

Міністерство освіти і науки України

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Факультет соціальних наук та соціальних технологій

Кафедра політології

Бакалаврська робота

Освітній ступінь – бакалавр

На тему: **«Символічна влада ЗМІ в умовах комерціалізації»**

Виконав: студент 4-го року навчання

Спеціальності

052 Політологія

Пшик Владислав Русланович

Науковий керівник

Кандидат філософських наук, доцент

Амельченко Н.А

Рецензент Прізвище, ініціали

Бакалаврська робота захищена

З оцінкою _____

Секретар ЕК _____

« » _____ 20 ____ р.

Київ – 2022 р.

ПЛАН

Вступ.....	с. 3 – 9
1 Комерціалізація ЗМІ та її вплив на цілі, функції та стратегії.....	с. 10 – 31
1.1 Нормативні функції мас-медіа.....	с. 10 – 15
1.2 Зміна мети, цілей, та стратегій медіа в умовах комерціалізації.....	с. 15– 31
2 Дискурси ЗМІ як практики влади.....	с. 32 – 41
2.1 Витоки символічної влади, її легітимності та зловживання як форми пригнічення.....	с. 32 – 38
2.2 Ідеаційний (ідеологічний) вимір мови як засіб відтворення владних практик.....	с. 38 – 41
3 Критичний дискурс-аналіз технік символічної влади у медіапродуктах каналу «Україна».....	с. 42 – 104
3.1 Критичний дискурс-аналіз ідеологічного змісту повідомлень у новинному жанрі.....	с. 42 – 60
3.2 Дискурс-аналіз владних практик у політичному ток-шоу.....	с. 61- 104
Висновки.....	с. 105 –119
Список використаних джерел і літератури.....	с. 120 – 131
Анотація	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження:

Із розвитком інформаційних технологій досить складно переоцінити роль мас-медіа у суспільних процесах розробки, ухвалення, та прийняття політичних рішень, що, зокрема, є справедливим і у випадку України. Причина полягає у тому, що засоби масової інформації є найбільш значущим посередником комунікації та поширювачем інформації, що, відповідно, безпосередньо впливає на формування публічного інформаційного простору, чому сприяє дисемінація тих чи інших дискурсів, які є «носіями» певних фреймів, фантазмів, когнітивних моделей, тощо. Тим не менш функціональний вимір медіа обумовлюється не тільки і не стільки її «посередницькою» функцією, оскільки ЗМІ також здатні виступати й у ролі безпосереднього, «прямого» продуцента публічного дискурсу. У опосередкованій моделі комунікації - «адресант-повідомлення-реципієнт», медіа не є суто технічним засобом комунікації, який уможливорює процес інформаційного обігу. Навпроти, ЗМІ також є і адресантом, що у великій мірі обумовлюється контекстуальним та ідеаційним характером висвітлення дискурсів, що разом із цим є безпосереднім відтворенням самого, «нового повідомлення» у ланцюгу інтертекстуальної мережі та реконтекстуалізації соціальних практик, утворюючи тим самим ідеологічні ефекти, відповідні до тих чи інших цілей, цінностей, та пріоритетів адресанта у процесі комунікації. Таким чином, у процесі технічного розвитку була утворена нова виробнича сила, яка, на відміну від більш «класичного», «матеріального виміру», торкається виробництва символічного. Створення засобів масової інформації, саме по собі, не є передвісником ні суспільного розвитку у вимірі отримання доступу до відкритої суспільної комунікації, ні грядущого тоталітаризму у вимірі отримання потенційного засобу масової пропаганди та формування одновимірного інформаційного простору. Натомість, мас-медіа виступають у якості інструменту, істинна функціональність яких опосередковується

існуючим соціальним порядком, який конститує вироблювані соціальні практики, зокрема, і у їх семантичному вимірі, як однієї із невід'ємних складових. Так, медіа-продукт ЗМІ здатен привносити позитивні зовнішні ефекти, оскільки можуть сприяти демократичності суспільства шляхом накопичення інкорпорованого культурного капіталу реципієнтів, «контролю» дій влади, а також забезпечення комунікацію між суспільством та владою. Проте, у такій же мірі медіа-продукт здатен виступати у якості ринкового товару, спрямованого на максимізацію продукту, а також засобом відтворення символічної влади класу «символічних еліт», що є справедливим у випадку інкорпорації мас-медіа у рамки ринкових відносин. Головною **проблемою**, у цьому контексті, виступає неясність взаємовідношення дискурсивних практик медіа та більш широких соціальних практик у контексті комерціалізації, які конституують їх, і яка, у свою чергу, утворює когнітивне "викривлення" як невідповідність між дійсністю у відношенні до реальної функціональності дискурсивних практик медіа і уявленнями людей про цю дійсність, що, на основі символічного капіталу, приховує видимість дійсних інтенцій медіа та надає останнім доступ до символічної влади, яка відтворюється шляхом реалізації владних практик, спрямованих на встановлення гегемонії дискурсу символічних еліт у вимірі натуралізації його конвенцій, наслідком чого є зміна або підтримка відповідного соціального порядку. **Ступінь наукової розробки** щодо дослідження дискурсивних практик медіа у вітчизняному науковому просторі в найбільшій мірі складають праці Володимира Кулика. Зокрема, дослідження ролі медіа у вимірі підтримки комплексу "влади-знання» у контексті медіа-дискурсу щодо Всеукраїнського перепису населення 2001 року та його результатів¹, аналіз українського медіа-дискурсу у вимірі їх конститування історичними, недискурсивними факторами (політики СРСР,

¹ Кулик В. Медії в сучасній Україні [Електронний ресурс] / Володимир Кулик // Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. – Київ, 2010. – С. 177–210. – Режим доступу: https://shron1.chtyvo.org.ua/Kulyk_Volodymyr/Dyskurs_ukrainskykh_medii_identychnosti_ideolohii_vladni_stosunky.pdf?PHPSESSID=jegusi6ksallqrdst4dacnebn0 (дата звернення: 23.06.2022). – Назва з екрана.

доби «гласності» та становлення як ринку)², проблематики залежності українських медій від російського медіа-ринку та їх ідеологічної гомогенізації³, тощо. У найбільшій мірі дослідження науковця спрямовані на ролі дискурсивних практик, та формованої у них ідеології, зокрема, у процесі творення національної ідентичності, у той час як автор притримується **нейтральної концепції ідеології** - її розуміння як «будь-якої системи уявлень». Дана ж робота базується на **критичній концепції** ідеології як засобу відтворення влади та домінування, а отже й спрямована на виявлення проблеми пригнічення соціальних груп панівними символічними елітами, обумовленої інкорпорацією медіа у ринкові відносини та «ідеологічною» функціональністю їх дискурсивних практик.

Таким чином, **метою** роботи є розкриття явища зловживання символічною владою ЗМІ на прикладі медіапродуктів каналу «Україна 24». Відповідно, для досягнення мети були встановлені наступні завдання:

1. Визначити вплив комерціалізації ЗМІ на зміну їх цілей, функцій, та стратегій.
 - 1.1 Встановити нормативні функції медіа
 - 1.2 Розкрити зміну мети, цілей, та стратегій медіа в умовах комерціалізації
2. Обґрунтувати функціональність дискурсів ЗМІ як практик влади
 - 2.1 Виявити витoki символічної влади, її легітимності та зловживання як форми пригнічення
 - 2.2 Розкрити значення ідеаційного (ідеологічного) виміру мови як відтворення владних практик
3. Виокремити техніки символічної влади у медіапродуктах каналу "Україна 24" шляхом критичного дискурс-аналізу
 - 3.1. Визначити ідеологічний зміст повідомлень у новинному жанрі шляхом застосування критичного дискурс аналізу

² Роль мас-медій у підтриманні комплексу влади/знання: дискурс щодо Всеукраїнського перепису населення 2001 року та його результатів // Інститут політичних та етнонаціональних досліджень НАН України. Наукові записки. Вип. 27. 2005. С. 139–171.

³ Роль українського медійного дискурсу в творенні національної ідентичності [Електронний ресурс] // Медії та ідентичність. – 2009. – С. 155–173. – Режим доступу: <https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/Kulyk-UModerna-2009.pdf> (дата звернення: 23.06.2022). – Назва з екрана.

3.2 Виокремити владні практики у політичному ток-шоу із призми дискурс-аналізу

Об'єктом дослідження є символічна влада ЗМІ, у той час як **предметом дослідження** виступає зміна характеру символічної влади ЗМІ під впливом комерціалізації.

Джерельну базу дослідження складають три новинні публікації, вироблених каналом, «Закон про олігархів несе серйозні загрози свободі слова в Україні, – нардеп», «Західні дипломати і експерти заявили про ризики для свободи слова, оскільки закон обмежує право бізнесу володіти ЗМІ», «Україна 24» - «"Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік:» а також публікація «Forbes» - «"Ничего хорошего Украине это не принесет". Ахметов рассказал Forbes о ссоре с Зеленским, президент ему ответил. Получились почти дебаты» яка виступає не стільки у якості самостійного об'єкту аналізу, скільки складової «інтертетекстуального ланцюгу» - комунікативної події, реконтекстуалізованої у дискурсі «України 24». Останнім джерелом є випуск політичного ток шоу «А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021», а також чотири публікації - «Арахамія vs “венетіанці”: «Пропоную перейменувати Денісову в Уповноважену з прав олігархів!», «"Закон ні про що!" – як Ярослав Железняк підняв Давида Арахамію з місця», «Малюська vs Разумков: який план в олігархів?», а також «Закон про олігархів Україні взагалі не потрібен – заяви європейських експертів», як частини інтертекстуальної складової комунікативної події.

Методологія дослідження: Основоположними засадами дослідження є положення критичного дискурс-аналізу (КДА) у традиції Нормана Ферклоу, який одночасно виступає як автор теорії, так і методу.

Теоретична складова включає у себе положення структурно-функціональної лінгвістики, яка застосовується задля виокремлення елементів мовлення із призми трьох вимірів – «міжособистісного», «текстового», та «ідеаційного» (або ж «міфічного»), який містить найбільшу значущість у контексті

відтворення символічного панування, концепту розуміння дискурсу як (1) використання мови у соціальній практиці, (2) різновиду мови всередині певної специфічної області, (3) мовлення із певної позиції, а також такого який одночасно є як детермінованим соціальними практиками, так і такого, який конститує їх, що включає у себе розуміння семіозису як однієї із складових соціальної практики та, відповідно, діалектичного взаємовідношення дискурсивної і соціальної практики.

Методична складова КДА в традиції Нормана Ферклоу застосовується у вимірі підходу до аналізу комунікативних подій із застосуванням новинного жанру задля проведення відповідного аналізу медіа-продукту каналу «Україна 24» у сфері новин та виокремлення владних практик, присутніх у «тексті». При цьому, у дискурс-аналізі комунікативної події у жанрі ток-шоу, на відміну від медіа-продуктів у новинному жанрі, застосовується алгоритм, який передбачає виокремлення ключових елементів дискурсу за Норманом Ферклоу (порядок дискурсу, інтердискурсивність, інтертекстуальність, модальність, транзитивність), а також Лакло і Муфф (вузлові точки, моменти дискурсу, ключові ідентичності, міф). На відміну від Нормана Ферклоу, останні є представниками конструктивістського дискурс-аналізу, відмінного від КДА. У вимірі нашої теми, наприклад, їхнім підходом не передбачається виокремлення взаємо-обумовленого впливу між дискурсивними та соціальними практиками, оскільки соціальне формується самим дискурсом, тому, із такого підходу, навіть визначення самої проблеми було б хибним – фактично не існує «істинної реальності» про яку «не знають» об'єкти символічної влади, тому що істинність і призма погляду на реальність є продуктом дискурсу. Тим не менш, разом із тим, це не визначає неможливість застосування окремих концептів підходу – метод аналізу із призми понять вузлової точки, моментів дискурсу, ключових ідентичностей, та міфу є можливим, оскільки передбачає метод безпосереднього аналізу комунікативних подій, але не його значення у вимірі більш широких соціальних практик, тим самим не вступаючи у контрадикцію із КДА. Задля

визначення ж останнього елементу дискурсу – міфу, застосовується концепція міфу Р. Барта із призми структуралістичного підходу, а також концепту міфу Клода Леві-Строса, функціональна значимість якого полягає у примиренні вихідних протирічч – бінарних опозицій.

У дослідженні було застосовано концепції методу КДА у традиції Теуна Ван Дейка – поняття символічної влади, її легітимності та зловживання, та концепт «влади-знання» Мішеля Фуко задля обґрунтування функціональності дискурсів ЗМІ як практик влади. Положення соціокогнітивної теорії щодо механізмів впливу на короткострокову та довгострокову пам'ять реципієнтів у дискурсивних практиках, що виступає у якості безпосереднього відтворення символічної влади та можливого зловживання, переводячи тим самим цю владу у форму панування, дозволяє виокремити безпосередні випадки такого зловживання у аналізованому медіа-продукті.

Важливою рисою КДА є його трансдисциплінарність - як Теун Ван Дейк, так і Норман Ферклоу, визначають неможливість повноцінного аналізу, який передбачав би лише застосування підходу без включення у його межі інших теорій, методів, тощо. Причина полягає у тому, що хоча КДА пропонує підхід до дискурсивних практик, який дозволяє виокремити їх роль у контексті більш ширшої соціальної практики, проте сам по собі він не визначає, яким саме чином необхідно інтерпретувати цей соціальний контекст, що разом із цим викликає потребу у застосуванні інших методик. Тому необхідним доповненням для дослідження із призми КДА виступає концепція полів П'єра Бурдьє, його характеристика поля журналістики а також типологія капіталів (у найбільшій мірі саме символічного капіталу як основи для символічного панування, для більш повного розкриття якого також застосовується поняття «авторитету» Ханни Арендт), оскільки із цієї призми стає можливим визначення переформатування дійсних соціальних практик медіа в умовах комерціалізації та відповідного характеру соціальної взаємодії у моделі «медіа-реципієнт». Визначення таких соціальних практик, у свою чергу, конституює можливість повноцінного критичного дискурс-аналізу медіа-

продукту із урахуванням встановленого контексту. Для визначення ж проблемності інкорпорації медіа у рамки ринкових відносин, а також виокремлення нормативних функцій і позитивних зовнішніх ефектів, застосовується концепт «збою ринку» Віктора Пікарда, а також його визначення медіа-продукту із призми публічного менеджменту.

Також у дослідженні застосовується положення теорії масової комунікації у традиції Елізабет Ноель-Нойман – концепту «спіралі мовчання» та поняття «квазістатистичного органу», що, включно із соціокогнітивною теорією Теуна Ван Дейка, дозволяє визначити можливі наслідки когнітивного впливу медіа-продуктів на реципієнтів, та, відповідно, зміну їх сприйняття реальності, що, у свою чергу, конституює соціальну дію.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, шістьох підрозділів, висновків, списку використаної літератури, та додатків. Обсяг роботи – 131 сторінка.

1. КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ЗМІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЦІЛІ, ФУНКЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ

1.1 Нормативні функції мас-медіа

Критичний дискурс аналіз характеризується своєю проблемною орієнтованістю. Відповідно, у першу чергу дослідження потребує визначення тієї проблематики, яка несе у собі комерціалізація ЗМІ. Визначаючи те, якій невідповідності із нормативними уявленнями сприяє комерціалізація ЗМІ, перш за все варто визначити, які їх функції визначаються як нормативні і у певній мірі «легітимізують» вироблення та поширення ними символічної продукції через медіа-дискурс. Визначення таких функцій наявні, зокрема, у роботах Віктора Пікарда та Теуна Ван Дейка. Серед основних можливо виділити такі:

1. Поінформування

Роль поінформування полягає у наданні інформації споживачу про події та явища, що відбувається у його навколишньому середовищі, суспільстві, та світі зокрема. «Класична» функція ЗМІ, яка слугує демократичній концепції, основою для якої є модель «поінформованого громадянина», чії дії є раціональними і обумовлюються його наявною інформацією.

2. Просвітництво

До цієї функції входить жанр «пояснювальної» журналістики яка передбачає певну інтерпретацію висвітлюваних явищ та подій, а також надання споживачеві інформації певного знання. Головна відмінність від поінформування полягає у наявності певних висновків та аналізу. Також, до цієї функції входить поширення тих чи інших освітніх матеріалів.

3. Public forum

Ця функція полягає у висвітленні позицій та інтересів різних соціальних груп у суспільстві в межах держави або світу загалом.

4. Watch-dog

Ця функція є причиною того, чому ЗМІ також називають «четвертою владою». Входить у жанр «наглядової журналістики». Полягає у нагляді за діями влади, яка втілюється у тих чи інших публікаціях, наприклад - журналістських розслідуваннях.

Посилаючись на Віктора Пікарда, за, умови, якщо ЗМІ виконують ці нормативні функції, виробляючи «позитивні зовнішні ефекти» (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.), вони стають інститутом, який виробляє суспільне благо, яке є "non-rivalrous", тобто неконкурентним (тому що вживання одними індивідами цього публічного блага також і не виключає можливість його споживання і іншими), а також "non-excludable" тобто такими, які не виключають нікого від отримання інформації, таким чином його важко монетизувати, або виключити "фрірайдерів" від отримання блага. Тим самим продукт, який виробляє мас медіа, вирізняється від інших, "матеріальних товарів" у капіталістичній економіці. Це впливає із того, що продукт мас-медіа приносить позитивні зовнішні ефекти, тобто такі, які приносять вигоду за межами виміру дохідності. Наприклад інформацію, вироблену журналістською практикою, у цьому ж вимірі можливо порівняти із чистим повітрям та знаннями, які також є продуктами, вигідними поза межами дохідності⁴.

Таким чином, усі ці функції полягають у відповіді на питання "яку публічну цінність можуть принести ЗМІ" – тобто чим обумовлене їх існування та функціонування у суспільстві, а також, «чому варто споживати її символічну продукцію?».

Повертаючись до українського кейсу, визначення таких функцій як нормативних в межах українського суспільства не є експліцитним. Використовуючи категорії Марша (і навіть умовно відкидаючи наявності в

⁴ Pickard V. The great evasion: confronting market failure in american media policy [Electronic resource] / V. Pickard // Critical studies in media communication. – 2014. – Vol. 31. – P. 153–159. – Mode of access: <https://doi.org/10.1080/15295036.2014.919404>. – Title from screen.

Україні процесів «інституційного ізоморфізму»), який визначав поняття інституту як результату сформованих ментальних моделей певного суспільства, і, відповідно їх інтерсуб'єктивних цінностей, ми могли б порівняти наявний status-quo із тими принципами, що втілюються у інститутах – законах, які визначають діяльність ЗМІ, або із принципами процесуального права певної державної організації, яка здійснювала б певний «медіа-фільтр» і визначала порушення принципів журналістики. Тим, не менш, в Україні на даний момент відсутні інститути, які могли б повноцінно відігравати роль «регулятора» у даній сфері. На даний момент закони швидше є процесуальними відносно до порядку отримання, надання інформації, організації ЗМІ, але, при цьому, немає критеріїв дотримання тих чи інших функцій, які відповідно можливо було б визначити як нормативні (як наприклад кодексу журналіста). Тим не менш, ми можемо виявити бачення нормативних функцій із соціальних опитувань щодо суспільної ролі ЗМІ, результати якого хоча і не можна інтерпретувати як «сформовані суспільні ментальні моделі», але принаймні дозволяють виділити суспільні нормативні преференції.

Наприклад, ми можемо розглянути результати опитування щодо індексу медіаграмотності українців від «Info Sapiens», де респондентів опитували стосовно їх бачення ролі ЗМІ у суспільстві та, відповідно, вимоги до їх продукції. За результатами, поширеним є уявлення ролі ЗМІ у формі інформатора про суспільно-значущі події (63%), освіченні (39%), трансляванні певних цінностей (39%), ролі платформи для діалогу між державою та суспільством (32%), критиці і контролі влади (25%)⁵.

Звідси ми можемо спостерегти, що ті вимоги та очікування від ЗМІ є когерентними до нормативних функцій. Роль інформатора про суспільно-значущі події експліцитно пов'язана із функцією поінформування, роль освіти та транслявання певних цінностей відсилає до функції просвітництва. Роль

⁵ Індекс медіаграмотності українців [Електронний ресурс] // Info Sapiens. – Режим доступу: <https://sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=175>

платформи для діалогу між державою та суспільством у свою чергу передбачає певний майданчик для висловлювань, тому можливо віднести цю функцію до public forum. А роль критики і контролю - до функції «Watch-dog» відповідно.

