

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ЮРЧИШИНА АНАСТАСІЯ ІГОРІВНА

Допускається до захисту:
завідувач кафедри політології
та державного управління
д.політ.н., професор
_____ Чальцева О.М.
«___» _____ 2020 р.

**СПЕЦИФІКА ВІДОБРАЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ
В МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ**

Спеціальність 052 Політологія

Кваліфікаційна робота

Науковий керівник:

Польовий М.А., професор кафедри політології
та державного управління,
д.політ.н., професор

Оцінка: ____ / ____ / ____

Голова ЕК:

Василюк С.М.

Вінниця – 2020

Юрчишина А.І. Специфіка відображення національної ідентичності в медіапросторі України. Спеціальність 052 Політологія, освітня програма «Політичне консультування у сфері публічної політики». Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2020.

У роботі проаналізовані та сформовані результати контент-аналізу масиву статей із матеріалів з метою отримання емпіричних даних щодо впливу ролі ЗМІ на державні процеси національної ідентичності українців та її впливу на моделі поведінки людей і їхні життєві цінності. Досліджено феномен ідентичності, національної ідентичності та нації, а також історію їх формування. Також у роботі аналізується динаміка згадок ідентичності у вибірці українських медіа-ресурсів (Українська правда, Новое время, Дзеркало тижня) протягом 2014-2020 років. Та визначаються характерні риси національної ідентичності у матеріалах цих ЗМІ. Крім того висвітлено погляди іноземних та українських теоретиків та дослідників проблематики дослідження ідентичності, та формування української ідентичності.

Ключові слова: нація, національна ідентичність, ідентичність, ЗМІ, медіапростір, Україна.

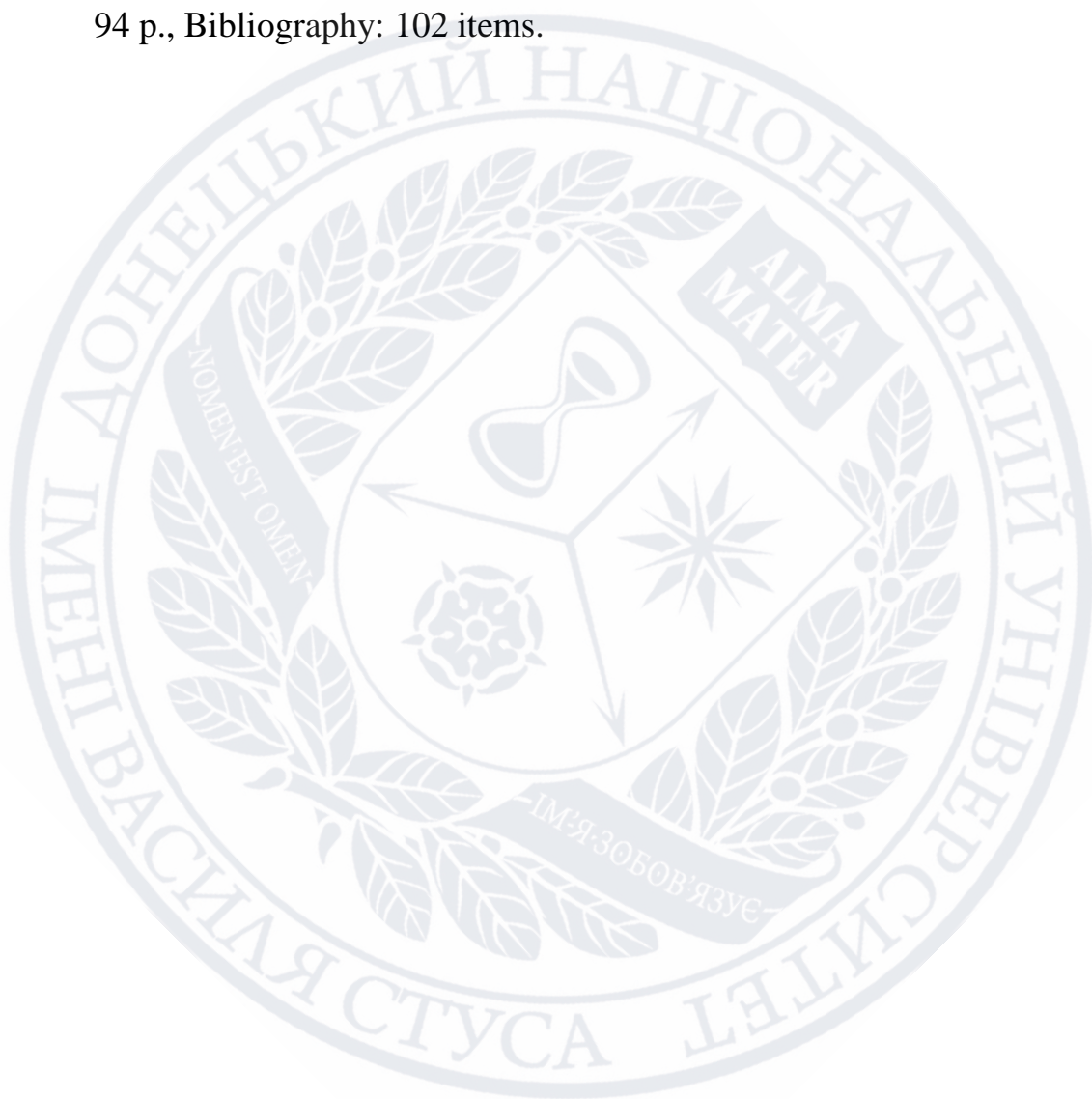
94 с., Бібліограф.: 102 найм.

Yurchyshyna A. I. The specifics of the reflection of national identity in the media space of Ukraine. Specialty 052 Political Science, educational program "Political consulting in public policy". Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2020.

The paper analyzes and generates the results of content analysis of an array of articles from materials in order to obtain empirical data on the impact of the media on the state processes of national identity of Ukrainians and its impact on human behavior and their values. The phenomenon of identity, national identity and nation, as well as the history of their formation are studied. The paper also analyzes the dynamics of mentions of identity in a sample of Ukrainian media resources during

2014-2020. But the characteristic features of national identity in the materials of these media are determined. In addition, the views of foreign and Ukrainian theorists and researchers on the study of identity and the formation of Ukrainian identity are highlighted. Keywords: nation, national identity, identity, media, media space, Ukraine.

94 p., Bibliography: 102 items.



ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ.....	9
1.1 Теоретичний зміст та історичні передумови формування національної ідентичності українців.....	9
1.2 Стан вивчення проблеми та методологія дослідження.....	22
1.3 Концепт «нація» в структурі формування національної ідентичності.....	30
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ КОНТЕНТ- АНАЛІЗУ ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ МЕДІА ПРОСТОРУ.....	39
2.1 Теоретичні аспекти застосування контент-аналізу.....	39
2.2 Методологічні засади контент-аналізу великих текстових масивів ЗМІ.....	48
РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА ВІДОБРАЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В МЕДІАПРОСТОРІ УКРАЇНИ.....	56
3.1 Засоби масової інформації та їх вплив на динаміку національної ідентичності.....	56
3.2 Характерні риси національної ідентичності у матеріалах ЗМІ.....	64
ВИСНОВКИ	83
СПИСОК ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ	86

ВСТУП

Актуальність дослідження визначається важливістю феномена національної ідентичності. Українська ідентичність є визначальною засадою становлення демократичних основ життя суспільства та національної держави, якою відповідно до документів ООН і ЮНЕСКО є Україна (національна держава – це така держава, в якій титульний етнос становить 67 % населення).

Проблема національної ідентичності для багатьох країн, у тому числі і для України, має один вимір – пост-комуністичний, теоретико-методологічний. У марксистсько-ленінському суспільствознавстві ідентичність людини жорстко детермінувалася його класовою приналежністю, її об'єктивними характеристиками та не потребувала її свідомого самовизначення. На противагу цьому для багатьох дослідників поняття ідентичності стало універсальною пояснювальною парадигмою всіх сучасних суспільних явищ і процесів, що замінила класовий підхід радянського суспільствознавства.

Як слушно зауважує Л. Нагорна, поняття ідентичність, запозичене з психології, стало у суспільній думці II половини XX сторіччя універсальним інструментом аналізу свідомісних конструктів. Особливості сучасного етапу формування національної ідентичності в Україні визначаються, з одного боку, потребою реалізації ідеї нації на основі цінностей українства, з іншого – необхідністю реалізації соціально-економічних інтересів громадян безвідносно до їх станової, етнічної, релігійної та політичної визначеності. Особливості сучасного етапу формування національної ідентичності в Україні визначаються, з одного боку, потребою реалізації ідеї нації на основі цінностей українства, з іншого – необхідністю реалізації соціально-економічних інтересів громадян безвідносно до їх станової, етнічної, релігійної та політичної визначеності.

Отже, національна ідентичність є самоінтерпретацією національної спільноти, яка виражається в культурних та ідеологічних текстах, вона є проєктом, що нескінченно продовжується, здійснюється за допомогою різних форм медіа та культурних практик.

Сукупність значимих текстів, через які формується уявлення нації про себе, складає національний наратив, генетичний зв'язок якого розкривається не лише через уявлення про суспільство як утримувача найважливіших для нації текстів, а як про власне символ інтелектуальних здобутків нації. Сучасна Україна переживає період кардинальних змін та трансформацій у культурній, суспільно-політичній, інформаційній та інших царинах, і, без сумніву, можна говорити, що не останню роль у цих змінах відіграють засоби масової інформації (ЗМІ). У сучасному суспільстві ЗМІ виконують низку базових функцій: інформаційну, просвітницьку, рекламну, розважальну та ін. Зважаючи на це, слід зазначити, що ЗМІ є одним із чинників, які впливають на формування національної ідентичності, що стає особливо помітним під час переламних політико- історичних подій, які ми спостерігаємо зараз в Україні.

Об'єктом дослідження є процес наповнення та зміни інформаційного простору України.

Його предметом виступає виявлення національної ідентичності українців в медіа просторі України доби незалежності.

Мета кваліфікаційної роботи - визначити зміст національної ідентичності, що репрезентується українським медіа простором України. На основі поставленої мети сформульовані наступні *завдання*:

- дослідити сутність поняття національної ідентичності;
- розкрити динаміку та роль національної ідентичності;
- проаналізувати феномен національної ідентичності, його співвідношення з ідентичністю взагалі;
- обґрунтувати зв'язок ідентичнісних процесів із медійними реаліями інформаційного суспільства;

- здійснити контент-аналіз згадок феномену національної ідентичності в українському медіа-полі.

Методи дослідження. Теоретичною основою дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з політології, права, філософії, державного управління й ін. В основу роботи покладено системний підхід, завдяки якому став можливим розгляд національної ідентичності як саморегулюючого механізму, що знаходиться в постійній взаємодії з навколишнім середовищем. Структурно-функціональний підхід, адже національна ідентичність як система може мати різні функції, так одна і та ж функція може виконуватися різними явищами. При цьому функціональний результат сприяє виживанню системи, її адаптації до навколишнього середовища. Те, що не сприяє виживанню системи і адаптації, є дисфункція. Виокремити різні форми ідентичностей, проаналізувати специфічність кризи національної ідентичності в соціокультурному просторі України, який глобалізується, визначити формування нових тенденцій самоідентифікації людини у сучасному суспільстві методом аналізу онлайн видань за період 2014-2020 року. Мережевий підхід дав змогу інтерпретувати різноманітні форми відносин між державою, суспільством та ЗМІ.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що здійснено комплексний аналіз чинників та механізмів формування національної ідентичності у контексті держави, відповідно до цього отриманий контент-аналіз висвітлення теми національної ідентичності у період з 2014 року по 2020 рік у матеріал преси.

Апробація результатів дослідження. Положення кваліфікаційної роботи були оприлюднені на Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні питання, проблеми та перспективи у сучасному інформаційному просторі: національний та інтернаціональний аспекти» та опубліковані у матеріалах конференції для студентів, аспірантів та молодих вчених зб. наук.

пр. за матеріалами XX Міжнародної науково-практичної конференції 30-31 травня 2020. С. 105-107.

Структура кваліфікаційної роботи складається із вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків та рекомендацій, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 94 сторінок.



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

1.1 Теоретичний зміст та історичні передумови формування національної ідентичності українців

Основними чинниками розвитку ідентичності виступає суспільство, що визначає закони життєдіяльності людини, так і вона сама, здійснюючи самостійний вибір переконань, цілей і цінностей, які утворюють її індивідуальну особистісну підструктуру. Дж. Марсія описав чотири статуси (стати) ідентичності.

- Розмита ідентичність (дифузна) – стан, коли індивід ще не зробив відповідального вибору, наприклад професії або світобачення, що робить його образ “Я” розпливчатим і невизначеним.
- Передчасна ідентичність – характеризується тим, що людина формально робить вибір цілей, цінностей, але у неї відсутня внутрішня впевненість у правильності вибору, тому що цей вибір зробила не сама людина, а її оточення.
- Мораторій – стосується людини, яка перебуває у кризовому стані ідентичності й активно намагається вийти з нього, пробує та досліджуючи різноманітні альтернативні варіанти.
- Здобута ідентичність – цим статусом володіє людина, яка пройшла через кризу, сформувала деяку сукупність знань про себе, про свої цілі, цінності та про свої переконання[98].

Окрім цього, вчений уперше розглянув ідентифікацію як значущий механізм соціалізації людини, що виявляється у прийнятті нею соціальної ролі у процесі входження до певної соціальної групи, в усвідомленні своєї належності до цієї групи, формуванні соціальних атитюдів і т.ін. Основна ідея теорії Дж. Марсія полягає в підкресленні усвідомлення людиною своєї ідентичності. Не менш важливими є висновки вченого про види ідентичності

(колективну та індивідуальну) і чинники її розвитку, що пов'язані з впливом суспільства та індивідуальною позицією особистості [98].

Р. Джекінс виокремив два види ідентичності – номінальну та віртуальну. За розумінням ученого, номінальну ідентичність («маску», «парасольку») віддзеркалюють різні символічні атрибути, що пов'язані з належністю людини до конкретної національної (етнічної) групи. Зокрема – це національна мова, звичаї, традиції, костюм тощо. Натомість віртуальну ідентичність, що стосується буденного життя людини в певній національній (етнічній) групі, вирізняє її індивідуалізованість[89].

Презентовані ідеї вченого є досить важливими задля вивчення розвитку національної ідентичності українців на сучасному етапі становлення нашої держави, на тлі інтенсивних трансформаційних та інтеграційних процесів. З метою глибшого розуміння сутності ідентичності важливо розглянути наукові положення Хабермаса, які розширюють розуміння цього феномена в межах символічного інтеракціонізму. Соціолог обґрунтував концепцію балансу ідентичності. За його уявленнями, я- ідентичність з'являється внаслідок балансування двох видів ідентичності – особистісної (вертикальний вимір) і соціальної (горизонтальний вимір). Цей баланс підтримується рядом інтерактивних технік, із-поміж яких провідне місце він надав мові. Усвідомлення людиною типових та особливих рис власної ідентичності відбувається в процесі її соціалізації. Мова виступає не лише важливою технікою підтримки балансу Я- ідентичності загалом, а й її національного складника зокрема, тобто національної ідентичності особистості[87].

Важливими чинниками процесу розвитку ідентичності є:

- конкретні події в минулому й теперішньому часі, кризові періоди і зміни в історії суспільства;
- набуття особистістю соціального досвіду у взаємодіях із іншими людьми; інтенсивні трансформаційні й інтеграційні процеси (соціальні);

- ідентифікація особистості з лідером та її позитивне ставлення до представників своєї групи;
- впевненість у тотожності й цілісності значущих інших (психологічні).

В Україні не існує єдиного загально-підтримуваного проекту національної ідентичності, що ґрунтується на національній ідеї, яка може сконсолідувати населення всіх регіонів та представників усіх етнічних, мовних, релігійних, політичних тощо груп.

Слабкість національної ідентичності призводить і до зростання привабливості для представників етнічних груп, що компактно проживають у прикордонних регіонах України, ідентифікувати себе з народами сусідніх держав, а для багатьох суміжних держав – до спокуси розробки сценаріїв «захисту співвітчизників» на території України.

Питання об'єднання українською національною ідеєю різних прошарків народу України, тобто народу, який проживає на території України, є складним. І не лише через його багатомірність, а й через методологію визначення національної ідеї, ідеї, яка має єднати не лише український етнос, а й увібрати в себе інтереси усіх етносів, що проживають на території України, тобто інтереси народу України. Крім того, як зазначає В. Ліпкан[44], національна ідея - повинна мати серед інших і такі риси:

- інтегративності – полягає в тому, що національна ідея є уособленням інтересів етносів, які проживають на території України;
- всезагальності – національна ідея виражає інтереси не лише найбільшої етнічної групи, а й інших етносів, що живуть на території країни;
- варіативності – здатність до змінюваності відповідно до реалій об'єктивної дійсності; • системності – національна ідея становить собою органічно об'єднану сукупність ідей;

- динамічність – національна ідея як система розвивається та функціонує відповідно до законів розвитку динамічних систем;
- демократичність – національна ідея максимально враховує інтереси усіх етносів, що структурно належать до нації;
- диверсифікованість – різнобічний розвиток національної ідеї полягає у розвитку ідеї усіх етнічних груп;
- відкритість – національна ідея не є догмою, вона є відображенням бажання нації бути, тому будь-які ідеї, інтереси тощо, які відповідатимуть загальному напрямку розбудови нації, обов'язково враховуватимуться і відображатимуться в національній ідеї;
- гнучкість – забезпечення інтересів усіх етнічних груп на підставі оптимального співвідношення, узгодження, взаємодії та мінімізації дискримінації інтересів етнічних груп;
- світоглядна цінність – національна ідея має враховувати не лише потреби сьогодення, а й історичну спадщину нації, традиції її минувшини;
- прогностичність – національна ідея спрямовує поступ нації до певної моделі, тобто національна ідея є виявленим сьогодні станом майбутнього нації;
- дуальність – спорідненість як об'єктивних чинників (історичні традиції, мова, культура, територія), так і суб'єктивних (національна самосвідомість, національна психологія, національний менталітет, національний характер)[44].

Варто вказати, що держава могла би відігравати важливу роль у формуванні національної ідеї, завдяки чому могла б формувати національну ідентичність. Але низький рівень довіри державних установ, який виконує власні функції, сьогодні не дає такої можливості, щоб розпочати ініціатор створення даних. Тому задля заснування міцного підґрунтя подальшого розвитку країн, сьогодні можливим є об'єднання зацікавлених груп груп

населення через консенсусне суспільне угода, яке зміг би визначити основне протиріччя держави та натиснення на нього в сучасному світі. Проблема формування та існування національної ідентичності є серйозним фактором та міжнародною та національною безпекою. Конфлікти та суперечки, що спалюють навколо цієї тематики в Україні та світі, підтверджують її актуальність. Недостатня увага через інститути та структури, що займаються питаннями національної безпеки, може стати причиною розгортання деструктивних сценаріїв як у світі в цілому, так і окремих державах.

Дослідники, зазвичай, виділяють два типи національної ідентичності, причому дають їм різні назви: громадянський та етнічний, або політичний і культурний, або революційний і трайбалістський, або ліберальний та інтеграційний, або раціонально-асоціативний і органічно-містичний, або громадянсько-територіальний і етнічно-генеалогічний, або просто патріотизм і націоналізм. Указана дихотомія як науково аналітична конструкція спирається на систему бінарних класифікацій, у межах яких відмінності інтерпретуються з позиції переваг одного з полюсів. Досить часто національна ідентичність необґрунтовано ототожнюється з політичною чи культурною, а найчастіше – з близькою до неї за змістом етнічною.

Важливим фактором є розрізнення етнічної та національної ідентичності. Відмінність між етноцентричними та локоцентричними типами світового походження може бути основою такого розрізнення. Ідентифікація з етносом у своїй основі є культурною, а в ідентифікації за назвою значного виразного є територіально-політичним, правовим компонентом. Саме підґрунтя етносу - біологічне, лінгвістичне, культурно-релігійне. Національна ідентичність виявляється від етнічної тим, що знаходить свій головний прояв у горизонтальній ідентифікації членів певної спільноти як співпраці. До цього увага акцентується на загальнонаціональних цінностях - національному інтересі, національній безпеці, правах та обох користувачів інших.

