інвесторів. Наголошується на тому, що автори матеріалів наполягають на необхідності впровадження

енергозберігаючих технологій. Особливо гостро відчувається ця проблема у зв'язку з невирішеними суперечками про поставки природного газу з Росії. Особливо важливим вважається акцентування уваги журналістів на непродуманому управлінні економікою, яка привела до тотальної залежності країни від траншів МВФ. Підкреслюється, що у матеріалах кінця 2004 – початку 2005 року автори покладають відповідальність за це на попередню владу, але вже через 5 років критика тотально спрямована на нездатність керівництва держави досягти компромісу як в питаннях політики, так і економічної стратегії розвитку країни.

У підрозділі 3.2. *“Соціально-історичний блок”* робиться висновок про те, що британські журналісти вказують на поділ, який існує всередині країни та передбачає відмінності в мовному, релігійному, економічному плані, а також різні уявлення щодо зовнішньополітичного майбутнього країни. Відзначається, що, на думку авторів, саме протилежні погляди населення на поступ молодій країні стали визначальними як для змін у суспільстві, так і для консервації існуючих традицій. В уявленні британців українці – надзвичайно освічені та талановиті люди, які внаслідок історичних подій залишаються розділеними за мовними, культурними, релігійними та політичними ознаками. Розглядається узагальнена позиція журналістів щодо бачення українського суспільства з характерними явищами домашнього насильства, швидких темпів поширення СНІДу та алкоголізму, недостатнім вирішенням проблеми дітей-сиріт, їх усиновлення, торгівлі людьми на території України, українських нелегалів у Європі. Щодо туристичної привабливості України, британські журналісти схильні до оптимістичних узагальнень, а особливий інтерес викликає Київ.

У підрозділі 3.3. *“Культура та туризм. Персоналії українців на сайтах видань”* увага зосереджується навколо матеріалів, присвячених ключовим, на думку британських журналістів, подіям у культурному житті та окремим яскравим особистостям українського походження. Підкреслюється, що новини культурного життя зосереджуються в основному навколо пісенного конкурсу *“Євробачення”*. Позитивні відгуки адресовані також організаторам мистецьких виставок як в Україні, так і за кордоном. Щодо особливостей представлення українців британськими журналістами, то простежуються такі закономірності: ключові особи британських новин – письменники, співаки, науковці, кіномитці, а також люди, що відзначаються неординарними вчинками, рисами та є цікавими для світового загалу: Н. Дмитрук, Е. Суховій, І. Дем'янюк, Л. Стадник, К. Симонова.

ВИСНОВКИ

У дисертації опрацьовано ключові атрибути формування образу України веб-сайтами провідних газет Великої Британії. На основі аналізу 2378 текстів здійснено авторську спробу диференціації матеріалів за кількісними, тематичними, контентними та жанровими особливостями авторських подач.

1. Встановлено, що сучасні дослідники відносять Інтернет-ЗМІ до нових медіа. Інтернет-ЗМІ (Інтернет-видання, Інтернет-газета) – це регулярно оновлювані інформаційні сайти, які ставлять своїм завданням виконувати функцію засобу масової інформації та користуються певною популярністю й авторитетом (мають свою постійну аудиторію). Веб-сайт видання розглядається як відносно окрема частина інтернетного гіпертексту, що являє собою сукупність веб-сторінок, об'єднаних у засіб масової комунікації з цілісною концепцією, призначенням, назвою, структурою тощо. Веб-сайти газет “The Times”, “The Guardian” та “The Independent” – яскраві представники сучасних мережевих медіа, які поєднують в собі ознаки інтерактивності, мультимедійності та гіпертекстуальності.