Опираючись на теорії символічного капіталу П'єра Бурдьє, можемо визначити, що закріплені ментальні усвідомлення щодо суспільної ролі ЗМІ виступають для них як певна форма «символічного капіталу», під чим він розумів певний синонім до «легітимності, яка походить від визнання-невизнання»⁶. Соціальні взаємодії, які відтворюються на основі такої форми капіталу, у свою чергу базуються на довірі. У певній мірі, соціальний ресурс символічного капіталу можливо порівняти із категорією «авторитету» Ханни Арендт – як певний елемент, завдяки якому у взаємовідносинах між людьми встановлюються відносини послуху між носіями авторитету і тими, хто його визнає⁷. Символічний капітал же виступає не лише у відносинах підпорядкування (хоча при цьому у ньому також є інкорпорованим такий тип взаємодії і він може застосовуватись як засіб легітимації таких відносин), але і у соціальних практиках загалом, але їх спільність характеризуються у тому, що взаємовідносини на їх основі базуються лише на визнанні цієї характеристики авторитету\символічного капіталу - соціальній прийнятності, довірі. Символічний капітал не може існувати сам по собі, він завжди обумовлюється і відповідає інтерсуб'єктивним ментальним моделям (цінностям, традиціям і т.д) суспільств і може приймати різні форми. За Бурдьє, функціональність символічного капіталу реалізується як необхідний «посередницький елемент» міжособистісних угод⁸. Наприклад, Бурдьє зазначає, що без символічного капіталу можливість ведення будь-яких

⁶ Бурдьє П. Формы капитала [Електронний ресурс] / Пьер Бурдьє // Экономическая социология. / пер. з нмцк. М.С. Добряковой – 2002. – Т. 3, № 5. – С. 60–74. – Режим доступу: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205039/ecsoc_t3_n5.pdf#page=60..

⁷ Арендт Х. Що таке авторитет? [Електронний ресурс] / Х. Арендт // Між минулим і майбутнім / пер. з англ. В. Черняк. – Київ, 2002. – С. 98–150. – Режим доступу: http://aps-ua.org/wp-content/uploads/2017/03/Arendt_Mizh-mynulym-i-maibutnim.pdf. – Назва з екрана.

⁸ Бурдьє П. Символический капитал [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // Практический смысл / пер. з фр Н. А. Шматко. – Санкт-Петербург, 2001. – С. 96–103. – Режим доступу: http://yanko.lib.ru/books/cultur/bourdieu-praktich_smusl-8l.pdf. – Назва з екрана.

відносин взаємного обміну\угод, у яких є відсутнім елемент «спорідненості» за ознакою сумісного проживання у общині, кровної спорідненості, тобто загальною поінформованості щодо індивідів, які визначаються як «інший», є значно нижчою. По мірі переходу від відносин між «братами» до відносин між «чужаками» відповідно зменшується сама можливість їх ведення⁹. Символічний же капітал, хоча і має більш слабку значущість у відносинах між «чужаками», уможливорює ведення таких відносин, що у нашому випадку забезпечується у вигляді «легітимації» ЗМІ завдяки нормативному баченню соціальної реальності оцінювачів - аудиторії.

Тим не менш, існує проблема у повноцінному виконанні нормативних функцій медіа. Вона полягає у їх амбівалентній функціональності - дуалістичності ролей внаслідок їх інкорпорації у рамки ринкових відносин. З однієї сторони, ЗМІ виступають так званим «суспільним інститутом», саме на них полягає завдання у вигляді надання громадян об'єктивної інформації, виконання функції «watch-dog», «public forum» і т.д. Але при цьому, з іншої сторони, медіа у межах ринкових відносин стає у першу чергу підприємством. У свою чергу, завданням будь якого підприємства в умовах капіталістичної економіки є максимізація прибутку, отримання максимальної вигоди при мінімізації витрат, що сприяє можливій функціональній переорієнтації ЗМІ. Це стає необхідною умовою для існування медіа у разі їх приватного характеру. Опираючись на роботу Семуеля Хантінгтона, можемо зазначити, що ефективність інституту характеризується ступінню його інституціоналізації. Ця ступінь, у свою чергу, обумовлена чотирма критеріями: адаптивність-ригідність, складність-простота, автономність-залежність, згуртованість-роз'єднаність¹⁰. Досліджувана нами проблематика зачіпає третій критерій інституціоналізації – автономності-залежності. Хантігнтон визначає її як

⁹ Бурдьє П. Символический капитал [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // Практический смысл / пер. з фр Н. А. Шматко. – Санкт-Петербург, 2001. – С. 96–103. – Режим доступу: http://yanko.lib.ru/books/cultur/bourdieu-praktich_smusl-8l.pdf. – Назва з екрана.

¹⁰ Хантингтон С. Политические институты: сообщество и политический порядок / С. Хантингтон // Политический порядок в меняющихся обществах / пер. з англ. В. Рокитянский. – Москва, 2004. – С. 28–42.

незалежність від зовнішнього тиску. У свою чергу він здатен проявлятися у різних формах. Наприклад, зовнішній тиск проявляється у випадку впливу одного інституту на інший, або тоді, коли вплив на інститут здійснюють ті чи інші сфери, які знаходяться поза межами інституту, але як найпростішу форму автономності Хантінгтон визначає як «незалежність від певної суспільної групи – класу, сім'ї клану»¹¹. У випадку ж ЗМІ ми можемо відзначити, що її інкорпорованість у механізми ринкових відносин сприяє її економічній залежності. Але при цьому, ЗМІ також характеризується своєю суспільною значущістю у вимірі тих позитивних «зовнішніх ефектів», які вони виробляють, і які не можуть вимірюватись лише ринковою логікою.

У свою чергу також виокремимо, що потреба у автономності ЗМІ як суспільного інституту не означає, що для їх ефективності вимагається повна незалежність. У цьому вимірі, інститути потребують певну «точку опори», яка визначає їх «ентелехію», тобто прагнення до певної мети. Таким чином, ступінь автономності інституту визначатиметься тим, наскільки його дії відповідатимуть заданим нормам. Можливо навести приклад, який зазначав Семуель Хантінгтон у своїй роботі – «судова влада незалежна у тій мірі, в якій вона притримується саме юридичних норм і в якій мірі її цілі та поведінка незалежні від поведінки інших суспільних інститутів та суспільних груп»¹². У випадку, наданому Хантінгтоном, саме юридичні норми слугують тим «фундаментом», на якому опираються функції та поведінка суду. Також, роллю такої «точки опори» у випадку ЗМІ виступають її нормативні функції.

1.2 Зміна мети, цілей, та стратегій медіа в умовах комерціалізації

Повертаючись до проблематики інкорпорації ЗМІ у ринкові відносини також визначимо, у яких саме формах залежності проявляється «комерціалізація» ЗМІ:

¹¹Хантінгтон С. Политические институты: сообщество и политический порядок / С. Хантінгтон // Политический порядок в меняющихся обществах / пер. з англ. В. Рокитянский. – Москва, 2004. – С. 28–42.

¹² Там само

Перша форма залежності є найбільш «експліцитною». Вона проявляється у найбільш елементарній, за Хантігтоном, формі – «залежності від певної суспільної групи – класу, сім'ї клану»¹³. У нашому кейсі цією суспільною групою є клас політичних підприємців. У свою чергу, поняття політичного підприємництва передбачає існування «політичного ринку», де політичні актори виробляють «товар» - певну політику, спрямовану на вирішення тих чи інших проблем\досягнення інтересів певного суспільного сектору, і т.д, яку виборець може «придбати» шляхом голосу. Цими політичними акторами виступають політичні підприємці. Тим не менш – мета виробництва продукту політичного підприємництва - політичні рішення, обумовлена не тільки і не стільки формуванням політики, найбільш відповідної\найкращої до тієї суспільної групи, якій вона пропонується. Причина полягає у тому, що політичний підприємець вкладаючи певні індивідуальні, у тому ж числі економічні ресурси, здійснює це задля отримання ресурсу політичного, який у свою чергу, надасть підприємцю доступ до певного суспільного продукту. Таким чином, ми визначаємо політичних підприємців за Джоном Кінгдоном, як «людей, які інвестують свої ресурси в політичну діяльність з метою отримати дивіденди у вигляді права розпоряджатися суспільним продуктом і отримувати частку цього продукту»¹⁴.

Опираючись на теорію капіталів П'єра Бурдьє, можемо зазначити, що у випадку взаємодії таких політичних підприємців із ЗМІ відбувається «потрійний напів-оборот, який повертається до вихідної точки»¹⁵. Політичні підприємці, застосовуючи свої економічні ресурси, переформатовують їх у ресурс символічний, завдяки поширенню тих чи інших уявлень, поглядів, серед аудиторії через дискурс. Причина полягає у тому, що ЗМІ, висвітлюючи певний «політичний товар» політичного підприємця – політичну пропозицію,

¹³ Хантингтон С. Политические институты: сообщество и политический порядок / С. Хантингтон //

Политический порядок в меняющихся обществах / пер. з англ. В. Рокитянский. – Москва, 2004. – С. 28–42.

¹⁴ Дем'янчук О. Демократія ідеальна та реальна: модель політичного ринку / Олександр Дем'янчук // Державна політика і державне управління: політологічні аспекти. – Київ, 2008. – С. 99–110.

¹⁵ Бурдьє П. Символический капитал [Электронный ресурс] / П. Бурдьє // Практический смысл / пер. з фр Н. А. Шматко. – Санкт-Петербург, 2001. – С. 96–103. – Режим доступа: http://yanko.lib.ru/books/cultur/bourdieu-praktich_smusl-8l.pdf. – Назва з екрана.

або поширюючи ті чи інші «фрейми», (у вигляді надання громадськості бачення певної проблеми, цілей, цінностей), образи, симулякри, які роблять «політичний товар» більш «привабливим», разом із цим також надають їм більшої значущості внаслідок посилення їх демонстративної природи, а отже, роблять їх і більш визнаваними в очах споживачів, у чому і полягає резонабельність отримання символічного капіталу – «іміджу». Символічний капітал, як влада, отримана від визнання, у свою чергу, підвищує рівень довіри й авторитету підприємця, що дозволяє йому отримати доступ до політичних ресурсів. Доступ до політичної влади і капіталу же дозволяє розпоряджатися суспільними ресурсами, що відкриває потенціал до отримання певної, більш вигідної для підприємця, суспільної частки, оскільки політична влада надає йому можливість розпоряджатися суспільними ресурсами. ЗМІ же, як носії символічної влади, у такому випадку виступають як певний «інструмент» на першому етапі переформатування капіталів, оскільки згідно до Бурдьє, символічний капітал виступає як один із механізмів, завдяки якому «капітал іде до капіталу»¹⁶. Із цього випливає те, що політичними підприємцями ЗМІ застосовуються у першу чергу як засіб легітимації політичної влади.

Але у такому випадку, роль «інструменту переформатування» стає домінуючим над такими, які складають нормативні функції ЗМІ. Це обумовлюється тим, що рівень автономії як незалежності від зовнішнього впливу для агентів усередині журналістського «поля» визначається, за Бурдьє, тиском засобів існування агентів (як наприклад рекламодавців, бенефіціарів, ринок читачів, і т.д.)¹⁷. Чим сильнішим є ринковий тиск або більшою частка доходу, яка обумовлюється надходженнями від "зовнішніх полів", тим меншою є автономність, яку, у свою чергу, ми визначаємо як відповідність до «точки опори», тобто заданих норм і нормативних функцій відповідно.

¹⁶ Бурдьє П. Символический капитал [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // Практический смысл / пер. з фр Н. А. Шматко. – Санкт-Петербург, 2001. – С. 96–103. – Режим доступу: http://yanko.lib.ru/books/cultur/bourdieu-praktich_smusl-8l.pdf. – Назва з екрана

¹⁷ Бурдьє П. Власть журналистики [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // О телевидении и журналистике / пер. з фр Ю. Маркова. – 2002. – С. 92–104. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/burde-vlast-zhurnalistiki>. – Назва з екрана.

У нашому випадку ми можемо визначити вкрай слабку автономність медіа «Україна 24». Це можливо визначити за відсутністю будь-яких пропонованих механізмів підтримки медіа самою її аудиторією (як наприклад платна підписка, пряме залучення коштів, платним доступом до того чи іншого контенту і т.д.), що у свою чергу свідчить про відсутність розвинутого ринку безпосередньої клієнтури та, відповідно, про неможливість визначати дані ЗМІ як такі, які формуються своїми ж читачами\глядачами. Можливо провести аналогію із концепцією «базового елементу» партій за Морісом Дюверже. У випадку «Буржуазної партії» базовим елементом є «комітет», його існування забезпечується шляхом фінансування окремих осіб, які мають значні економічні ресурси, або підприємств, а діяльність обумовлюється реалізацією волі до влади – перемогою партії під час виборчого процесу. Для «соціалістичних партій» базовим елементом є «секція», яка забезпечується фінансуванням мас шляхом їх індивідуальних внесків. Важливою складовою секції є залученість мас у діяльність партій, а також взаємне формування дискурсу шляхом, наприклад, взаємного обговорення ідеології партії на секційних з'їздах та зборах. Таким чином, за Дюверже, соціалістична партія у певній мірі виступає «формою самовираження мас»¹⁸. Ми можемо екстраполювати типологію Дюверже і на медіа, оскільки у обох випадках наявна спільна риса – детермінованість цілей агентів їхньою економічною залежністю.

Звідси впливає також ще одна проблема інкорпорації медіа у ринку у вимірі політичного підприємництва - вона полягає у політичній нерівності. Це обумовлюється тим, що політична діяльність потребує також і залучення економічних ресурсів. ЗМІ виступають важливим інструментом політики як у вимірі боротьби за досягнення влади (politics), так і процесу вироблення, ухвалення, і здійснення рішень (policy), або ж, за визначенням О.П. Дем'янчука, як засобу ненасильницького задоволення тих чи інших інтересів

¹⁸ Пшик В. Тенденції мас-медіа у вимірі маніпулятивного впливу / Використання політичної маніпуляції українськими політичними партіями на місцевих виборах 2020 року. – 2021. – С. 44–61.

шляхом взаємної комунікації із іншими суспільними групами або окремими особами, і т.д. У такому випадку ЗМІ є посередником публічної політики, оскільки вони слугують засобом комунікації, завдяки якому відбувається поширення тих чи інших дискурсів, фреймів, забезпечення (нормативно) соціальної взаємодії тощо. Відповідно, оскільки забезпечення функціонування ЗМІ потребує економічних ресурсів, звідси впливає і політична нерівність, обумовлена економічною нерівністю. Наслідком цього є те, що зокрема Бурдьє називав «залізним законом олігархії» - концентрацією у осередках політичних партій «монополістичного» доступу на «розпорядження засобами спасіння», тобто монополізацією влади у межах суспільної групи, яка виступила її електоратом¹⁹. Форма цієї монополізації полягає у концентрації політичного капіталу як можливості до репрезентації електоральних суспільних груп. Це проявляється зокрема, у праві на публічний виступ, де можливість на висловлення інтересів, позицій, потреб відповідної суспільної групи обмежується лише офіційними представниками. У цю концепцію також входять і ЗМІ, оскільки вони виступають засобом виробництва і поширення тих чи інших суджень, зокрема і «опіній» суспільних груп. Відповідно, чим меншим є обсяг економічних капіталів суспільних груп, тим меншим є їх доступ до автономної саморепрезентації, що призводить до мінімізації їх політичного впливу. У найбільш монополістичних умовах, коли засоби виробництва й поширення опіній знаходяться у вузьких руках - декількох політичних підприємців, під контролем актора-монополіста на політичному чи економічному полі, посилюється інформаційна асиметрія, а вплив горизонтальної складової у політичному процесі значно послаблюється. Монополістичне поширення позицій, опіній, призводить до «одноосібного» формування порядку денного а також представлення тих питань, які у ньому постають. Таким чином, так як ЗМІ виступають засобом комунікації у

¹⁹ Бурдьє П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // О телевидении и журналистике / пер. з фр Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 107–140. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/burde-pole-politiki-pole-socialnyh-nauk-pole-zhurnalistiki>. – Назва з екрана.

публічній політиці, політична взаємодія, яка є «опосередкованою» через ЗМІ, перетворюється у певний аналог «квазі-референдуму», коли варіативність дій обмежується лише споживанням виробленого символічного продукту або його відторгненням, а також прийняттям\неприйняттям вироблюваних фреймів. А, оскільки в умовах медіатизації політики, існування тієї чи іншої події, питання на порядку денному, політичної позиції тощо залежать від їх висвітлення у ЗМІ, то ми можемо робити висновок і про певну «монополізацію» на визначення політичного і (хоча й частково), на саму політику зокрема.

Друга форма залежності втілюється у більш «імпліцитній» формі. Вона полягає у тому, що внаслідок інкорпорації ЗМІ у ринкові відносини змінюється і сама їх модель поведінки, обумовлена наближеністю до «економічного полюсу».

Пояснюючи причинність цієї детермінованої властивості, варто звернути увагу на те, які властивості містить поле як простір зв'язку та взаємодії відповідних агентів. Так, за Бурдьє, властивістю кожного поля є наявність певної категорії інтересів а також «правил гри», які визначають певну вигоду, задля якої у межах поля відбувається безперестанна конкуренція, і яка разом із цим є автономною відносно до інтересів у межах інших полей, тим самим формуючи собою "мікрокосм"²⁰. Але, елементи цього мікрокосму у свою чергу є змінною, а не константою категорією, вони здатні змінюватися як внаслідок боротьби агентів всередині поля, так і можливого зовнішнього впливу. Також, хоча самі поля і є автономними, але, тим не менш, не незалежними. При цьому, кожне поле характеризується різною ступінню цієї автономності від інших полей. Хоча Бурдьє і застосовує саме поняття «агенту», а не, наприклад, «суб'єкту», оскільки він визначав їх певну автономність – не повністю «детерміністичний» характер (втілювані стратегії

²⁰ Бурдьє П. Некоторые свойства полей [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // Социологическое пространство Пьера Бурдьє. / пер. з фр Ю. Маркова - Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/nekotorye-svoystva-polej>. – Назва з екрана.

а також «бачення світу», яке Бурдьє порівнював із «окулярами на очах», у великій мірі обумовлюються сформованим габітусом, який хоча і є продуктом економічних та соціальних умов, але також опосередковується і індивідуальним життєвим досвідом), практики, які втілюють агенти, також конститууються тими чи іншими факторами, як наприклад позицією агента у полі та ступінню його незалежності²¹.

У свою чергу поле журналістики, одними із агентів якого є ЗМІ, визначається своєю значною вразливістю до впливу політичного, а також економічного (який є найбільш сильним) полей²². При цьому, якщо конкурентним ресурсом для агентів журналістського поля є символічний капітал, який втілюється у визнанні, популярності, професіоналізмові, і т.д., то для агентів економічного поля до цієї категорії інтересів належить відповідний «матеріальний» тип капіталу. Таким, чином, у випадку інкорпорованості ЗМІ у ринкові відносини, а отже, і у становленні як у першу чергу економічного, а не культурного сектору, відбувається і відповідна зміна стратегій і цілей агентів поля, найбільш уразливих до «економічного полюсу»²³. Це переформатування проявляється у тому, що стратегії агентів журналістського поля, наближених до «економічного полюсу», підкорюється логіці економічних відносин. Таким чином, вироблюваний ЗМІ символічний продукт перетворюється у першу чергу, хоча і на специфічний, але ринковий товар. Також і самі стратегії акторів отримують «ринкову» форму. Це втілюється, зокрема, у тому, що ЗМІ застосовують стратегії максимізації доходу та мінімізації витрат, спрямування на максимальне розширення ринків збуту, «конкурентної політики». У такому випадку головним показником "успішності" медіа стають рейтингові показники. Перелічені економічні стратегії власне і стають тими засобами, за

²¹ Бурдьє П. Введение в социальный анализ Пьера Бурдьё [Електронний ресурс] / П. Бурдьё // Социология политики / пер. з фр. Н. А. Шматко. – Москва, 1993. – С. 6–25. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/shmatko-vvedenie-v-socioanaliz-pera-burde>. – Назва з екрана.

²² Бурдьє П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики [Електронний ресурс] / П. Бурдьё // О телевидении и журналистике / пер. з фр. Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 107–140. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/burde-pole-politiki-pole-socialnyh-nauk-pole-zhurnalistiki>. – Назва з екрана.

²³ Бурдьє П. О телевидении [Електронний ресурс] / П. Бурдьё // О телевидении и журналистике / пер. з фр. Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 22–88. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/bourdieu-o-televidenii>. – Назва з екрана.

допомогою яких здійснюється боротьба між акторами, обумовлена "рейтинговим інтересом".

Також варто зазначити, що дотримання таких «економічних стратегій» ЗМІ, у свою чергу, не може не вплинути на зміст та форму самого символічного продукту, невідповідної до нормативних функцій. Зокрема, ми можемо спостерігати явище, для визначення якого самі медіа вживають поняття "chouralism". Така форма журналістики є наслідком економічної стратегії "мінімізації витрат - максимізації прибутку", яка являє собою застосування журналістами, у випуску тих чи інших публікацій у ЗМІ, самостійно «необроблених», готових матеріалів, виготовлених PR-агентствами, але при цьому не виготовляють оригінальні статті із дотриманням журналістських стандартів. У великій мірі це пов'язано саме із намаганнями мінімізувати можливі витрати, так як вироблення авторських, оригінальних статей потребує набагато більшого залучення ресурсів. В певній мірі, у цьому спостерігається «гомогенізація» змісту обох дискурсів – «журналістського» та «PR»-дискурсів. При цьому ця гомогенність є не стільки рівнозначною, скільки входить у певну міру відносин «підлеглості», де «підлеглою» стороною виступає саме журналістський дискурс. Як зазначають Деніель Джексон та Кевін Молоні, першочергово відносини між PR-агентом та журналістом розглядалися за принципом «інформаційної субсидії» (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.), тобто моделі, де спеціаліст з питань PR діє як свого роду "попередній репортер" для журналіста. Таким чином, в обмін на надсилання заздалегідь упакованої інформації, яку журналіст може використовувати для написання матеріалу, PR-агент розраховує отримати вигідне висвітлення свого клієнта. Тим не менш, вихід за межі таких відносин обумовлювався орієнтацією на виготовлення контенту, зміст якого уже є готовим до його публікації журналістом («page-ready» матеріал), який супроводжується «мімікрією» під відповідний матеріал, як наприклад, оформленням відповідного стилю, або наявності квазі-«аналізу», властиве так званій

«іміджевій статті»²⁴. Таким чином, унаслідок мінімізації витрат ЗМІ виступають швидше «посередником» між суспільством та PR-агентами, які застосовують символічний капітал медіа.