Національна ідентичність з-поміж усіх інших колективних ідентичностей є найбільш інтеграційною, такою, що чітко «вписує» індивіда в ту чи іншу національну спільноту. Інші типи колективної ідентичності – класова, родова, етнічна, релігійна – можуть накладатися на національну ідентичність або поєднуватися з нею. Е.Сміт справедливо стверджує, що національна ідентичність «сьогодні не тільки глобальна, а й усепроникна»[34]. «Нація, – зазначає дослідник, – по суті, привласнює елементи інших видів колективної ідентичності, що зумовлює не лише спосіб, завдяки якому національна ідентичність може поєднуватись з тими іншими різновидами ідентичностей – класовою, релігійною, етнічною – а й хамелеоноподібні перетворення націоналізму як ідеології та інші ідеології, як-от: лібералізм, фашизм, комунізм» [34]. Здатність національної ідентичності акумулювати в собі інші форми і види ідентичностей закономірно веде до того, що на неї, ніби на своєрідну «матрицю», накладаються компоненти інших тож самостей, що виокремлюють індивідуальну автентичність[34].

Національна ідентичність є складним багаторівневим утворенням, що містить різні компоненти. Розмаїття компонентного складу національної ідентичності пояснюється динамізмом соціальної та національної реальності та багатовимірністю самого поняття. Так, наприклад, М. Барет виокремлює у структурі національної ідентичності такі два компоненти: когнітивний (інформаційний) та афективний (емоційно-оцінний)[81].

Л. М. Дробіжева виокремлює третій компонент у структурі національної ідентичності – поведінковий. Дослідниця розуміє його як —реальний механізм усвідомлення та прояву себе як члена певної групи в різних етноконтактних ситуаціях[23].

У межах етносоціологічного підходу до проблеми етнічної ідентичності Л. М. Дробіжева виділяє також такі її компоненти: усвідомлення належності до свого народу, усвідомлення інтересів свого народу, уявлення про культуру, мову та територію[24].

Національна ідентичність – процес і результат самоусвідомлення широким народним загалом сутнісних рис нації та своєї належності до неї. Для формування національної ідентичності має відбутися становлення основних атрибутів нації – національної культури, національної держави, національної правової та політичної систем, національного ринку, національної церкви, національної мови тощо, або ж має сформуватися їхній ідеальний образ на основі осмислення досвіду інших народів чи розроблених елітою ідеологічних засад національного життя. З іншого боку, в народних мас має бути належний рівень загальної та політичної культури, життєвий досвід, щоб виконати критичну рефлексію елементів національного буття, перетворити їх у важливий компонент свого духовного світу. На заваді цьому в молодій українській державі стоять узвичаєні стереотипи антинаціонального спрямування недалекого комуністичного минулого. Відомо, що за часів Радянського Союзу поняття «нація» здебільшого пов'язувалось із боротьбою комуністичного режиму з проявами так званого «українського буржуазного націоналізму».

Пересічний житель УРСР мало знав про історичне минуле свого народу, національних героїв, національні традиції тощо. Владою створювались штучні герої, для підтримки колективного духу, а також для пожвавлення робочого процесу. Система національної культури, а саме такі її складові, як релігійна свідомість, традиційна мораль, рідна мова – зазнавали швидкої руйнації. У життєдіяльності нації національна ідентичність виконує такі важливі функції – інтеграційну, соціалізаційну, рефлексивну, ідентифікаційну. Вона є необхідною умовою і формою функціонування національної культури, складовою механізму національної самоорганізації та процесу консолідації народу, перетворення його в цілеспрямований суб'єкт історичної дії.

Слабкість національної ідентичності призводить і до зростання привабливості для представників етнічних груп, що компактно проживають у прикордонних регіонах України, ідентифікують себе з народами сусідніх

держав, а для багатьох суміжних держав - до спокуси розробки сценаріїв «захисту співвітчизників» на території України.

Українська ідентичність є визначальною засадою становлення демократичних основ життя суспільства та національної держави, якою відповідно до документів ООН і ЮНЕСКО є Україна (національна держава – це така держава, в якій титульний етнос становить 67 % населення. Згідно опитування Центру імені О. Разумкова, здійсненого у квітні 2017 р., абсолютна більшість громадян України (92 %) вважають себе етнічними українцями, 6 % – етнічними росіянами, 1,5 % віднесли себе до інших етносів)[8].

Якщо у країні не відбуватиметься процес відбудови нації, то увесь «європейський зсув» українського суспільства нівелюється. Цей процес має свої корені у відмові від тоталітарної радянської спадщини, змішаної з російською імперською ідентичністю. Недавні опитування громадської думки свідчать про значне посилення самоідентифікації людей як українців та ідентифікації з українською культурою та мовою, особливо серед молоді. Водночас демократична держава, заснована на верховенстві права, набула статусу ключової цінності для української національної ідентичності. Її центральна позиція випливає з того, що її потрібно захищати від російського авторитаризму та військової агресії і будувати майже з нуля після Революції Гідності.

Об'єднання українських громадян різного етнічного та релігійного походження за спільною державною ідеєю стало передумовою її виживання. Українська національна ідентичність, яка орієнтована на громадян, підходить до моделі громадянського націоналізму ЄС, яка приймає релігійне та етнічне різноманіття. Насправді, процес утворення української нації суперечить широко розповсюдженому на Заході стереотипу, що визначає, що Східну Європу переслідує етнічний, винятковий націоналізм[36].

Більше того, українці відзначились у протиріччі з центрально-європейцями масовою та однозначною готовністю прийняти євреїв, мусульман та ромів як громадяни своєї країни. Різниця була величезною у випадку з мусульманами. Відкритість українців щодо інших національностей та релігій не обмежується деклараціями. Євреї, кримські татари, вірмени, грузини та мусульмани з колишнього Радянського Союзу значною мірою представлені в діловій, політичній та культурній еліті країни[36].

Нова українська політика пам'яті є ключовим інструментом, спрямованим на боротьбу із впливом радянської спадщини на українське суспільство. Одним із інструментів досягнення цієї мети є реабілітація пам'яті про Українську повстанську армію (УПА), яка була створена Організацією українських націоналістів-бандерівців (ОУН-Бандера - за назвою її керівника Степана Бандери) в 1942 році і боролася за незалежність України проти різних польських угруповань, нацистської Німеччини і особливо проти Рад. Свій позитивний підхід до спадщини УПА українська влада обґрунтовує однозначною антирадянською позицією, героїчною боротьбою проти радянської окупації (важливою в поточний час війни) та безумовною підтримкою окремої української національної ідентичності. Офіційна політика пам'яті разом із масовою активізацією декількох НУО сприяли суттєвому покращенню ставлення українців до УПА[36].

В даний час, згідно опитування громадської думки рейтингової групи з осені 2017 року, майже 55 відсотків українців вважають, що УПА захищала Батьківщину, тоді як близько 25 відсотків не погоджуються з цією думкою (переважно на півдні та сході). Відразу після вибуху Революції гідності Росія розпочала масову пропагандистську кампанію проти України, звинувативши її у фашизмі через підтримку УПА. Ця розповідь набула певного резонансу в ЄС. Однак критику в ЄС доволі некритичного підходу української влади до УПА не можна пояснити лише впливом російської пропаганди. Справді, ОУН-Б на початку Другої світової війни співпрацювала з нацистською Німеччиною,

і багато хто з її членів та прихильників були задіяні у розправах над євреями. УПА також вчинила багато військових злочинів, особливо проти поляків, у тому числі тих, які слід визнати геноцидом (проте польська сторона також несе відповідальність за військові злочини, хоча і в меншій мірі)[36].

Також УПА вела криваву громадянську війну проти інших українських політичних формувань. З іншого боку, слід зазначити, що ідеологія УПА оцінювалась поступово від цілісного націоналізму (м'яка версія фашизму) до затвердження демократичної системи та прав національних меншин. УПА також розпочала партизанську війну проти нацистів. Після світової війни вона отримала значну підтримку в Західній Україні, ставши одним з найбільших антикомуністичних партизанських рухів у Східній Європі. Багато неукраїнців з радянських держав приєдналися до УПА через її бачення звільнення від радянської влади (під девізом: «Свобода для людини, Свобода для націй»). Члени та симпатички УПА страждали страшенно, особливо з боку Рад. Більше того, офіційна підтримка культу УПА часто сильно завищена. Наприклад, серед понад 50 тисяч назв вулиць, які були змінені після Революції гідності, лише 0,07% з них були названі іменами Степана Бандери. Як наслідок, складну спадщину УПА не можна визначити як виключно негативну і повністю відкинути. В українському контексті це означало б підпорядкування російсько-радянському світогляду, що підриває національну відокремленість українців і, як наслідок, їхню європейську ідентичність та демократичну оцінку[36].

Парадоксально, але в соціологічних дослідженнях в українському суспільстві спостерігається дуже сильна кореляція між проєвропейською орієнтацією та позитивним ставленням до УПА. Однак, з іншого боку, зрештою, закріплення громадянської національної ідентичності в Україні вимагає чесного протистояння з темною «етнічною» та націоналістичною стороною спадщини УПА. Головною метою політики ЄС щодо України має бути заохочення цього процесу, але розумним способом.

Втім саме конфлікт двох протилежних ідентичностей – проєвропейської української та «радянської» російської – засаднича передумова військової експансії Росії на терени України. Характеристиками «радянської» російської є імперіалізм та націоналізм, – одні з основних рис ідентичностей Росії та СРСР, що, на думку відомого канадського дослідника Т. Кузьо, ніколи не були відокремлені одна від одної. Саме питання ідентичності, а також кілька інших рис, на зразок особливої форми націоналізму та ставлення до Заходу як негативного «іншого», дає ключ для розуміння поведінки Росії[36].

Небезпека конкуренції проєвропейської української та панросійської ідентичностей полягає у тому, що остання, на відміну від проєвропейської, здатна замінити українську національну ідентичність, бо механізми її конструювання формують ілюзію «нерозрізнення» цих ідентичностей через спільний багатовіковий спосіб буття, спільні життєві практики у побуті, освіті, охороні здоров'я, кар'єрному зростанні та віруваннях тощо. Феномен цього нерозрізнення вдало використовує кремлівська пропаганда у гібридній війні РФ проти України.

У цілому сьогоdnішній стан національної ідентичності громадян України можна визначити як прийняття українцями «ідентичності відторгнення». Ця несумісність існувала задовго до початку українсько-російської війни, яка лише підняла її нагору. Більш того, «ідентичність відторгнення» на сьогодні має певний потенціал. Вичерпання цього потенціалу залежить, у першу чергу, від формування ефективного інструментарію протидії медійним практикам «руського мира». Має місце тенденція об'єктивістської мімікрії багатьох російських ЗМІ у висвітленні подій в Україні: на зміну відверто антиукраїнським виданням минулих років, прийшли більш «виважені» ЗМІ, у текстах яких українські військові вже не «карателі», добровольці – не «нацисти», а український уряд вже не «київська хунта». Однак потік «виваженої» риторики містить низку потрібних Кремлю меседжів: «Україні потрібен мир за будь-яку ціну», «необхідно домовлятися з

Росією», «Майдан програв», «від євроінтеграції лише негатив», «усі проблеми почалися з вигнання Януковича». Варто нагадати, що ця тактика набагато небезпечніша, ніж відверта антиукраїнська пропаганда. Приховані маніпуляції набагато ефективніші від прямих пропагандистських впливів. Етап відторгнення російської ідентичності має завершитись із настанням періоду нової якості ідентичності громадян України – консолідації суспільства навколо «проекту майбутнього», який можна визначити як «європейська Україна». Основою такого проекту має стати реальне сприйняття європейської системи цінностей та готовність України інтегруватися до європейських структур шляхом здійснення відповідних реформ.

Проблема вибору моделі подальшого розвитку виявляє себе в першу чергу в кризі української національної ідентичності. Не варто забувати, що наша країна може сприйматися як постколоніальна держава, яка протягом століть намагалася позбутися зовнішньої експансії. Більше того, глобалізація поглиблює проблему української ідентифікації у світовому мозаїчному середовищі. Не зважаючи на глобальні тенденції, у сучасному світі все більшого значення набувають локальні та регіональні ідентичності, які можуть конкурувати з національною та спричиняти загрозу цілісності держави.

Специфічністю українського територіального простору є наявність значних регіональних відмінностей. Процес конструювання національної ідентичності був ускладненим залежністю України протягом довгого часу від інших країн, що зумовило виникнення та інтеграцію особливих моделей ідентичності. Особливо для прикордонних територій характерний підвищений вплив територіальної ідентичності у порівнянні до національної[37]. На жаль, політичні сили загострюють ситуацію, маніпулюючи суспільними настроями. Вітчизняні дослідники Л.П.Нагорна, А.Мальгіна та І.Ф. Кононова визначили багаторівневість етнічної ідентифікації різних регіонів України[32].

Україна по своїй суті має подвійну ідентичність, тому що фактично розміщена між відносно чітко окресленими російською та західною

цивілізаціями. Це є причиною дихотомічної ситуації з українською ідентичністю, яка полягає у її двоїстій конструкції. Таким чином, Україна належить і до західної, і до східної цивілізації. За твердженням С.Гантінгтона наша держава належить до "зони міжцивілізаційних збуджень". Отже двоїстість українського буття має визначальне становище під час творення української національної ідентичності та вибору подальшої ідентифікації[17].

Подібні тенденції можуть спричинити маргінальність нашої держави. Глобалізація та прискорення міжнародних процесів спричиняє необхідність реформування соціальної, економічної та політичної сфер буття нашої нації. Саме системне бачення місцезнаходження української держави, чітке усвідомлення та закріплення національних інтересів допоможе подолати кризу ідентичності, роздвоєність орієнтацій та їх конфронтація[17].

Бажання більшості елементів нації більшості елементів творення ідентичності. Процес перевизначення національної ідентичності чи її зцілення є не тільки тривалим, а й хворобливим у соціальному, політичному, культурному та інституційних вимірах. Важливо зазначити, що українська влада роками не боролась за чіткі позиції щодо майбутньої стратегії розвитку та важливості національної ідентичності. Багатовекторна політика призводить скоріше до хаотичних рухів та відсутності системної стратегії нашої країни у геополітичному просторі. Зважаючи на зазначені вище тенденції до конструювання національної ідентичності у глобалізованому, мультиетнічному світі та спроби європейського керівництва інтегрувати єдину європейську ідентичність, повноцінне буття української нації у складі будь-якого вектору: європейського чи російського, неможливе без самоствердження української держави на всесвітній арені.

1.2 Стан вивчення проблеми та методологія дослідження

Проблема національної ідентичності сучасному мультикультурному та багатонаціональному світі набуває особливої актуальності у зв'язку із процесами соціокультурного становлення, перерозподілу територій та боротьби країн за незалежність. Саме проблеми консолідації, національної ідентичності, культури, мови, довіри, ідеології, релігії, толерантності ставали і стають причинами виникнення різних за наслідками і глибиною криз та конфліктів у різних куточках планети.

Виходячи з проблематики дослідження ми хотіли б охарактеризувати два блоки наукових досліджень:

У першому блоці розглядаються теоретичні засади формування поняття національної ідентичності. Історія його формування, та чинники які мали вплив на формування ідентичності. Підвалини дослідження визначення на походження ідентичності були закладені такими вченими:

Проблеми національної ідентичності досліджує широке коло зарубіжних і вітчизняних науковців. Так, серед представників західної наукової думки можна, насамперед, відзначити Е. Сміта, П. Алтера, М. Ігнат'єфа, Р. Брубекера, Дж. Скопфліна, Б. Йека, К. Нілсена, У. Кімлика, Т. Найгута, Дж. Джозефа;; української – О. Лановенка, О. Шевченка, В. Пироженка, В. Ліпкана, Г. Почепцов, Л. Нагорну та інших. Відчуття ідентичності надає її суб'єктові соціально значущий комплекс цінностей, символів і традицій. Кожна людина чи колектив є носієм ідентичності, які визна чають їх місце та орієнтації в соціальній структурі, певні нор ми соціальної поведінки.

С. Гантінгтон писав про те, що належність до національної спільноти може бути переосмислена, оскільки можуть змінитися територіальні межі нації. Таке трапляється, як правило, у результаті серйозних політичних колізій (наприклад, розпад СРСР, Югославії, Чехословаччини). Відчуття національної ідентичності може наростати або послаблюватися під впливом зовнішньої загрози, а ось сутність цієї ідентичності підвладна ваганням значно менше;

вона формується набагато повільніше за характерні особливості того чи іншого народу, складається з багатьох соціальних, економічних і політичних трендів, що часто конфліктують між собою[17].

Іспанська дослідниця М. Гібернау визначальними критеріями, основоположними елементами національної ідентичності вважає неперервність у часі й диференціацію від інших. Неперервність походить від уявлення про націю як історично закорінену сутність, спроектовану в майбутнє. Індивіди сприймають цю неперервність завдяки низці відчуттів, які поширюються в часі й об'єднані спільним значенням, що його здатні зрозуміти тільки "свої". Диференціація є наслідком усвідомлення формування окремої громади, що має спільну культуру, минуле, символи і традиції, пов'язані з якоюсь обмеженою територією. Неперервність та диференціація від інших ведуть до відмінності між членами громади (тими, хто належить до неї) і "чужинцями", "рештою", а інколи й "ворогами"[20].

Розглядаючи націю як групу людей, які усвідомлюють, що вони формують національну спільноту, мають спільну культуру, пов'язані з чітко позначеною територією, мають спільне минуле і спільний проект на майбутнє, М.Гібернау констатує, що національна ідентичність має п'ять вимірів: психологічний, культурний, територіальний, історичний, політичний. Психологічний вимір національної ідентичності виникає з усвідомлення, що існує сформована група, заснована на "відчутті" близькості, яка об'єднує тих, хто належить до цієї нації[20].

Нерідко у літературі національна ідентичність ототожнюється з політичною чи культурною, а найчастіше – з близькою до неї за змістом етнічною. З цього приводу Л. Нагорна слушно зазначає, що у національній ідентичності є як власна політична, так і власна культурна компонента. Тому недооцінка самотійного значення політичної чи культурної ідентичності – означає примітивізацію процесу пізнання логіки суспільного розвитку. При використанні поняття "культурно-національна ідентичність" акцент робиться

саме на культурну складову національної ідентичності, а поняття "громадянська національна ідентичність" орієнтується, передусім, на політичний компонент.

У межах конструктивістської парадигми нація розглядається як соціальна конструкція, яка не має "реального" історичного або культурного коріння. Так, американський вчений Б.Андерсон вважає, що нація як політичний і культурний артефакт є "уявною спільнотою". Звісно, це не означає, що вона нереальна, фіктивна і така, що існує "тільки в головах". На думку вченого, "вона уявна тому, що представники навіть найменшої нації ніколи не знатимуть більшості зі своїх співвітчизників, не зустрічатимуть і навіть не чутимуть нічого про них, і все ж в уяві кожного житиме образ їх співпричетності". Спільноти взагалі, стверджує дослідник, "потрібно розрізняти не за їхньою справжністю чи несправжністю, а за манерою уявлення". Тобто, одні члени якоїсь національної спільноти можуть ніколи не бачити інших її членів, навіть не підозрювати про їхнє існування, але підтримувати з ними уявний зв'язок. Головне тут – це спосіб або манера цього уявлення. Тому запитання про те, що таке нація, замінюється запитанням про те, що мають на увазі люди, коли висловлюють національні настанови чи почуття[23].