2. Тексти, розміщені у виданнях, нами розподілено на централізовані групи повідомлень та наскрізні групи повідомлень. Централізовані групи повідомлень – це масив повідомлень, об'єднаних спільною тематикою та часовими рамками, що характеризується стрімким зростанням інтересу журналістів аналізованих Інтернет-ЗМІ до об'єкта повідомлення (у нашому випадку – України). Аналіз проблемних блоків, які становили підвищений інтерес британців до України, дозволяє віднести до централізованих груп повідомлень висвітлення таких подій та явищ зовнішньої та внутрішньої ситуації в Україні: “Помаранчева” революція; Україна та міжнародні організації/союзи (ЄС та НАТО) під час міжнародних самітів; газові війни між Україною та Росією; внутрішньополітичні кризи в Україні; грузинсько-російський конфлікт та Україна; світова економічна криза та Україна. Наскрізні групи повідомлень – це масив повідомлень, об'єднаних спільною тематикою, проте розосереджених у часі. Ці групи повідомлень носять допоміжний характер щодо централізованих груп, зазвичай доповнюючи висвітлення ключових проблем у періоди, що характеризуються зниженням інтересу журналістів до об'єкта повідомлення. Сюди відносимо такі блоки: українсько-російські відносини (історія та сучасний стан загалом); Україна та міжнародні організації/союзи (ЄС та НАТО) – внутрішні проблеми як перешкода до вступу; економіка країни (стан та перспективи інвестування); Чорнобильська аварія та її наслідки; суспільне та культурне життя; персоналії українців.

Відмічено часткову інтерференцію згаданих груп повідомлень. Тобто, події та явища, що належать до різних груп, доповнюють уявлення читача про той чи інший факт про Україну. Наприклад:

історичний поділ України та приналежність її частин до різних країн (імперій) у минулому (наскрізна група) вирішальний фактор зовнішньополітичних вподобань Східної та Західної частин України (централізована група);

економічна криза 2008 року (централізована група) ще більше погіршення рівня життя населення (наскрізна група).

Вказана інтерференція є, на нашу думку, позитивним явищем, тому що, “вимальовуючи” в свідомості читачів аналізованих Інтернет-ЗМІ причинно-наслідкові зв'язки, надаючи багатосторонній аналіз подій, вона дає можливість скласти в міру деталізоване уявлення про ту чи іншу грань образу України, її

суспільного та економічного життя. Подіями, які привернули особливу увагу журналістів аналізованих Інтернет-ЗМІ протягом 2004 – 2009 рр., були “Помаранчева” революція 2004 року, газові війни між Україною та Росією 2006 та 2009 років та збройний конфлікт між Грузією та Росією. При висвітленні останнього неодноразово проводилися паралелі між статусом України та Грузії у відносинах з офіційною Москвою та їхніми шансами на вступ до НАТО, противником чого виступала Росія.

Унаочнено пріоритетність тематики веб-сайтів обраних видань, характерну для формування ними образу України.

Зазначимо також, що у висвітленні британськими журналістами подій, що стосуються України, простежуються свого роду асоціативні пари – стійкі уявлення про наявність спільних або подібних причинно-наслідкових зв'язків у подіях, пов'язаних з Україною та іншими країнами, які разом і складають асоціативну пару. Так, Грузія та Україна розглядаються як країни зі спільним радянським минулим, що прагнуть вийти зі сфери впливу Росії, а Україна та Польща зіставляються британськими авторами як країни, що прийматимуть футбольний чемпіонат у 2012 році. Також неодноразово наголошується постійна підтримка з боку Польщі євроінтеграційних прагнень України.

3. Встановлено, що в цілому контентне позиціонування України серед інших країн світу обраними Інтернет-ЗМІ виглядає таким чином: в політичному плані Україну розглядають як молоду країну, яка характеризується нестійкою внутрішньополітичною ситуацією та поляризованим суспільством. Стійкою залишається асоціація України з колишнім СРСР – зокрема, вказується, що правляча політична еліта не змінювалася з часів розпаду СРСР, і частина населення підтримує проросійський вектор зовнішньої політики України. Помаранчеву революцію британські журналісти розцінювали як значний демократичний імпульс, проте через перманенту політичну кризу, яка супроводжувала постреволюційний період життя країни, європейська інтеграція країни призупинилася. Причиною цього журналісти вважають як неготовність європейських країн прийняти в ЄС велику і політично нестабільну країну, так і зміну пріоритетів зовнішньої політики нового керівництва держави.