Також до явища "chouralism"-у відноситься не лише гомогенність журналістського та PR-дискурсу. Потреба у максимізації прибутку, а також конкурентні умови, вимагають безперервної актуалізації, «сенсаційності контенту» - «fast-thinking», як зазначав Бурдьє²⁵. У першу чергу це обумовлюється боротьбою акторів у межах журналістського поля. Варто також зазначити те, що хоча актори у межах журналістського (та не лише) поля й прагнуть до їх відмінності від інших акторів, де на основі тих чи інших елементів їх продукту виробників, останні очікують на визнання їх більшої компетентності, та, відповідно, значущості порівняно із конкурентами, першочергова відмінність при цьому полягає не у різниці між якістю самого контенту – він отримує критерій оперативності²⁶. Таким чином, хоча журналісти й орієнтовані на гетерогенність, оригінальність подачі матеріалу, фактична відмінність при цьому залишається вкрай слабкою. Хоча в умовах конкуренції актори орієнтуються не лише на відмінність у оперативності, але й наприклад, якості звуку, зображення тощо, гетерогенність при цьому не стає виразнішою навіть у випадку крайньої відмінності у межах цих категорій, оскільки вони визначають лише відмінність форми, але не сутності. Причина полягає у тому, що дані відмінності вибудовуються на спільних «точках» навколо яких проходить конкурентна боротьба. Ними виступають наприклад, ті чи інші події, висвітлення дискурсу і т.д. – тобто сам зміст контенту, відбір якого визначається сформованим «габітусом» акторів, який, у випадку «габітуса журналіста», визначається насамперед за актуальністю та резонансністю, що, також, у великій мірі визначається тим, чи отримало це

²⁴ Jackson D. Inside churnalism [Electronic resource] / D. Jackson, K. Moloney // Journalism studies. – 2015. – Vol. 17, no. 6. – P. 763–780. – Mode of access: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2015.1017597>. – Title from screen.

²⁵Бурдьє П. О телевидении [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // О телевидении и журналистике / пер. з фр Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 22-88. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/bourdieu-o-televidenii>. – Назва з екрана.

²⁶Там само

висвітлення у інших медіа²⁷. Таким чином ми можемо визначити гомогенізацію не лише журналістського дискурсу із PR-дискурсом, але також і однорідність самих дискурсів усередині журналістського поля – «одновимірність» пропонованої ними інформації.

Така тенденція є свідченням концепції взаємообумовленості практик Бурдьє, яка визначає, що характер вироблюваних акторами практик у великій мірі визначається попередніми практиками, оскільки вони визначають спрямованість наступних. Це обумовлюється тим, що практики несуть за собою і певні зміни соціального світу, тим самим вони, відповідно, створюють певні передумови для виникнення нових практик²⁸. У цьому вимірі процес є «циклічним» - практики, конституювані попередніми, рівнозначним чином конституюють і наступні. У вимірі журналістського поля це проявляється у тому, що практики медіа обумовлюються діями своїх конкурентів. Так, це може проявлятися як у доволі експліцитній формі, де, наприклад, висвітлення одними медіа певної події, також вимагає відповідної дії від конкурентів, задля того, аби, по перше, нівелювати відмінність практики конкурента, а відповідно, його значущість у баченні аудиторії (а швидше навіть – баченні самих їх конкурентів), і, по-друге, разом із цим виокремити власну відмінність на основі покращення тих чи інших критеріїв «форми». Також, тенденція «взаємо-обумовленості» проявляється у імпліцитній формі впливу у межах поля – «невидимими силовими відносинами»²⁹. Потужні актори навколо себе здатні змінювати «простір» поля навколо себе, що у свою чергу впливає на

²⁷ Бурдьє П. О телевидении [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // О телевидении и журналистике / пер. з фр Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 22-88. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/bourdieu-o-televidenii>. – Назва з екрана.

²⁸ Бурдьє П. Пьер бурдьё: социальное пространство: поля и практики. «Социальное пространство» Пьера Бурдьё. Послесловие Н. А. Шматко [Електронний ресурс] / Пьер Бурдьё // Социальное пространство: поля и практики. Сборник Статей / пер. з фр. Н. А. Шматко. – 2005. – Режим доступу: <https://gtmarket.ru/library/basis/3707/3708>. – Назва з екрана.. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3707/3708>.

²⁹ Бурдьє П. О телевидении [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // О телевидении и журналистике / пер. з фр Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 22-88. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/bourdieu-o-televidenii>. – Назва з екрана.

практики інших агентів³⁰. У контексті нашої проблематики гомогенізації ЗМІ це проявляється у тому, що домінуючий у полі агент здатен нав'язувати ті чи інші моделі практик для більш слабких конкурентів, тобто надавати певну «ідеальну модель наслідування» - «задавати тон». Таким чином, навіть у випадку, якщо пряма конкуренція між акторами відсутня, процес уподібнення, при цьому, не нівелюється.

Продовжуючи тему проблематик, обумовлених унаслідок застосування економічних стратегій ЗМІ, також варто звернути увагу на негативні ефекти практик спрямованих на максимальне розширення ринків збуту. Оскільки головною «ставкою» ЗМІ в умовах «комерціалізації» стає рейтинг, вони вимушені діяти як підприємства, та відповідно, максимізувати потенційну «клієнтуру». У свою чергу, це проявляється у тому, що ЗМІ формують стратегію вироблення продукції відповідно до поглядів та запитів якнайбільш широкої аудиторії.

Експліцитно, проблематичність такої орієнтації ЗМІ здатна сприйматись як алогічна, оскільки, як було визначено, погляди споживачів медіа щодо ролі медіа у суспільстві, відповідають їх нормативним функціям. На цьому етапі ми зустрічаємося із диз'юнкцією «нормативного сприйняття» медіа та дійсного запиту на її продукцію. Це можливо визначити за дослідженням соціологічної служби Центру Разумкова спільно із Фондом «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва» шляхом опитування щодо того «Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019 р. та початку пандемії COVID-19», де окрім тих засобів інформації, які обирають громадяни, також були досліджені вимоги до культурної продукції ЗМІ – їх преференції у виборі того чи іншого медіа³¹. Порівнюючи ці дані із

³⁰ Бурдьє П. Пьер бурдьє: социальное пространство: поля и практики. «Социальное пространство» Пьера Бурдьє. Послесловие Н. А. Шматко [Електронний ресурс] / Пьер Бурдьє // Социальное пространство: поля и практики. Сборник Статей / пер. з фр. Н. А. Шматко. – 2005. – Режим доступу: <https://gtmarket.ru/library/basis/3707/3708>. – Назва з екрана.. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3707/3708>.

³¹ Центр Р. Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020р.) [Електронний ресурс] / Разумков Центр // Центр Разумкова. – Режим доступу: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta->

дослідженням «Детектор медіа» та «Info Sapeins» щодо індексу медіаграмотності та бачення респондентами ролі ЗМІ у суспільстві, можливо визначити сильну статистичну різницю між показниками.

Головна відмінність полягає у критерії «розваги», у випадку «нормативного погляду», думка щодо «розважання ЗМІ аудиторії» як функції у суспільстві становить 28%, у той час як у випадку індивідуального вибору ЗМІ аудиторією критерій "цікавості" стає найбільш популярним відносно до інших – він становить 58.4%³². Загалом, завдяки тесту різниці часток ми можемо вивести ступінь статистичної значущої різниці. За показником z-score, який дорівнює 30.4, можемо визначити, що статистична різниця між нормативними поглядами щодо ЗМІ і дійсною орієнтацією споживання медіа є вкрай значущою, оскільки він перевищує критичне значення (2.575) у понад 11 раз. Так як сам показник z-score за значення 2.575 передбачає, що різниця є значущою із ймовірністю 99%, з цього випливає, що ми можемо впевнено визначати цю відмінність.

У свою чергу, спрямованість відтворення продукту ЗМІ до критерію «розваги» та «цікавості» втілюється у поширенні того, що П'єр Бурдьє визначає як сюжети *omnibus*, які характеризуються своєю масовістю, орієнтацією на якнайбільшу частку потенційної аудиторії, і при цьому водночас, відсутністю орієнтації на теми, через які ЗМІ могли б здійснювати функції поінформування та просвітництва (або відповідного висвітлення)³³. Прикладом сюжетів *omnibus* є скандали, надзвичайні події і т.д. – тобто контент, який орієнтований на певний суспільний резонанс, але при цьому не містить культурної значущості у вимірі надання того чи іншого знання. Проблематика внаслідок тенденції до розповсюдження такого типу контенту, у свою чергу, полягає у зменшенні такої інформації, яка дозволяла би у повній

[interesny-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r](#)

– Назва з екрана. (дата звернення: 07.06.2022).

³² Там само

³³ Бурдьє П. О телевидении [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // О телевидении и журналистике / пер. з фр Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 22-88. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/bourdieu-o-televidenii>. – Назва з екрана.

мірі реалізовувати свої демократичні права. Оскільки демократичні держави для повноцінної самореалізації потребують відповідного суспільства, тобто такого, де його члени володіють достатнім культурним капіталом (у його «інкорпорованому» вимірі як набутих знань та навичок) для можливості до участі у політиці та політичних рішеннях. Враховуючи той факт, що, згідно до соціального опитування щодо уподобань та інтересів українців стосовно ЗМІ у опитуванні компанії «Research&Branding Group», для більшості українців основним джерелом інформації є загальнонаціональні телеканали³⁴. У такому випадку, мала концентрація або відсутність культурної продукції медіа стає також (хоча і у неповній мірі) причиною відсутності відповідного капіталу. Також унаслідок стратегії розширення ринків збуту, ЗМІ виробляють та поширюють продукти, які відповідають суспільним настроям найбільшої частини суспільства, що у свою чергу втілюється як і поширенні ідей, які є «загально-консенсусними» (що є однією із причин замкнутості аудиторії у власних ментальних моделях), так і таких ідей, які відповідають поглядам найбільшої частки населення (або принаймні, які характеризуються сприйняттям як найбільш популярних). Як наслідок утворюється проблема асиметричного висвітлення сукупності точок зору, не пропорційній їх силі в суспільстві. Таким чином думки, підтримані ЗМІ, у більшій мірі є завищеними, оскільки продукція концентрується на масовості і тяжіє до характеристик, яка відповідає запитам найбільшої частки населення.

У свою чергу, це призводить до зміни поведінки реципієнтів із відмінними поглядами від таких, які сприймається як громадська думка, оскільки це спонукає їх до приховування власної позиції, внаслідок сприйняття власної думки як непопулярної. У цьому судженні ми відштовхуємося від концепції «спіралі мовчання» Елізабет Ноель-Нойман, яка зазначала, що у більшій мірі індивідам властивий конформістський характер який полягає у бажанні бути

³⁴ detector.media. Найбільш популярними серед українців ЗМІ є телебачення та Інтернет – Research & Branding Group [Електронний ресурс] / detector.media // detector.media. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/123866/2017-03-07-naybilsh-populyarnymy-sered-ukraintsiv-zmi-ie-telebachennya-ta-internet-research-branding-group/> – Назва з екрана.

належними до своєї спільноти. У цьому вимірі приховування власної позиції стає захисною стратегією від потенційної соціальної стигми, що також обумовлює наявність у індивідів так званого «квазістатистичного органу» (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.) – тобто «шостого чуття», яке об'єднує інформацію про те, що загалом думає і відчуває суспільство, оскільки внаслідок страху бути відчуженими, люди постійно намагаються оцінити клімат громадської думки і проводити моніторинг соціальних тенденцій. ЗМІ же виступають як «агенти» гіпотетичного «шостого чуття», так як моніторинг соціальних тенденцій вимагає обробки даних, а пряме спостереження здатне надати лише невелику частку інформації. ЗМІ же надають більшу частину знань про навколишній світ, а також мають величезний вплив внаслідок своєї розповсюдженості і всеохоплюваності. Таким чином вони здатні створювати упереджений погляд суспільства щодо переважної думки. І так як на думку Нойман, готовність висловити свою позицію у великій мірі залежить саме від відчуття наявності підтримки із боку інших індивідів та її відповідності громадській думці, люди із тією позицією, яка не відповідає уявленням щодо загальної думки, не висловлюватимуть її. При цьому популярність думки, яка має статус загальної, і тієї думки, яка є альтернативною, поширюватиметься і звужуватиметься за ефектом снігової кулі. Причина полягає у тому, що Нойман називає *Pluralistic ignorance* – помилковим уявленням про те, що дії індивідів є відповідними їх думкам. Особи, які помічають поширеність власної думки, будуть впевнено її озвучувати, оскільки вважають, що вона є домінуючою. У цей же час, люди, які помічають, що їх думка перестає бути висловлюваною, будуть самі схильними її не озвучувати, так як вважатимуть що вона не є популярною. Таким чином у певній мірі здійснюється самовиконуване пророцтво: люди, впевнені у непопулярності власної думки, самі і підтримуватимуть ілюзію її відсутності³⁵. Звідси випливає те, що ЗМІ

³⁵Griffin E. Spiral of Silence of Elisabeth Noelle-Neumann [Electronic resource] / E. Griffin // A first look at communication theory. – No. 7. – P. 372–382. – Mode of access: <http://www.afirstlook.com/docs/spiral.pdf>. – Title from screen.

не лише забезпечують санкціонований погляд на те, про що думають усі інші (у чому також втілюється і «залізний закон олігархії»), але і програмує «квазістатистичний» орган і формує суспільну думку, що може бути як і «неупередженим» наслідком дій ЗМІ, притримуваних ринковою логікою, так і стратегією, наприклад, політичних підприємців, які прагнуть сформувати свій «політичний продукт» як більш привабливий в очах суспільства (що також опосередковано призводить до гомогенізації політики).

Наприкінці підрозділу також доцільно відповісти на питання «яка у такому випадку полягає дійсна роль нормативних функцій ЗМІ, і чи залишаються вони присутніми загалом? У цьому питанні дуже важливим аспектом є те, що для ринкових підприємств (яким, як ми визначили, також є ЗМІ). У нашому випадку, таким засобом і є загальновизнані нормативні функції, які отримують швидше «фасадний характер», і використовуються задля забезпечення відчуття довіри до підприємства як посередницький елемент, який уможливорює відносини типу «відправник-реципієнт», що відповідно формує сприйняття довіри і до вироблюваного підприємством продукту. Прикладом «фасадного» застосування нормативних функцій можливо навести публікацію «Україною 24» щодо сприйняття населенням України антиолігархічного закону. Він містить заголовок «75% українців вважають, що закон про олігархів не в інтересах народу»³⁶ - таким чином відсилаючи до виконання нормативної функції «public forum», як висвітлення «опіній та інтересів українців». Тим не менш, ми можемо визначити фасадний характер дотримання цієї нормативної функції виходячи від самого «джерела даних», яке не може бути відповідним до дійсної репрезентації населення, оскільки вони походять від «опитування» проведеного у студії політичного шоу "Свобода слова Савіка Шустера", де єдиним критерієм репрезентативності

³⁶ Мартинець С. 75% українців вважають, що закон про олігархів не в інтересах народу [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Segodnya. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/mneniya/75-ukraincev-schitayut-zakon-ob-oligarhah-ne-v-interesah-naroda-1574536.html>. – Назва з екрана..

«опитування» є «пропорційна» вибірка «респондентів» відносно до областей України³⁷. Тому у жодній мірі не можливо визначати такі дані як істинні. Тому дана публікація є швидше не стільки втіленням виконанням нормативної функції «public forum», скільки певної монополізації стосовно репрезентації інтересів суспільства, де сама нормативна функція отримує форму легітимації соціальної практики цього агента. Таким чином, ми можемо зазначити, що символічне значення нормативних функцій стає засобом, який дозволяє створювати відповідне до продукції ЗМІ сприйняття реальності для реципієнтів, які визнають символічну значущість агентів, а отже, і її потенційну зміну.

Отже, у розділі роботи було визначено, яким саме чином інкорпорація ЗМІ, як агентів журналістського поля, у ринкові відносини (що обумовлює його наближеність до «економічного полюсу») конституює їх цілі та стратегії унаслідок зміни їх диспозиції. Таким чином, ми можемо виокремити певні «стратегічні», або ж, «поведінкові» моделі медіа в умовах комерціалізації:

1. Медіа виступають як один із елементів "переформатування" капіталів у процесі "напів-обороту, який повертається до вихідної точки"
2. Медіа виступають "джерелом легітимності" (а також, у рівній мірі, засобом спростування легітимності) політичної дії, що обумовлюється її інтерсуб'єктивним визнанням, у межах боротьби за легітимне бачення світу між іншими полями. При цьому, їх втілювані соціальні практики можуть обумовлюватись «патерном власності», і, відповідно, виступати згідно до цілей акторів інших полів (політичного, або, у нашому випадку, економічного поля).
3. Унаслідок превалювання «ідентичності підприємства» над «ідентичністю суспільного інституту», конкурентний ресурс поля журналістики втілюється у

³⁷Мартинець С. 75% українців вважають, що закон про олігархів не в інтересах народу [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Segodnya. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/mneniya/75-ukraincev-schitayut-zakon-ob-oligarhah-ne-v-interesah-naroda-1574536.html>. – Назва з екрана..

показниках «рейтингу», а соціальні практики медіа обумовлюються боротьбою за застосування економічних стратегій:

- Максимізації доходу та мінімізації витрат, що втілюється у явищі “chournalism”у, який характеризується використанням виготовлених “page ready” матеріалів, підготовлених PR-агентствами.
- Конкурентної політики, де внаслідок конкурентності акторів у межах журналістського поля, виникає тенденція до створення «сенсаційного» контенту, який обумовлюється «габітусом» акторів журналістського поля, де головними критеріями висвітлення того чи іншого соціального явища виступають актуальність та резонансність, і, зокрема, її висвітлюваність у практиках інших агентів журналістського поля.
- Розширення ринків збуту, наслідком чого є тенденція до превалювання сюжетів “omnibus” та «розважливого» елементу всередині вироблюваних комунікативних практик, а також вироблення контенту, який відповідає суспільним настроям найбільшої частини суспільства (або таким настроям які репрезентуються як такі), що сприяє перепрограмуванню квазі-статистичного органу реципієнтів, та, відповідно, процесу “spiral of silence”.

2. ДИСКУРСИ ЗМІ ЯК ПРАКТИКИ ВЛАДИ

2.1 Витоки символічної влади, її легітимності та зловживання як форми пригнічення

Встановлюючи витоки символічної влади (при цьому, важливо, що поняття «символічної влади» як влади над дискурсом не когерентно поняттю «символічного капіталу» як визнання) у першу чергу необхідно виокремити, що, як зазначає Н. Шматко, капітал (у тому числі й символічний), забезпечує можливість для тих агентів, які ним володіють, розпоряджатися ресурсом для втілення певних практик, а отже, разом із цим є структурою влади³⁸. У цьому контексті доцільно зауважити на тезі Теуна Ван Дейка стосовно того, що відповідність до тих чи інших «індивідуальних» та «соціальних» критеріїв, відкриває потенційні можливості до впливу над переконаннями, та, опосередковано, над діями реципієнтів³⁹. У великій мірі цими критеріями виступають, за типологією концепції соціального поля - символічні ресурси, які базується на суб'єктивному та інтерсуб'єктивному сприйнятті, але також вони отримують свою реалізацію у інших формах матеріального та нематеріального капіталу (у інкорпорованій, інституціоналізованій чи об'єктивованій формі). Символічна влада конституюється соціальною диспозицією, а також у великій мірі впливає із відповідних ресурсів, і водночас із цим, є свідченням щодо самої диспозиції і наявності влади. Таким чином, наприклад, обумовлюється можливість здійснення влади (і її потенційного зловживання) у відносинах типу "вчитель-учень" , "батько-дитина", "кормчий-пасажир" тощо.

³⁸ Бурдьє П. Пьер бурдьє: социальное пространство: поля и практики. «Социальное пространство» Пьера Бурдьё. Послесловие Н. А. Шматко [Електронний ресурс] / Пьер Бурдьё // Социальное пространство: поля и практики. Сборник Статей / пер. з фр. Н. А. Шматко. – 2005. – Режим доступу: <https://gtmarket.ru/library/basis/3707/3708>. – Назва з екрана.. URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3707/3708>.

³⁹ Ван Дейк Т. Дискурс и манипуляция / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.