Виходячи з вищезазначеного, націю можна визначити як соціальну спільність, що ґрунтується на духовно-психологічній, історико-культурній, територіально-господарській єдності. Лише зовнішні символи спільноти (географія, господарство, історія) не розкривають повною мірою внутрішній, екзистенціальний сенс буття нації. Це тільки об'єктивні сторони її життя, які повинні усвідомлюватися, бути покладені в основу ціннісних поглядів, традицій, переживань. Без такого виявлення національної самосвідомості спільнота не постане активним суб'єктом історичного процесу. Тому у визначенні нації необхідно підкреслювати не лише її об'єктивні засади, а й те, які відображення вони отримали в національній свідомості, ціннісних

орієнтаціях, традиціях, котрі власне й об'єднують національний організм у цілісність, формують почуття ідентичності. У зв'язку з цим, Е.Хобсбаум слушно зазначає, що за концептуальної та історичної багатозначності поняття нація служило інструментом відбору – тим, що об'єднує в спільноту людей і відрізняє їх від інших. Така функціональна інтерпретація нації як механізму соціально-політичної класифікації та ідентифікації дуже дотична до поняття "національна ідентичність"[87,88].

Отже, національна ідентичність передбачає існування певної національної спільноти, яка, за визначенням британського вченого Е. Сміта, "має власну назву, свою історичну територію, спільні міфи та історичну пам'ять, спільну масову, громадську культуру, спільну економіку й єдині юридичні права та обов'язки для усіх членів". Зазначені об'єктивні передумови й риси національної спільноти є найголовнішими ознаками й національної ідентичності. Вона за своєю суттю також є багатовимірною, її ніколи не можна звести до якогось одного елементу. Більше того, національна тожсамість володіє своєрідним синтезом об'єктивних і суб'єктивних ознак, що відрізняє одну національну спільноту від іншої. Істотного значення тут набувають відчуття спільної долі, загальні переживання, колективна пам'ять, тобто все те, що сприяє формуванню колективного "Ми"[65].

За Е. Смітом, існує дві моделі нації – "громадянська" та "етнічна". Відповідно до "громадянської" моделі національна спільнота є водночас і політичною, оскільки охоплює систему спільних політичних, юридичних та інших інститутів, які покликані згуртовувати її, а також гарантувати громадянські, політичні, соціоекономічні та культурні права, свободи й обов'язки членів спільноти. Разом із тим, ця модель тісно пов'язана з просторовим, територіальним уявленням нації. Тобто національна спільнота повинна мати визначений соціальний простір, компактну, чітко обмежену територію, з якою члени спільноти ототожнюють себе і до якої відчують належність[66,67].

Представники другої групи приділяють увагу загальній характеристиці теоретичних та методологічних засад здійснення контент-аналізу та аспектів його застосування.

Так, в роботах Г.Лассуелла, який ще у 1927 р. випустив книгу «Техніка пропаганди в першій світовій війні», з ім'ям якого зв'язується певний внесок в розробку істотних принципів цього методу, основна мета вивчення текстів пропаганди сформульована так: визначити, що саме пропагандист ставить в центрі уваги, щоб добитися певного ефекту у аудиторії[92,93].

Крім всього іншого, в умовах війни цей метод був єдиною можливістю вивчати в широких масштабах пропаганду супротивника, моральний дух населення країни супротивника, події, що відбуваються в даній країні. Така можливість і до цього дня залишається великою перевагою цього методу в арсеналі способів вивчення інших країн, відгороджених різного роду бар'єрами[94,95].

Майрінг виділяє три ключові категорії контент-аналізу[99]: підсумовування змісту, власне дослідження змісту і структурування. Власне дослідження орієнтоване на аналіз викликають питання частин тексту (понять, висловлювань), що дозволяє розширити наше розуміння суті досліджуваних явищ. І, нарешті, структурування дозволяє завдяки аналізу певних аспектів досліджуваного матеріалу заново оцінити його на основі певних критеріїв. Підсумовування змісту дозволяє звести досліджуваний матеріал до суті досліджуваного явища. Кінцевий підсумок полягає в обґрунтуванні гіпотез і відкритті нових теорій. Він не орієнтований на встановлення окремих факторів, а спрямований на конструювання можливих взаємозв'язків між різними факторами. Особлива перевага даного методу полягає в тому, що він дозволяє гармонійно об'єднати як якісні, так і кількісні показники. Крім того, цей метод дозволяє побачити прихований зміст тексту, то, про що в тексті відкрито не говориться, але в ньому є[99].

Також, контент-аналіз використовується для вивчення масивів однорідних документів, найчастіше повідомлень масової комунікації – преси, телебачення, радіо, кіно, реклами, масової літератури, а також сукупностей будь-яких текстів, котрі містять однакові смислові одиниці та мають схожу структуру. До них належать відповіді на відкриті питання анкети, тексти неформалізованих інтерв'ю та матеріали деяких текстів, особисті документи (листи, мемуари, щоденники), офіційні документи, пропагандистські засоби тощо.

Контент-аналіз як один з найстаріших методів дослідження текстів актуальний і сьогодні. Він динамічно розвивається в середовищі міждисциплінарних досліджень та технологічно вдосконалюється за рахунок розробок в різних галузях аналізу текстових даних. При цьому не слід забувати про методологічні особливості контент-аналізу, головними з яких є зв'язок із соціальною теорією та соціальним контекстом.

При підготовці роботи були використані джерела наступних груп: документи і матеріали міжнародних організацій (ООН, ЄС, ОБСЄ)[84]; данні соціологічних досліджень; періодичні видання та матеріали ЗМІ.

У Конвенції про громадянство Ради Європи поняття «громадянство» визначається як «правові відносини особи з державою без зазначення етнічного походження цієї особи». Відповідно, національна ідентичність розглядається як почуття приналежності індивіда до держави (єдина громадянська ідентичність), незалежно від його етнічної приналежності (ідентичності). У міжнародному праві, коли мова йде про нації, то передбачаються політичні або громадянські нації.

Використовуючи опитування Центру імені О. Разумкова за 2017 р., дозволило дізнатись та систематизували уявлення про настрої населення стосовно співвідношення себе до національної та етнічного походження.

Періодичні джерела та ЗМІ виступають комплексним джерелом задля аналізу та систематизації новинної інформації. За допомогою контент-аналізу

онлайн матеріалів ЗМІ було проаналізовано використання та згадок феномену національної ідентичності та ідентичності у трьох провідних українських виданнях (Українська правда, Новое время, Дзеркало тижня).

Таким чином, під час підготовки дослідження використані джерела різних груп. Обсяг і різноплановість використаних джерел дозволяють, по-перше, забезпечити загальний достатньо високий рівень перевірки достовірності даних, що використовуються; по-друге, отримати емпіричні матеріали для обґрунтованого узагальнення різних аспектів особливостей гібридної війни; по-третє, створити передумови якісного аналізу відмінних інтерпретацій та підходів до тих самих подій і явищ; по-четверте, отримати можливість здійснити достатньо самостійне дослідження проблематики.

У дослідженні використовувався методологічний інструментарій, що інтегрує дослідницькі можливості методів політології, філософії, соціології, психології, конфліктології, управління та ряду інших наук, об'єднаних принципами і підходами міждисциплінарного, структурно-функціонального, порівняльно-історичного, комплексного і системного вивчення досліджуваної проблеми. В основу кваліфікаційної роботи покладено структурно-функціональний підхід, адже національна ідентичність як система може мати різні функції, так одна і та ж функція може виконуватися різними явищами. При цьому функціональний результат сприяє виживанню системи, її адаптації до навколишнього середовища. Те, що не сприяє виживанню системи і адаптації, є дисфункція. Виокремити різні форми ідентичностей, проаналізувати специфічність кризи національної ідентичності в соціокультурному просторі України, який глобалізується, визначити формування нових тенденцій самоідентифікації людини у сучасному суспільстві методом аналізу онлайн видань за період 2014-2020 року. Мережевий підхід дав змогу інтерпретувати різноманітні форми відносин між державою, суспільством та ЗМІ.

У результаті проведеного дослідження відповідно до поставленої мети сформульовано низку теоретичних положень та обґрунтовано отримані висновки.



1.3 Концепт «нація», в структурі формування національної ідентичності

Великий спектр підходів і теорій до визначення національної ідентичності підкреслює важливість вивчення даного феномена. У сучасній науці теорія нації розвивається в рамках трьох основних підходів: примордіалістського або есенціального (від англ. *primordial* – початковий), інструменталістського (модерністського), конструктивістського (постмодерністського/постнекласичного / деконструктивістського), які по-різному ототожнюють значення «нація», «ідентичність», «етнос».

Як відомо, поняття «нація», в ході історичного розвитку соціального і політичного простору, зазнало значної еволюції та значних змін. Однак і сьогодні інтерпретація цього терміну різними дослідниками далеко не завжди збігається. Наприклад, в залежності від тих чи інших методологічних і ідеологічних установок, поняття / термін «нація» пов'язується, або з категоріями «етнічності», або «громадянства» (нація-держава). При цьому необхідно зазначити, що за всіма концептами і дискурсами про природу феномена нації ховаються цілком певні і життєво важливі для розвитку даної ідеологічної конструкції питання.

Прихильники примордіалістського підходу виходять з уявлення про первинність етнічних категорій, про етнічність як одвічну властивість людської природи. Етнічність як емоційна прив'язаність є фундаментальним аспектом «Я–образу» кожної людини. У сучасній науці нації, в межах теорії примордіалізму, розглядаються як природні феномени, що склалися на основі спільності походження групи і спільності території. Національна ідентичність в рамках даної методології розуміється як незмінна тотожність, що приймається людиною раз і назавжди і що представляє собою більш розвинений, «вдосконалений» рівень етнічної ідентичності. Але якщо для примордіалістів нація є матеріальною природньою субстанцією, вкоріненою в минулому, не схильною до історичних змін, то для представників

конструктивізму (Б. Андерсон, Р. Брубейкер, Е. Геллнер, Е. Хобсбаум і ін.) нація виступає продуктом уяви, конструйованою за допомогою різного роду дискурсивних практик.

Е. Геллнер пов'язує виникнення нації з розвитком індустріального суспільства, тобто з капіталістичною економікою, появою «високої стандартизованої культури», що розповсюджується через систему загальної освіти. Система освіти стає засобом об'єднання навколо спільної ідеї – ідеї нації. Саме за допомогою освіти, уніфікації мови і високої культури досягається ефект рівномірної, єдиної, гомогенної спільноти, що в термінах Геллнера і є нацією. Так, дослідник стверджує, що нації не існує «в реальності» – вони виникають як особлива форма з'єднання культури і держави, можлива при певних економічних умовах»[18].

В межах конструктивістського підходу, національна ідентичність маркує приналежність людини до нації як «уявної політичної спільноти». Б.Андерсон формулює висновок, що національна самосвідомість є результатом діяльності політичних і державних структур[2].

Таким чином, в рамках конструктивізму національна ідентичність розглядається як продукт свідомих зусиль людини, при цьому підкреслюється її процесуальний характер и дискурсивна природа. Нація будується не на культурно- історичних або кровних відносинах, а на вільному самовизначенні індивіда.

У західній науці переважає розуміння нації як співгромадянської політичної спільноти («нація – співгромадянство») – сукупність громадян однієї держави, коли націю становить колективний суверенітет на основі загальної політичної участі. У Конвенції про громадянство Ради Європи поняття «громадянство» визначається як «правові відносини особи з державою без зазначення етнічного походження цієї особи». Відповідно, національна ідентичність розглядається як почуття приналежності індивіда до держави (єдина громадянська ідентичність), незалежно від його етнічної

приналежності (ідентичності). У міжнародному праві, коли мова йде про нації, то передбачаються політичні або громадянські нації. Членами ООН є саме політичні нації (nations). В англійській мові слово nation означає не тільки націю, а й країну, державу, тобто політичну єдність. У Статуті ООН окремо виділяється поняття народи (peoples), що має на увазі етнічну спільність[18].

Нація – різновид людських спільнот. На думку Б.Андерсона, нація це “уявна спільнота”[2]. Це не означає, що вона не реальна, фіктивна і така, що існує “лише в головах”. Уявність нації вказує виключно на ту обставину, що кожен з її складових індивідів особисто не знає і ніколи не пізнає усіх її членів, що не заважає з ними себе співвідносити. У такому контексті уявна спільнота може порівнятись з віртуальною спільнотою в Інтернеті. Водночас нація завжди територіально визначена (навіть, якщо її кордони еластичні чи розмиті), суверенна (має державу і незалежність) і виражається у почутті спільної солідарності. Якщо нація уявляється чи “винаходиться” чи “конструюється”, то задача заключається у тому, щоб прослідкувати процес такого конструювання[2].

Етнос і нація – це форми ідентифікації людських спільнот, для визначення яких, зазвичай, використовуються спільні ознаки: місце проживання, мова, культура, спільна міфологія та історія тощо. Але при цьому вони не є синонімічними поняттями, різниця між ними суттєва. Насамперед, нація – це те, що дається особистості не за фактом його народження, а як наслідок його особистого вибору. Етнос не обирається, а націю людина може обирати.

Нація – це державна, соціальна, культурна приналежність індивіда, а не його антропологічна чи етнічна приналежність. Також слід звернути увагу на відмінність етнічних і національних процесів, серед яких перші здійснюються, зазвичай, несвідомо (асиміляції, міксації, інтеграції, сепарації тощо); а другі – національні – цілком свідомо і відбуваються в політичній сфері суспільного життя.

Іншими словами, слід вияснити, в силу яких причин і під впливом яких факторів утверджується даний тип колективної солідарності, а інші або відтискаються, або зникають. Такий підхід відходить від історично-детермінованої і примордіалістичної інтерпретації нації.

Теорія націоналізму Е.Гелнера[18] та Б.Андерсона[2] ґрунтовані на тому, що ідентифікація з нацією є наслідком процесу модернізації. Тобто національна свідомість є безпосереднім результатом розвитку сучасних засобів комунікації, масового ринку, урбанізації, посилення впливу держави на населення через систему податків та воєнного обов'язку і, передусім, шкільної системи і друкованої культури. Гелнер наголошує, що початково нації не існували, а утворились з об'єднання культури і політики[18].

Для адекватного аналізу феномена нації перспективним звернення до національної ідентичності. Національна ідентичність потіснила більш звичні для традиційних підходів поняття національної самосвідомості, національного характеру і тому подібне. Ідентичність справді стає “призмою крізь яку розглядаються, оцінюються і вивчаються численні важливі риси сучасного життя”[60]. Таким чином, змістовне наповнення поняття національної ідентичності тісно пов'язане з особливостями політичної культури країни, що визначає роль влади в масовій свідомості, характеру політичного режиму і політичної поведінки громадян.

Р. Брубейкер підкреслює, що «державна не єдиний значимий ідентифікатор процесів ідентифікації», інтенсивність прояву національної / етнічної ідентичності багато в чому визначається політичними елітами, їх цілями і стратегіями[83].

Вважається, що понад два століття в науковому середовищі існує традиція розглядати “німецьке” й “французьке” уявлення про націєтворення в дихотомії “свідомий політичний вибір” – “спільне походження”. Нагадаємо, що уявлення по французьку націю бере початок від Великої французької революції і тлумачиться, як політичний проект. Уявлення ж про німецьку

націю базується на німецькому романтизмі XIX ст., що апелює до “народного духу” і спирається на культуру й спільне походження[39].

«У Франції під впливом якобінської ідеології суверенний народ проголошує існування єдиної й неподільної нації. Це держава, тобто неподільна сутність, що породжує націю. За німецькою романтичною концепцією нація, навпаки, передує державі. “Volk” (це варто було б перекласти як етнічна група) являє собою природну єдність, що базується на спільності мови й культури. У відповідності з німецькою концепцією спочатку були мова й культура, тоді як у французькій концепції мова – лише засіб політичної уніфікації». Зрозуміло, що німецька й французька нації були стандартно обрані для роз’яснення діаметрально різних способів націєтворення, задля поширення у маси. Але, за детального аналізу, стає очевидним умовність запропонованих еталонів, а факти іноді суперечать концепції[61].

Так, зокрема, Франція тих часів була дуже неоднорідною в етнічному, культурному й мовному відношеннях. Носії цих відмінностей, що ставились одне до одного, частіше, з негативною компліментарністю, не бажали ототожнювати себе як членів деякої політичної єдності. Німецькі народи також були зібрані до однієї нації за часів Бісмарка у вже існуючій державі[61].

Це дає підстави скептичного ставлення до запропонованої концепції двох різних алгоритмів націєтворення. «В описі двох моделей впізнаються два сучасних підходи до етнічності... – конструктивізм (у французької моделі) і примордіалізм (у німецької). Суттєвим, однак, є те, що при обговоренні конкретної практики націєбудівництва у Франції і Німеччині історики схильні до того, що за часів Бісмарка риторика “крові й землі” була лише ідеологічним прикриттям тієї самої конструктивістської технології, що була випробувана у Франції. Прагматичний “проектувальник” нації апелює до примордіалізму повсякденної свідомості мас, але реалізує свій проект, слідуючи рецептам конструктивізму»[61].

Таким чином, проаналізувавши основні ознаки (характеристики) національної ідентичності як «політичного і соціокультурного конструкту», можливо результувати наступні положення:

- національна ідентичність є політичним і соціальним конструктом, який формується національними елітами і створюваними ними інститутами, насамперед – державою. Проводиться історична політика, мовна, символічна політика, конструювання образу «іншого» та ін., що спрямовано на створення системи ідентифікації з «єдиним цілим» (державою), а також формування загального культурно- історичного і політичного простору;
- базою національної ідентичності виступають загальні політичні цінності, почуття приналежності індивіда до держави (політичної спільноти), незалежно від його етнічної приналежності, що розділяються громадянами як культурні норми, визнання індивідом прав і обов'язків у відношенні до інших членів спільноти, рівність громадян перед законом і громадянська культура. Національна ідентичність окреслює територіальне простір нації;
- національна ідентичність формується паралельно з процесами національно-державного будівництва. Нація є «продуктом» довгого і складного процесу історичного розвитку;
- феномен національної ідентичності взаємопов'язаний з етнічним. Етнічний компонент є складовою конструкції нації (первинним в самовизначенні людини і досить стійким протягом життя).
- національна ідентичність є найважливішим засобом легітимації і делигітимації влади, політичного режиму і держави, як інституту, який претендує на втілення національної ідентичності та національних інтересів.
- національна ідентичність – це потужний фактор консолідації політичної спільноти. У процесі ідентифікації індивід ототожнює

себе, тобто відчуває почуття причетності до своєї групи (спільноти) і держави, визнаючи групові цінності і цілі як «свої» (національна ідентичність як емоційне переживання своєї приналежності до національної політичної спільноти), і відокремлює від «іншої» політичної спільноти;

- національна ідентичність пред'являє зобов'язання до «носія ідентичності»: прийняття сторони своєї нації в конфліктах з іншими націями, на індивідуальному рівні передбачається громадянська відповідальність та активна громадянська позиція; прийняття відповідальності за вчинки, що здійснюються в ім'я своєї нації іншими її представниками; перевага загальнонаціональних інтересів перед особистими (вищий ступінь актуалізації національної ідентичності);
- національна ідентичність конструюється за допомогою дискурсу націоналізму. У цьому випадку виклик нелегітимним урядам може бути кинутий від імені нації;
- процеси глобалізації, інтеграції впливають на національну ідентичність, знижуючи її значимість в системі ідентифікації. З одного боку, можна говорити про тенденції формування багаторівневої і багатоскладової ідентичності, з іншого – спостерігається зворотний процес – зростання націоналізму і посилення ролі національної ідентичності як основної конструкції політичної системи.

I. Валерстайн зазначив, що «всі нації є соціальними утвореннями, і основна роль в їх створенні належить державі»[11].

Щоб створити націю, необхідно відтворити її історію і довгу хронологію, визначитися з набором характеристик і символів. Для пострадянських країн на сучасному етапі характерний процес формування національної ідентичності на основі спільних етнокультурних цінностей.

Особливе місце в даному процесі належить національній історії, звернення до якої надає матеріал, необхідний для вибудовування колективної ідентичності спільноти, формування почуття історичної і культурної спільності[11].