Аналізуючи висвітлення британцями економічного потенціалу країни, можна помітити, що Україну, з одного боку, вважають перспективною країною (сільське господарство, важка промисловість, туризм), та з іншого боку, вказують на брак досвідчених керівників, які б провели необхідні реформи для подолання корупції та підвищення рівня правової культури загалом.

У соціальному плані Україна постає як молода країна, що характеризується низьким рівнем життя населення та потребує значних змін для досягнення європейських стандартів життя. Це, у свою чергу, призвело до еміграції значної частини працездатного населення, а також бідності та незахищеності різних категорій населення всередині країни.

Доведено, що поряд з аналізом контентного та кількісного співвідношення статей різної тематики про Україну, доцільно використовувати й метод контекстуального аналізу та враховувати дискурс кожної публікації. Особливо це доречно в аналізі матеріалів, в яких Україна згадується лише кількома фразами, адже ця інформація є не менш значимою у формуванні образу України в світі. Як приклад, наведемо згадку про Україну серед “ряду країн, де зароджуються ринкові відносини”, – така асоціація, слугуючи елементом контентного наповнення образу нашої країни, формує у читача відповідне уявлення про державу.

Виокремлено позиції тих авторів, чиї підходи відрізнялися від загального тону висвітлення та тлумачення причин та наслідків відповідних подій. Такі розбіжності виділено у 2 групи:

1) позиції авторів, що подають відмінне, суперечливе тлумачення подій та явищ у порівнянні з більшістю авторів видання, які пишуть матеріали на ту ж тему. Сюди ж відносимо і тексти, які містять різку критику (іронію, сарказм) у висвітленні певних явищ, що помітно вирізняється на фоні загального толерантного тону висвітлення події;

2) матеріали, які породили полеміку серед журналістів видання з того чи іншого питання. У цьому випадку репортери прямо посилаються на тексти своїх колег, заперечують висловлені ними думки, наводять контраргументи або ж підтримують того чи іншого автора, пропонуючи додаткові докази на його користь.

При цьому зазначено, що у текстах “The Times” як такої гострої полеміки ми не зустріли. Натомість тут є матеріали, автори яких мають відмінну від інших журналістів точку зору. Подекуди ці тексти є більш емоційними та кардинально суперечать загальному тонові газети у трактуванні подій. “The Independent” містить багато матеріалів, які критично змальовують різні політичні перетворення в країні. Для порівняння, відсоток критичних та суперечливих матеріалів на сайті “The Times” – 1,7%, а “The Independent” – 5,4%. У цьому аспекті різко вирізняється видання “The Guardian”: кілька авторів газети регулярно критикують погляди один одного у своїх статтях. Відсоток публікацій, які містили взаємні докори, складає 7,2%.

4. Щодо жанрів журналістики виявлено: більшість матеріалів являє собою репортажі з місця події, авторські аналітичні статті, історичні розвідки. Що стосується матеріалів про персоналії, то британські автори використовують інтерв’ю, статті-розповіді та некрологи. Меншою мірою присутні аналізи світових рейтингів – як в галузі політики та економіки, так і в сфері культури.

5. Щодо подальшого вивчення, започаткованою цією дисертацією наукової проблеми, то найбільш перспективними вважаємо такі напрями дослідження, як виокремлення та аналіз конкретного проблемного блоку, жанрової групи публікацій, матеріалів конкретних авторів (як односторонніх, так і антагоністів) в контексті української тематики. Цікавими, на нашу думку, можуть бути студії текстів (стиль, аргументація, публіцистична спрямованість тощо) постів та коментарів, які супроводжують авторські матеріали Інтернет-ЗМІ. Ґрунтовніший

аналіз функціональних характеристик аналізованих у дисертації Інтернет-ЗМІ дозволить виробити більш конкретні та детальні відтінки трансляційної контентної політики щодо України Інтернет-ЗМІ провідних британських газет.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у фахових виданнях