У тій же мірі стають можливими відносини підлегості типу "ЗМІ-реципієнт", оскільки ЗМІ, по-перше, володіють символічним капіталом, який ґрунтується на авторитеті, базованому на визнанні значущості їх нормативних функцій. По-друге, характеризується наявністю культурного капіталу (або його видимістю, що уже відсилає до символічного капіталу) і, що навіть більш важливо, здатністю його продукувати та поширювати. По-третє, матеріальним капіталом у вигляді доступу до засобів виробництва і поширення інформації. Звідси випливає наявність у ЗМІ (а також журналістів як «складової частини» організації) особливої форми символічної влади, яку вони реалізують через доступ до публічного дискурсу, і який втілюється у відповідних практиках агентів - формуванні тих чи інших дискурсів⁴⁰. Таким чином, за Ван Дейком, внаслідок зосередження доступу і контролю до публічного дискурсу у межах «символічних еліт», він разом із цим стає залежним від влади відповідних груп і конституйованим нею, а отже, «публічний дискурс стає водночас засобом соціального відтворення такої влади», із чим також «погоджуються», зокрема, Мішель Фуко, який зазначає, що дискурс «сам по собі є засобом та джерелом влади», а також Жан Бодрійяр, який визначає дискурс як «владу соціальних знакових форм»⁴¹. (Також, до групи «символічних еліт» приналежними є не лише медіа та журналісти, але і зокрема політичні підприємці. При цьому, повертаючись до змісту першого підрозділу, їх символічна влада втілюється не лише у наявності політичного капіталу як репрезентації електоральних суспільних груп, але також і доступом й можливістю розпоряджатися засобами масової інформації, таким чином отримуючи доступ не лише до політичного, але й медіа-дискурсу).

Описуючи об'єктність реципієнтів до символічної влади ЗМІ і політичних підприємців зокрема, варто також звернутися до концепції «влади-знання»

⁴⁰ Ван Дейк Т. Введение: дискурс и доминирование / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.

⁴¹ Согомонян В. Дискурс власти и социальная воображаемость [Електронний ресурс] / В. Согомонян // МЕТОД: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин. – 2012. – № 3. – С. 138–158. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-vlasti-i-sotsialnaya-voobrazhaemost>. – Назва з екрана..

Мішеля Фуко. Так, за Фуко, влада конститується не стільки шляхом примусу, або, наприклад правовими нормами, скільки знанням. Таким чином, джерелом влади, по суті, стає певне інтерсуб'єктивно визнане знання, яке отримує критерій істинності (наприклад категоризація людей на психічно здорових і хворих визначається не стільки авторитетом психіатра, скільки саме тим визнаним знанням, носієм якого він є). І хоча до такого типу джерела влади відноситься у першу чергу саме наукове знання, його "істинність" також може визначатися і загальновизнаністю (як наприклад, ідеї та цінності тих чи інших ідеологій, які хоча і можуть обґрунтовуватись на науковому знанні, але все ж виходять за межі науки). У свою чергу також варто звернути увагу на походження і поширення знання, його регламентації та визнання. У великій мірі воно конститується владними структурами, науковою спільнотою і т.д. При цьому, що важливо, процес конституювання здійснюється через комунікативні практики, які отримують форму дискурсів. У самих дискурсах, за Фуко, реалізується встановлення тих чи інших механізмів влади, які уможливлюють виробництво та поширення істини, які у свою чергу самі «здійснюють владний вплив»⁴². Так, у контексті владних структур та науки як суб'єктів символічної влади, одним із головних інструментів для створення та поширення тих чи інших ментальних моделей та установок є освітній дискурс. Також слід зазначити, що, як зазначає Фуко, владу не слід сприймати лише як «здійснення панування, пов'язане із існуванням держави чи з функціонуванням органів державної влади», оскільки самі суспільства являють собою множинність комплексів відносин влади (при цьому індивіди можуть бути як об'єктами, так і суб'єктами таких відносин)⁴³. У цьому контексті також варто зазначити, що суб'єктність у відносинах «влади-знання» (у глобальному, а не індивідуальному вимірі) визначається не лише приналежністю до владних чи наукових структур, але доступом до публічного

⁴² Фуко М. Власть и знание / М. Фуко // Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью / пер. з фр С. Офертас. – 2002. – С. 278–303.

⁴³ Там само

дискурсу загалом, зокрема медіа-дискурсу. При цьому, як зазначає Ван Дейк, він є зазвичай найбільш впливовим, принаймні за критерієм масовості, і тому символічні еліти, які мають доступ до медіа-дискурсу, здатні «ефективно» реалізувати та відтворювати владу⁴⁴.

Як зазначає Норман Ферклоу, критичний дискурс-аналіз орієнтується на «емансипаційні цілі» (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.), та відповідно, визначення проблеми пригнічення тих чи інших соціальних груп, а також знаходження можливого вирішення проблеми нерівності⁴⁵. У нашому випадку визначення пригніченої групи не є експліцитним, оскільки сам дискурс щодо антиолігархічного закону не містить у собі тієї чи іншої «вербальної дискримінації» - фреймів щодо визначення тих чи інших соціальних груп як «чужих», як наприклад, поширення расистських, сексистських моделей або інших форм дискримінаційних практик на рівні самого змісту. Тим не менш, ми можемо визначити пригнічену групу на рівні структури відносин у формі «відправник-реципієнт». Таким чином споживачі практик, відтворюваних ЗМІ, і є підлеглими до їх символічної влади. Цей вимір відносин, забезпечуваних символічним капіталом, є найбільш когерентним до поняття авторитету Ханни Арендт.

Тим не менш, варто зазначити, що сама по собі наявність символічної влади, та відповідно суб'єктність у відносинах із реципієнтом не входить у категорію нелегітимності та пригнічення. Як зазначає Ван Дейк, наявність підлеглості учня до влади учителя і є очікуваним, оскільки лише таким чином уможлиблюється сама функція навчання. Насправді, суспільства (принаймні у тих формах, які були наявними у сучасній та історичній практиці) не можуть існувати без владних відносин і тієї структури та порядку, які вони створюють, тому ми не можемо за самим фактом наявності влади над реципієнтами

⁴⁴ Ван Дейк Т. Власть в дискурсе: обзор / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 62–85.

⁴⁵ Fairclough N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research / Norman Fairclough // Methods of critical discourse analysis. – London, 2001. – P. 121–139.

визначати їх як саме пригнічену групу⁴⁶. У свою чергу, ми повинні визначати критерій легітимності владних відносин.

Цій тематиці були присвячені роботи багатьох мислителів. Зокрема, ми можемо виділити обґрунтування легітимності влади "філософів" Платоном. Платон визначав, що основою для легітимізації відносин, які передбачали б послух одних людей до інших визначається критерієм істини. Прикладами таких відносин Платон наводив моделі реальних взаємовідносин, таких як відносини між пастухом і його вівцями, або між керманичем корабля і пасажиром⁴⁷. Тобто таким чином він обґрунтовує пропоновану ним модель правління царя-філософа, виходячи від знання як основи для легітимного володарювання, тому що, так само як пасажир слухається керманича корабля, тому що вони довіряють його фаховому знанню, так само і цар-філософ повинен правити, оскільки цар-філософ знає, що було б найкращим для людей і держави (для створення цього образу і був створений міф про печеру). Також, стосовно легітимності влади існуючих політичних інститутів ми можемо навести обґрунтування легітимності ліберальної держави Джоном Міллем, яке полягає у забезпеченні прав і свобод людини – виступати у ролі так званого «нічного сторожа»⁴⁸.

Звідси ми можемо визначити певні критерії легітимності, які зачіпають визначену нами проблематику:

По-перше, наявність певного інтерсуб'єктивного визнання наявності певних ресурсів, які забезпечують «фаховість» суб'єкта влади. Як у випадку влади "філософа" Платона, так і у випадку влади ліберальної держави, влада стає легітимною лише у випадку певної її "фаховості". Інтерсуб'єктивною же вона є тому, що суб'єктність того, хто володарює, конститується визнанням суспільством суб'єкта влади як такого, який володіє достатньою

⁴⁶ Ван Дейк Т. Введение: дискурс и доминирование / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.

⁴⁷ Арентс Х. Між минулим і майбутнім / пер. В. Черняк. Дух і Літера, 2002. С. 98-150 URL: http://aps-ua.org/wp-content/uploads/2017/03/Arendt_Mizh-mynulym-i-maibutnim.pdf.

⁴⁸ Міл Дж. С. Про Свободу [Електронний ресурс] / Джон Стюарт Міл ; пер. з англ. Основи. – Київ : «ОСНОВИ», 2001. – 463 с. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/mill/mill.htm> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

компетентністю і тим самим отримує "право" на владу («цар-філософ» як найбільш здібний до правління, так і ліберальна держава як так зване «необхідне зло», що здатне уможливлувати дотримання закону)

По-друге, обумовленість наявності суб'єктності влади відповідним виконанням певних функцій, які є на неї покладеними. Так, влада «царя-філософа» є легітимною, оскільки своїм правлінням він втілює стан речей відповідно до їх ейдосів (так як своїм «виходом із печери» він пізнав істинну сутність речей, а не їх «тіні»)⁴⁹, легітимність ліберальної держави обумовлюється забезпеченням прав людини⁵⁰. Навіть деспотії, за Міллем, отримують свою легітимність у випадку, якщо вони існують у «неповнолітніх» суспільствах і, «так само як батьки опікують власну дитину», виконують функцію виховання та безпеки⁵¹. Таку ж легітимність владних відносин можливо екстраполювати і на інші типи відносин всередині суспільств (наприклад, влада лікаря над хворим обумовлюється функцією лікування).

Критерій легітимності влади таким же чином обумовлюється і у типі комунікативних владних відносин «ЗМІ-реципієнт», оскільки їх символічна влада обумовлюється визначеними нормативними функціями (інформування, просвітництво, і т.д.). У разі ж, якщо владний ресурс використовується задля втілення тих чи інших інтересів чи цілей самого суб'єкта влади (або загалом таких, які виходять за рамки виконання нормативних функцій), такі відносини втрачають свою легітимність. Натомість, ми стикаємось із явищем зловживання владою, яка і конститує нерівність та пригнічення соціальних груп, які виступають у ролі об'єкта відносин⁵². Таким чином, суб'єктність отримує форму панування (у нашому випадку символічного домінування

⁴⁹ Арендт Х. Між минулим і майбутнім / пер. В. Черняк. Дух і Літера, 2002. С. 98-150 URL: http://aps-ua.org/wp-content/uploads/2017/03/Arendt_Mizh-mynulym-i-maibutnim.pdf.

⁵⁰ Міл Дж. С. Про Свободу [Електронний ресурс] / Джон Стюарт Міл ; пер. з англ. Основи. – Київ : «ОСНОВИ», 2001. – 463 с. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/mill/mill.htm> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

⁵¹ Там само

⁵² Ван Дейк Т. От власти к злоупотреблению властью: доминирование / Теун Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 35–41.

шляхом зловживання комунікативною владою), оскільки владна нерівність отримує негативний вимір внаслідок застосування її у нелегітимних діях. Із цієї причини ми й можемо визначити реципієнтів комунікативних практик каналу «Україна 24» як пригнічену групу, оскільки символічна влада цих ЗМІ застосовується задля поширення тих чи інших упереджених ментальних моделей. Зокрема таких, які репрезентують події, пов'язані із «антиолігархічним законом».

2.2 Ідеаційний (ідеологічний) вимір мови як засіб відтворення владних практик

Повертаючись до ролі символічної влади як засобу доступу та контролю публічного дискурсу, варто виокремити, що «символічно-владний» ресурс визначає також і можливість підтримувати усередині публічного дискурсу домінування тих чи інших дискурсивних практик, або, принаймні, конститує суб'єктність його носія у вимірі конкурентності між іншими агентами за превалювання певної форми дискурсу над іншими дискурсами, які можуть бути до нього як альтернативними, так і навіть прямо до нього диз'юнктивними. У свою чергу, виходячи із принципів системно-функціональної лінгвістики, яка застосовується у КДА в традиції Нормана Ферклоу, мову можливо визначати у трьох вимірах: ідеаційному, міжособистісному, та текстовому. Таким чином дискурсивні практики містять у собі ту чи іншу ідеологічну складову, оскільки репрезентують певну систему знань і переконань виробника дискурсу (що може втілюватися як експліцитно або імпліцитно, так і свідомо або несвідомо), а також відображають ті чи інші «форми самості» (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.), або ж ідентичності у вимірі відносин соціальних суб'єктів⁵³. Вимір тексту являє собою «кінцевий елемент», який виступає як певний результат співвідношення цих двох елементів, який на відміну від двох попередніх втілюється у певній

⁵³ Fairclough N. General introduction / N. Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 1–21.

«матеріальній» формі (де окрім тексту він може виступати у інших формах, наприклад звуків чи зображеннях), і таким чином отримує втілення у певній комунікативній практиці. У контексті вирішення проблеми комерціалізації ЗМІ ідеаційний вимір становить особливе значення, оскільки з критично-дискурсивного підходу саме елемент ідеології у дискурсивній практиці слід розглядати як «засіб, за допомогою якого відтворюються соціальні відносини влади»⁵⁴. Критичний підхід до ідеології разом із цим не означає ототожнення такого визначення із розумінням ідеології з позиції Маркса – як «хибної свідомості», але слід враховувати аспект ідеологічної репрезентації тих чи інших «ментальних моделей» як «знання», оскільки функціональність ідеології як певної когнітивної системи полягає у формуванні когерентних ментальних моделей на рівні інтерсуб'єктивності, які конституюють соціальні практики, що безпосередньо впливає на процес прийняття, розробки та ухвалення політичних рішень.

Ми також можемо розглянути дискурсивні практики засобів масової інформації із призми системно-функціональної лінгвістики. Текстуальний вимір прямо втілюється у вироблюваному медіа-продукті. Міжособистісний вимір у більшій мірі втілюється (але також можливе і визначення ідентичності за самим дискурсом, як наприклад «феміністський дискурс», «ліберальний дискурс і т.д.) через застосовувані жанри. Таким же чином як через жанр медичної консультації лікар визначає свою «професійну» ідентичність у відношенні до пацієнта, ЗМІ, через властиві йому жанри, визначає свої позиції (Зокрема Норман Ферклоу визначає такі позиції як «посередник» комунікації, «суспільний інститут», який виробляє публічне благо, підприємство, «інститут розваг» і т.д.)⁵⁵ (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.) у відношенні до реципієнтів його продукту. Ідеаційний вимір же має особливе значення, оскільки визначається швидше не стільки явними елементами дискурсу (хоча

⁵⁴ Fairclough N. General introduction / N. Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 1–21.

⁵⁵ Fairclough N. Textual analysis in social research / Norman Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 183–215.

він також може втілюватись і шляхом прямого висвітлення), скільки тим, що є «прихованим» у ньому. Тобто ідеологічний зміст варто виокремлювати у імпліцитному вимірі, який поєднує наявне та відсутнє через «приховуване»⁵⁶. Ідеаційний аспект практик, у випадку їх імпліцитного характеру, також визначає і його «когнітивно-значущий» ефект. У цьому вимірі варто зазначити, що хоча носії символічної влади і отримують засоби ідеологічного відтворення, це відтворення зазвичай отримує не стільки характер експліцитної репрезентації, оскільки разом із цим це передбачатиме безпосередню видимість цілей та інтересів символічних суб'єктів. Натомість, як зазначає Ван Дейк, носії символічної влади здійснюють дискурсивні практики, у певній мірі приховуючи у ньому ідеологічний аспект, але разом із цим вони характеризуються квазі-«консенсусною» природою, репрезентуючи ментальні моделі його змісту як «загальноприйняті» та «природні», таким чином переводячи символічну владу у форму гегемонії⁵⁷, із чим, зокрема, погоджується Норман Ферклоу, який трактує боротьбу за культурну гегемонію, яка втілюється через дискурс, як боротьбу за загальноприйняту «натуралізацію його конвенцій»⁵⁸ (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.). «Джерело» таких суджень, властиві як для Нормана Ферклоу, так і Теуна Ван Дейка, ми можемо віднайти у Ролана Барта. Трактуючи «кінцевий елемент» мови (текст, звук, зображення і т.д), які містять ті чи інші ідеологічні аспекти, із призми «структурно-семіотичного» підходу Барта, його визначення найбільше відповідає «формі» міфу, оскільки вони є носіями тих чи інших ідеологічних концептів. У свою чергу, головною функцією міфу є перетворення антифізису (тобто певної ідеології, ідей, людських установок) у псевдофізис, тобто у щось «квазіприродне», що є «фактом» саме по собі. Тобто у результаті міф виконує функцію натуралізації, він повністю знищує

⁵⁶ Fairclough N. General introduction / N. Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 1–21.

⁵⁷ Ван Дейк Т. Структуры дискурса и структуры власти / Теун Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. – Москва, 2013. – С. 46–88.

⁵⁸ Fairclough N. Discourse, change and hegemony / Norman Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 91–112.

розуміння соціальних явищ як таких, які опосередковуються як часом, так і певними акторами, і задає їм «статус природнього стану речей»⁵⁹. Таким чином, у той момент, коли дискурс, який несе певний ідеологічний концепт, стає домінуючим, він разом із тим перетворюється у міф.

⁵⁹ Барт Р. Миф сегодня / Ролан Барт // Избранные работы: Семиотика: Поэтика / пер. з фр Прогресс. – [Б. м.], 1989. – С. 75–129.

3. КРИТИЧНИЙ ДИСКУРС-АНАЛІЗ ТЕХНІК СИМВОЛІЧНОЇ ВЛАДИ У МЕДІАПРОДУКТАХ КАНАЛУ «УКРАЇНА»

3.1 Критичний дискурс-аналіз ідеологічного змісту повідомлень у новинному жанрі

На цьому етапі ми можемо визначити, яким чином у каналі «Україна 24» реалізуються владні практики, які, хоча й опосередковано, конституують соціальну дію на користь підтримки того чи іншого соціального порядку. Вони втілюються у поширенні «Україною 24» таких дискурсивних практик, які містять у собі ідеологічний концепт, який найбільше відповідає визначенню Віктора Пікарда – «корпоративному лібертаріанству». Цей концепт є складовою неоліберального дискурсу, який встановлює гомогенне співвідношення між свободою підприємств (до якого, зокрема, можливо віднести і ЗМІ) із індивідуальними свободами окремого індивіда. У великій мірі походження цього концепту впливає із британської ліберальної традиції, яка визначає економічну свободу невід’ємною частиною загальної свободи, оскільки вона дозволить у повній мірі діяти індивідам згідно до власної волі⁶⁰. Звідси впливає, що те чи інше державне втручання у економіку загалом (і здійснення державного впливу на суб’єктів медіа-ринку зокрема), визначається як порушення «природних прав і свобод». Таким чином, ліберальний дискурс через процес артикуляції задає елементів (поняттю «економічна свобода», оскільки воно є не суто продуктом ліберальних дискурсивних практик, а вузловою точкою, яка була центром боротьби між ліберальним дискурсом та соціалістичним дискурсом, який визначав економічну свободу як рівний розподіл матеріальних ресурсів⁶¹) означення (складова «загальної свободи»), і таким чином звів його до зафіксованого

⁶⁰ Фридман М. Взаимосвязь между экономической и политической свободами [Електронний ресурс] / Милтон Фридман // О свободе. / пер. з англ.. – Минск, 2007. – С. 7–25. – Режим доступу: <https://gtmarket.ru/library/articles/3315>. – Назва з екрана.

⁶¹ Хайек Ф.А. Либерализм//М.Фридман, Ф.Хайек. О свободе: Социум, Три квадрата, 2003.- С. 145-162.

знаку, утворюючи разом із тим ментальну модель, яка виступатиме основою для соціальної дії - мінімізування втручання держави у ринок та підприємства, обумовлене міркуваннями «мінархізму» як найбільш відповідної моделі дотримання «природних прав і свобод». У цьому вимірі також варто зазначити диспозицію ліберального дискурсу у його співвідношенні із іншими дискурсами. Ферклоу декларує взаємозв'язок між структурою мови і структурою соціальних відносин, оскільки семіотичний аспект є одним із елементів соціальної практики⁶². Це визначає детермінованість дискурсивних практик соціальними практиками (але рівним чином є справедливим і зворотнє твердження). Таким чином, виходячи із того, що М. Йоргенсен і Л. Філіпс називають «діалектичним взаємовідношенням дискурсивної і соціальної практики»⁶³, відповідним стає визначення порядку дискурсу Норманом Ферклоу як соціального порядку (мережі соціальних практик) у його дискурсивному вимірі. А оскільки за Ферклоу домінуючим глобальним соціальним порядком є неоліберальний капіталістичний порядок⁶⁴, то домінуючим дискурсом є ліберальний дискурс, із чим, зокрема, «погоджується» Іммануїл Валлерстайн, який визначав ліберальну ідеологію як найбільш «успішну» «надбудову» геокультури - культурної основи (система цінностей і правил, яка здатна формувати у її носіїв певне світосприйняття, спрямоване на легітимізацію її світосистеми) капіталістичної світосистеми⁶⁵. Розглянемо комунікативну подію «України 24» - публікацію «"Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік:»⁶⁶. Ця

⁶² Fairclough N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research / Norman Fairclough // *Methods of critical discourse analysis*. – London, 2001. – P. 121–139.

⁶³ Йоргенсен М. Глава 3. Критический дискурс-анализ [Електронний ресурс] / М. Йоргенсен, Л. Филлипс // *Дискурс-анализ. Теория и метод* / пер. з англ А. Киселевая. – Харьков, 2008. – С. 108–163. – Режим доступу: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ЙОРГЕНСЕН%20и%20ФР%20и%20Дискурс-анализ%202008%20352с.pdf> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

⁶⁴ Fairclough N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research / Norman Fairclough // *Methods of critical discourse analysis*. – London, 2001. – P. 121–139.