Проблематика національної ідентичності особливо актуальна для країн, в яких, в силу цілого ряду історичних обставин і міграційних процесів, виникли поліетнічні і поліконфесійному структури і спільноти, які, всупереч наростаючому впливу глобалізації, зберегли стійкі характеристики. А “творити” націю здатен найвпливовіший і найпотужніший політичний інститут суспільства, яким є держава. Адже саме вона володіє достатньою кількістю необхідних для цього процесу ресурсів – владних, матеріально-технічних і культурно-виховних.

Отже, сучасна Україна це складне фрагментоване суспільство. Підставами для цього твердження є регіональне розмаїття, поляризація інтересів «Схід - Захід», невизначеність в правовому полі проблеми корінних народів, національних і мовних меншин, багатоконфесійність, що має чітко виражений регіональний характер, двомовність. З огляду на співвідношення доступу представників громадських сегментів до державної влади, можна виділити два основних типи багатоскладного суспільства: паритетний і диспропорційний. Без сумніву, для України, як і для будь-якої демократичної держави, бажаним є паритетний тип, перехід до якого можливий лише в тому випадку, якщо будуть правильно обґрунтовані цінності, на ко-торих базується національна ідея. Як показує практика суспільного життя, такими цінностями є цінності загальнолюдського плану, так як ні етнічні, ні мовні, ні релігійні, ні тим більше класові цінності не можуть забезпечити єдині інтереси багатоскладового суспільства, стати ядром політичної нації.

Одним із принципів формування національної ідеї в Україні (з урахуванням багатоскладного характеру суспільства і інтересів держави) можна відзначити:

- мультикультуралізм як принцип культурної політики полікультурного суспільства; принцип культурної демократії;
- заохочення культурного самосвідомості при відмові від нав'язування певного типу свідомості;
- збереження і розвиток мовної різноманітності; спрямованість культурної політики на розвиток творчості;
- орієнтація як національні цінності, так і на загальнолюдські;
- визнання пріоритету міжнародно-правових актів у сфері суспільного виробництва: матеріального і духовного, виробництва суспільних відносин і відтворення певного типу личності українського суспільства в умовах глобалізації світу[6].

Для України проблема національної ідентичності має особливе значення, з огляду як на специфіку минулого – постколоніальний та посттоталітарний статус; так і зважаючи на сучасні виклики, що значним чином мають світоглядний характер, на чому в контексті російсько-української війни неодноразово наголошували дослідники[6].

Революцією цінностей з наступною війною за ідентичність російсько-українське протистояння визначила також і письменниця О. Забужко. Очевидною є ціннісна складова нав'язаної країні війни, що поряд з бойовими діями включає потужний інформаційний фактор і є за своєю природою гібридною, коли військові дії супроводжуються, як визначає С. Бистрицький, віртуальним знищенням світоглядних цінностей супротивника, насамперед екзистенційних можливостей його культури, шляхом маніпуляції всіма можливими медійними засобами[6]. Більше того, сучасні реформаційні процеси, як суспільний запит на системні зміни, так і зусилля, спрямовані на реформування та, навпаки, протидію йому різних політичних гравців є, по суті, пошуками відповіді на питання, на якій системі цінностей базуватиметься суспільство й держава в майбутній Україні.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ МЕДІА ПРОСТОРУ

2.1 Теоретичні аспекти застосування контент-аналізу

Один з найпоширеніших методів аналізу текстової інформації — контент-аналіз. Він дозволяє систематично та максимально об'єктивно досліджувати великі масиви документів (які можуть бути не лише текстами). Розвиток комп'ютерних технологій та, зокрема інтернету як практично невичерпного і постійно оновлюваного джерела текстів для аналізу не лише відкриває нові можливості для дослідників комунікації, а й спричиняє появу незнаних до того викликів для методологів соціальних наук. Йдеться не лише про питання технології проведення контент-аналітичних досліджень в епоху інформаційного буму, а й про термінологічні суперечності, що виникають під час обговорення методів, методик і технік дослідження змісту[30].

Праці американських науковців стали відомими і знайшли продовження в Європі. Уже в 1910 р. на першому засіданні Німецького Соціологічного товариства Макс Вебер закликав використовувати контент-аналіз для оцінки охоплення пресою політичних акцій в Німеччині та вивчення громадської думки[86].

Конкретною метою його мало стати вивчення ефектів впливу преси на тогочасну людину та культурні цінності, причому пропонувалося робити це шляхом безпосереднього застосування до вивчення газет таких базових вимірювальних і вибіркового інструментів, як "вирізання й осмислення". На жаль, цьому честоловному проекту так і не судилося бути реалізованим. Контент-аналіз почав використовуватися і для аналізу інших видів документів. Зокрема, ранні використання контент-аналізу були спрямовані на перевірку правдивості історичних документів. Дослідники займалися головним чином підрахунком слів у документах сумнівного походження і

порівнювали їхні частоти і приклади використання з відповідними словами в документах, чия вірогідність була безсумнівною[96].

На початку XX ст. з'явилися контент-аналітичні дослідження Б. Меттьюза Т. Гарста. Деякі дослідники відносять становлення методу контент-аналізу до періоду II світової війни[64], але це не зовсім так. Уже 1927 року вийшла фундаментальна праця в цій галузі одного із засновників контент-аналізу Гарольда Дуайта Лассвелла «Пропагандистська техніка у світовій війні»[93]. Враховуючи виняткову роль, яку пропаганда відігравала у Першій світовій війні, Г. Лассвелл проаналізував, якими соціальними моделями поведінки маніпулювала пропаганда воюючих країн, а потім з цього зробив висновки, які цілі ця пропаганда переслідувала.

Г. Лассвелл виділив такі твердження: «Ми захищаємось»; «Ворог - підступний агресор»; «Ворог зруйнував райське благополуччя і тому має бути знешкоджений»; «Ми переможемо»; «Ворог буде знешкоджений». Внаслідок узагальнення дослідник дійшов висновку, що стратегічні цілі пропаганди полягали у:

- розпалюванні ненависті до ворога;
- зміцненні дружби з союзниками;
- зміцненні дружніх відносин із нейтральними країнами;
- деморалізуванні супротивника[93].

Вагомості цьому дослідженню додавало те, що його об'єктом були газети, бюлетені інформаційних агентств, журнали, церковні проповіді як у США і Англії, так і в Німеччині. Під час Другої світової війни Г. Лассвелл розробив і застосував метод detection (виявлення). Цей метод передбачав 8 тестів:

- пряме визнання ідентифікації ворога;
- паралелізм - збіг ворожою пропагандою;
- зв'язок - збіг із цілями ворожої пропаганди;
- презентація - баланс позитивного и відносно негативного символів сторін;

- джерело - надання переваги ворожого джерел;
- приховане джерело - публікація без посилання на агентство джерело;
- своєрідність - використання слів, характерних для ворожої пропаганди;
- перекручування - вилучення інформації на користь ворога[93, 38].

Внаслідок застосування цього методу, Г. Лассвеллу та його співробітникам, зокрема Н. Лейтесу, вдалося довести нацистську орієнтованість однієї з американських газет. Під час Другої світової війни кілька радіостанцій і газет у Сполучених Штатах розміщували багато пронацистських матеріалів. Однак суд не міг довести, що ці видання ведуть пропаганду на користь противника, бо там інколи вміщувались й антинацистські статті. Саме в цій складній ситуації стала цілком очевидною перевага методу контент-аналізу. Завдяки цьому методу вдалося з науковою точністю показати пронацистську орієнтацію газети «Істинний американець»[38].

Контент-аналіз у воєнний період використовувався не лише в цензурних цілях. Зокрема, аналіз змісту повідомлень дозволяв пояснити свідомо приховані або неусвідомлені причини провалів або низьку ефективність пропагандистських кампаній, окремих матеріалів. В американській літературі з проблем контент-аналізу наводиться досить багато таких прикладів. Розглянемо один з них .

У США антигітлерівська пропаганда серед негритянського населення базувалася на такій ідеї: негри, хоча і страждають від расової дискримінації, усе ж чогось домоглися, живучи в США, а Гітлер, відомий своєю ненавистю до кольорових, у випадку перемоги позбавить їх усього, що вони мають. Ці теми були порушені у великій статті відомого негритянського письменника, яка повинна була стати початком усієї пропагандистської кампанії[38].

Після проведення спеціального опитування з'ясувалося, що цей матеріал не дав очікуваного ефекту. Тому пропагандистам довелося звернутися за допомогою до фахівців з контент-аналізу. Кількісне зіставлення тематичних елементів матеріалу дало досить красномовні дані: перша тема (опис здобутків

негрів завдяки американській демократії) складала 84% матеріалу, тоді як друга (лихо, яке принесе Гітлер) – лише 16%.

Після війни подібні дослідження в США продовжувалися. Так, наприкінці 1940-х рр. Американський єврейський конгрес звинуватив у недоброзичливому ставленні до національних меншин одну з радіостанцій і вимагав позбавити її урядової ліцензії. Спираючись на техніку контент-аналізу, було вивчено радіопередачі цієї компанії, і звинувачення зняли.

З нечисленних досліджень радіопередач варто згадати аналіз Л.Сасменн новин 33-х радіостанцій, які стосувалися робітничого і профспілкового руху. Це дослідження було розпочате за позовом лідерів робітничого і профспілкового руху до радіостанцій, які, на думку позивачів, вирізнялися недоброзичливістю до робітників і профспілок.

У повоєнний період увага пропагандистів було повернута на Радянський Союз, а контент-аналіз став активно використовуватися для аналізу радянської преси. Одне з таких досліджень мало на меті вивчення статей в газеті "Московские новости", присвячених іншим країнам. Було встановлено, що співвідношення позитивних і негативних матеріалів про закордонні країни в 1938–1939 рр. було 69 проти 328. Тоді як 1903 позитивним статтям про СРСР протистояли лише 3 несприятливих. Відомі також численні дослідження лексики радянської преси.

Американські фахівці на основі вивчення газети "Московські новини" за 1938–1939рр. за частотою появи розмістили політичні терміни в такій послідовності: народ, робітники, колгоспи і радгоспи, Сталін (сталінський), Ради, Ленін (ленінський), революція, п'ятирічний план, комісаріат, партія, стаханівський рух, Червона Армія, класова боротьба, клас, соціалістичне будівництво, задача, буржуазія, колективізм, експлуатація, пролетаріат, трудівники, соціалістична революція, соціалістичне змагання, диверсія, соціалістична праця.

У 1940 рр. за допомогою контент-аналізу з'ясувалося, що в радянській пропаганді виділяється декілька пластів, відносна значущість яких постійно змінюється. Дослідники виділили стару "ліберальну" лексику, революційну, троцькістську лексику "світової революції" та національну. Вивчалось, зокрема, співвідношення між словами – символами "світової революції" і "позареволюційною" національною символікою за період з 1918 по 1943 р. Виявилось, що якщо в досліджених гаслах 1920 р. кількість символів "світової революції" більше ніж у 10 разів перевершувала число національних символів, то з 1929 р. чітко простежується зростання питомої ваги національної символіки, а з 1931р. – неперервне падіння інтересу до "світової революції". До 1943р. в радянській пропаганді все, пов'язане зі світовою революцією, практично зникло. Таким чином, контент-аналіз переконливо демонструє, як початкова більшовицька ідеологія змінювалася, причому рух йшов у напрямі відкидання ультра-революційного і зміцнення національного ядра.

Однак у застосуванні контент-аналізу виникали і певні труднощі. Річ у тому, що класична модель контент-аналізу Г. Лассвелла не завжди виправдовувала себе. Суть цієї моделі полягала у розчленуванні тексту на окремі частини (стандарти чи символи), які мали обиратися та враховуватися залежно від мети дослідження. Інститут Гувера вирішив дослідити тему: «Світові революції нашого часу» - проаналізувати зміст ЗМК як відображення ідеологічної думки в сучасному суспільстві і для цього здійснив «RADJR Project». Загальний план дослідження написав Г.Лассвелл, кодування і пілотний аналіз - Д. Лернер, повторний аналіз і доповідь підготував І. де Сола Пул. Дослідження охоплювало період з 1890 по 1950 р. і базувалося на вивченні найвпливовіших (з точки зору дослідників) газет провідних країн світу[92].

Дослідники аналізували передовиці газет, що виходили 1 і 15 числа кожного місяця. Досліджувалися такі газети: «The Times» (1890— 1949 рр.) - Англія, «Новое время» (1892— 1917 рр.), «Известия» (1918-1949 рр.) - Росія,

«The New-York Times» (1900-1949 pp.) - США; «Le Temps» (1900-1942 pp.), «Le Monde» (1945- 1949 pp.) - Франція; «Norddeutsche Allgemeine» (1910-1932 pp.), «Wilksisher Beobachter» (1933- 1945 pp.) і «Frankfurter Zeitung» (1920-1932 pp.) - Німеччина.

Одиницею аналізу Лассвелл обрав множинний символ, що ним у даному разі стали імена політичних лідерів (наприклад, Черчилль, Рузвельт), назви країн (США, Росія і т. ін.), політичних установ (конгрес, парламент і т. ін.), політичних актів (війна, мир і т. ін.), ідеологій (загальна кількість - 416 імен та назв). Учені підраховували кількість згадувань цих назв та імен в аналізованих матеріалах, а, крім того, про аналізували, як ставиться до цих «символів» комунікатор (позитивно, нейтрально, негативно)[92,95].

У підсумку, як визнали самі автори, проект «RADJR» зазнав невдачі, оскільки ще немає «доброї теорії комунікації символами, на основі якої можна передбачити, як саме ці цінності, настанови чи ідеологічні уподобання будуть виявлені у певних символах»[95].

Після цієї невдачі у процесі вдосконалення контент-аналізу сформулювалося кілька напрямів. За Лассвеллом зміст повідомлень – це як сукупність особистих ставлень людей, котрі використовують його для того, щоб показати ці ставлення. Він вважав, що «успіх кожного символу порівняно з іншими символами залежить від частоти його використання у формах, здатних викликати позитивну реакцію, від появи його в такий час, коли населення має високу здатність його сприйняття» Таким чином, одиницею аналізу Г. Лассвелл обрав символ, але не будь-який, а тільки той, що потрапляє в «рамки уваги»[95].

З часом набуває поширення якісно-кількісний аналіз вербальної комунікації в малих групах, розпочатий Р. Бейлсом. За допомогою аналізу діалогів, ділових бесід, дискусій в малих групах і первинних колективах дослідники намагалися діагностувати стиль керівництва, соціально-психологічний клімат, конфліктність.

Якісний контент-аналіз, на відміну від кількісного аналізу, - спирається на індуктивний метод отримання знань, що підкреслює одиничність досліджуваних явищ, їх неоднозначність і комплексність. Основна відмінність якісного контент-аналізу від кількісного полягає в тому, що кількісний аналіз орієнтований на пояснення змісту, на загальні принципи аналізу матеріалу, на пошук загального через аналіз, розкладання тексту на складові його частини і аналіз цих змінних. Якісний контент-аналіз спрямований на розуміння досліджуваних явищ; на аналіз взаємозв'язків і процесів між цими явищами; він орієнтований на охоплення всієї сукупності і складності досліджуваних явищ і спрямований на вивчення одиничних випадків.

Окрім самостійного або рівноправного використання в комплексі з іншими методами контент-аналіз може виступати як допоміжна технологія для обробки даних, здобутих на основі прожективних методик (наприклад, тесту Роршаха), нестандартизованного інтерв'ю, відкритих питань анкет тощо. Метод може використовуватися під час накопичення кількісних даних про явище, або процес, що містяться в документах. Під документом у цьому разі розуміється не лише офіційний текст (інструкція або юридичний закон), а усе написане або виголошене, що стало комунікацією. Контент-аналізу піддаються книги, газетні або журнальні статті, оголошення, телевізійні виступи, кіно- і відеозаписи, фотографії, гасла, етикетки, малюнки, а також й офіційні документи[19].

Специфіка контент-аналізу в тому, що головним предметом аналізу є зміст, заданий соціальним контекстом, в якому існує текст, а метою аналізу — висновки щодо соціальної реальності[90]. Гіпотези дослідження іманентно включають контекст джерел появи тексту, його значення, інтенцій комунікатора або потенційних ефектів. Текст як об'єкт аналізу розглядається в найширшому розумінні — писемний текст, аудіо-, відеозаписи, зображення і т.д., тобто як певна смислова єдність[54].

Контент-аналіз виник у рамках позитивної методології вивчення актів комунікації, тому другий процедурний етап задається логікою кількісного дослідження: це розробка категорій аналізу, обґрунтування вибірки, одиниць аналізу і рахунку. Методологічними максимами тут є валідність, надійність та об'єктивність. Для контент-аналізу ці вимоги набувають певної специфіки через якісну сутність тексту[90]. Об'єктивність є виключно інтерсуб'єктивною і досягається через формалізацію тексту, а "валідність" має сприйматись у епістемологічному розумінні як "валідність, доведена для нас"[29].

Далі проводиться збір і кодування даних згідно розроблених дослідником правил опрацювання інформації[91]. На наступному етапі, в рамках класичної методології контент-аналізу, проводиться статистичний аналіз зібраних даних та їх інтерпретація згідно теоретико-методологічних рамок, що задані на першому етапі[101].

Виходячи з викладеного, ми можемо визначити контент-аналіз як метод (або методологію) отримання надійних та валідних висновків з текстів у соціальному контексті їх використання з допомогою інтерсуб'єктивно узгоджених правил систематизації інформації.

Таким чином, обираючи контент-аналіз як головний засіб дослідження текстів мас-медіа треба добре уявляти **наступне**:

- Контент-аналіз – це дослідницька техніка, що існує поряд з іншими техніками аналізу текстів, або ж документів: традиційним, статистичним, аксіобіографічним, структурним, пропагандистським, наративним, мотиваційним аналізами тощо. Усі разом вони складають метод соціологічного аналізу документів.
- Контент-аналіз – це процедура, що передбачає конструювання кількісної моделі змісту комунікації, переклад цілісної текстової інформації на мову кількісних показників та індикаторів.

- Контент-аналіз – це також стратегія систематичного аналізу, який потребує системи масових, більш-менш гомогенних текстів, в яких якісні характеристики, що досліджуються, з'являються з достатньою частотою.

При цьому, з одного боку, підкреслюються можливості уникнути суб'єктивізму оцінювання, ненадійності та випадковості висновків, суперечностей, і дістатися точності, однозначності, раціональності – всього того, що складає поняття об'єктивності пізнання. З іншої сторони, визнається автономність текстової реальності, котра не переводиться без лишку в соціальну, репрезантацією якої вона є. Обмеженість контент-аналітичної техніки також полягає в неможливості формалізувати латентну структуру комунікації, виявити приховані смисли та мотиви повідомлень.

Контент-аналіз використовується для вивчення масивів однорідних документів, найчастіше повідомлень масової комунікації – преси, телебачення, радіо, кіно, реклами, масової літератури, а також сукупностей будь-яких текстів, котрі містять однакові смислові одиниці та мають схожу структуру. До них належать відповіді на відкриті питання анкети, тексти неформалізованих інтерв'ю та матеріали деяких текстів, особисті документи (листи, мемуари, щоденники), офіційні документи, пропагандистські засоби тощо.

Отже, підсумовуючи, зазначимо, що контент-аналіз як один з найстаріших методів дослідження текстів актуальний і сьогодні. Він динамічно розвивається в середовищі міждисциплінарних досліджень та технологічно вдосконалюється за рахунок розробок в різних галузях аналізу текстових даних. При цьому не слід забувати про методологічні особливості контент-аналізу, головними з яких є зв'язок із соціальною теорією та соціальним контекстом.

2.2 Методологічні засади контент-аналізу великих текстових масивів ЗМІ

Слід зазначити, однак, що найбільший розвиток автоматизованих інструментів дослідження саме в контексті соціальних наук відбувається в Європі, а не в США, хоча автоматична обробка природної людської мови ("*natural language processing*") — загальний перспективний напрямок світової інформаційної науки та технології[97]. Сьогодні на Заході розвиваються експериментальні підходи до аналізу: граматики залежностей (структура речень та їх зміст кодується залежно від зв'язків граматичного керування між словами)[100], мережі конвенційного керування (поділ речень на іменникові та дієслівні конструктори)[85], аналіз латентної семантики (використовує складний математичний апарат для виявлення груп документів, схожостей в потоці інформації)[88].