1. Ільчук С.А. “Газова війна” між Росією та Україною в матеріалах кореспондентів Інтернет-версії The Times // Наукові записки Інституту журналістики / КНУ ім. Т. Шевченка. – Київ, 2009. – Т. 36. – С. 165 – 167.
2. Ільчук С.А. Українське обличчя британських Інтернет-ЗМК (на матеріалі електронної версії газети “The Times”) // Наукові записки інституту журналістики / КНУ ім. Т. Шевченка. – Київ, 2010. – Т. 40. – С.222 – 225.
3. Кулик С. Особливості висвітлення деяких аспектів української історії у британській пресі (За матеріалами Інтернет-версій видань “The Times”, “The Guardian”, “The Independent”) / Світлана Кулик // Збірник праць НДІ пресознавства / відп. ред. М. М. Романюк ; НАН України, ЛННБУ ім. В. Стефаника, НДІ пресознавства. — Львів, 2011. — Вип. 1(19). — С. 393 – 403.

Статті в інших наукових виданнях

1. Ільчук С.А. Тема України в Інтернет-версії газети Таймс // Соціальні комунікації сучасного світу: науково-теоретичний збірник / Гол. Ред. О.М.Холод. – 2009. – С. 75 – 78.
2. Ільчук С.А. Здобутки та втрати “Помаранчевої революції” у викладі британських журналістів (на матеріалах Інтернет-версії видання The Times) // Світові стандарти сучасної журналістики: збірник наукових праць/ Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького. – Черкаси: Видав. Чабаненко Ю., 2010. – С. 328 – 331.
3. Ільчук С.А. Тенденції висвітлення особливостей суспільно-політичного устрою та економічного потенціалу України британськими журналістами у 2004 – 2009 роках (на матеріалах Інтернет-видання “The Times”) // Вчені записки Таврійського національного університету. – Серія “Філологія. Соціальні комунікації”. – Сімферополь, 2010. Том 23 (62) № 4. – С. 269 – 275.
4. Кулик С.А. Особливості використання британськими журналістами термінів “Холодна війна” та “Світовий порядок” у висвітленні зарубіжних подій: місце в цьому процесі України (на матеріалах британських Інтернет-видань) // Світ соціальних комунікацій: наук. журнал [гол. ред. О.М. Холод]. – К., 2011. – Т. 2. – С. 97 – 102.

АНОТАЦІЯ

Кулик С.А. Образ України в британських Інтернет-ЗМІ (за матеріалами веб-сайтів газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent”). – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій за спеціальністю 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології. – Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України. – Київ, 2012.

Дисертація є дослідженням ключових контентних атрибутів формування образу України журналістами веб-сайтів газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent” (у період з вересня 2004 до грудня 2009 року). Публікації аналізованих сайтів поділено на чотири тематичні групи – політичні, соціально-економічні, культурні та такі, що присвячені персоналіям українців. Матеріали видань характеризуються глибоким розумінням фактів, серйозним аналізом ситуації в Україні, а також можливістю журналістів висловлювати власні думки та давати експертні оцінки подіям. В результаті проведеного дослідження було окреслено тенденції, притаманні аналізованим виданням у формуванні ними образу України. Чітка періодизація та стратифікація публікацій за тематико-типологічними, жанровими та публіцистичними ознаками, контент-аналіз матеріалів, детальний розбір позицій як окремих авторів, так і веб-сайтів у цілому дозволили зробити висновки, які уможливають подальше вивчення запропонованої проблеми.

Ключові слова: веб-сайти, жанри, Інтернет-ЗМІ, контент, мас-медіа, образ, оцінки, проблематика, публікації.

ANNOTATION

S.A.Kulyk. The Image of Ukraine in the British Internet Media (based on the materials of the websites of newspapers “The Times”, “The Guardian”, “The Independent”). – Manuscript.

Dissertation for the candidate degree in social communication in 27.00.06 speciality – applied social communicative technologies. – Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science, Youth and Sport of Ukraine, – Kyiv, 2012.