⁶⁵ Валлерстайн И. Непреодолимые противоречия либерализма: права человека и права народов в геокультуре современной миросистемы / И. Валлерстайн // *После либерализма* / пер. з англ М. Гурвица, П. Кудюкина. – [Б. м.], 2003. – С. 141–155. URL: <http://library.khpg.org/files/docs/1333372356.pdf>

⁶⁶ Мартинець С. "Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // *Сьогодні*. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/lidery/nuzhny-ravnye-pravila-dlya-vseh-rinat-ahmetov-o-biznese-vlasti-i-planah-na-2022-god-1594577.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

комунікативна подія є інтертекстуальною, оскільки базується на публікації видавництва "Forbes"⁶⁷, де було проведене інтерв'ю із Рінатом Ахметовим та Офісом Президента на тему конфлікту Володимира Зеленського та Ахметова стосовно «антиолігархічного закону», а також інформаційної політики «України 24»:

Існує позиція, яка декларує те, що оскільки ЗМІ виступають лише "посередником" у моделі «адресант-повідомлення-реципієнт», вони є «дзеркалом реальності». Цей комунікативний акт є прикладом хибності цього судження. Так, у вимірі новинного дискурсу справедливим є твердження про відсутність «оригінального контенту», але разом із цим медіа виробляють моделі репрезентації, через які реципієнт «декодує» висвітлюваний дискурс (що передбачає також і формування певних ментальних моделей). У певній мірі це твердження входить у більш широкий термін, який Ферклоу називає «реконтекстуалізацією»⁶⁸. (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.) Реконтекстуалізацією є вироблення іншої репрезентації однієї і тієї ж соціальної практики (у більшій мірі Ферклоу звертає увагу на реконтекстуалізацію дискурсу як однієї із форм соціальної практики, зокрема його елементів – як наприклад жанрів. Але також є можливою і реконтекстуалізація окремого комунікативного акту, що є справедливим у нашому випадку)⁶⁹, що обумовлюється різноманітністю "цілей, цінностей, і пріоритетів комунікації, у якій соціальні практики реконтекстуалізуються" і, відповідно, є метою комунікативної практики⁷⁰ (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.).

⁶⁷ Крицкая И. «Ничего хорошего Украине это не принесет». Ахметов рассказал Forbes о ссоре с Зеленским, президент ему ответил. Получились почти дебаты [Електронний ресурс] / Ирина Крицкая, Борис Давиденко // Forbes. – Режим доступу: <https://forbes.ua/ru/news/nichego-khoroshego-ukraine-eto-ne-prineset-chto-akhmetov-govorit-o-ssore-s-zelenskim-a-chto-zelenskiy-emu-otvechaet-blits-intervyu-forbes-31122021-3106> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

⁶⁸ Fairclough N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research / Norman Fairclough // *Methods of critical discourse analysis*. – London, 2001. – P. 121–139.

⁶⁹ Fairclough N. Communication in the mass media / Norman Fairclough // *Media discourse*. – London, 1995. – P. 35–53..

⁷⁰ Там само

Для того, аби визначити те, яким чином у публікації «Україна 24» реконтекстуалізується інтерв'ю «Forbes» з Рінатом Ахметовим, ми звернемося до трьох ключових критеріїв – «Режим» (Mode – висвітлення репрезентованого дискурсу через пряму або непряму мову, а також співвідношення цих типів мовлення), «Підтримка кордонів» (Boundary maintenance – ступінь амбівалентності, чи «діють» первинний і вторинний дискурс «окремо», або «об'єднано», тобто «взаємодоповнювано» чи «контрадикторно»), та «Налаштування» (Setting – задання реципієнтові моделі репрезентації через контекст)⁷¹ (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.).

Режим:

У випадку "України 24" ми можемо спостерігати реконтекстуалізацію, яка втілюється через застосування Indirect Discourse Slipping (ID(S)), тобто випадку часткової «гібридизації» (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.) прямого дискурсу (тобто такого, який прямо відсилає до висвітлюваного дискурсу) і непрямого дискурсу як форми контекстуалізації висвітлюваного дискурсу, внаслідок чого «голос» особи, чий дискурс репрезентується, і «голос» репрезентованого дискурсу перестають бути чітко розмежованими. Він втілюється у тому, що використовувані твердження репрезентують вторинний дискурс (який репрезентується) у такій формі, якби він був первинним дискурсом (який репрезентує), і разом із цим, через застосування прямого дискурсу вказується джерело цього твердження⁷². Наприклад, у випадку публікації «Forbes» ми спостерігаємо чітке позначення прямого мовлення:

«Как оцениваете закон о деолигархизации?»

Р.А.: За что я? Я за цивилизованные европейские правила, я за то, чтобы у бизнеса были равные возможности. Я за то, чтобы бизнес был прозрачным и

⁷¹ Fairclough N. Discourse representation in media discourse / N. Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 54–70.

⁷² Gorchev I. To distort or not to distort: comparative analysis of british and bulgarian media discourse representations of fire disasters [Electronic resource] / Ivaylo Gorchev // Discourses of change: language and literature: studies in linguistics, culture and FLT. – 2021. – Vol. 9, no. 1. – P. 83–111. – Mode of access: http://silc.fhn-shu.com/issues/2021-1/SILC_2021_Vol_9_Issue_1_083-111_29.pdf. – Title from screen.

ответственным, имел человеческое лицо. Я за то, чтобы мы все работали на экономический рост страны и благосостояние каждого украинца.

Если бы закон работал в пользу всего перечисленного, я был бы за него двумя руками. Но ничего этого в нем нет. В нем не идет речь о выравнивании правил, о честной конкуренции. Там есть только нарушение прав человека. Потому что кто-то в какой-то комнате по непонятным критериям будет определять, кто олигарх, а кто – нет. Ничего хорошего Украине и украинцам это не принесет.»⁷³

Публікація «України 24» же втілює ID(S).

«Закон про олігархів порушує права людини

Засновник СКМ не проти деолігархізації, але за умови, щоб вона працювала на Україну, а не проти окремих людей.

Це “непряма мова” Ріната Ахметова»⁷⁴

У публікації застосовуються твердження, «запозичені» із прямого мовлення, але разом із тим є формою непрямого мовлення (оскільки займенник є переведеним у третю форму – «Засновник СКМ», а сам підзаголовок не є обрамленим у лапки). Таким чином вторинний дискурс є присутнім у первинному дискурсі, не будучи при цьому позначеним як той дискурс, який є представленим. При цьому, «джерело» попередніх тверджень «верифікується» через представлену цитату, що репрезентує вторинний дискурс як певне «джерело» авторитету. З іншої ж сторони, ми бачимо, що у тексті застосовується нейтральне структуруюче дієслово («сказав Рінат Ахметов», а не, наприклад, пояснив, що повинно було б вказувати на «нейтральність автора» і, відповідно, можливість реципієнтом самостійно репрезентувати висвітлюваний дискурс), але слід також враховувати аспект

⁷³ Крицкая И. «Ничего хорошего Украине это не принесет». Ахметов рассказал Forbes о ссоре с Зеленским, президент ему ответил. Получились почти дебаты [Електронний ресурс] / Ирина Крицкая, Борис Давиденко // Forbes. – Режим доступу: <https://forbes.ua/ru/news/nichego-khoroshego-ukraine-eto-ne-prineset-chto-akhmetov-govorit-o-ssore-s-zelenskim-a-chto-zelenskiy-emu-otvechaet-blits-intervyu-forbes-31122021-3106> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

⁷⁴ Мартинець С. "Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сегодня. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/lidery/nuzhny-ravnye-pravila-dlya-vseh-rinat-ahmetov-o-biznese-vlasti-i-planah-na-2022-god-1594577.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

«технологізації» (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.) дискурсу, коли виробниками комунікативної практики дискурсивні техніки свідомо використовуються для тієї чи іншої цілі⁷⁵, у нашому випадку приховування мети публікації, оскільки застосування «позитивного» дієслова, як наприклад, «пояснив», робить занадто експліцитними справжні цілі «ініціатора» дискурсивної практики (особливо враховуючи, що наступним твердженням є «На телеканалах "Україна" та "Україна 24" лише світові стандарти журналістики»⁷⁶).

Підтримка кордонів:

Ми можемо визначити слабкий ступінь амбівалентності у тексті, яка б розмежовувала первинний і вторинний дискурси, унаслідок застосування ID(S). Таким чином, вторинний дискурс «бере верх» над первинним, а сам первинний дискурс виконує функцію задання найвищої ступені модальності - істинності. У первинному дискурсі присутні випадки, у яких не застосовуються семантичні елементи, які задавали би висвітлюваним твердженням їх приналежність до вторинного дискурсу, і відповідно «суб'єктивне походження» - опосередкованість конкретним актором. Це можливо визначити у підзаголовку - «Закон про олігархів порушує права людини», або, наприклад, твердженні «Великий бізнес чекає від влади верховенства права, а не добрих чи поганих відносин»⁷⁷, які характеризуються застосуванням індикативних (стверджувальних) лексичних елементів при відсутності прямого посилання, що швидше позиціонує порушення прав людини «антиолігархічним законом» як факт, ніж ідеаційний вимір висвітлюваного дискурсу (як наприклад «На думку Ріната Ахметова, закон про

⁷⁵ Fairclough N. Discourse, change and hegemony / Norman Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 91–112.

⁷⁶ Мартинець С. "Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сьогодні. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/lidery/nuzhny-ravnye-pravila-dlya-vseh-rinat-ahmetov-o-biznese-vlasti-i-planah-na-2022-god-1594577.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

⁷⁷ Мартинець С. "Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сьогодні. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/lidery/nuzhny-ravnye-pravila-dlya-vseh-rinat-ahmetov-o-biznese-vlasti-i-planah-na-2022-god-1594577.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

олігархів порушує права людини», і т.д.). Таким чином, у цьому підзаголовку ми спостерігаємо «дисемінацію» - представлення вторинного дискурсу у основний центр уваги⁷⁸, що посилює його значущість у баченні реципієнтів. Зокрема, це також посилюється міжособистісним виміром мови – застосування новинного жанру репрезентує ідентичність виробника комунікативної практики як суспільного інституту, спрямованого на виконання нормативних функцій, таким чином закріплюючи у реципієнтів відчуття довіри на основі символічного капіталу адресанта. Вторинний дискурс же містить елемент неоліберального дискурсу, про що свідчить застосування таких лексичних структур як «Я за те, щоб у бізнесу були рівні можливості», «порушення прав людини», «чесна конкуренція», «вирівнювання правил»⁷⁹, що відсилає до ролі держави як «нічного сторожа», який забезпечує дотримання закону і рівності можливостей. Також він містить і складову «цінічного дискурсу», що проявляється у таких моментах дискурсу як «кто-то в какой-то комнате» (означення владного апарату України), «по непонятным критериям» (означення положень закону)⁸⁰, які виконують функцію демонстративного виявлення недовіри до цілей закону і його «виробників». Останнім дискурсом можливо визначити підприємницький дискурс, оскільки застосовується Рінатом Ахметовим для репрезентації себе як «представника бізнесу» а також задля реалізації моральної монополії на репрезентацію усього українського бізнесу. При цьому домінуючим у порядку дискурсу можливо визначити саме неоліберальний дискурс, оскільки застосування цинічного дискурсу обмежується лише випадками «доведенням» порушення прав людини антиолігархічним законом (виступаючи у «підтримку» неоліберального дискурсу), а підприємницький дискурс лише

⁷⁸ Fairclough N. Discourse representation in media discourse / N. Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 54–70.

⁷⁹ Мартинець С. "Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сьогодні. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/lidery/nuzhny-ravnye-pravila-dlya-vseh-rinat-ahmetov-o-biznese-vlasti-i-planah-na-2022-god-1594577.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

⁸⁰ Там само

відіграє роль "самоідентифікації", не переважаючи при цьому над самоідентифікацією «неоліберальної людини».

Налаштування:

Вимір «налаштування» у комунікативному акті, за Ферклоу, можливо визначати із двох критеріїв – «стилістичності» та «ситуативності». Виміром «стилістичності» є ступінь представлення міжособистісних значень вторинного дискурсу, тобто «хто говорить», «що він робить» і «яким він є», «з ким він говорить», «якою є їх взаємодія» і т.д. Виміром «ситуативності» є ступінь представлення контексту, що задає «розуміння» вторинного дискурсу (у більшій мірі через представлення попередніх подій)⁸¹. Обидва виміри задають моделі інтерпретації вторинного дискурсу. Також, хоча ці критерії не є вичерпними, вони виступають найбільш поширеними «інструментами» «налаштування».

Моделі інтерпретації втілюються шляхом «формулюючого» вступного абзацу, який підсумовує вторинний дискурс до його повної репрезентації, другий абзац підзаголовку «На телеканалах "Україна" та "Україна 24" лише світові стандарти журналістики», і перший абзац підзаголовку «Закон про олігархів порушує права людини».

«Підприємець, засновник та акціонер компанії SCM Рінат Ахметов виступає за чесні правила гри для влади та бізнесу, але вважає, що деолігархізація порушує права людини. Проте в Україні має бути одна мета – об'єднатися та стати успішною нацією. Про це він сказав Forbes.»⁸²

«Засновник СКМ не проти деолігархізації, але за умови, щоб вона працювала на Україну, а не проти окремих людей»⁸³

⁸¹ Fairclough N. Discourse representation in media discourse / N. Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 54–70.

⁸² Мартинець С. "Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сьогодні. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/lidery/nuzhny-ravnye-pravila-dlya-vseh-rinat-ahmetov-o-biznese-vlasti-i-planah-na-2022-god-1594577.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

⁸³ Там само

«Також Рінат Ахметов спростував домисли, що Офіс президента нібито намагався домовитись про контроль над інформаційною політикою каналу "Україна 24": "Це неможливо. На моїх каналах цензури не буде"»⁸⁴

Звертаючись до критерію стилістики, можемо визначити, що Рінату Ахметову задаються два означення - «Підприємець», а також «засновник та акціонер компанії SCM». З однієї сторони, самі по собі ці означення є доволі нейтральними. Оцінюючи ці означення лише у експліцитному вимірі, можливим стає судження про відсутність певних цілей адресанта, окрім інформування про саму особу. Але звертаючись до самої публікації «Forbes» ми бачимо, яким чином адресант реконтекстуалізує комунікативний акт. Так, у публікації «Forbes» Рінату Ахметову задаються такі означення як «найбільш багатий бізнесмен», а також, хоча і опосередковано, «власник "Україна" і "Україна 24"» (через означення цих каналів як його власності)⁸⁵. Порівнюючи обидві публікації, ми можемо визначити, що дискурс «України 24» у певній мірі «нейтралізує» це означення через інший момент дискурсу - «засновник та акціонер компанії SCM», тим самим усуваючи можливе усвідомлення цілей адресанта первинного дискурсу.

Ще одним виміром стилістики є репрезентація комунікативних дій Ріната Ахметова. Якщо у публікації «Forbes» ті чи інші слова репрезентуються як відповіді на запитання, то у випадку "України 24" це висвітлюється лише структуруючими дієсловами після посилення на пряму мову – «сказав», «спростував», «заявив». Це також можливо ідентифікувати як модель репрезентації вторинного дискурсу, оскільки змінює характер сприйняття цих слів. Наведемо приклад такого випадку:

⁸⁴ Мартинець С. "Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сьогодні. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/lidery/nuzhny-ravnye-pravila-dlya-vseh-rinat-ahmetov-o-biznese-vlasti-i-planah-na-2022-god-1594577.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

⁸⁵ Крицкая И. «Ничего хорошего Украине это не принесет». Ахметов рассказал Forbes о ссоре с Зеленским, президент ему ответил. Получились почти дебаты [Електронний ресурс] / Ирина Крицкая, Борис Давиденко // Forbes. – Режим доступу: <https://forbes.ua/ru/news/nichego-khoroshego-ukraine-eto-ne-prineset-cto-akhmetov-govorit-o-ssore-s-zelenskim-a-cto-zelenskiy-emu-otvechaet-blits-intervyu-forbes-31122021-3106> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

Публікація «Forbes»:

«Как может развиваться конфликт в 2022 году?

Р.А.: Я считаю, что у нас может и должна быть одна цель – сильная, независимая, целостная, демократическая, успешная Украина и счастливые украинцы. И вокруг этой цели мы все должны объединиться.»⁸⁶

Публікація «України 24»

«2022 року потрібно об'єднувати країну

У цьому році не повинно бути жодних протистоянь та конфліктів.

"Я вважаю, що у нас може і має бути одна мета – сильна, незалежна, цілісна, демократична, успішна Україна та щасливі українці. І навколо цієї мети ми всі маємо об'єднатися", – заявив Рінат Ахметов»⁸⁷

"Реконтекстуалізаційний" характер первинного дискурсу "України 24" є доволі експліцитним - слова Ріната Ахметова у випадку перегляду публікації "Forbes" можуть сприйматися як ухилення від запитання, у той час як у публікації від "України 24" ці твердження репрезентуються доволі "відокремлено" від характеру взаємодії "Forbes" та Ріната Ахметова. Також варто звернути увагу на те, що структуруючи дієслово "спростував" характеризується "позитивним" характером, а отже, відповідним чином репрезентується адресант вторинного дискурсу, і модальність вторинного (який у більшій мірі характеризується як неоліберальний) дискурсу зокрема.

Також важливо звернути увагу на те, яким чином репрезентуються дії Ріната Ахметова. Йому задається наступна транзитивність – «виступає за чесні правила гри для влади та бізнесу», «не проти деолігархізації», але «вважає, що деолігархізація порушує права людини», «спростував домисли», «сказав», «заявив». Структуруюче дієслово "спростував" характеризується

⁸⁶ Крицкая И. «Ничего хорошего Украине это не принесет». Ахметов рассказал Forbes о ссоре с Зеленским, президент ему ответил. Получились почти дебаты [Електронний ресурс] / Ира Крицкая, Борис Давиденко // Forbes. – Режим доступу: <https://forbes.ua/ru/news/nichego-khoroshego-ukraine-eto-ne-prineset-chto-akhmetov-govorit-o-ssore-s-zelenskim-a-chto-zelenskiy-emu-otvechaet-blits-intervyu-forbes-31122021-3106> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

⁸⁷ Мартинець С. "Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сегодня. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/lidery/nuzhny-ravnye-pravila-dlya-vseh-rinat-ahmetov-o-biznese-vlasti-i-planah-na-2022-god-1594577.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

"позитивним" характером, а отже, відповідним чином репрезентується адресант вторинного дискурсу, і модальність вторинного (який у більшій мірі характеризується як неоліберальний) дискурсу зокрема. Для виконання тієї ж функції виступає задання такої транзитивності як «виступає за чесні правила гри для влади та бізнесу», а твердження «не проти деолігархізації», як і у випадку означення «засновник та акціонер компанії SCM» , усуває експліцитну видимість цілей, але адресанта не первинного, а вторинного дискурсу.

Звертаючи увагу на наступний критерій, ми можемо визначити вкрай слабку ступінь ситуативності. Так розуміння контексту вторинного комунікативного акту задається лише через репрезентацію факту того, що висвітлювані твердження були "сказані Forbes". У той же час, якщо ми звернемо увагу на публікацію «Forbes», ми побачимо задання контексту через репрезентацію законодавчих ініціатив, які є не вигідними для Ріната Ахметова, а також висвітлення його «інформаційної боротьби» через застосування приналежних йому медіа. Тим не менш, відсутність «ситуативних» тверджень, також є «ситуативністю» у певній мірі, і якщо реципієнт «Forbes» сприймає твердження Ахметова через призму його боротьби за збереження своїх певних ресурсів (що задає негативну репрезентацію вторинному дискурсу), то у випадку «України 24» дані слова сприймаються у більш «абстрагованому» вимірі (а враховуючи вимір «режиму», «підтримки кордонів», і «стилістики», у більш позитивній мірі).

Також ми можемо звернути увагу на соціокогнітивний аспект сприйняття публікації. Первинний дискурс, шляхом застосування семантичних макроструктур - «дисемінаційних» заголовків, реалізовує, те, що Ван Дейк називає «автоматизованими стратегіями розуміння дискурсу»⁸⁸. Ці стратегії втілюють у собі механізми впливу на короткострокову пам'ять реципієнта, які реалізують частково несвідомі механізми розуміння дискурсу. На рівні тексту

⁸⁸ Ван Дейк Т. Дискурс и манипуляция / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.

це втілюється шляхом застосування того чи іншого оформлення тексту (використання «жирного шрифту», відступів, і т.д.). У нашому випадку, заголовок привертає увагу реципієнта, унаслідок чого при прочитанні тексту він\вона витрачатиме більше когнітивних ресурсів на переробку саме цього блоку інформації (як наприклад «закон про олігархів порушує права людини») у порівнянні із іншими частинами тексту, що у більшій мірі «закладає» її у довгостроковій пам'яті.

Підтримка вторинного, неоліберального капіталістичного дискурсу є хоча і частковим, але неповним підтвердженням наявності ідеологічного концепту "корпоративного лібертаріанства". Для того, аби розкрити його більш повно, ми повинні також звернутися до параметру налаштування, але у його інтертекстуальному вимірі. Це обумовлюється тим, що контекст новинних публікацій задається не лише структурними і лексичними елементами самої новини, але також і попередніми виробленими публікаціями. У публікації, унаслідок слабкої ступені амбівалентності первинного дискурсу і вторинного дискурсу, їх «гібридизації» за посередництва ID(S), застосуванні автоматизованих стратегій розуміння дискурсу, а також заданні авторитетності репрезентованого дискурсу, антиолігархічному закону у певній мірі також задається «транзитивність» – «порушує права людини», і висока ступінь модальності судження. Але нам також необхідно виокремити, у якому контексті реципієнт сприйматиме дане твердження. Це обумовлено тим, що Норман Ферклоу називає «інтертекстуальним ланцюгом» (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.)⁸⁹ - який може виявлятися експліцитно (тобто, включаючи пряме посилання на попередні публікації), так і імпліцитно (де «відсилання на попередні публікації є відсутнім, але у самому «тексті», тим не менш, застосовуються ті чи інші елементи дискурсу, які отримували своє означення у попередніх комунікативних актах). Для цього ми можемо

⁸⁹ Fairclough N. Political discourse in the media / Norman Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 176–197.