На відміну від спонтанно застосовуваного контент-аналізу, його використання в дослідницьких цілях передбачає систематичність і дотримання процедури. Деякі дослідники навіть закликають бачити в контент-аналізі не тільки техніку, а своєрідну методологію[3, С. 20]. На відміну від інструменту дослідження, дослідницький метод передбачає наявність свого роду філософії та комплексного підходу.

Базовою операцією в контент-аналізі можна вважати кодування, або присвоєння коду (тега) фрагменту тексту або зображення. Таким фрагментом, як правило, виступає речення або абзац тексту або область зображення. Під час дискусії про контент аналізі на початку 1970-их років було сформульовано тезу про подібність контент аналізу з розпізнаванням образів в прикладній математиці. У тексті як масиві якісних даних потрібно розпізнати коди-образи, які дозволяють його описати більш стисло відповідно зі стоїть перед дослідником завданням. Автор тексту при написанні тексту закладає образи. Однак при прочитанні тексту багатьма читачами розпізнані ними образи не обов'язково зводяться до тих, що були спочатку закладені автором[77].

Присвоєння кодів фрагментами тексту уможлиблює перетворення якісних даних в цифровий формат. Текст перетворюється в матрицю, рядки якої відповідають пропозиціями, а стовпці - кодами (образам). Якщо в розглянутому пропозиції розпізнано той чи інший образ, то відповідна клітка матриці містить «1». В іншому випадку ця клітина містить «0». В результаті контент-аналізу відбувається формалізація - «сукупність пізнавальних операцій, що забезпечує відволікання від значення понять і сенсу виразів [в тексті] з метою дослідження [їх] логічних особливостей, дедуктивних і виразних можливостей»[16, С. 40]. Наступні кроки в розробці даних, які спочатку були якісними, приймають форму операцій над векторами (рядками і стовпцями матриць), які продукують з використанням лінійної алгебри, багатовимірної шкали та інших широко використовуваних в природних науках інструментів. Саме перетворення якісних даних в цифровий формат і дозволяє розглядати контент-аналіз як перспективного методу для роботи з великими даними.

Існує три основні різновиди контент-аналізу: якісний («ручне» кодування), кількісний (підрахунок частотності слів і виразів, а так само їх спільної зустрічальності в тексті) і зі змішаними методами (mixed methods). Якісний контент-аналіз неможливо масштабувати для роботи з великими даними, так як він вимагає непосредственной участі людини, що виступає в ролі кодувальника. Кількісний контент-аналіз, з іншого боку, легко адаптувати до специфіки великих даних, бо підрахунок частотності слів і їх спільної зустрічальності не обов'язково вимагає людської участі. Однак при цьому втрачається прийнята в прикладному програмуванні орієнтація на вклад людини, розглянутого в якості «золотого стандарту». Змішані методи контент-аналізу представляються з цієї точки зору оптимальною комбінацією. З їх допомогою можливо масштабування контент-аналізу за участю людини на великі дані.

Людина, будь то дослідник або споживач новин, на першому етапі вручну кодує невелику за обсягом вибірку якісних даних. Результати ручного кодування потім використовуються для машинного навчання. У разі його успіху контент-аналіз решти масиву якісних даних може бути делегований комп'ютеру і здійснений без безпосередньої участі людини[32]. Вираз «навчання з учителем», в ролі якого як раз і виступає людина, найкраще відображає специфіку масштабування контент-аналізу на великі якісні дані[21].

Одним з варіантів практичного втілення змішаних методів контент-аналізу є використання заснованих на заміщенні словників. Закодовані вручну фрагменти тексту аналізуються на предмет характерних насамперед для них слів і виразів. Ці слова і пропозиції повинні зустрічатися в закодованих фрагментах значно частіше, ніж в інших частинах тексту. Виявлені в такий спосіб слова і вирази потім включаються в словник, формуючий для конкретного коду. І так для кожного використовуваного в контент аналізі коду[15]. Потім великі якісні дані кодуються з використанням словника в автоматичному режимі, без участі людини. Приклади подібного підходу можна знайти в дослідженнях як політичної, так і економічної спрямованості. Словники можуть створюватися і на основі теоретичних соображень, як це сталося в результаті адаптації тематичного апперцептивного тесту (ТАТ) і деяких інших методик з прикладної психології для використання в контент аналізі[35].

Зіставлення розпізнаються користувачами образів може бути здійснено двома способами. У першому випадку, користувачеві надається вже готовий список кодів. При використанні одних і тих же кодів порівнюється те, які саме фрагменти кодують користувачі. Тому важливо, щоб вони не бачили результатів кодування (тегів), присвоєних іншими учасниками. Користувачі обізнані лише про результати зіставлення свого кодування з кодуванням оточуючих. Два користувача інтерпретують текст однаково, якщо

привласнюють коди тим же самим фрагментами. Кількісним виразом подібності між користувачами є, наприклад, вже згадані коефіцієнти згоди. Тільки на відміну від стандартної практики, низький коефіцієнт згоди між двома користувачами теж значущий - він вказує на їх дії в різних контекстах. Зважаючи на велику кількість кодувальників завжди є шанс знайти собі «пару» або групу, що розпізнає образи подібним чином[35].

Загальні книги кодів подібні предметним вказівниками книги або, кажучи ширше - класифікацій. Створення класифікацій вимагає проходження строгим логічним правилам. Класифікації зазвичай мають складну структуру і кілька рівнів[35]. Тому розробка загальних книг кодів вимагає узгоджених зусиль користувачів та участі експертів, наприклад, в ролі модераторів відповідних обговорень.

В якості альтернативи, користувач створює свою власну книгу кодів. Ніяких узгоджень і модерації експертів при такому розкладі не потрібно. Однак і проходження суворим правилам в цьому випадку очікувати не слід. У одного користувача книга кодів буде містити 1-2 коду, а в іншого - десятки. Мова тоді може йти не стільки про що претендують на універсальність класифікаціях, скільки про приватних онтологіях користувачів[72,73].

Приватні онтології відображають індивідуальні і по визначенню менш суворі спроби формалізації тексту або сукупності текстів. При такому підході порівнюється не те, де користувач розставляє загальні коди, а самі індивідуальні списки кодів. Завдання можна вирішити в тому числі і використовуючи адаптований метод найменших квадратів[21].

При виконанні ряду умов контент-аналіз може стати істотною підмогою в розробці великих якісних даних. Одне з цих умов полягає в подальшому розвитку змішаних методів контент-аналізу. З їх допомогою великі якісні дані, будь то результати дослідження або новини, перетворюються в інформацію з урахуванням контексту. При повністю машинної розробці якісних даних повноцінний облік контексту скрутний, якщо можливий взагалі[48, С.68].

При створенні "ручної" кодувальної схеми слід створити кодувальну книгу, де всі виміри категорій вичерпно пояснені та кодувальну форму, в яку будуть заноситись кодувальні результати. При побудові комп'ютерної кодувальної схеми також потрібна кодувальна книга (тобто файл) з вичерпним поясненням аналітичних словників та способу їх застосування. В деяких випадках можна застосовувати стандартні словники, які включені в програмні пакети, але сфера їх застосування — обмежена, крім того більшість з них — це словники англomовні, в кращому випадку російськомовні, тому для аналізу, скажімо, українських текстів в будь-якому разі доводиться створювати свої словники[31].

У випадку "ручного" кодування необхідний претест: кодування підвибірki матеріалів для того, щоб кодувальники потренувались застосовувати кодувальну схему, а також для того, щоб переконатись, що вони однаково розуміють виміри категорій. На цьому етапі варто переглянути кодувальну книгу та форму, якщо виникне така потреба. Із застосуванням комп'ютерних програм триангуляція не потрібна. На цьому етапі генеруються частотні ряди для кожної одиниці аналізу із використанням аналітичних словників. Виключається будь-яка ймовірність механічного, випадкового заповнення кодувальної форми[31].

Ф. Майрінг вводить ключові поняття якісного аналізу[99]:

- обґрунтування аналізованого матеріалу (який матеріал лежить в основі аналізу?);
- аналіз ситуації появи досліджуваних даних (ким і за яких обставин був отриманий даний матеріал?);
- формальні характеристики матеріалу (в якій формі представлений даний матеріал?);
- напрямок аналізу (що знаходиться в центрі аналізу?);
- теоретичне обґрунтування (теоретичне обґрунтування задаються дослідником питань);

- визначення технік аналізу і створення моделі аналізу (аналіз проводиться по конкретних кроків, кожен з яких може бути перевірений і перенесений на інші досліджувані об'єкти);
- визначення одиниць аналізу.
- при визначенні одиниць кодування увага звертається на найменші частинки або мінімальні частини тексту, які потрапляють під поняття категорія. При визначенні одиниць контексту звертають увагу на найбільші частини тексту, які зустрічаються серед категорій. Важливо звертати увагу на розвиток системи категорій. Категорії виникають в постійній взаємодії теорії і конкретного матеріалу аналізу;
- проведення аналізу за допомогою виділення системи категорій:

Ф. Майрінг виділяє три ключові категорії контент-аналізу[99]: підсумовування змісту, власне дослідження змісту і структурування. Власне дослідження орієнтоване на аналіз викликають питання частин тексту (понять, висловлювань), що дозволяє розширити наше розуміння суті досліджуваних явищ. І, нарешті, структурування дозволяє завдяки аналізу певних аспектів досліджуваного матеріалу заново оцінити його на основі певних критеріїв. Підсумовування змісту дозволяє звести досліджуваний матеріал до суті досліджуваного явища.

- перевірка категоріальної системи на основі теорії і емпіричного матеріалу
 - інтерпретація результатів
 - звернення до заздалегідь розробленого критерію надійності.
- Кінцевий підсумок полягає в обґрунтуванні гіпотез і відкритті нових теорій. Він не орієнтований на встановлення окремих факторів, а спрямований на конструювання можливих взаємозв'язків між різними факторами. Особлива перевага даного методу полягає в тому, що він дозволяє гармонійно об'єднати як

якісні, так і кількісні показники. Крім того, цей метод дозволяє побачити прихований зміст тексту, то, про що в тексті відкрито не говориться, але в ньому є[99].

За допомогою систематичної оцінки змістовного значення тексту стає можливим не зводити аналіз тексту тільки до кількісних показників. В результаті стає можливою теоретична проробка досліджуваної проблеми. Це дозволяє більш ясно побачити взаємодія між теорією і емпіричним матеріалом. Створюється схема покрокового аналізу індуктивного освіти досліджуваних категорій. Категорії виникають з конкретного тексту і в процесі їх оцінки розвиваються далі[99]:

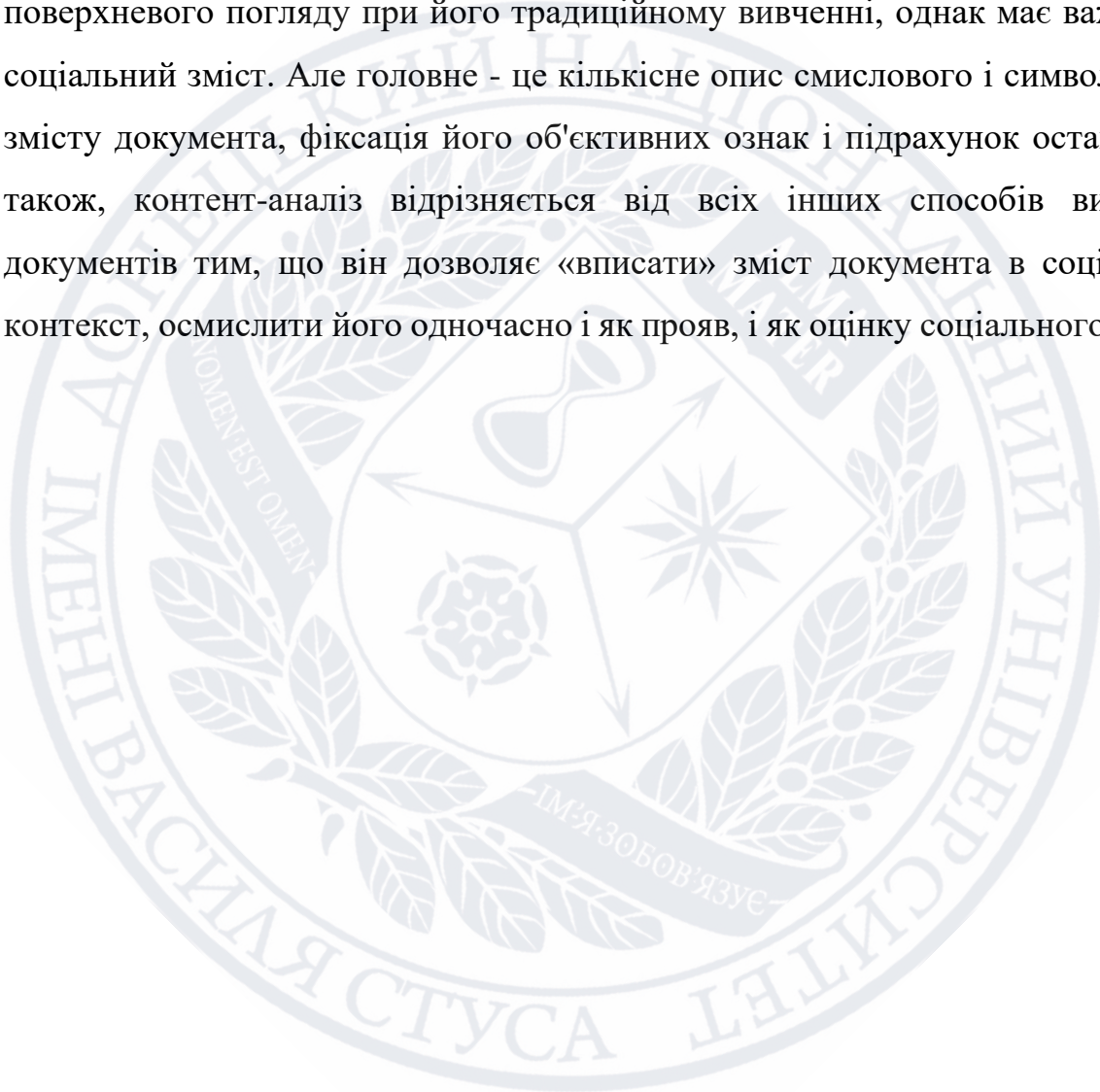
Таким чином, застосування комп'ютерних програм дозволяє "пропустити" деякі процедурні етапи. Однак, аби при цьому не втратилась валідність та надійність отриманих даних, слід дуже чітко прописувати аналітичний словник, оскільки програма "розуміє" всі вхідні дані буквально і не буде "додумувати" пробіли, які міг допустити аналітик, складаючи кодувальну схему. Серед переваг систем автоматизованого кодування можна назвати:

- Витрати на кодувальників дуже малі. Замість цілої групи можна використовувати одного.
- Програма не має ні переконань, ні упереджень. Кодування відбувається за попередньо прописаною кодувальною схемою, без будь-якої реінтерпретації.
- Комп'ютер може аналізувати величезні масиви даних, на кодування і аналіз яких людині потрібні були б місяці, а то й роки[99]:

Підсумовуючи, варто зазначити, що контент-аналіз дещо відозмінюється в залежності від області трансформаційних змін і, головне, від вирішуваних завдань. Найчастіше контент-аналіз використовується при дослідженні соціологічних і психологічних аспектів масової комунікації, які реалізуються

в тексті з різною частотою, тому для дослідження необхідно залучати текстові масиви.

Окрім того, контент-аналіз не повинен замінити звичайний аналіз документів. Він його доповнює, а їх поєднання поглиблює розуміння сенсу тексту. Контент-аналіз дозволяє виявити в документі те, що вислизає від поверхневого погляду при його традиційному вивченні, однак має важливий соціальний зміст. Але головне - це кількісне опис смислового і символічного змісту документа, фіксація його об'єктивних ознак і підрахунок останніх. А також, контент-аналіз відрізняється від всіх інших способів вивчення документів тим, що він дозволяє «вписати» зміст документа в соціальний контекст, осмислити його одночасно і як прояв, і як оцінку соціального життя.



РОЗДІЛ 3

СПЕЦИФІКА ВІДОБРАЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У МЕДІА ПРОСТОРИ УКРАЇНИ

3.1 Засоби масової інформації та їх вплив на динаміку національної ідентичності

Символічний зміст, який представлений з ЗМІ сприяє формуванню прикладів поведінки та певного ряду цінностей. Телебачення теж створює традиційні образи, що підтверджує аналіз надходження інформації по телевізійним каналам. Попри велику кількість інформаційних скандалів, в Україні діють проросійські ЗМІ, такі, як канал «Інтер», «112.Україна», «Newsone», інтернет-видання «Вести», «Політнавігатор», «Голос правди», «Корреспондент.net» тощо.

За рахунок проукраїнськості стосовно мови таких ЗМІ, розповсюдженими є технології прикриття українофобських дискурсів та чужих смислів. У редакційній політиці цих медіа, які підконтрольні прокремлівським агентам впливу, проглядається єдина чітка стратегічна лінія маніпуляцій, які мають на меті провокування нагнітання страху, безладу, анархії в країні та соціокультурної невизначеності серед громадян України. Це досягається за допомогою таких п'яти завдань на рівні смислів:

- по-перше, відбувається системне перебільшення такими ЗМІ значення внутрішніх проблем України, при цьому нівелюються результати й значення російського впливу за часи незалежності України, та значення загрози російської агресії на Сході України та в Криму;
- по-друге, маніпулятивно розширюється рамки та межі дискусії та контекст новин, через що «не критично мислячий» глядач втрачає будь-які логічні та обґрунтовані орієнтири та авторитети.
- по-третє, маніпуляції питаннями й героями сучасної адженди. Тематика, значущість якої не відповідає соціології та об'єктивній реальності, штучно посилюється актуальність в ефірі, - і навпаки. Дуже часто

просувається теза, що корупція має більше значення за російську агресію;

- по-четверте, прокремлівська медіа-мережа штучно поширює реваншистські теми, які сприяють радикалізації поглядів громадян та поглибленню суспільних розбіжностей;
- по-п'яте, час від часу проросійські медіа-пули ретранслюють вигадані теми кремлівської пропаганди.

К. Патяєва особливістю інтернет-середовища вважає його універсальну доступність, яка «відкриває людині можливості дуже інтенсивної співпричетності і солідарності, які рідко можна досягти у світі «першої реальності»[59].

Нові ЗМК з їхніми неповторними особливостями та доступністю – приваблива площина для сучасних комунікаторів. Віртуальна реальність стає частиною життєвого простору. Відбувається віртуалізація життя людини. Віртуалізація означає переміщення основних видів діяльності людини із соціального простору у віртуальний. Найперше це стосується інформаційно-комунікативної діяльності, яка перенесена в режим онлайн. ЗМІ та інтерактивні технології творять комунікаційну систему, в якій реальність перенесено в штучний світ. Віртуальна реальність постає як форма предметно-соціальної симуляції, що відтворює умови, близькі до об'єктивної реальності й дозволяє переживати відчуття не доступні в повсякденному житті. Комп'ютерна віртуальна реальність пропонує альтернативну форму буття, яка є привабливішою від об'єктивного світу і тому створює нові варіанти ескейпізму та психологічної залежності[55].

Так в аудиторії цілеспрямовано формують враження про невиправну абсурдність ситуації в країні, вічну інституційну неспроможність української держави, відсутність надій і перспектив у суспільства, неминучість зростання екстремізму й насильства в Україні. Крім того, іде свідомо спланована «гра на пониження», коли десятки офіційних і не дуже політологів на багатьох

телеканалах, радіостанціях, на газетних шпальтах постійно і невтомно повторюють: Україна не може, Україна не має ресурсів, Україна не здатна і т.п.