This thesis is the research of key content factors which determine the formation of the image of Ukraine by the journalists of the websites of newspapers “The Times”, “The Guardian”, and “The Independent” (September 2004-December 2009). Having moved into the realm of Internet-versions, and thus, addressing even wider audiences, these newspapers managed to preserve the values and achievements of traditional British newspaper journalism.

The articles under study were divided into four thematic groups – political, socio-economic, cultural and the one dealing with the personalities of Ukrainians.

Deep understanding of facts, thorough analysis of what has been going on in Ukraine, as well as, the opportunity to openly express one’s thoughts and provide various expert evaluations of events within one website have generated an interesting

kaleidoscope of information, points of view and opinions concerning Ukraine on the pages of analyzed newspapers.

Strict periodization and stratification of articles according to thematic and typological, genre and journalistic features, content analysis of materials, detailed study of approaches of both separate authors, and websites in general, made it possible to draw definite conclusions for the further research of this scientific problem. The majority of materials are represented by reporting, commentaries, authors' analytical articles, historical researches, interviews, narrative articles, obituaries. Regardless of the genre the texts of each of the mentioned website contains authors' opinions which differ from the general tone on coverage and explanation of causes and consequences of corresponding events. Such a divergence of views can be divided into two groups: 1) authors' opinions which represent different, conflicting explanation of events and phenomena as compared to the majority of the authors of the same newspaper, who write on the same subject. Here we also refer texts containing severe attacks (irony, sarcasm) concerning the coverage of definite phenomena, which are strikingly visible in the situation of generally tolerant tone of coverage; 2) materials which have caused polemics among the journalists concerning a particular issue. In this case the reporters directly refer to their colleagues' articles; object to their points of view, express contrary opinions, or support the author, providing additional evidence in his/her favour.

In the articles presented by The Times we have not noticed heated polemics as such. Meanwhile, we could trace the materials which are characterized by a slightly different point of view as compared to other journalists' views. Sometimes these materials are very emotionally charged and contradict the general tone of the newspaper in the coverage. The Independent provides many articles which critically display political changes in the country. The percentage of critical and contradictory materials available at the website of The Times is 1,7 per cent, The Independent – 5,4 per cent. The Guardian is characterized by a considerably higher percentage of materials containing mutual reproaches between its authors – it is 7,2 per cent.

A more thorough analysis of the functional characteristics of Internet media which were studied in this thesis can be developed in the following fields of research: the determination and analysis of a particular problem bloc, genres of publications, and articles of a limited group of authors writing about Ukraine. It could be interesting to research the very texts (their style, reasoning, journalistic tendencies, etc.), blog posts and readers' comments which come together with the authors' articles in the Internet media.

Key-words: websites, genres, Internet media, content, mass media, image, evaluation, range of problems, publications.

АННОТАЦИЯ

Кулык С.А. Образ Украины в британских интернет-ЗМИ (на материалах веб-сайтов газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent”). – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.06 – прикладные социально-коммуникационные технологии. – Институт журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, Министерство образования и науки, молодежи и спорта Украины. – Киев, 2012.

Диссертация являет собой исследование ключевых контентных факторов формирования образа Украины журналистами веб-сайтов газет “The Times”, “The Guardian”, “The Independent” (в период с сентября 2004 по декабрь 2009 года). Публикации проанализированных сайтов были распределены на четыре тематические группы – политические, социально-экономические, культурные и касающиеся персоналий украинцев. Материалы изданий характеризуются глубоким пониманием фактов, серьезным анализом ситуации в Украине, а также возможностью высказывать собственные мысли и давать экспертные оценки событий. В результате проведенного исследования были установлены тенденции, присущие анализируемым изданиям в формировании ими образа Украины. Четкая периодизация и стратификация публикаций по их тематико-типологическим, жанровым и публицистическим признакам, контент-анализ материалов, детальный разбор позиций, как отдельных авторов, так и веб-сайтов в целом, разрешили сделать выводы, которые делают возможным дальнейшее изучение предложенной проблемы.

Ключевые слова: веб-сайты, жанры, Интернет-СМИ, контент, масс-медиа, образ, оценки, проблематика, публикации.