звернутися до попередньої публікації «України 24», опублікованої 21 жовтня 2021 року – «Закон про олігархів несе серйозні загрози свободі слова в Україні, – нардеп»⁹⁰, у якому зазначається, що «Західні дипломати і експерти заявили про ризики для свободи слова, оскільки закон обмежує право бізнесу володіти ЗМІ»⁹¹. У твердженні спостерігається застосування непрямої мови без посилання на прямі слова, виокремлені у вторинному дискурсі, але разом із цим також є видимим вклад «стилістики», який виступає як засіб для «налаштування» у інтерпретації дискурсу. Прикметник «західні» до «ключових ідентичностей», які «заявляють про ризики для свободи слова, оскільки закон обмежує право бізнесу володіти ЗМІ» підкріплює значущість і авторитетність їх слів, таким чином, як і у випадку твердження про «порушення антиолігархічним законом прав і свобод людини», задає високу ступінь модальності твердженню про існування «ризиків для свободи слова». При цьому, внаслідок того, що «закон обмежує **право бізнесу** володіти ЗМІ». Таким чином, «отримуючи» цю інформацію, реципієнт використовуватиме її при інтерпретації наступної публікації, яка репрезентуватиме вторинний дискурс (відповіді Ріната Ахметов видавництву «Forbes»).

Це обумовлюється положенням «соціокогнітивної теорії», яку пропонує Теун Ван Дейк при аналізі дискурсивної практики на етапі її рецесії. Вона декларує те, що дискурсивний вплив, спрямований на формування та зміну соціальних репрезентацій, полягає у впливі на реципієнта шляхом закріплення ним тих чи інших установок у його довгостроковій пам'яті, тим самим створюючи ментальні моделі, які реципієнт використовує при розумінні тексту, зображення, або інших форм комунікативних актів⁹². У рівній же мірі, окрім «закладання» знань та установок, адресант може також використовувати уже сформовані ментальні моделі довгострокової пам'яті реципієнтів (як у

⁹⁰ Ненько І. Закон про олігархів несе серйозні загрози свободі слова в Україні, – нардеп [Електронний ресурс] / Ірина Ненько // Сьогодні. – Режим доступу: <https://economics.segodnya.ua/ua/economics/rynok/zakon-ob-oligarhah-neset-sereznye-ugrozy-svobode-slova-v-ukraine-nardep-1580548.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

⁹¹ Там само

⁹² Ван Дейк Т. Дискурс и манипуляция / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.

випадку підкреслення «західності» дипломатів та експертів, оскільки використовує загальноприйняту установку щодо ототожнення "заходу" із позитивними характеристиками як наприклад "якість", "демократичність", "раціональність" і т.д.). Таким же чином адресант здатен використовувати ментальні моделі, які були створеними ним у попередніх комунікативних актах, що уже сформували ті чи інші «когнітивні структури, які асоціюють значення із певними прототипічними атрибутами»⁹³. У цьому вимірі також важливо зазначити, що окрім створення моделей репрезентації певних конкретних явищ, однією із ключових функцій такого дискурсивного впливу є нав'язування тих чи інших ментальних моделей у формі цінностей, які використовуватимуться реципієнтами уже не лише при оцінці тих чи інших репрезентованих соціальних явищ (людей, подій тощо), але також і у процесі особистого досвіду та пізнання, а отже, визначатимуть і їх соціальну дію. Саме цей випадок є справедливим у наведеному комунікативному акті.

На цьому етапі ми можемо припустити гіпотезу, що реципієнт отримав інформацію про те, що антиолігархічний закон порушує свободу слова, оскільки обмежує право бізнесу володіти ЗМІ, і прийняв її таким чином, яким це передбачалося за інтенцією адресанта - нав'язування когнітивної структури, яка асоціює поняття антиолігархічного закону із порушенням «права» бізнесу володіти ЗМІ, і, «відповідно», свободи слова. У цьому твердженні доволі експліцитною є відсутність певного логічно-наслідкового зв'язку, (оскільки умовивід є неповним). Оскільки ми відходимо від гіпотези, що реципієнт прийняв поширювану адресатом когнітивну модель у своїй довгостроковій пам'яті, тоді також стає справедливим твердження, що реципієнт разом із цим «отримав» також і її «приховану» складову (яка втілюється у «скороченому змісті» умовиводу), яка була закладеною у висвітлюване твердження. Причина полягає у тому, що дане твердження по

⁹³ Ван Дейк Т. Дискурс и манипуляция / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.

суті є певною формою ентими. Ми можемо сформулювати її наступним чином:

SaM: Закон обмежує право бізнесу володіти ЗМІ

SaP: Унаслідок закону існують ризики для свободи слова

Ця ентима є силогізмом із пропущеною передумовою (більшим засновком). І саме цю передумову, у певній мірі «інкорпорованої» у синтаксичній імпліцитності, ми можемо визначити як імпліцитне відтворення певного ідеологічного концепту дискурсом «України 24» - «ідеаційний» вимір комунікативного акту. Це те, що репрезентується (хоча і у прихованій формі) аксіологічно, як те, що є «зрозумілим саме по собі», «квазі-консенсусним» і «природнім»⁹⁴ (що також, зокрема, відповідає функціональності міфу – перетворенні «антифізису» у «псевдофізис»⁹⁵). Цю передумову можливо визначити таким чином:

MaP: обмеження права бізнесу володіти ЗМІ є ризиком для свободи слова

Звідси впливає те, що складова економічної свободи підприємств у дискурсі «України 24» ототожнюється із порушенням свободи слова, як права індивіда на висловлення. Відповідно, рівною ж мірою реципієнт, «приймавши» таку ментальну модель, у процесі рецепції наступного комунікативного акту, який декларує порушення прав людини «законом про олігархів», сприйматиме дане судження як істинне, оскільки воно відповідатиме заданій когнітивній структурі, тим самим додатково «задаючи» уявлення щодо порушення тієї чи іншої економічної свободи підприємств як тотожного до порушення прав людини (таким чином втілюючи певний процес «генералізації»), а також позитивно репрезентуючи виробника вторинного дискурсу. Така дискурсивна стратегія хоча і обумовлюється «інтертекстуальним походженням», але також виступає складовою «налаштування» комунікативного акту.

⁹⁴ Fairclough N. General introduction / N. Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 1–21.

⁹⁵ Барт Р. Миф сегодня / Ролан Барт // Избранные работы: Семиотика: Поэтика / пер. з фр Прогресс. – [Б. м.], 1989. – С. 75–129.

Таким чином, ми можемо визначити ідеологічний концепт «корпоративного лібертаріанства» у дискурсі «України 24», оскільки саме із цієї моделі репрезентації висвітлюється явище «антиолігархічного закону». Цінність у вигляді прав і свобод позиціонується через призму підприємництва, свободи від державного втручання, таким чином «натуралізуючи» тотожність «прав» підприємства і людини, що є складовою неоліберального економічного дискурсу. Таким чином, наведені комунікативні акти «України 24» сприяють відтворенню домінуючих владних відносин, підтримуючи неоліберальний капіталістичний порядок, що у більшій мірі обумовлюється, у термінах Ферклоу, «патерном власності» (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.) медіа, внаслідок чого ЗМІ стають «більш інтегрованими з інтересами підприємців в національній та міжнародній економіці, посилюючи їх асоціацію з інтересами капіталістичного класу»⁹⁶. Дискурсивні практики каналу «Україна» сприяють формуванню «ідеологічного ефекту», що у нашому випадку, отримує втілення у дискурсивному відтворенні конвенцій неоліберального дискурсу. Це втілюється у тому, що комунікативна подія медіа у даному кейсі реконтекстуалізує соціальну практику, як складову «інтертекстуального ланцюгу», у формі інтерв'ю Ріната Ахметова із видавництвом "Forbes". Функціональність первинного дискурсу медіа обумовлюється репрезентацією авторитетності, а також істинності вторинного дискурсу, висловлюваного Рінатом Ахметовим, унаслідок застосування Indirect Discourse Slipping у якості «форми повідомлення», слабого ступеню амбівалентності тексту, який втілюється у «дисемінаційному» характері взаємозв'язку первинного та вторинного дискурсу, застосуванні автоматизованих стратегій розуміння дискурсу, а також параметру «налаштування» у вимірі «стилістичності», яка задає високу ступінь модальності висловлюваним у вторинному дискурсі судженням, та «ситуативності», яка відтворює когнітивну структуру, що асоціює поняття антиолігархічного закону із порушенням «права» бізнесу

⁹⁶ Fairclough N. Communication in the mass media / Norman Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 35–53.

володіти ЗМІ, і, «відповідно», свободи слова. Ці фактори сприяють демонстрації значущості конвенцій як самого дискурсу, так і його виробника, що можливо визначити як практичне втілення інтенції до здійснення «напів-обороту, який повертається до вихідної точки». Використання символічного капіталу «України 24» (який підтримується, у першу чергу, матеріальними ресурсами), полягає у негативному висвітленні «антиолігархічного закону», і, зокрема, відповідної репрезентації акторів домінуючої політичної влади, що, у випадку «успішного» поширення ментальної моделі, разом із тим передбачає і відповідної соціальної дії – скасування «антиолігархічних реформ», які є диз'юнктивними до підприємницьких стратегій Ріната Ахметова. Проте, разом із цим, висвітлена ментальна модель утворює семіотичну перешкоду до вирішення проблеми у вимірі зловживання символічної влади та дотримання нормативних функцій. При цьому, сама перешкода виступає не стільки у негативній репрезентації "антиолігархічного закону", скільки у нав'язуванні цінностей "корпоративного лібертаріанства", що проблематизує саме явище державного втручання у економічну сферу, і втручання в медіа-ринок зокрема.

У свою чергу, якщо ми відходитимемо від принципів публічного менеджменту, які застосовував Віктор Пікард, то зможемо визначити, що вирішення проблеми комерціалізації ЗМІ шляхом державного втручання є необхідною умовою. Представники неоліберальної ідеології, як наприклад Фрідріх Гайєк, декларували саморегулятивність ринку⁹⁷, але, принаймні у відношенні ЗМІ, ми можемо зазначити, що існує значна проблема у вигляді недооцінення суспільством товару, який виробляють медіа, але який при цьому потребують. За визначенням Віктора Пікарда, це є ознакою «збою ринку», який полягає у нездатності ринку ефективно розподіляти важливі товари та послуги⁹⁸. Інститут, який приносить значну суспільну користь, не

⁹⁷ Фридман М. Могучая рука рынка / Милтон Фридман, Фридрих Хайек // О свободе. – [Б. м.], 2003. – С. 27–72.

⁹⁸ Pickard V. The great evasion: confronting market failure in american media policy [Electronic resource] / V.

Pickard // Critical studies in media communication. – 2014. – Vol. 31. – P. 153–159. – Mode of access: <https://doi.org/10.1080/15295036.2014.919404>. – Title from screen.

отримує відповідний прибуток за такий вид послуг, оскільки вона не підтримується належним чином (у найбільшій мірі – самими споживачами продукту), наслідком чого є олігополістична концентрація ЗМІ, а також інформаційна асиметрія і саме погіршення якості вироблюваного медіа-продукту, обумовлене орієнтацією медіа на економічні стратегії а також «патерну власності»⁹⁹. Екстраполяція висновків, зроблених Віктором Пікардом у дослідженні американського суспільства на українське, було б неправильним, тому ми також можемо звернути увагу на статистичні дані. Так, наприклад, у дослідженні, проведеного "USAID-Internews" - "Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа у 2021 році", було визначено, що лише 20% українців готові платити за доступ до онлайн-медіа,¹⁰⁰ що не становить статистичної різниці із даними від «The Harris Poll», де, як і у випадку українського суспільства, лише 20% американців зазначили, що були б готові платити за доступ до онлайн-медіа¹⁰¹. Таким чином, проблема «збою ринку» є рівною мірою наявною і у нашому випадку.

Наступною рисою, яка свідчить про недосконалість ринку-медіа, є проблема поінформованості споживачів щодо споживаного продукту – на відміну від звичайних, не символічних культурних продуктів, медіа-продукт неможливо класифікувати за якістю, орієнтуючись на певні «об’єктивні» і універсальні критерії. Експліцитним у цьому вимірі є лише «технічна» якість, але оцінка «маніпулятивного\неманіпулятивного», або «якісного\неякісного» характеру самого змісту відтворюваних чи поширюваних дискурсів є складно-оцінюваною для звичайного споживача, оскільки потребує значного інкорпорованого культурного капіталу (наприклад, знань щодо тих чи інших

⁹⁹ Fairclough N. Communication in the mass media / Norman Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 35–53..

¹⁰⁰ Дослідження «Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа у 2021 році» [Електронний ресурс] // detector.media. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/193921/2021-11-18-doslidzhennya-stavlennya-naselennya-do-media-ta-spozhyvannya-riznykh-typiv-media-u-2021-rotsi/> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана..

¹⁰¹ Most americans not willing to pay to read news content online [Electronic resource] // PR Newswire: press release distribution, targeting, monitoring and marketing. – Mode of access: <https://www.prnewswire.com/news-releases/most-americans-not-willing-to-pay-to-read-news-content-online-120964409.html> (date of access: 10.06.2022). – Title from screen.

соціальних явищ, висвітлюваних у медіа-продукті), тому реципієнт стикається із проблемою обмеженої інформації, у той час як сторона «продавця» медіа-послуг є набагато більш поінформованою у тому продукті, який вона надає. Ключовим же фактором, який обумовлює необхідність державного втручання у вирішенні проблеми комерціалізації ЗМІ, виступає «чистий» тип вироблюваного медіа публічного блага (у нормативному вимірі). Як було визначено у 1-му розділі, вироблюване публічне благо є неконкурентним, а також невиключним. Це обумовлюється тим, що, за Віктором Пікардом, медіа продукт привносить позитивні зовнішні ефекти, тобто вигоди поза межами виміру дохідності і навіть прямого споживача¹⁰². У випадку дотримання нормативних функцій, медіа сприяють формуванню демократичності суспільства, накопиченню інкорпорованого культурного капіталу (який вони можуть використовувати у виборі тих чи інших політичних рішень, та/або представників їх інтересів), здатні «контролювати» (через висвітлення і критику у дискурсі) дії влади, а також забезпечувати комунікацію між суспільством та владою, тим самим сприяючи залученню горизонтальних зв'язків у формуванні порядку денного і політики, і, відповідно, демократичності суспільства загалом.

«Чистий» тип публічного блага, а також недосконалість вироблюваного ним ринку є двома ключовими факторами, які визначають потребу у здійсненні державного втручання, тому визначення поширюваного "Україною 24" ідеологічного концепту "корпоративного лібертаріанства", який проблематизує саму можливість державного втручання у медіа-ринок (оскільки репрезентує медіа швидше як частину підприємницької складової, ніж як важливий суспільний інститут), як перешкоди для вирішення проблеми, яка містить у собі семіотичний аспект, є обумовленою.

¹⁰² Pickard V. The great evasion: confronting market failure in american media policy [Electronic resource] / V. Pickard // Critical studies in media communication. – 2014. – Vol. 31. – P. 153–159. – Mode of access: <https://doi.org/10.1080/15295036.2014.919404>. – Title from screen.

3.2 Дискурс-аналіз владних практик у політичному ток-шоу

Як зазначає Норман Ферклоу, дискурсивна практика виступає «посередником» між «текстом», а також соціальними і культурними практиками¹⁰³. І оскільки дискурсивні практики є також конституюваними недискурсивними моментами, справедливим є твердження про те, що ці соціальні та культурні процеси у певній мірі «обрамляють» семіотичний аспект соціальної дії. Такі важелі можливо визначати як певну «соціальну матрицю», а враховуючи те, що у рамках нашої теми ми зосереджуємося на економічних аспектах, які у певній мірі конституюють семіотичний аспект соціальної практики медіа, ми можемо визначити, яким чином цей вимір «соціальної матриці» втілюється безпосередньо у комунікативних актах «України 24». Аналіз "соціальної матриці" із позиції теорії полів П'єра Бурдьє, у свою чергу, є безпосередньо діалектично взаємообумовленим із процесами вироблення дискурсивних практик. Зокрема, сам порядок дискурсу Норман Ферклоу визначає як семіотичний аспект поля¹⁰⁴. Виходячи від цього твердження, він також зазначає, що аналіз комунікативних актів потребує певного «виходу» за межі виміру самого тексту, що обумовлюється їх конституюваністю, а отже, і потребою у розгляді дискурсивного аспекту соціальної практики як інкорпорованого у межі властивого йому поля соціальних практик, який є взаємообумовленим із соціальними процесами, які трансформують саме поле, а також його агентів і втілювані ними практики¹⁰⁵. Хоча, частково цей аспект був висвітленим у попередньому підрозділі (оскільки комунікативна подія виступала у якості дискурсивного втілення напів-обороту, який повертається до вихідної точки), визначення когерентності дискурсивних практик до заданої соціальної матриці потребує

¹⁰³ Fairclough N. Textual analysis in social research / Norman Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 183–215.

¹⁰⁴ Йоргенсен М. Глава 3. Критический дискурс-анализ [Електронний ресурс] / М. Йоргенсен, Л. Филлипс // Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. з англ А. Киселевая. – Харьков, 2008. – С. 108–163. – Режим доступу: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ЙОРГЕНСЕН%20и%20ЛР%20-%20Дискурс-анализ%202008%20352с.pdf> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

¹⁰⁵ Fairclough N. Political discourse in the media / Norman Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 176–197.

відповідного дослідження, а також висвітлення додаткового кейсу, де такі поведінкові моделі репрезентуються, зокрема, аби виключити можливість «анекдотичного» сприйняття наведеної комунікативної практики, що рівним чином також стосується і питання дотримання ідеологічного концепту «корпоративного лібертаріанства». Для цього, ми можемо розглянути комунікативну подію, вироблену медіа «Україна 24» - «А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021»¹⁰⁶, яка, на відміну від попереднього оглядуваного комунікативного акту, є виробленою не у «новинному» жанрі, а у жанрі «ток-шоу», а отже, потребує і відповідного, відмінного від аналізу текстів новинного жанру, підходу. Тому, ми можемо використати алгоритм, який передбачає виокремлення ключових елементів дискурсу, які визначають Лакло і Муфф, а також Норман Ферклоу. Цими елементами є:

1. Вузлова точка (вузлові точки) – ключовий, і разом із тим, «пустий» знак (елемент), «навколо» якого артикулюються інші знаки із метою надання першому певного означення, здатен виступати у якості «точки зіткнення» тих чи інших дискурсів у межах боротьби за легітимне бачення світу (у такому випадку, вузлова точка отримує визначення «мінливий знак»)
2. Моменти дискурсу – випадки задання елементам певних позицій у дискурсі, що зводить їх до зафіксованого знаку шляхом артикуляції як співвідношення одних елементів із іншими.
3. Ключові ідентичності – суб'єкти дії, а також конструювання індивідуальної або колективної ідентичності, що отримує втілення у формі еквівалентності до ідентифікації із суб'єктними позиціями, які «пропонуються» шляхом дискурсу, що, у свою чергу, містить у собі певні поведінкові інструкції. У випадку розгляду поняття ідентичності із призми теорії Лакло і Муффа, ми у свою чергу зможемо визначити, що поняття ідентичності є доволі когерентним

¹⁰⁶ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

із визначенням інституту як обмеження можливостей через визначення сукупності правил і певних стандартних операційних процедур. У цьому вимірі, таким же чином як інститут є певним уособленням соціально сконструйованих суспільних практик, колективна ідентичність є створюваною шляхом відтворення дискурсивних практик.

4. Транзитивність – дія (дії), на відтворення якої направлені ключові ідентичності, і яка виступає у якості «наповнення» ключового ідентифікаційного знаку, який, у випадку його рецепції, втілюватиметься у якості «конституту» соціальної дії.
5. Інтердискурсивність - ступінь артикульованості у комунікативному акті тих чи інших жанрів та дискурсів як сукупностей зафіксованих значень у межах певної області (артикуляційних систем), а також те, яким є взаємовідношення між ними¹⁰⁷
6. Модальність – ступінь ймовірності того чи іншого судження, втілюється у таких лексемах як «ймовірно», «можливо», «напевне», «точно», і т.д.. Здатен втілюватись опосередковано у міжособистісному вимірі мови шляхом репрезентації «авторитетності» носія артикуляційної системи, яка у свою чергу, втілюється, наприклад, із застосування інституційного позначення ключової ідентичності (або самопозначення) у дискурсі (професор політології говорить, що...). Найвищою ступінню модальності є застосування немодальних суджень та лексеми «істинний».
7. Номіналізація – втілюється у застосуванні безагентних конструкцій, як наприклад «в країні відбулася криза», що усуває відповідальність від агента, унаслідок якого відбулася та чи інші подія.
8. Міф – «Ідеаційний вимір» мови або ж самоочевидний, натуралізований "квазіприродний сенс", який, наприклад, втілюється у ідеологічних концептах, уявленнях щодо ключових ідентичностей, наявності певного «сакрального простору» і т.д.