Кожна політична сила, особливо в передвиборний час, дивує нас, електорат, різнобарв'ям, розмаїттям пропонованих напрямів поліпшення життя, рішучих змін в економіці, культурі, навіть – духовному житті. І обіцяють здійснити ці трансформації в короткі терміни. Як правило, одразу після завершення виборів забувають про те, що мали б робити, і поринають у захоплюючий світ втішання владою. Зауважуємо, що ніхто з наших достойників навіть у програмах не торкається проблеми розвитку, становлення і утвердження саме національних засобів масової інформації. А між тим професор Кембриджського університету Монтсеррат Гібернау серед головних стратегій, до яких загалом удається держава, формуючи єдину національну ідентичність, здатну об'єднувати громадян називає «прогресивне зміцнення національної освіти і систем масової інформації як головних інструментів у поширенні якогось конкретного «образу нації» з його символами та ритуалами, цінностями, принципами, традиціями, способами життя, спільними ворогами і що найважливіше, виразним визначенням доброго громадянина»[20].

Кожен громадянин нашої держави від дошкільняти до пенсіонера щоденно користується послугами найрізноманітніших ЗМІ. Найбільш доступними є телеканали, за кожним з яких стоїть грошовитий власник, який, здавалося, мав би скеровувати зусилля великих журналістських колективів на якнайширше і якнайоб'єктивніше висвітлення всеукраїнського життя, на пошук серед багатьох правд єдиної національної правди, плекання і поширення добірної української мови, виховання значних мас українців в дусі національної гідності, пошанування історії і народних традицій. Натомість спостерігаємо зворотні явища, негативні тенденції в розвитку і діяльності ЗМІ, особливо останніми роками, що дає підстави стверджувати багатьма

науковими експертами про поглиблення процесів русифікації в період української незалежності.

На сучасному етапі посилення важливості інформаційного аспекту уряд не в змозі спрямовувати суспільство у потрібному напрямку без діяльності національної системи засобів масової інформації. Саме вони створюють єдине інформаційне поле держави, формують спільні громадські погляди, консолідують народ навколо певної ідеї.

Звісно, використання такого ефективного і водночас досить важкого у застосуванні засобу формування національно-державної ідентичності як ЗМІ, є справою кожного окремого уряд. На певному етапі розвитку держави краще буде спрямувати акцентувати діяльність ЗМІ в інших напрямках, але як свідчить практика, країни досягають високого рівня розвитку тільки після формування та закріплення в суспільній свідомості ідеї єдиної нації та єдиної держави. Зрозуміло, що це також стає й лейтмотивом діяльності національних систем ЗМІ.

Тому, зовсім не дивним є зв'язок національно-державної ідентичності з регулюванням цього питання як у національних системах ЗМІ, так і на міжнародному рівні. У нашій країні процес становлення національно-державної ідентичності відбувається з великими труднощами. Для цього мають як об'єктивні та і суб'єктивні причини. Наприклад, те, що роль ЗМІ у вирішенні цього питання повинна бути переглянута, а діяльність їх трансформована у напрямку сприяння цьому процесу.

Таким чином, нині ЗМІ є одним з найдієвіших агентів впливу, здатних маніпулювати психікою та свідомістю суспільства. Учені, котрі досліджують проблему інформаційно-психологічного впливу ЗМІ, вважають, що сучасне комунікація є не лише агресивною, а й особливо небезпечною. Отже, щоб протидіяти маніпуляціям у медіа, необхідно заборонити інтерпретувати та поширювати неперевірену та неправдиву інформацію, здійснювати активне поточне аналітичне усвідомлення подій.

Друга лінія фронту війни проросійської та української ідентичностей проходить через великі міста південно-східної України: Харків, Дніпро та Одесу. Тут українська влада і проукраїнські громадські активісти змогли врегулювати ситуацію і не допустити створення самопроголошених «республік». Хоча в цих містах, хіба що за винятком Дніпра, зберігається ризик сепаратистських виступів. У цих містах сформувалися дві майже рівновеликі групи населення: активні прихильники розбудови української нації і держави та «ватніки» (переважно малоосвічені люди із пострадянською ментальністю, агресивно налаштовані до всього, що не вписується в їхнє уявлення про те, «як має бути»). Існують також відверті вороги Української держави, її незалежності та суверенітету.

Яскравим прикладом існування двох цих реальностей – проукраїнської та антиукраїнської – є м. Харків. Український, вільний, проєвропейський Харків існує окремо, в різних вимірах, із совковою, сірою, переляканою «першою столицею», як ще за комуністичних часів звикли називати своє місто нащадки. Геометрія духу паралельних світів, що ніколи не перетинаються, особливо яскраво виявляється на культурному фронті. На півтора мільйонний мегаполіс – лише кілька українських храмів, мистецьких майданчиків, островців сучасного європейського кіно, модернових театральних студій, музичних гуртів, що відверто демонструють свою громадянську позицію. Зараз також майже неможливо натрапити в місті на українські газети, книжки, програми на місцевих телеканалах, масштабні патріотичні акції.

Одним із ключових критеріїв ідентифікації - є комунікація. Мова, а також інші символи повсякденної взаємодії стають головними. Разом з цим поширення цих культурних домінант, які впливають на формування етнічності і міжетнічні відносини відбувається за допомогою освіти і освіти, які поширюються в основному через засоби масової комунікації. В цьому процесі є, звичайно, як плюси, так і мінуси. ЗМІ дають можливість розширення меж спілкування, здійснення міжкультурного діалогу, знайомства з іншими

культурними цінностями і зразками. Але крім цього, сьогодні є факти, що свідчать про появу нової небезпечної тенденції, пов'язаної з глобалізацією інформаційних технологій, а саме інформаційного неоколоніалізму, який руйнує традиційні цінності локальних цивілізацій, замінюючи їх цінностями, притаманними суспільствам технологічно розвинених країн, виправдовуючи насильство на геополітичній арені. Сучасні засоби комунікації в політичній сфері стають дієвим і гнучким інструментом маніпулювання суспільною свідомістю. Інформаційні технології дозволяють одну і ту ж інформацію оформляти і представляти таким чином, що вона може викликати як позитивну, так і негативну емоційну реакцію, наслідком чого можуть бути порушення нормального психологічного стану людини, групи, спільноти. Складно вимагати правового захисту від «спрямованих» інформаційних впливів засобів масової інформації та комунікації, але слід розуміти, що існує реальна загроза «психологічного інфікування» не тільки для окремої людини, але і для всього людства.

Насправді власність на засоби виробництва, власність на канали донесення інформації порушує демократичні цінності, за які ми боремося. Тому важливо, запозичувати досвід країн, де за дезінформацію карають. Світовий досвід показує, що до вирішення проблем інформаційної сфери кожна країна повинна залучати своїх вчених і виробників. Національні фахівці повинні гарантувати високу якість інформаційних послуг, створення системи національних інформаційних ресурсів, динамічний розвиток інформаційної інфраструктури. Ними повинні бути розроблені національні інформаційні стратегії, що використовують позитивні наслідки глобалізації інформаційних систем і нейтралізують негативні, створені свої обґрунтовані програми використання інформаційних технологій в сфері освіти, культури, екології. Для створення таких програм немає жорстких стандартів, кожна країна формує свою інформаційну середу, свій інформаційний простір.

Отже, простір нових ЗМІ – стає частиною життєвого простору людини, яка досить швидко видозмінює свою діяльність, пристосовуючись до мережових засобів комунікації, до життя у їхній площині. Для людини шкідливо сприймати інформацію не з гармонійними кольорами. Медіа тексти впливають на психологічний стан реципієнта, як і затримка завантаження веб-сторінок, а задоволення від сприймання матеріалів новинної стрічки активує ті ділянки мозку, що й задоволення, від використання наркотиків.

ЗМІ надають можливість представникам різних суспільних груп публічно висловлювати свої думки, знаходити та об'єднувати однодумців, формулювати та представляти в громадському дискурсі свої інтереси. Без преси, телебачення, радіомовлення та інтернету звичайний громадянин не зміг би швидко і вдало зорієнтуватися у політичних процесах, визначити свою політичну орієнтацію, прийняти відповідальні рішення. Таким чином, присутність демократично організованих ЗМІ, здатних об'єктивно висвітлювати політичні події – одна з найважливіших гарантій стабільності демократичної держави. Проте історичний досвід свідчить, що ЗМІ можуть служити різним (не тільки демократичним) цілям: або розвивати у людей прагнення до свободи, соціальної справедливості, допомагати їм.

До останнього часу на Україні, на жаль, мало уваги поділялося такому ефективному і об'єктивному методу, як контент-аналіз. А тим часом існує необхідність більш докладного його вивчення. І справа не тільки в тому, що цей метод, відкриває перед ученими нові можливості. У вивченні методологічних та методичних проблем формування національної ідентичності за матеріалми ЗМІ обрали саме метод контент-аналізу, адже без ретельного аналізу документів висновки будь-якого дослідження, а особливо дослідження преси, будуть однобічними

Вивчення новинних повідомлень за допомогою методу контент-аналізу має і практичну мету – забезпечити інформаційну безпеку держави та суспільства, так як повідомлення такого типу і спрямованості мають певної

мірою демократично контролюватися. Розробка цих форм контролю та запобігання децентралізація управління ЗМІ можливе лише на основі вивчення специфіки функціонування та впливу новинних повідомлень та за допомогою застосування методу контент- аналізу.



3.2 Характерні риси національної ідентичності у матеріалах ЗМІ

Розмір вибіркової сукупності визначався як типовий для досліджень: 353 статті, які були розміщені в онлайн медіа ресурсах. В анкету контент-аналізу журнальної реклами була включена характеристика новин за формальними і змістовими (гендерна, статусна, ціннісна та стильова орієнтація) а також використовувалися аналітичні матеріали. За одиницю аналізу було прийнято статтю, опубліковану в медіа. Для вибору статей, що містять шукані одиниці аналізу, була використана методика цільового відбору з обліком наступного порівняльного аналізу результатів цього дослідження з результатами опитування.

Однак враховувала можливе повторення, одночасну появу того самого рекламного повідомлення (а також його скорочених варіантів) у кількох виданнях, тому зміст вибірки було додатково перевірено з метою виключення ідентичних одиниць. За одиницю аналізу в дослідженні прийнята стаття, опублікована в одному із 3-ох виданні. Об'єктом аналізу було обрано 3 українські інтернет-видання – «Українська правда», «Дзеркало тижня», «Новое время».

Збір даних для контент-аналізу проводився протягом періоду від січня 2014 – жовтня 2020 року. Матеріали в онлайн-медіа досліджувалися за такими категоріями: нація, національна ідентичність, ідентичність, мова.

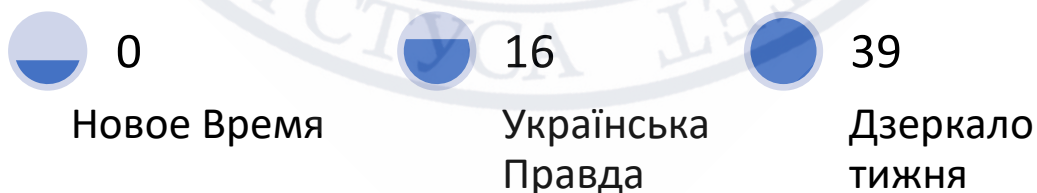


Рис.3.1 Кількість публікацій у медіа за 2014 рік

Аналіз статей свідчить про такий стан національної ідентичності станом на 2014 рік (див. рис. 3.1):

Події на сході України, що сталися за останні три місяці, зробили виклик українській державності, українській громадянській консолідованості, зрештою, самій українській національній ідентичності.

Після подій Майдану спостерігалось небачене піднесення патріотизму, національного духу, подвигів воїнів, які ведуть визвольну війну. Волонтерський рух, був задіяний більше, ніж влада й держава, став новим суспільним кодом. Усі ці компоненти свідчать про те, що в нас відбувся якісний стрибок до нового суспільства – громадянського, до побудови національної ідентичності.

У певному сенсі, Майдан уже переміг. Він уже зробив із багатьма людьми істотну трансформацію, на яку потрібно десятиліття. Найчутливіший удар для будь-якої влади – альтернатива тій картині світу, яку вона хотіла б транслювати в масову свідомість. Зараз кожен, хто змінює свій спосіб сприйняття та соціальної активності – займається переробкою цієї реальності.

Саме завдяки накопиченню соціального капіталу та зміні способу мислення, можлива якісна трансформація суспільства на рівні цілей, ідей та мотивацій. Як показує логіка історії, якщо нові цілі та ідеї стають консолідуючим елементом – вони неминуче перемагають.

Тому справжня революція – це перш за все, революція у свідомості. Жодні значні перетворення в суспільстві не відбувались без зміни цінностей та мотивацій. Але якщо вони змінювались – ніяка владна система не була в змозі їх зупинити. Українська держава буде настільки міцною, успішною, наскільки вона зможе витиснути із себе пост-радянську ментальність і культуру [69].

На основі сформованих категорій за кожен пройдений рік, формувалась хмара слів, яка безпосередньо пов'язана з усім перебігом подій за той період року.

«Хмара слів» (хмара тексту, хмара тегів, word cloud) – це засіб візуалізації текстової інформації, зокрема, для демонстрації частоти, з якою використовуються слова в тексті у контент-аналізі та привертання уваги до медіапродукції чи ресурсу. Візуалізація хмари слів демонструє, що за семантичним наповненням кожен рік був унікальним за своїми подіями та наповненням по категоріям дослідження (див. рис. 3.2).

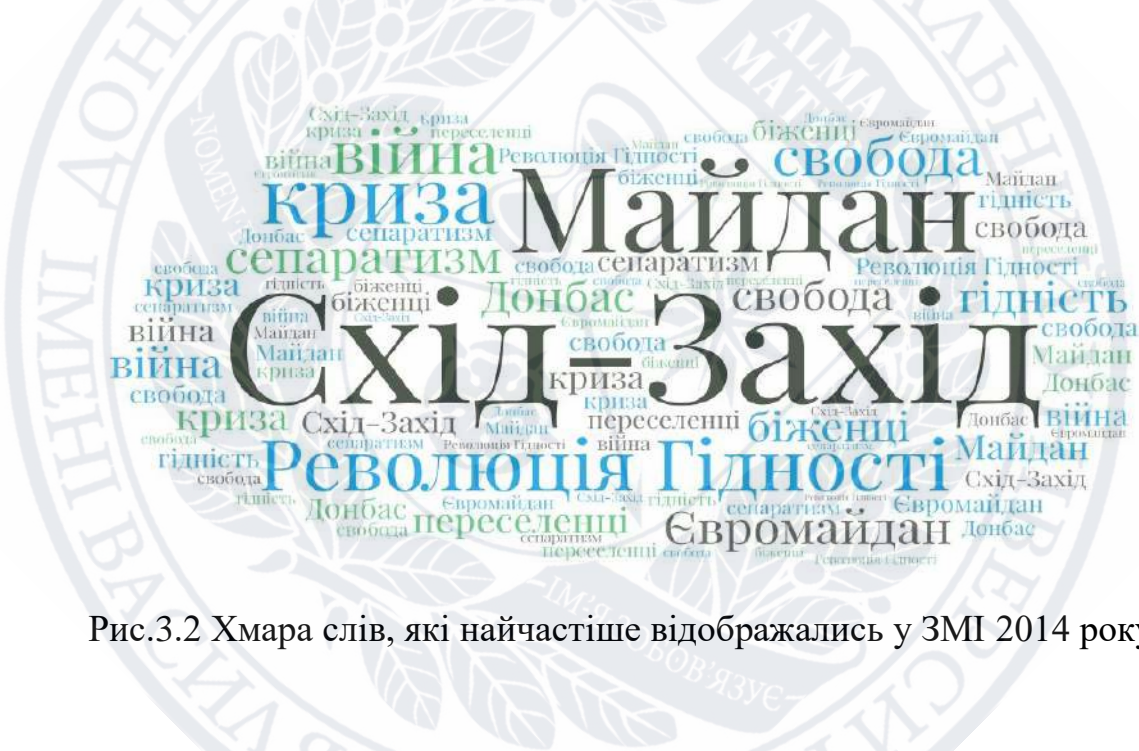


Рис.3.2 Хмара слів, які найчастіше відображались у ЗМІ 2014 року

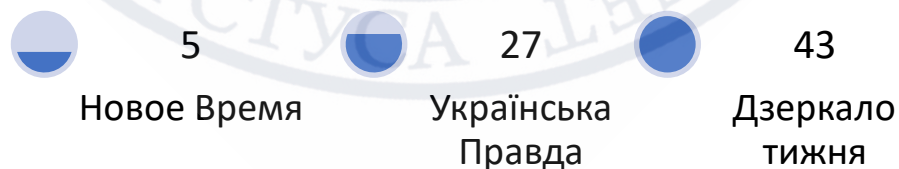


Рис. 3.3 Кількість публікацій у медіа за 2015 рік

Згідно з роком 2015 рік (див. рис. 3.3), стан національної ідентичності мав ось такі тези:

- Україна має стати прикладом країни, яка дійсно хоче оновлення: розбудовувати демократію, розслідувати вбивство журналіста, пояснювати реальні проблеми та потреби країни, розповсюджувати знання про свою історію. Європа нині досить мляво реагує на агресію проти України, держави завбільшки з Францію. Їй не дуже хочеться реагувати, але слід зрозуміти: для України немає дороги до інтеграції з Росією. Цьому народові, страшно покаліченому вчора і принижуваному сьогодні, не залишається іншого шляху, як інтеграція зі світом менш варварським, аніж той, від якого він потерпав.
- Українську національну ідентичність не вибудовує держава своїми законами. Ця ідентичність – результат культурного та історичного досвіду народу. Але ще більш важливим, ніж минуле, нехай навіть нещодавнє, тут є справжнє. У випадку з Україною – політичний досвід Майдану і досвід боротьби з російською агресією. Ці два фактори консолідували те, що вже було в суспільстві, а саме – розширили число тих, хто вважає себе частиною української нації як нації політичної. Нація – продукт досвіду, а досвід законами не визначається. Що б хто не думав про ці закони, самі по собі вони українську ідентичність будь-який бік не змінять.
- Маючи не підтримку зі сторони поляків та підписання закону ОУН-УПА: Поляки вдумливо ставляться до історичного конфлікту між Польщею і Україною. Вони, як правило, кажуть: так, у нас був конфлікт, але найголовніше для нас зараз – підтримати українську державність. Українці також повинні ставитись більш вдумливо щодо визнання беззаперечними героями воїнів ОУН і УПА.
- Ще однією важливою подією стало, те що Російська православна церква перебуває в незворотному занепаді в Україні – країні, в якій проживає

лише третина населення Росії, але в якій станом на 2014 рік кількість парафій перевищувала кількість парафій в Росії. З 2014 року популярність Російської православної церкви впала, а її головний конкурент Українська православна церква Київського патріархату зростає.

Аналізуючи тексти, ключовими словами у хмарі слів за 2015 рік стали (див. рис. 3.4):



Рис. 3.4 Хмара слів, які найчастіше згадували у медіа 2015 року



Рис.3.5 Кількість статей у вибірці медіа за 2016 рік

Аналізуючи тексти по категоріям за 2016 рік (див. рис. 3.5), ось що вдалось дізнатись про стан національної ідентичності у ЗМІ:

- Актуальна українська ідентичність у її словоформах - це вовча яма для всіх, хто зазіхає на нашу "тутейшесть". Я писав іще до війни про архетип помсти як базовий національний. Життя показало, що нація може терпіти відносно покірно будь-які поневіряння, але більше не терпітиме принижень, хоч би від кого вони походили. Це перше.
- Друге, і це погана новина для влади, - що мстивість виникає і розвивається як замітник справедливості. Причини й так усім зрозумілі.
- Нова українська ідентичність, що нині формується, насправді дуже стара. І вона жадає крові. Їй не дають крові ворогів, виходячи з вищих гуманних міркувань. Однак наївно сподіватися, що вона не знайде потрібного сама. Дивіться під ноги»[41].
- Корупція нікуди не зникла, злочинні схеми збереглися і перейшли в руки до нових політиків, швидко забули обіцянки Майдану. Пострадянські тенденції, засновані на кумівстві і крадіжці, дуже сильні, а за період президентства Януковича вкоренилися ще глибше. 25 років виявилось мало для того, щоб покінчити Проте, Майдан дав національну ідентичність.
- До нього лише деякі українці були готові померти за свою країну. Багато хто вважав, що поява їх країни стало наслідком збігу, результатом несподіваного розвитку історичних подій. Україна була стабільною нестабільністю, країною, що існувала тільки тому, що не було іншого виходу.
- Але ситуація в корені змінилася. Імперіалістична політика Путіна і його нездатність триматися подалі від володінь іншого народу призвело до відродження країни. Люди почали ідентифікувати себе з Україною. Чимало українців, особливо молодих, вирушили на фронт, щоб зупинити російський наступ. І вони зуміли запобігти розпаду країни.