¹⁰⁷ Fairclough N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research / Norman Fairclough // Methods of critical discourse analysis. – London, 2001. – P. 121–139.

Особливим елементом є порядок дискурсу, який у певній мірі «обрамляє» усі попередні категорії, оскільки визначає те, яким є розподіл влади між дискурсами у межах дискурсивних практик, а отже, домінування того чи іншого дискурсу і, відповідно, його дискурсивних конвенцій. Відповідно до мети завдання – визначення дискурсивного втілення символічного панування поля журналістики, найбільш значущими елементами виступають порядок дискурсу комунікативної події, інтердискурсивність (задля визначення артикульованих у «тексті» дискурсів, між якими здійснюється боротьба, союзи, та домінування), а також міф як безпосереднє втілення конвенцій домінуючого дискурсу у формі тих чи інших «самоочевидних сенсів», визначення яких стає можливим у випадку дослідження попередніх елементів, дискурс-аналіз, який розташований у додатку D (вузлові точки, моменти дискурсу, ключові ідентичності, транзитивність, модальність, та номіналізація, відповідно)

Інтердискурсивність та порядок дискурсу

У свою чергу, із наведеної дискурсивної практики, ми можемо визначити доволі високу ступінь інтердискурсивності, що загалом є властивим для «текстів» у жанрі «ток-шоу», зважаючи на «посередницьку» роль медіа. Це обумовлено значною кількістю учасників (або ж, як визначає їх Норман Ферклоу, використовуючи категорії Бурдьє – агентів¹⁰⁸), присутніх у шоу, де кожен, у більшій мірі, виступає із позиції «власних» дискурсів, оскільки кожен агент містить свою диспозицію у приналежному йому полі, і, відповідно, властивий йому дискурс, таким чином репрезентуючи власний «рівень дискурсу» у межах шоу, яке, у певній мірі, виступає «точкою зіткнення» полів, і, відповідно, різних дискурсів, а оскільки і самі поля є гетерогенними у вимірі неоднорідних диспозицій, справедливим також є твердження про наявність неоднорідних, «специфічних дискурсів» у межах одного, «загального дискурсу». Наприклад, ми не можемо репрезентувати ті дискурси, які

¹⁰⁸ Fairclough N. Political discourse in the media / Norman Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 176–197.

застосовують політики різних вимірів політичної влади під одним «генералізованим» поняттям «політичний дискурс», оскільки кожен із них містить власну артикуляційну систему (наприклад, поняття «антиолігархічний закон» у дискурсі партії «ЄС», та дискурсу партії «Слуга народу» містять різні означення¹⁰⁹). При цьому, тісний взаємозв'язок між агентом, та певним, властивим йому дискурсом, обумовлюється не лише «боротьбою за легітимне бачення світу», це також є прикладом того, що Норман Ферклоу називає «власністю на дискурс»¹¹⁰. Рівень доступу до тих чи інших дискурсів є нерівномірним, і у більшій мірі залежить від наявних (або дискурсивно заданих) агенту позицій. У цьому вимірі доцільним є вислів – «*Quod licet Jovi, non licet bovi*». У свою чергу, це також не означає те, що кожному агентові є властивий лише один, «приналежний» йому дискурс, але, сама тенденція до превалювання саме такого дискурсу у висловах агентів зберігатиметься (у цьому вимірі можливо зазначити, що вказані у подальшому дискурси є швидше «домінуючими» у порядку дискурсу у межах їх висловлювань, ніж єдиними) що, врешті-решт, обумовлюється самою метою присутності агентів у «точці зіткнення».

Тепер ми можемо виділити, які дискурси є артикульованими у наведеному комунікативному акті, а також те, які саме агенти «привносять» його у саму комунікативну подію:

Перш за все, варто виділити дискурси, які застосовує найбільш значущий учасник комунікативного акту – сам ведучий шоу, Савік Шустер, який виступає агентом журналістського поля. Одним із них є дискурс, який можливо визначити як «*Vox Populi*»-дискурс. Він проявляється у категорії «транзитивності», де ведучий посилається на "думку народу" як у відношенні до ставлення стосовно "антиолігархічного закону", так і ступені «надії на

¹⁰⁹ Додаток D

¹¹⁰ Fairclough N. Political discourse in the media / Norman Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 176–197.

завтрашній день»¹¹¹. При цьому, що важливо, застосовується саме поняття "народ", а не, наприклад "більша частина суспільства", що у певній мірі вказує на певну функціональну обумовленість застосування такого дискурсивного елементу. У великій мірі, ця функція є доволі гомогенною із, тим, що Дж. – В. Мюллер називає «ідеологією» популізму¹¹² (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.). Незважаючи на те, що навіть у самому проведеному «опитуванні», ставлення до антиолігархічного закону характеризувалися певною «гетерогенністю» (24% «суспільства» визначили антиолігархічний закон як такий, який «приносить користь народу», у той час як 76% визначили, що він є вигідним для «влади»), генералізуючому поняттю «народ» задавалась транзитивність – «вважають що антиолігархічний закон діятиме во благо влади, а не во благо народу», внаслідок чого ми можемо охарактеризувати цей дискурс як певну форму антиплюралізму – тобто існує лише одна, «справжня» воля народу, і лише сам ведучий його насправді представляє¹¹³. При цьому, цей агент характеризується монополістичним доступом до «Vox Populi»-дискурсу. У великій мірі, це обумовлюється самою диспозицією агента у журналістському полі, оскільки медіа властива нормативна функція “public forum”, що закріплює за агентом символічний капітал, який отримує своє втілення у визначеній «дискурсивній монополії». Незважаючи на те, що така ключова ідентичність як «народ» є присутньою у самому комунікативному акті¹¹⁴, і яка також репрезентується як певний «учасник дискусії», вона швидше виступає у якості «статиста», у той час як його «голос» залишається втілюваним лише за «посередництва» одного агента (що доволі іронічно зображує реальну монополію медіа на висвітлення опіній суспільних груп, того, що Бурдьє називає «залізним законом олігархії»). При цьому, що важливо, навіть ті агенти, для яких сформовані когнітивні структури, які

¹¹¹ Додаток D

¹¹² Müller J.-W. The rise and rise of populism? [Electronic resource] / J.-W. Müller // The age of perplexity: rethinking the world we knew. – 2018. – Mode of access: <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2018/03/BBVA-OpenMind-Jan-Werner-Muller-The-Rise-and-Rise-of-Populism-1.pdf> (date of access: 10.06.2022). – Title from screen.

¹¹³ Там само

¹¹⁴ Додаток D

асоціюють поняття «народу» із контрадикторністю до поняття «антиолігархічний закон», є прямо протилежними до створюваної ними моделі легітимного бачення світу, при цьому не «претендують» на доступ до «Vox Populi»-дискурсу, застосовування якого й відтворює дану артикуляційну систему. Таким чином, завдяки «монополістичному» доступу «Vox Populi»-дискурсу, агент журналістського поля (Савік Шустер) претендує не лише на монополію самоідентифікації як єдиного представника народу, але також і на моральну монополію на визначення народу, і формування відповідних асоціативних когнітивних структур, пов'язаних із цим елементом, зокрема, що можливо визначити як «популістичну» функцію дискурсу.

Наступний дискурс, застосовуваний Савіком Шустером, можливо визначити як «кінічний» дискурс. Він втілюється у тих моментах дискурсу, які виявляють недовіру до проголошеної у владному дискурсі мети «антиолігархічної реформи», при цьому також висвітлюючи «істинні» інтенції влади у відношенні до формування такого закону. Зокрема, це проявляється у моментах дискурсу, які містять означення «антиолігархічного закону» - «так званий закон про олігархів»¹¹⁵, а також, що важливо, означення елементу «олігархи», який є у певній мірі контрадикторним до означення владного дискурсу – «так звані олігархи»¹¹⁶, наявність певної «істинної причини» реалізації «антиолігархічного закону», яку ми спробуємо виявити, і т.д. Навіть «опитування», проведене на початку шоу, і яке разом із тим задає ментальну модель репрезентації подальшої «розмови» містить у собі елемент «кінічного» дискурсу, оскільки саме питання «Хто отримає вигоду від закону про олігархів – народ чи влада?» передбачає певну контрадикторність між інтересами «народу» і «влади», та, відповідно, наявність певних «опортуністичних» інтересів у останніх. Також, на відміну від попереднього дискурсу, «кінічний» дискурс не характеризується «монополією на доступ» певним актором. Більше того, у певній мірі він є присутнім у дискурсивних

¹¹⁵ Додаток D

¹¹⁶ Там само

практиках кожного агента (окрім агентів, які є «лояльними» представниками владного апарату), що обумовлюється не лише їх «власними інтенціями», але також і тим, яким чином ведучий задає «тон розмови», застосовуючи для цього відповідні питання або коментарі¹¹⁷. При цьому, у самому комунікативному акті, більша частина змісту «тексту», яка містить складову «кінчного» дискурсу, обумовлена моментами дискурсу інших акторів, присутніх у шоу, що обумовлюється як репрезентацією самого ведучого (оскільки йому властивий етос «мудреця»¹¹⁸), так і самою його функцією у вимірі міжособистисних відносин – інтерв'ювання та «поєднання» дискурсів, які «привносять» учасники шоу¹¹⁹.

Ведучим також застосовується дискурс, який можливо визначити як «історичний дискурс». На відміну від попередніх дискурсів, ведучий застосовує його лише на етапі вступу - під час представлення теми, перед запрошенням учасників шоу. Тим не менш, "одиначна" застосовуваність такого типу дискурсу, разом із цим не визначає його більш слабку "когнітивну значущість" у порівнянні з іншими, застосовуваними ведучим дискурсами. Зокрема, він у найбільшій мірі виступає моделлю репрезентації комунікативної події, яка задає певну «призму», крізь яку реципієнтом у подальшому інтерпретуватиметься комунікативна подія. Так, це втілюється у тому, що саме цей тип дискурсу є застосовуваним у першу чергу – навіть «Vox Populi»-дискурс, застосовуваний у «вступному опитуванні» (як і, рівним чином, і після нього), у вимірі «порядку застосування» поступається «історичному дискурсу», але, головною ознакою є те, яку когнітивну модель вона разом із тим привносить. На цьому етапі ми втретє стикаємося із дискурсивною стратегією, яку визначав Ван Дейк – створення когнітивних установок у довгостроковій пам'яті¹²⁰. Для того, аби визначити цей

¹¹⁷ Додаток D

¹¹⁸ Там само

¹¹⁹ Там само

¹²⁰ Ван Дейк Т. Дискурс и манипуляция / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.

функціональний аспект висвітлюваного дискурсу, звернімося до випадку, у якому він безпосередньо застосовується:

«В понеділок у Навергії відбулись парламентські вибори. І почну я говорити про Норвегію із осені 2015 року – прем'єра серіала «Окупація». Я не знаю хто бачив... хто не бачив... Але вот дебютує цей серіал... фабула така, я не буду у подробицях, щоб хто захоче подивитись, подивитись може ще... я не буду видавати секрети, але фабула така... Парламентські вибори у Норвегії виграла партія, яка !екологічна!, за навколишнє середовище, і припиняє видобуток нафти і газу. !Повністю!. Європейський союз у жаху, тому що без енергоносіїв жити неможливо, і домовляється із Росією. Росія стає монополістом, якщо окупує Норвегію, і Росія окупує Норвегію, і стає монополістом нафти і газу у всій Європі. Це фабула цього серіалу. Вибори 2017 року, на фоні реальної окупації Криму, Крим то був окупований... І вот норвежці, може бути, у страху, а ми знаєм що серіали, як “Слуга Народу» наприклад, впливають на суспільну думку, впливають серйозно... І вот норвежці голосують за консервативну партію, які виступають за продовження газової політики, продовжують видобуток нафти й газу. І навіть збільшують... І тут... 2021 рік. У травні, Міжнародне Енергетичне Агентство звертається до всіх країн світу і кажуть – «припиніть усі нові проекти розробки родовищ нафту і газу, тому що планета в небезпеці». В серпні ООН у своєму звіті говорить, що ми вот-вот досягнемо точки неповернення в потеплінні планети. І тому потрібно припинити випускати парникові гази, і припинити займатись, вот так як до того займались. І все це знову відбувається на фоні вбивчих повеней у Германії та Бельгії, лісових пожеж... також вбивчих у Італії та Греції. У самій Норвегії неочікувано жарке літо, безпрецеденте. І вот люди, беруть... і відбувся переворот. Люди, в понеділок, проголосували за так звану червоно-зелену коаліцію... вот як в Україні люди взяли, переголосували і все змінилось... взагалі. Вот так же в Норвегії і відбулось. Вот там ця занепокоєність оточуючим середовищем. Вони говорять – «ми сама багата нація в світі», і це правда. У них в ефірі, в онлайні, можна стежити за тим, як поповнюється

національний резерв. Ну, тобто... у великій мірі... пенсійний фонд. Вот у прямому ефірі, можна побачити, як той досяг майже півтора трильйонів доларів. Це найбагатша країна у світі, і тим не менш, вона проголосувала за червоно-зелену коаліцію. Червоно-зелені звісно обмежують видобуток нафти і газу, і, можливо, навіть призупинять нові родовища... Норвегія повинна стати екологічно чистою до 2035 року... І хто ж очолює цю червоно-зелену революцію? Її очолить Йонас Гар Стьоре, він буде новим прем'єр міністром, у колишньому був міністром охорони здоров'я, потім був міністром іноземних справ Норвегії, він близький друг генерального секретаря НАТО... Але саме цікаве, це те, що червоно-зелену революцію очолюватиме людина... тобто Йонас Гар Стьоре, який самий багатий політик Норвегії – він мільйонер... Вот... треба думати»¹²¹

Варто звернути увагу на те, що самим ведучим висвітлення цієї події не репрезентується як така, яка має безпосереднє відношення до теми розмови – він зазначає, що це «лише» кейс, у якому він «ділиться своїми враженнями від тих подій, які ми (Савік Шустер та інші учасники шоу – у рівній мірі й самі «глядачі») не обговорюємо в студії, але які дійсно вражають»¹²². Тим не менш, незважаючи на її «абстраговану» репрезентацію, взаємозв'язок цієї події із висвітлюваною темою є вкрай експліцитним. Висвітлюваний серіал «Окупація» виступає символічним інструментом, що створює ментальні моделі, які при цьому є сприятливими для політичних підприємців (у цьому випадку, представників правої політичної сили). Такий вплив демонструється як негативний, оскільки його наслідком, як репрезентується у дискурсі, стає обрання партії, чия «політична пропозиція» є найбільш відповідною до визначеної когнітивної моделі, що призводить до збільшення виділення парникових газів (що у певній мірі також є і свідченням діахронічного застосування дискурсу). Застосування принципу еквівалентності у серіалу

¹²¹ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

¹²² Там само

"Слуга народу" у співвідношенні із серіалом "Окупація", у свою чергу, разом із цим ототожнює обидва символічні продукти, що низводить їх до спільної функціональності (впливу на суспільну думку на користь певного політичного підприємця – консервативної партії та партії «Слуга народу» відповідно, а також створення нею певної «уявлюваної проблеми», за «вирішенням» якої слідує «реальна проблема»¹²³). При цьому ключова ідентичність - "Йонас Гар Стьоре", яка втілює важливу реформу, що запобігає глобальному потеплінню, також отримує ознаку "так званого олігарха" (хоча і опосередковано, як найбагатша людина країни та мільйонер, але враховуючи те, що вузловій точці "олігарх" також надається означення "мільйонер"¹²⁴, стає можливим визначити означення цієї ключової ідентичності як момент дискурсу, який у рівній мірі, хоча й імпліцитно, задає означення і вузловій точці), що разом із цим створює модель позитивної репрезентації цього означення. Таким чином, ми бачимо, що цей дискурс виконує функцію підтримки «кінчного» дискурсу, оскільки він формує ментальну модель (або ж, «мнемонічні рамки визначення», у термінології Нормана Ферклоу¹²⁵), яка також сприяє «кінчному» погляду на владний апарат.

Окрім зазначених дискурсів, Савік Шустер також застосовує і такі, які виступають у якості "вторинного". Серед них можливо визначити "дискурс Liberty Report", "дискурс серіалу "Окупація", "дискурс Аристотеля", а також дискурс "Головного наукового експертного управління». Усі ці дискурси містять спільну ознаку у вимірі того, що вони є лише репрезентованими самим ведучим як через засоби прямого («дискурс ГНЕУ»), так і непрямого мовлення, що разом із цим, ставить їх у підпорядкування до дискурсів, які застосовує Савік Шустер. Функціональність цих дискурсів полягає у заданні «ситуативності», яка відкриває «доступ» до контролю над контекстом (дискурс серіалу «Окупація»), або ж у висвітленні «авторитетного джерела»

¹²³ Додаток D

¹²⁴ Там само

¹²⁵ Fairclough N. Textual analysis in social research / Norman Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 183–215.

висловлюваних ведучим суджень, що задає їм високу ступінь модальності¹²⁶. Також, у певній мірі, такі посилання ведучим на попередні комунікативні акти можливо визначити як «очевидну інтертекстуальність»¹²⁷ - тобто випадки експліцитного посилання на «тексти», але разом із цим, їх реконтекстуалізації відповідно до мети шоу.

Тепер ми можемо визначити дискурси, які застосовуються іншими акторами, присутніми у комунікативному акті:

Комунікативному акту є властивою наявність правового дискурсу, «носієм» якого, у найбільшій мірі виступає Людмила Денісова, але також він є застосовуваним Мариною Ставнічук і Денисом Малюською, які також репрезентується у комунікативному акті як агенти «правового поля».

Розглянемо випадок його прямого застосування:

«Людмила Денісова: Перш за все я б хотіла звернути вашу увагу, чому я це роблю. Я виконую закон, згідно з законом пункті 3 прим. статті 13 записано, що уповноважений вносить пропозиції щодо удосконалення законодавства яке стосується сфери щодо захисту прав людини і громадянина, таких пропозицій тільки за 8 місяців 2021 року я внесла 2729, в тому числі до Верховної Ради відносно законопроектів - 1144 позиції, і в тому числі до законопроектів, які було внесено президентом - 29, з них 23 законопроекти було підтримано, до 6 було внесено зауваження.

Що стосується суті, ну перш за все. я би хотіла звернути вашу увагу на колі осіб, з числ... з числа яких можуть потрапити до реєстру олігархів, воно є... доволі невизначеним, тому що вот ви привели чотири ознаки, але трошки одну виклали не таким чином як в законі – «бенефіціари природної монополії», в законі в статті 1 написано, що бенефеціаром, може бути будь-яка фізична особа, яка має або з себе... прямо... або... опосередковано, вплив на ці активи, але там же й визначено те, що бенефіціаром може бути і особа яка має частку

¹²⁶ Додаток D

¹²⁷ Fairclough N. Peripheral vision [Electronic resource] / Norman Fairclough // Organization studies. – 2005. – Vol. 26, no. 6. – P. 915–939. – Mode of access: <https://doi.org/10.1177/0170840605054610> (date of access: 22.06.2022). – Title from screen.

цих активів, і тому частка може бути і незначною, і тому до цього кола осіб, які може бути. внесені до реєстру олігархів... можуть потрапити і представники середнього бізнесу, і про це треба... знати.

Крім того формування реєстрів осіб, чий права будуть обмежені залежно від їхнього майнового стану суперечить статті 24 Конституції, тому що у нас не може бути згідно з Конституції будь яких привілеїв і обмежень, в тому числі за ознакою майнового стану. Не узгоджується з нормами Конституції... і орган, який буде приймати рішення, щодо внесення осіб, до реєстру олігархів. Тому що стаття 107 говорить про те, що РНБО – це є орган, який координує і контролює діяльність органів виконавчої влади у сфері національної безпеки та оборони. Тому цей законопроект, він суперечить статті 19 Конституції де чітко визнано що всі органи державної влади працюють тільки по законам згідно з їх... повноваженнями органами влади, а такими повноваженнями РНБО не наділена... суперечить статті 107 Конституції і статті 106, тому що рішення РНБО вносяться указами президента. Ключовим елементом верховенства права, як зазначає Венеційська Комісія, є юридична визначеність. Тобто, в законі потрібно виписати повноваження органу, спосіб здійснення таких повноважень, і щоб людина мала право захистити себе в [зручний спосіб...