Аналізуючи тексти по категоріям за 2017 рік, ось що писали про стан національної ідентичності у ЗМІ:

- Три з половиною роки збройного протистояння імперській Москві підтвердили правильність висновку вченого: національна солідарність і національна ідентичність українців збудували фундамент для успішного зупинення російської агресії та перших вагомих досягнень на шляху України до інтеграції з ЄС. У горнилі війни справді народжується нова українська нація[53].
- Згідно з результатами дослідження, найбільше українців, які розмовляють переважно українською мовою, проживає на заході (97,2%) і південному заході (91,6%) країни. При цьому, російську мову в якості основної мови повсякденного спілкування використовують 24% опитаних. Стільки ж респондентів (24%) відповіли, що говорять як українською, так і російською мовами. "Результати опитування свідчать, що, вслід за значним збільшенням декларацій про українську національну ідентичність, не відбулося аналогічних змін у мовній практиці. Люди, з цієї точки зору, консервативні й не схильні до зміни узвичаєної практики. Зате симптоматична ситуація у Києві, де вперше людей, які вдома розмовляють виключно українською мовою, стало більше, ніж тих, хто користується виключно російською мовою".
- Найголовніший наш внутрішній ресурс – сила соціальної організації українців, власне, потенціал, який з цим пов'язаний. Щоправда, для успіху держави, яка перебуває на цивілізаційному пограниччі, важливо якомога швидше накопичити достатньою мірою також інші ресурси: економічні, інтелектуальні та військові[53].
- Якщо об'єднати тих, хто за українську мову як єдину державну, і тих, хто хоче, аби на місцевому рівні було дозволено використовувати російську та інші мови як офіційні, — то можна констатувати, що

переважна більшість (80%) українського суспільства не підтримує спекулювання на мовному питанні. Аналогічний прогрес можна помітити також у національній ідентичності: чим людина молодша, тим частіше вона ідентифікує себе українцем. Варто наголосити, що - на противагу національному самовизначенню та про-європейськості - наймолодша генерація менше вживає українську мову, ніж найстарше покоління.

- Найголовніший внутрішній ресурс українців – сила соціальної організації українців, власне, потенціал, який з цим пов'язаний. Щоправда, для успіху держави, яка перебуває на цивілізаційному пограниччі, важливо якомога швидше накопичити достатньою мірою також інші ресурси: економічні, інтелектуальні та військові.

Аналізуючи тексти, ключовими словами у хмарі слів за 2017 рік стали (див. рис. 3.8):



Рис.3.8 Ключові слова у хмарі слів за 2017 рік

Провівши контент-аналіз медіа-видань за 2018 рік, отримали такі дані (див. рис. 3.9):



Рис.3.9 Кількість статей, які, згідно з категоризацією дослідження, були знайдені за 2018 рік

Особливість української реальності в тому, що країна сьогодні займається надбудуванням в режимі прямого ефіру. У тому числі і історичним. Конструює той самий історичний міф, який в будь-якій країні виконує роль контуру по периметру кордонів. В рамках подібного міфотворчості національна історія завжди представляється як пряма, що йде в глиб століть. Паралелі проводяться, ревізія персонажів йде, зі складного споруджується несуперечливе. Безглуздо дорікати цей процес в недостатньому історизм - він взагалі мало пов'язаний з наукою як історичної дисципліною. Це явище взагалі належить до категорії національного міфу. Того самого, що є у будь-якої існуючої країни.

У вересні 2018 року, було проведено опитування фокус-груп серед мешканців окупованих територій, проведені Українським інститутом майбутнього показують: політична ідентичність жителів окупованих територій нині перебуває у стані кризи. У першу чергу, це пов'язано із загальним відчуттям розчарування усім навколо, надто – результатами вторгнення Росії на цю територію у 2014 році. Наприклад, ось що пишуть учасники фокус-груп про свої очікування від подій 2014 року та те, чим все завершилося (цитати з відповідей опитаних): "Мы тут, конечно, подбиделись на него [Володимира Путіна - прим. ред.], что не забрал..." В самом начале мы еще как-то верили, на что-то надеялись. Все так считали, что мы примкнем к России, но сейчас мы уже видим, что мы реально не нужны России"[1].

На Донбасі нині лишилася найпасивніша частина населення, яка не готова переселятися до України, навіть якщо розуміють, що тут вони матимуть більший заробіток, права і можливості. Свою спільноту як повноцінного актора зі здатністю впливати на перебіг конфлікту мешканці ОРДЛО не бачать. Вони вважають себе "пішаками" у грі великих політичних сил. Ось одна з цікавих цитат, яка підтверджує цю тезу: "Поэтому, когда руководство России и США найдут точки взаимных интересов, по которым они смогут договориться, и одним из пунктов этих интересов будет какое-то разрешение этой ситуации, то только тогда что-то изменится". В цьому проявляється специфіка патріархальної політичної культури місцевого населення. Вони вірять не у себе як у ком'юніті, і навіть не стільки у держави та ідеології, скільки в окремих лідерів. Одним з таких популярних лідерів є Володимир Путін, якого вони сприймають як масштабного державника світового рівня: "Президент [Володимир Путін - прим. ред.] мирового, скажем, масштаба, лидер, просто лидер, действительно, за которым пойдут люди". Саме через це вони й досі відчують "ностальгію" і дещо шкодують, що тепер все змінилося, що підтверджують "Тяжело изменилась жизнь, потому что, когда была Украина, была работа". "Да. Но все равно домой тянет, хоть и война. Там мы никому не нужны, только дома, здесь". Тому, якщо Україна прагне колись відновити контроль над цими територіями, варто не ховатися за виправданнями, а вести свою інформаційну політику на Донбасі, використати "точки доступу"[1].

Наприклад, більшість опитаних не дивляться українське телебачення, тому що контент для них не адаптований. Говорити з мешканцями Донбасу потрібно зрозумілою для них мовою (російською) та у звичному дискурсі: тобто не атакувати "в лоб" жовто-блакитними ідеями, а розповідати про економічні переваги, права та можливості у випадку повернення до складу України[1].

Розмита ідентичність – це, поза сумнівом, засаднича проблема Донбасу, але, не єдина. Радянський період сприяв поширенню серед населення таких соціальних явищ, як патерналізм та конформізм, які завдячують привілейованому становищу шахтарів у СРСР. Відчуття вищості й переконання, що "Донбас годує всю країну", походить саме зі стабільних сімдесятих. Закономірними наслідками цих явищ стали відсутність громадянської відповідальності та політична незрілість, якими вповні скористалися "регіонали" в нульових і на початку десятих. При цьому причину злиднів 90-х років вони майстерно списали на Київ та незалежність [68].

На зміну розмитої ідентичності населення Донбасу в майбутньому має постати виразна українська ідентичність. Такі процеси, вже тривають на підконтрольних теренах Донеччини та Луганщини. Особливо – на звільнених територіях, де над регіональною чи проросійською ідентичністю починає домінувати проукраїнська.

Якщо ж то переглянути ситуацію у містах України, то спільна ідентичність на сьогодні практично сформована в Західній Україні (з ядром у Галичині) і Центральній, де основні мовно-ціннісні характеристики є практично однаковими. Складнішою є ситуація на Півдні і Сході, а особливо на Донбасі, де характеристики значно більш строкаті й мозаїчні. Серед жителів України домінує громадянське (політичне) розуміння сучасної української нації з яскраво вираженим культурним компонентом (громадяни різних регіонів у своїй більшості визначають свою приналежність до української культурної традиції)[68].

Ідентичність української нації сьогодні фактично перебуває на завершальній стадії свого формування. Ідентичність у розумінні тотожності, спільності сприйняття дійсності, подібності, однаковості думання та поведінки більшості українського соціуму. Звичайно, в силу історичних причин та обставин у різних регіонах глибина національної консолідації є різною[68].

Аналізуючи тексти, ключовими словами у хмарі слів за 2018 рік стали (див. рис. 3.10):

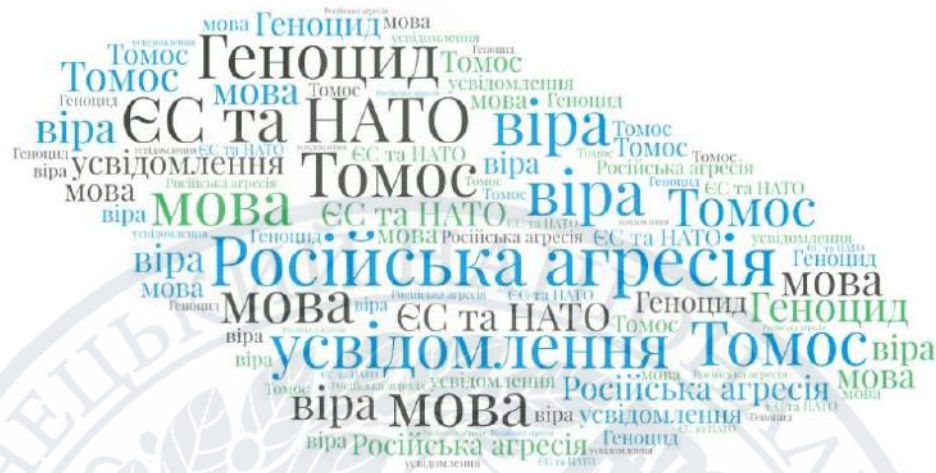


Рис.3.10 Хмара слів, отримана за матеріалами ЗМІ 2018 року

Проводячи контент-аналіз медіа-видань за 2019 рік, отримали такі дані:



Рис.3.11 Кількість статей, які, згідно з категоризацією дослідження, були знайдені за 2019 рік

Стан національної ідентичності на 2019 рік за матеріалами преси:

Грантоїдні організації продовжуватимуть "освоювати" кошти на проекти з множення ідентичностей, які вже стали проблемою в більш розвинених державах, будуть прийняті європейські закони, які захищатимуть особливі права ідентичностей, вже відомі урядові плани щодо поповнення робочого населення за рахунок мігрантів

Традиція державності лишень починає набувати сили, адже це доволі тривала наука громадянства. Державна машина ще дає збої становлення, а саме державні інституції, відповідальні за чіткість дії асиміляційних механізмів і відтворення діяльного громадянського суспільства

Хоча конституційно громадянин України має бути україномовним. Йдеться про мову публічного спілкування, мову бізнесу, державних чиновників, війська, базової освіти і науки, основ культури і духовності.

Саме в це середовище повинні асимілюватися мігранти, ставати такими ж, як всі громадянами держави, і дбати про її добро, як про своє.

Насправді у нас паралельно існує інше, російськомовне асимілююче середовище, яке охоплює значну частину державної машини, політики, бізнесу, практично домінує в інформаційному просторі.

Це середовище домінує якраз в тих галузях діяльності, які є привабливими для мігрантів, а це означає, що мігранти асимілюються і будуть асимілюватися в російськомовність, ослаблюючи головний, україномовний, конституційний асиміляційний механізм. Бо російськомовний глобалізаційний чинник на нашій території ще сильніший, ніж англomовний.

Погано навіть не це, а фатальна наявність двох центрів асиміляції. Для успішного протистояння світовій хвилі мульти-ідентичності потрібен лише один. І після всеруйнівного змагання залишиться лише один. Все залежить від того, на чиєму боці залишиться багата економіка і всесильна державна машина.

Без відстоювання і захисту національно-культурної незалежності ми не будемо мати реформованої європейської країни. Вся складність полягає в тому, що відданість національній ідентичності НЕ раціоналізуються в словах демократичних програм. Вона позначається хіба що в необхідних для національної легітимації кандидата, його або її обіцянки відстоювати державну незалежність за допомогою зміцнення армії, сприяння розвитку державної мови і гуманітарної сфери в цілому.

Аналізуючи тексти, ключовими словами у хмарі слів за 2019 рік стали (див. рис. 3.12):



Рис. 3.12 Хмара слів отримана за матеріалами ЗМІ 2019 року



Рис.3.13 Кількість статей, які, згідно з категоризацією дослідження, були знайдені за 2020 рік

Досліджуючи стан національної ідентичності на 2020 рік за матеріалами преси, можна зробити такі висновки:

- Українське суспільство лякливе. Коли воно перелякане, воно починає діяти адекватно, і оцей переляк може знову вивести нас на якийсь

стратегічний напрямок розвитку. Та цього поки не сталося. Поки ми не перелякалися, наше суспільство можуть годувати популістичними образами, і ми будемо на них купуватись.

- Серед українців переважають цінності виживання, а не цінності розвитку. Цінності виживання обмежують горизонти людської уяви. Коли людина виживає, вона не планує своє життя на кілька років уперед. Також люди воліють перекладати на когось іншого відповідальність за своє майбутнє, не готові самостійно будувати для себе якусь стратегію розвитку. І це поживне середовище для будь-яких популістів.
- Консенсусу в суспільстві бути не може. Це апріорі неможливо, завжди будуть незадоволені, опозиція. Навіть у Великобританії 1940-х існувала досить потужна група прихильників миру з Гітлером. Це суть будь-якого колективу – поява різних думок. Треба навчитися співіснувати в таких умовах, отримуючи результат за допомогою різних інструментів (і тут діалог або силове рішення – рівнозначні методи, використання яких залежить винятково від умов рівняння).
- Управляти державою – це складне мистецтво, яке вимагає досвіду, розуму, хитрості, вміння домовлятися, удачі і надійних спільників. Національна ідея до управління державою в 21 столітті точно не має великого стосунку. Прості рішення, що народжуються на кухні чи в салоні таксі, – так само.
- Зовнішня і внутрішня політики беруть свій початок від одного явища. Це явище — ідентичність. Доти, доки ви не усвідомлюєте, хто ви, важко говорити про суб'єктність ваших намірів і дій. Зміцнення ідентичності посилює вашу конкурентоздатність у міжнародних відносинах. Послаблення ідентичності призводить до застою, підпорядкованості та поглинання.

- Для російської ідентичності захист Україною своєї незалежності та цілісності, як і національної свободи своїх сусідів, — виклик і злочин. Для «квазіросійської» — невинуватий радикалізм. Для української — саме життя. Без колективного самоусвідомлення в рамках єдиної історичної, політичної та культурної традиції, без цілісного власного ототожнення, яке б допомогло суспільству зрозуміти потребу розподілу сил на тривалі дистанції, завдання сформулювати будь-яку ефективну та стійку політику, зокрема й зовнішню, невідоме.

Аналізуючи тексти, ключовими словами у хмарі слів за 2020 рік стали (див. рис. 3.14):



Рис.3.14 Хмара слів, отримана за матеріалами ЗМІ 2020 року

Аналізуючи публікації в медіа на теми української ідентичності, констатуємо домінування звернень до тематики історичної пам'яті, а також превалювання психологічного й політичного вимірів ідентичності у публіцистиці. Зараз більша частина національних ідей країн доволі загальна, абстрактна, зовсім небагато країн дадуть відповідь на питання про те, яка вона у них (див. рис. 3.15).

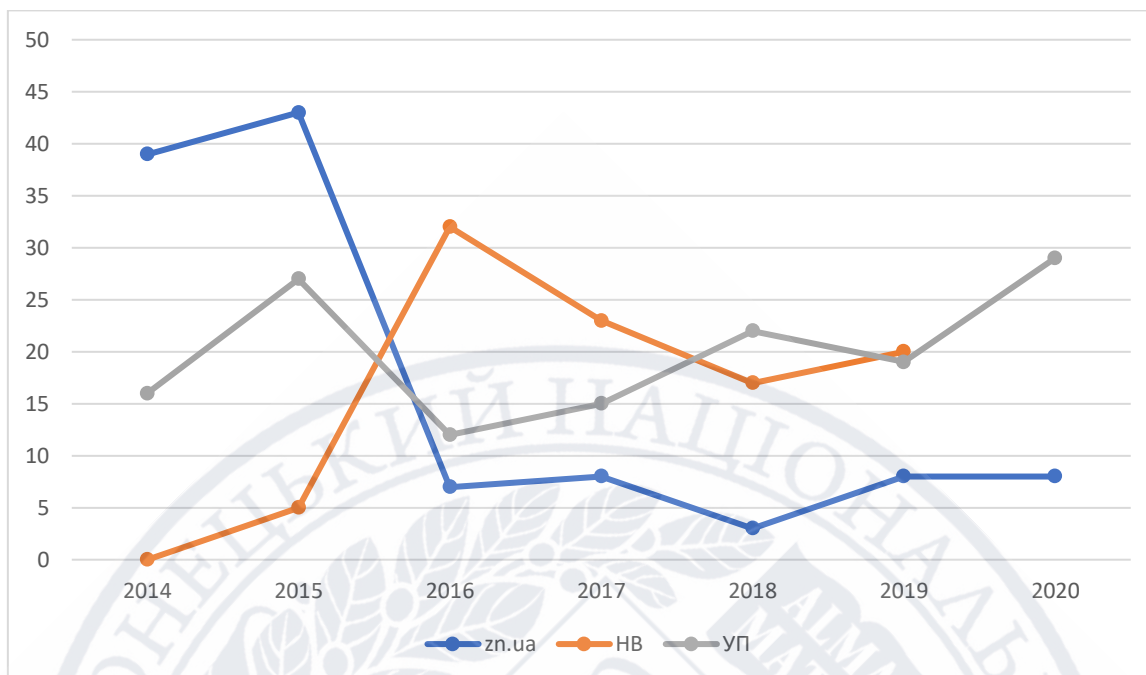


Рис.3.15 Загальна тенденція згадок національної ідентичності у вибірці медіа протягом 2014-2020 років

Визначаючи шляхи формування української ідентичності, звертаємо увагу на один. Із основних чинників, що стримували її: у різні століття історики сусідньої держави тлумачили українську історію як частину російської, відповідно ознаки української ідентичності заретушовувалися, а в радянський період велася пропаганда створення єдиного радянського народу.

Контент-аналіз публікацій електронних ЗМІ за визначений проміжок часу в рамках виконання вищезазначених інформаційно-аналітичних проєктів дав змогу отримати необхідні якісні та кількісні зрізи загальної картини резонансних повідомлень,

Контент-аналіз публікацій електронних ЗМІ за визначений проміжок часу дав змогу відтворити візуально та статистично співвідношення кількості публікацій в Україні, загальну динаміку кількості повідомлень про національну ідею за хмарою слів, які найчастіше уживались у ЗМІ за певні проміжки часу.

Варто сказати, що Україна – креативна країна, здатна створювати нове і задавати тенденції. Підійти до цього питання так, як цього не робила жодна

інша країна – взявши за основу сучасну модель створення бренд-стратегії. Саме так з'являються найцікавіші рішення – коли ти береш досвід й інновації з інших ринків та сегментів бізнесу, адаптуєш і застосовуєш. Цей процес займе багато часу та ресурсів. Однак в результаті ми отримаємо не тільки відповіді на глибинні національні питання. Уже в процесі матимемо рух організацій, інститутів і пересічних українців в одному векторі. А це і є найціннішим – наш спільний рух в одному напрямку.



ВИСНОВКИ

Щоб створити націю, необхідно відтворити її історію і довгу хронологію, визначитися з набором характеристик і символів. Для пострадянських країн на сучасному етапі характерний процес формування національної ідентичності на основі спільних етнокультурних цінностей. Особливе місце в даному процесі належить національній історії, необхідний для вибудовування колективної ідентичності спільноти, формування почуття історичної і культурної спільності.

Отож, дослідивши сутність поняття національної ідентичності ми дійшли наступних висновків:

- національна ідентичність виступає як визнання народом самого себе; знання і повага історії; національної культури, території, усвідомлення народом своїх особливих рис, розуміння членами національної групи своїх інтересів, прагнень, цілей, ідеалів, потреб.
- національна ідентичність це мінливе, динамічне утворення. Його роль і значення у суспільстві може як зростати, так і слабшати, що пов'язано з конкретною історичною ситуацією і соціальним оточенням індивіда і цілого народу. Відповідно форми виявлення національної ідентичності можуть вар'юватися від етнічного нігілізму до етнофанатизму.
- вирішальну роль у формуванні ідентичності відіграє ставлення людини до соціального середовища: особисті характеристики, зростаюче розмаїття соціального досвіду, включаючи оцінки і визнання іншими, розвиватись за допомогою культурних засобів, які індивід черпає з свого соціального кола, уподібнюючись іншим його членам, але в той же час зберігаючи своєрідність. Зміна соціокультурних умов веде до втрати теперішньої ідентичності і необхідності формування нової, що іноді породжує глибокі особистісні труднощі і «втрати себе».

Варто відзначити, що у ході дослідження досягнуто поставленої мети, яка полягає в розкритті динаміки та ролі національної ідентичності у системі політичного процесу сучасності, визначенні основних напрямів її функціонування як компонента цієї системи, вирішено поставлені завдання, що дало змогу дійти основних наукових висновків:

В якості української специфіки інтерактивного простору, що визначається відмінностями у особливостях соціокультурних процесів та пов'язана з посттоталітарним та постколоніальним характером розвитку, визначено актуалізацію поряд із питомими для соціальних медіа комунікативної та рекреаційної (розважальної) функцій. Ця специфіка, у свою чергу, формує науковий та соціальний запит на збереження інформації, згенерованої у інтерактивному просторі.

Вивчення специфіки комунікації в інтернет-просторі є актуальним завданням у доволі широкому полі соціокультурних досліджень, пов'язаних з аналізом функціонування інформаційного поля.

Українці стають одним із найбільш однорідних суспільств у Європі, коли брати до уваги національну ідентичність громадян.

Водночас сучасна українська національна ідентифікація відкрита, а не закрита, притягальна й динамічна, бо спроможна включати/асимілювати людей, які ідентифікували себе з іншими етносами або ж мали б "по крові" належати до "інших".

Сьогодні країни все інтенсивніше транслиють унікальні риси та особливості, чіткіше усвідомлюючи себе і своє місце в цьому світі.

Якщо поставити собі за мету, створити нову національну ідею, варто почати з цінностей, але створювати лише ті, які будуть об'єднати людей.

Цінності — це потреби, те, що для людей важливо, без чого життя для людини нудне і нецікаве. Важливо задати питання, що є важливим для кожного українця, лише відповівши на це запитання створювати єдину

систему цінностей українців. Найчастіше це працездатність, прагнення до миру, свободи, слави, національної гордості. Проте поки це просто слова, і проблема у тому, що кожне із вибраних слів повинно відгукуватися в душі більшої частини українців. Для цього вони мусять бути засновані на так званих "reason to believe", мати точки підтвердження та довіри. Щоби кожний українець сказав: "Так, це про мене і мою країну". Цінностей не може бути багато: це одна, дві, три, інколи чотири. Всі вони повинні бути із реального життя. І завдання якраз полягає в тому, щоби визначити зі ста цінностей саме ті, які правдиві і фокус на які історично і зараз дають найвищу результативність. Цінності – це наше основне смислове наповнення, наш фундамент, з якого будується все далі – наш підхід до речей, наші ідеї, цілі, які можемо дати світові.

Зараз більша частина національних ідей країн доволі загальна, абстрактна, зовсім небагато країн дадуть відповідь на питання про те, яка вона у них. Варто сказати, що Україна – креативна країна, здатна створювати нове і задавати тенденції. Підійти до цього питання так, як цього не робила жодна інша країна – взявши за основу сучасну модель створення бренд-стратегії. Саме так з'являються найцікавіші рішення – коли ти береш досвід й інновації з інших ринків та сегментів бізнесу, адаптуєш і застосовуєш. Цей процес займе багато часу та ресурсів. Однак в результаті ми отримаємо не тільки відповіді на глибинні національні питання. Уже в процесі матимемо рух організацій, інститутів і пересічних українців в одному векторі. А це і є найціннішим – наш спільний рух в одному напрямку.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Аббасова С. Не українці, не росіяни – «донецькі». *Українська правда*. 2018. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2018/12/2/7199869/>
2. Андерсон Б. Воображаемые общества. Размышления об истоках и распространении национализма. М., 2001. 365 с.
3. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: Канон-Пресс, 2001. 288 с.
4. Андріяш В. Особливості громадської діяльності національних меншин як прояв інституціоналізації етнополітичних відносин. *Наукові праці. Державне управління*. 2013. Випуск 202, Том 214. С.79-82.
5. Б. Н. Кузык, Ю. В. Яковец. Северное Причерноморье – пространство взаимодействия цивилизаций. М.: Институт экономических стратегий, 2008. С. 18.
6. Бистрицький Є. Проект війни: від ідентичності до насильства. Філософ. думка. 2015. № 1. С. 61–74.
7. Бичко О.В. Профілі української ідентичності. *Соціально-психологічний аналіз: монографія*. К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2007. 281 с.
8. Більше 90% громадян вважають себе етнічними українцями. *Дзеркало тижня*. 2017. URL: <https://zn.ua/ukr/UKRAINE/bilshe-90-gromadyan-vvazhayut-sebe-etnichnimi-ukrayincyami-239470 .html>
9. Бойко С. Мовна ідентичність та національна самосвідомість громадян України. *Календар-щорічник. Українознавство*. 2006. С. 128-133
10. Бондар В. С. Розгляд методу контент-аналізу з погляду кількісно-якісних технік проведення. Наукові записки НаУКМА. К.: Національний університет "Києво-Могилянська академія", 2007. С. 17–26
11. Валлерстайн И. Миросистемный анализ: введение. М.:Изд. дом «Территория Будущего». 2006. 248 с.

12. Ван Ворен Р. Украина: 25 лет блуждания по пустыне. *Новое время*. 2016. <https://nv.ua/opinion/ukraina-25-let-bluzhdaniya-po-pustyne-203009.html>
13. Вільчинська І. Ю. Етнічна та національна ідентичність сучасної української молоді: автореф. дис... канд. політ. наук. Київ, 2002. 20с.
14. Вільчинська І. Ю. Етнічна та національна ідентичність сучасної української молоді: автореф. дис... канд. політ. наук. Київ, 2002. 20с.
15. Вітман К. М. Зростання популярності ультраправих партій як загроза чинній моделі етнонаціональної політики України. *Актуальні проблеми політики: збірник наукових праць*. Одеса: Фенікс, 2011. Вип. 41. С. 10–19.
16. Воронов Ю.П. Чтение между строк (контент-анализ в конкурентной разведке, и не только в ней). Экономический сервер Сибири. 2005. URL: http://econom.nsc.ru/eco/arhiv/ReadStatiy/2005_11/Voronov.htm
17. Гантінгтон С. Протистояння цивілізацій та зміна світового порядку. Львів: Кальварія, 2006. 472 с.
18. Геллнер Э. Пришествие национализма. *Нации и национализм*. М.: Праксис, 2002. 409 с.
19. Григорьев С.И. Проведение контент-анализа. 2009. URL: <http://psyfactor.org/lib/k-a2.htm>
20. Гібернау М. Ідентичність націй. К.: Темпора, 2012. С.39
21. Дмитриев И. Контент-анализ: сущность, задачи, процедуры. «Психфактор». 2007. URL: <http://psyfactor.org/lib/k-a.htm>
22. Дмитриев И. Контент-анализ: сущность, задачи, процедуры. «Психфактор». 2007. URL: <http://psyfactor.org/lib/k-a.htm>
23. Дробижева Л. М. Национализм, этническое самосознание и конфликты в трансформирующемся обществе. *Национальное самосознание и национализм в Российской Федерации начала 1990-х годов*. М., 1994. С. 16–17.

24. Дробижева Л.М. Демократизация и образы национализма в Российской Федерации 1990-х годов. М.: Мысль, 1996. 382 с.
25. Емельянова С.И. Что такое идентичность, или история одного события. URL: <http://www.virlib.eunnet.net>.
26. Євтух В. Урядові та громадські організації у системі етнополітичного менеджменту в Україні. Наукові записки: збірник. К.: Ін-т політ. і етнонац. Досліджень. 2001. Вип. 15. С. 137–143.
27. Євтух В.Б. Міжнаціональні відносини і національні меншини України: стан, перспективи. К., 2004. 257 с.
28. Євтух В.Б. Про національну ідею, етнічні меншини, міграції. К.: Стилос, 2001. 235 с.
29. Іванов О.В. Кількісний контент-аналіз: проблема контексту. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Харків: Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна, 2012. № 999. С. 95–99.
30. Іванов О.В. Класичний контент-аналіз та аналіз тексту: термінологічні та методологічні відмінності. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2013. №1045. С. 69-74.
31. Іванов О.В. Комп'ютерний контент-аналіз: проблеми та перспективи вирішення. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. 2009. №15. С. 335-340.
32. Іванова-Георгієвська Н. Українське прямування до універсальних європейських цінностей: криза ідентичності. *Громадянське суспільство в Україні за доби глобалізації: ціннісно- нормативне та інституційне забезпечення його розвитку*. К.: Інститут ліберального суспільства, 2007. С. 214-229.
33. Картунов О. Політизація етнічності: характер, умови, результати. *Наукові записки: збірник*. Вип.6. К.: Інститут політичних і етнонаціональних досліджень, 1999. С. 12–20.

34. Козловець М.А, Ю.І. Павлун. Теоретичні засади дослідження формування української національної ідентичності. *Грані. Філософія*. 2012. URL: https://www.libr.dp.ua/text/grani_2012_2_11.pdf
35. Кононенко М.А. Контент-анализ. Открытая база знаний по информационной безопасности. 2006. URL: <http://securitywiki.ru/KontentAnalizKakMetodAnaliticheskijObzor>
36. Кузьо Т. Чому Росія щодо України поводитьсь саме так. *Країна*. 2016. №36 (339), С. 22.
37. Коржов Г. Особливості територіальної ідентифікації населення сучасної України. *Український соціум*. 2010. № 2. С. 31-43.
38. Коробейников В. С. Методи формалізованого аналізу документальних джерел. М.: Наука, 1990. С. 70.
39. Коротеева В. Существуют ли общепризнанные истины о национализме? 1997. URL: <http://nationalism.org/library/science/nationalism/koroteeva/koroteeva-p&c-1997.htm>
40. Котигоренко В.О. Етнічні протиріччя і конфлікти в сучасній Україні політологічний концепт. К. : Світогляд, 2004. 722 с.
41. Кравченко В. Какие иски против России подаст Украина? *Дзеркало недели*. 2016. URL: <https://zn.ua/columnists/kakie-iski-protiv-rossii-podast-ukraina-202564.html>
42. Кресіна І. Українська національна свідомість і сучасні політичні процеси. Етнополітологічний аналіз. К.: Вища школа. 123 с.
43. Литвиненко А. Про мовно-культурну самоідентифікацію в молодіжному середовищі зрусифікованого міста. №7–8. 2007. С. 8–11.
44. Ліпкан В. А. Теоретичні основи та елементи національної безпеки України: Монографія. 2003.
45. Лойко Л.І. Громадські організації етнічних меншин України: природа, легітимність, діяльність. К. : ПЦ «Фоліант», 2005. 634 с.

- 46.Луцишин Г. І. Особливості розвитку етнічних партій в Україні. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. №17(912). 2010. С. 113–118.
- 47.Маренич Л.А. ПОЛИТИЧЕСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ: ПОНЯТИЕ И ФАКТОРЫ. Научное сообщество студентов XXI столетия. ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 11.
48. Методы сбора информации в социологических исследованиях. *Организационно-методические проблемы опроса*. М.: Наука, 1990. С.68.
- 49.Микляева А. В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования. СПб.: Изд-воРГПУ им. А. И. Герцена, 2008. 347 с.
- 50.Михальченко М. Українська національна ідея як стрижень духовного і політичного життя української політичної нації. *Духовне життя українського суспільства: теоретико- методологічні та онтологічні проблеми розвитку*. Київ-Дрогобич, 2009. С. 3–126.
- 51.Нагорна Л. Соціокультурна ідентичність: пастки ціннісних розмежувань.К. : ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2011. 272 с.
- 52.Нагорна, Л. Війни ідентичностей – сценарії і ризики. *Політичний менеджмент*. 2007. No 2 (23). С. 47.
- 53.Нічого, М. Зіткнення цивілізацій посеред України. URL: <http://www.pravda.com.ua/articles/2010/06/11/5126765/>
- 54.Одинцов В.В. Стилистика текста. М.: Наука, 1980. С. 45.
- 55.Онищук О. Сучасна людина у просторі віртуальної реальності: особливості соціокультурної трансформації. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/26205/1/7-34-39.pdf>
- 56.Особливості ідентичності громадян України: проблеми та перспективи консолідації суспільства. URL: <http://razumkov.org.ua/upload/Identi-2016.pdf>

- 57.Павленко В.Н. Этнические и национальные идентификации и представления у украинских детей и подростков. *Психологический журнал*. 2002. Т. 23. No 5. С. 60–72.
58. Палій Г. О. Проблема формування української політичної нації: аспект загальнонаціональної ідентичності. *Політичний менеджмент*. 2003. No 1. С. 93-100.
- 59.Патяева Е. Ю. Сетевой человек и его жизненные. М.: ЛЕНАНД, 2013. С. 245–263.
- 60.Руткевич М.Н. Теория нации: философские вопросы. *Вопросы философии*. 1999. №5. С.23-28.
- 61.Сергей Кара-Мурза. Демонтаж народа. М.: «Алгоритм». 2007. 458 с.
- 62.Скорик Г. В. Человек в информационном обществе : проблема идентификации (поиска идентичности). *Вестник Томского государственного университета*. 2007. No302. С. 53–55.
- 63.Сладкий Д. Національна ідентичність як фактор національної та міжнародної безпеки. *Політичний менеджмент*. 2008. No 2. С. 110–119.
- 64.Смирнова М. Г. Социологические исследования печати, радио и телевидения в развитых капиталистических странах. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. С. 17.
- 65.Сміт Ентоні Д. Національна ідентичність. К.: Основи, 1994.
- 66.Современные российско-украинские отношения. Левада-центр. 2017. URL: <https://www.levada.ru/tag/kmis/>
- 67.Сучасне українське суспільство: моніторинг соціальних змін : зб. наук. праць. Вип. 1 (15). Т. 2. К.: Інститут соціології НАН України, 2014. 356 с.
- 68.Стуканов С. Який Донбас нам потрібен? *Українська правда*. 2018. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2018/08/8/7188375/>

69. Сурмай У. Євромайдан – це...Океан, який змінить країну! *Українська правда*. 2013. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2013/12/23/7008028/>
70. Терещенко К. Бренд України: в пошуках нового смислу. *Українська правда*. 2020. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2020/09/30/7268234/>
71. Федотова Л. Н. Методологические трансформации контент-анализа от «классического» до «машинного». *Методологические и методические проблемы контент-анализа: Тезисы докладов рабочего совещания социологов*. Вып. 1. АН СССР. Институт социологических исследований. М.-Л., 1973. С. 54.
72. Федотова Л.Н. Социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Институт социологии РАН, 2001. С.17.
73. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. С.15.
74. Хабермас Ю. Вовлечение другого. Очерки полит. теории. СПб: Наука, 2001. 417
75. Хобсбаум Е. Нації і націоналізм після 1780 року. СПб.: Алетея, 1998. 306 с.
76. Центр Разумкова. Ідентичність громадян України в нових умовах: стан, тенденції, регіональні особливості. *Інформаційно-аналітичні матеріали до фахової дискусії «Формування спільної ідентичності громадян України: перспективи та виклики»*. 2016. URL: <http://dontsovnica.com.ua/wp-content/uploads/2016/07/Identi-2016.pdf>
77. Шалак В.І. Современный контент-анализ: приложения в области: политологии, психологии, социологии, культурологии, экономики, рекламы. «Омега-Л», 2004.

- 78.Шевченко О. В. Національна ідентифікація у становленні Я-образу особистості: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. психол. наук. Київ, 2005. 20 с.
- 79.Шевченко О.В. Формування національної ідентичності як компонента Я-образу особистості. *Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні*. К., 2003. С. 409–420.
- 80.Шкляр, Л. Етнос і особа: проблеми ідентичності. Етнос і соціум. К., «Наукова думка», 1993. С. 76.
- 81.Barrett M. English children's acquisition of a European Changing European Identities. *Social-Psychological Analyses of Social Change*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1996. 403 p.
- 82.Bos W., Tarnai C. Content analysis in empirical social research. *International Journal of Educational Research*. 1999. № 31. P. 668.
- 83.Brubaker R. Nationalism Reframed: Nationhood and the National Question in the New Europe. Cambridge: Cambridge University Press, 1996. 216 p.
- 84.Charter of the United Nations and Statute of the International court of Justice. San Francisco. 1945. URL: <http://treaties.un.org/doc/Publication/CTC/uncharter.pdf>
- 85.Chung-Hye H., Hedberg, N. Syntax and Semantics of It-Clefts: A Tree Adjoining Grammar Analysis. *Journal of Semantics*. No. 25(4) 2008. P. 345-380.
- 86.Content Analysis: An Introduction. URL: http://www.coe.uga.edu/~cwise/content_analysis/index.html
- 87.Habermas J. Identitat. *Zur Rekonstruktion des Historischen Materialismus*. Frankfurt: Suhrkamp Verl., 1976. P. 143.
- 88.Introduction to Latent Semantic Analysis. *Discourse Processes*. No. 25. 1998. P. 259–284.
- 89.Jenkins R. Social identity. London: Routledge, 1996. 206 p.

90. Krippendorff K. Content analysis : an introduction to its methodology. *Klaus Krippendorff*. Thousand Oaks : Sage Publications, Inc., 2004.
91. Kromrey H. Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der standardisierten Datenerhebung und Datenauswertung. Stuttgart: Lucius & Lucius Verlag, 2006. S. 212.
92. Lasswell H. The Comparative Analysis of Political Ideologies. *Public Opinion Quarterly*. Princeton: Winter, 1952. P. 715;
93. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. New York. 1927.
94. Lasswell H. The Politically Significant. Coding Procedures. *Journalism Quarterly*. 1942. Vol. 19. №1. P. 437.
95. Lasswell H. Z, Lerner D., Pool L de S. The Comparative Study of Symbols. Hoover Institute Studies. Ser. C: Symbols. Stanford, Calif., 1952. No 1. P. 46.
96. Lecture Research Methods. Sheffield: Department of Journalism Studies, The University of Sheffield, 2002. URL: <http://doj.shef.ac.uk/ResearchMethods-Lecture%20Eight.doc>
97. Manning, C. D., Schutze, H. Foundations of Statistical Natural Language Processing. MIT Press, 1999.
98. Marcia J. E. Journal of Personality and Social Psychology. 1975. №3. P. 551–558
99. Mayring Philipp, Qualitative Inhaltsanalyse. *Grundlagen und Techniken*. Weinheim. 1994.
100. Nivre, J. Sparse Data and Smoothing in Statistical Part-of-Speech Tagging. *Journal of Quantitative Linguistics*. No. 7(1). 2000. P. 1-17.
101. Weber R. P. Basic content analysis. Newbury Park, CA: Sage, 1963. P. 49 – 69.
102. Weber R. P. Basic content analysis. Newbury Park, CA: Sage, 1963. P. 49-69