Савік Шустер: [Дякую, Людмила, дякую]¹²⁸

Із початку ми можемо визначити наявність самого правового дискурсу шляхом застосування ідентифікаційного виразу, який втілюється у твердженні «я виконую закон», оскільки «уповноважений вносить пропозиції щодо удосконалення законодавства яке стосується сфери щодо захисту прав людини і громадянина». У більшій мірі він втілює міжособистісний вимір мови, що разом із цим також визначає як інституційну приналежність (у межах посади «омбудсмена»), так і диспозицію у межах правового поля, що разом із цим

¹²⁸ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

також визначає і доступ до відповідного дискурсу. Також, додатковим критерієм «дискурсивної класифікації» виступає те, що у «тексті» спостерігається вживання таких лексем як наприклад "повноваження", а також словосполучення – «юридична визначеність», властива саме для правової системи артикуляції. При цьому варто зазначити увагу і на застосування інтертекстуальності, яка втілюється у використанні юридичних текстів - посилання на норми Конституції, положення Венеційської комісії, здійснює не лише функцію поінформування щодо тих чи інших правових норм, але також більш впливову, у когнітивному вимірі, значущу функцію, оскільки містять у собі посилання на авторитет, а отже, і на певну форму «інкорпорації» символічного капіталу даних інститутів у «межі» виробника висвітлюваної комунікативної події, що задає певну ступінь модальності висловлюваним судженням. Також, і сам стиль мовлення характеризується високим ступенем індикативності, який конститує "істинність" висловлюваних суджень щодо невідповідності положень «антиолігархічного закону нормам права», що разом із цим, свідчить про «категорично-регулятивний» характер дискурсу – оскільки спрямований на встановлення характеру соціальної взаємодії за критерієм відповідності до норм права¹²⁹.

Наступний дискурс, наявний у комунікативному акті, можливо визначити як «раціонально-економічний». «Носіями» цього типу дискурсу є Томаш Фіала, а також Олександр Данилюк. Цьому типу дискурсу іманентні судження у сфері економіки, обумовлені міркуваннями утилітаризму. Розглянемо приклад застосування:

«Олександр Данилюк: Чи потрібен сам реєстр? Що він дає? Я вам хочу сказати що він дає, тому що я працював половину життя в сфері інвестицій. Я розумію наступне, що для тих «олігархів», хто знаходиться в цьому реєстрі... буде набагато складніше отримувати доступ до фінансування. Так, Коломойському

¹²⁹ Храмцова Н. Г. Правовой дискурс в теории права [Електронний ресурс] / Наталья Геннадьевна Храмцова // Проблемы экономики и юридической практики. – 2009. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoy-diskurs-v-teorii-prava> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

нема чого боятись. А решті хто опиниться в цьому реєстрі... їм буде набагато важче отримати фінансування. А це тисячі... десятки тисяч людей... які надають роботу. Тобто, влада, коли запроваджує цей реєстр, має думати про наслідки [а...

Савік Шустер: [Тобто ви кажете, що в іноземних банках буде важче отримати кредит?

Олександр Данилюк: Ну звичайно, вони потрапили в якийсь реєстр... якийсь !РНБО!... веде... ну це зразу ризики колосальні. Це повпливає однозначно на економіку і підприємства...»¹³⁰

Як і у випадку попередньої дискурсивної практики, мовлення починається із висвітлення міжособистісного виміру мови – саморепрезентації, яка відкриває «право доступу» на дискурс. Застосування таких лексем як «економіка», «підприємства» також свідчить про «економічний» характер дискурсу. Функціональність такого типу дискурсу обумовлюється висвітленням «реальних» економічних загроз, які супроводжуватиме введення у дію «антиолігархічного закону».

Також варто визначити і «підтипи» «політичного дискурсу» наявні у комунікативному акті. Цими дискурсами є «дискурс монобільшості», носіями якого є Давид Арахамія, Руслан Стефанчук, Олексій Данілов, та Денис Малюська, «дискурс Європейської Солідарності», який привносить у комунікативний акт Артур Герасимов, а також «Дискурс Голосу», який застосовує Ярослав Железняк. Необхідність виокремлювати такі типи дискурсів обумовлюється вкрай значущою різницею, оскільки за теорією критичного дискурс-аналізу, дискурс можливо розглядати із призми трьох визначень – дискурс як використання мови у соціальній практиці, дискурс як різновид мови всередині певної специфічної області (що, у нашому випадку, є спільною рисою висвітлюваних дискурсів, оскільки вони входять до

¹³⁰ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

«політичної сфери»), а також, що, у нашому випадку є найбільш важливим – як мовлення із певної позиції¹³¹. Саме цей випадок є справедливим у відношенні до нашого визначення дискурсів, оскільки, їх «носії», застосовуючи їх, тим самим репрезентують їх власну детерміновану диспозицію у політичному полі. Відповідним чином і визначається функціональність цих дискурсів, обумовлена агональністю у вимірі волі до влади – їх застосування полягає, в визначенні Ван Дейка, у втіленні дискурсивних стратегій позитивної репрезентації «ми», та негативної репрезентації «іншого»¹³², і, відповідно, затвердженні значущості конвенцій власного дискурсу та його седиментації, де вузлові точки виступають певним «мінливим знаком», навколо яких проходить конкурентна боротьба¹³³. Особливий випадок становить тип дискурсу, який застосовує Дмитро Разумков. Хоча він і застосовує мовлення у вимірі «політичної сфери», він, тим не менш, не виступає із позиції жодної фракції, лише апелюючи до посади «Голови ВР та відповідних повноважень». Із цієї причини, такий тип дискурсу можливо визначити як «дискурсу бюрократа» у вимірі теорії бюрократії Макса Вебера, де «бюрократ» виступає лише у якості «посадової особи», яка діє у межах «визначених компетенцій». Саме такий «образ» формує як сам Дмитро Разумков, так і Савік Шустер, який підкреслює його «зваженість», що імпліцитно передбачає «відсутність» «фаворитизму» та «об'єктивність» останнього.

Останнім дискурсом, присутнім у комунікативному акті, є «осадочний», «ліберальний дискурс». На відміну від усіх попередніх дискурсів, він не виступає як у форму «союзів», так і «контрадикції» із іншими дискурсами, він є консенсусним, а його конвенції – неоспорюваними. Він втілюється у таких кооптаціях як «права людини», «право на свободу слова», «верховенство

¹³¹ Йоргенсен М., Филлипс Л. Дж. Глава 3. Критический дискурс-анализ. *Дискурс-анализ. Теория и метод* / пер. з англ. А. Киселева. 2008. С. 108–163. URL: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ЙОРГЕНСЕН%20и%20др%20-%20Дискурс-анализ%202008%20352с.pdf>.

¹³² Ван Дейк Т. Дискурс и манипуляция / Т. Ван Дейк // *Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации* / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.

¹³³ Додаток D

права» і т.д., які також є застосовуваним усіма учасниками (проте, у найбільшій мірі, він є застосовуваним Людмилою Денісовою, що властиво для носія «правового дискурсу», а також Томаша Фіали, якому властивий етос «європейської людини»¹³⁴). Зокрема, і сам ведучий у шоу апелює до «європейських цінностей» як критерію правильності того чи іншого політичного рішення. Тим не менш, сам він є доволі рідко застосовуваним, і проявляється швидше у критиці «антиолігархічного закону» за критерієм порушення прав і свобод людини або позитивної саморепрезентації на основі їх дотримання (таким чином, застосовуючи його "підтримку" власних дискурсів). У комунікативній події, ці ліберальні конвенції можливо назвати міфом, оскільки є «натуралізованими», тобто «квазі-очевидними», проте його можливо визначити швидше як уже сформовану когнітивну модель довгострокової пам'яті, яка є «складовою» для «побудування» міфу, присутньому у «тексті».

На цьому етапі, ми можемо визначити порядок дискурсу:

У роботі, визначаючи характер «мікрокосму» - журналістського поля і конституюваність практик, які застосовують агенти, наближеністю до «економічного полюсу», ми, у більшій мірі, зосереджували увагу лише на його «слабкостях» у вимірі слабкої ступені автономності відносно до поля політики та економіки. Тим не менш, задля того, аби у повній мірі визначити обумовленість формування порядку дискурсу всередині шоу, ми також повинні зазначити і те, що поле журналістики, незважаючи на високу ступінь вразливості від «зовнішнього впливу» економічного та політичного полів, разом із цим також здатні чинити на них значний вплив (при цьому, не лише на поле політики та поле економіки)¹³⁵. У великій мірі, це обумовлюється значними ресурсами у вимірі символічної влади, як доступу до публічного дискурсу (при цьому, як зазначає Т. Ван Дейк, символічна влада медіа є

¹³⁴ Додаток D

¹³⁵Бурдьє П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // О телевидении и журналистике / пер. з фр Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 107–140. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/burde-pole-politiki-pole-socialnyh-nauk-pole-zhurnalistiki>. – Назва з екрана. .

найбільш «значущою», оскільки вона охоплює найбільші обсяги «мас») ¹³⁶. У свою чергу, для агентів інших полів, це означає те, що задля "успішної" реалізації боротьби у вимірі власного поля, де боротьба агентів, конституїрована певним «конкуретним капіталом», навколо якого відбувається боротьба, у межах того чи іншого мікрокосму, як наприклад боротьби за легітимне бачення світу, та, відповідно отримання політичного капіталу (політики, присутні у шоу) ¹³⁷, економічного капіталу (Томаш Фіала), або ж, «конфлікту за компетенцію» ¹³⁸ (агенти правового поля – Людмила Денісова, Марина Ставнійчук), агентам також необхідно отримати й певну форму символічного капіталу (як значущості і визнання) через участь у політичному шоу, внаслідок посилення демонстративної природи самих учасників, а також закріпленням самого "існування" відповідних дискурсів та їх конвенцій у публічному дискурсі.

Тим не менш, разом із цим це не визначає того, що дискурси, які вони застосовують, обов'язково здійснюватимуть «функцію», «очікувану» самими учасниками. Це обумовлюється тим, що можливо назвати «правом на первинний дискурс», на який отримує доступ лише ведучий. Так, агенти можуть «привносити» у комунікативний акт власні дискурси, навіть застосовувати «constitutive outside» ¹³⁹, задля того, аби певним чином «проінтерпретувати» значення «мінливого знаку» (знак, навколо якого відбувається боротьба - вузлові точки «антиолігархічний закон» та «олігарх») відмінного дискурсу, і виокремити на його основі значущість власної системи артикуляції, але, насправді кожна артикуляційна система учасника немає «символічної значущості» сама по собі, оскільки ведучий, шляхом інтерпретації дискурсивних практик агентів разом із цим також і визначає їх

¹³⁶ Ван Дейк Т. Власть в дискурсе: обзор / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 62–85.

¹³⁷ Бурдьє П. Политическое представление. элементы теории политического поля [Електронний ресурс] / Пьер Бурдьє // Социология политики. – [Б. м.], 2009. – Режим доступу: <https://gtmarket.ru/library/articles/3047#contents>. – Назва з екрана. (дата звернення: 10.06.2022).

¹³⁸ Бурдьє П. Власть права: Основы социологии юридического поля [Електронний ресурс] / Пьер Бурдьє // Социальное пространство: поля и практики. Сборник статей / пер. з фр. О. И. Кирчик. – [Б. м.], 2009. – Режим доступу: <https://gtmarket.ru/library/articles/3040> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

¹³⁹ Додаток D

значущість у самому комунікативному акті, тим самим низводячи "статус" дискурсів учасників лише до "вторинного" – репрезентованого. Таким чином, окрім чотирьох зазначених дискурсів, «правовий дискурс», «економічно-раціональний дискурс», та «дискурс монобільшості, Європейської Солідарності, Голосу, бюрократа» також можливо класифікувати як вторинних – єдина різниця полягає лише у тому, що їх «висвітлення» у комунікативному акті втілюється самими носіями, у той час як саме «репрезентація» «залишається» лише у ведучого. У нашому випадку, в найбільшій мірі це втілюється шляхом задання транзитивності учасникам шоу – під час, або після промов агентів, ведучий, у певній мірі, разом із цим «пояснює» - «про що саме вони говорили» і яким є це «говоріння», «на що воно направлене» і т.д.

Із категорії транзитивності ми визначили конфронтаційний характер «кінчного» дискурсу та дискурсу «монобільшості»: Репрезентація представників монобільшості як таких, які «!то! звинувачують CNN, що вони працюють на ФСБ, !то! вони кажуть що їх ніхто не знає – що вони невідомі люди»¹⁴⁰, а також безпідставно звинувачують усіх у «купленості»¹⁴¹, виконує функцію спростування цієї артикуляційної системи, оскільки вказує на «штучність» висвітлюваних проблем на основі «конспірологічного» характеру дискурсу. Це також втілюється і у випадках коментарів ведучого під час висвітлення «дискурсу монобільшості» самими учасниками шоу. Наприклад, під час визначення Олексієм Даніловим проблемності «впливу олігархів» та необхідності його вирішення через «антиолігархічний закон», Савік Шустер зазначає - «Ви згадали Криворіжсталь, але це було зроблено без закону проти олігархів»¹⁴², тим самим спростовуючи момент дискурсу, заданий «дискурсом монобільшості» знакові «антиолігархічний закон», як «методу боротьби із олігархами». Також і репрезентація Давида Арахамії як «необ'єктивного та

¹⁴⁰ Додаток D

¹⁴¹ Там само

¹⁴² Там само

легковажного» через інтерпретацію його суджень стосовно антиолігархічного закону¹⁴³ таким же чином і спростовує саму артикуляційну систему дискурсу «монобільшості». У цьому вимірі варто зазначити, що означення, яке надається Давидові Арахамії, як «головного адвоката антиолігархічного закону»¹⁴⁴, також сприяє негативній репрезентації відповідного дискурсу, оскільки саме він є тією ключовою ідентичністю, із яким Савік Шустер найбільш часто входить у контрадикцію через висловлення тих чи інших зауважень, а оскільки його образ відповідає «етосу мудреця»¹⁴⁵, це разом із тим передбачає і наявність протилежних характеристик того, кого останній засуджує. Також, ведучий не лише вказує "що вони говорять", але також і на самі їх дії, що, тим не менш, також визначає позиціонування «дискурсу монобільшості» у порядку дискурсу. Транзитивність, яка задається Руслану Стефанчуку - «В студентські роки брав участь у Клубі “весёлых и находчивых”, де і подружився з Володимиром Зеленським»¹⁴⁶, а також «висловлення дискусійної заяву про можливість переходу України на латиницю»¹⁴⁷ Олексія Данілова, формують модель «комічності» ключових ідентичностей, а те, що Давид Арахамія «розмовляв з Коломойським»¹⁴⁸ (опортуністичність партійців), також «спростовує» артикуляційну систему «монобільшості», яку вони «привнесли» у комунікативний акт.

У той же час, ведучий здійснює позитивну репрезентацію суджень інших учасників. На момент дискурсу, який втілюється через промову Олександра Данилюка, де вузловій точці «олігархи» задається означення «тисячі... десятки тисяч людей... які надають роботу», а «антиолігархічний закон» визначається як «загроза для економіки та підприємств»¹⁴⁹, ведучий відповідає – «Ви сказали важливу річ»¹⁵⁰, тим самим виявляючи згоду, і водночас

¹⁴³ Додаток D

¹⁴⁴ Там само

¹⁴⁵ Там само

¹⁴⁶ Там само

¹⁴⁷ Там само

¹⁴⁸ Там само

¹⁴⁹ Там само

¹⁵⁰ Там само

підтримку даної «раціонально-економічної» артикуляційної системи. Таким же чином ведучий «підтримує» і «правовий дискурс». Проте, на відміну від попереднього дискурсу, він не втілюється у експліцитному вираженні «ідеаційного виміру» мови (через висвітлення судження як важливого, неважливого, і т.д.). Натомість його символічна значущість реалізується шляхом «міжособистісного» виміру мови – стилістики. Так, під час задання транзитивності Людмилі Денісовій – «Говорить про порушення в Конституції», Савік Шустер вживає інституційне означення - «уповноважений з прав людини»¹⁵¹, що слугує висвітленням «компетентності» і позиціонування саме як агента правового поля, тим самим «обумовлюючи» як «право» на застосування правового дискурсу, так і виокремлюючи високу ступінь модальності судження. У цьому акті втілюється те, що П'єр Бурдьє називає стратегією «Троянського коня», як впровадження у певний «мікрокосм» чужорідних цьому полю агентів¹⁵². Тим самим, здійснюється певний процес «взаємо-обміну», у той час як актори журналістського поля отримують певну «зовнішню» підтримку, яка слугує «підкріпленням» поширюваних ментальних моделей, актори інших полів отримують «медіа-славу» (символічний капітал), яка за Бурдьє, також отримує свою значущість навіть у межах інших «мікрокосмів» (навіть у полях, які є одними із найбільш автономних – полі «науки» та «юрисдикції», і, тим більше, «полі політики») – цей процес П'єр Бурдьє називає «колабораціонізмом»¹⁵³. У нашому випадку, Людмила Денісова, отримує символічну значущість через присутність у медіа-дискурсі, але разом із цим слугує у якості "джерела модальності" формованих ведучим суджень.

Звісно, це не визначає певну "когерентність" цілей акторів - у той час як для актора юрисдикційного поля головною ціллю є перемога у "боротьбі

¹⁵¹ Додаток D

¹⁵² Бурдьє П. Власть журналистики [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // О телевидении и журналистике / пер. з фр Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 92–104. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/burde-vlast-zhurnalistiki>. – Назва з екрана.

¹⁵³ Там само

компетентностей", ціллю ж ведучого є створення економічно-прибуткового (тобто рейтингового) шоу, а також формування міфу, конституйованого "патерном власності", але тим не менш, вона, як актор юрисдикційного поля, сприяє його «успішній рецепції» (незважаючи на те, втілюється це свідомо або несвідомо). Також й присутність інших акторів у шоу є втіленням застосування такої стратегії. Так званими «колабораціоністами» є не лише актори юрисдикційного поля (Людмила Денісова та Марина Ставнічук), але також і актори економічного та політичного поля. Як і у випадку Людмили Денісової, їх дія обумовлюється власними цілями – накопиченню економічного (Томаш Фіала) та політичного (Артур Герасимов, Ярослав Залізняк, Олександр Разумков) капіталів, проте вони також сприяють формуванню відповідного до формованого ведучим фрейму. Томаш Фіала, як підприємець, виступає із позиції «раціонально-економічного дискурсу» (де наявний інкорпорований культурний капітал також слугує у якості задання модальності судженням), декларуючи невідповідність засобів вирішення до декларованої проблеми олігархів, тим самим сприяючи уявленню про наявність певних «істинних причин» створення законопроекту (натомість того, що, «кажуть автори»), у той час як політики, орієнтуючись на символічний капітал – визнання серед електорату, здійснюють негативну репрезентацію іншого (партії «Слуга Народу») та, відповідно, також виступають із позиції боротьби до «дискурсу монобільшості», а унаслідок самої структури шоу, де учасники поділяються за двома «таборами» «за» і «проти», наявність політика, який має визнання електорату, сприяє й, зокрема, відчуттю довіри до його репрезентованих «союзників», і, хоча й опосередковано, ведучого, який вступає у контрадикцію із дискурсом «монобільшості».

Також ведучий встановлює порядок дискурсу через доступ до інтеракційного контролю, завдяки якому, також встановлюються дискурсивні відносини. Зокрема, це втілюється у змісті питань, який ведучий задає тим чи іншим

учасникам. Розглянемо це на прикладі питань, які Савік Шустер задає Людмилі Денісовій, Дмитру Разумкову, та Русланові Стефанчуку.

Основна частина шоу, після задання контексту ведучим (яке втілюються у застосуванні «історичного», та «vox-populi» дискурсу, і, як було визначено, також створює ментальну модель щодо негативної репрезентації «дискурсу монобільшості»), починається із питання:

«Я почну із питання Людмилі Денісовій. Людмила Денісова, ви звернулись до парламента із листом, у якому ви заявили, що він порушує права людини... У чому він порушує права людини?»¹⁵⁴

Унаслідок того, що у питанні застосовується індикативне судження, яке полягає у тому, що закон «порушує права людини» - воно імпліцитно передбачає правоту ключової ідентичності. У такому випадку, уповноваженій із прав людини «лише» залишається «пояснити» цю причину, яка імпліцитно передбачається як «істинна», оскільки уже саме питання містить у собі згоду щодо факту його порушення. Драматична пауза, у такому випадку емоційно «підкріплює» наявність певної «загрози», яку містить у собі законопроект. Також, питання, яке слідує після задання «ситуативності», при цьому не містить у собі «стилістичного» означення, як наприклад «У чому він, на вашу думку, порушує права людини?». Таким чином, саме судження, у певній мірі, немов «відділяється» від факту його опосередкованості конкретним актором, що є свідченням задання високої ступені модальності, та значущості самого «правового дискурсу», зокрема.

Наступне питання задається Дмитру Разумкову:

«Дякую Людмилу, дякую. Я хочу звернутись до голови парламенту. Дмитро Олександровичу, з однієї сторони ви відправили текст законопроекту до Венеційської комісії, з іншої ви сказали, що якщо текст законопроекту пройде через комітет, що ви винесете його в зал і буде друге читання... дуже

¹⁵⁴ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

!зважена! позиція... ну... на перший погляд вона дуже зважена. Скажіть будь ласка, вам було важко, на вас здійснювали який-небудь тиск? Чи це був абсолютно справжній, правовий крок члену парламенту?»¹⁵⁵

Як було визначено, у попередній категорії, аспект «ситуативності» репрезентує «об'єктивність» ключової ідентичності, незважаючи на те, що вона була здійсненою у «обмовці» ведучого¹⁵⁶ (яка насправді висвітлює його дійсну інтенцію – «позитивну репрезентацію»). При цьому, навіть застосовувана «технологізація дискурсу» не сприяє «переформатуванню» сприйняття реципієнта. Причина полягає у емоційному наголосі, який здійснює ведучий, висловлюючи прикметник «зважена», у той час як у висловленні «ну... на перший погляд вона дуже зважена» застосовується дискурсивна стратегія «редукції»¹⁵⁷, оскільки, на відміну від попереднього висловлення, вимовляється тихо і швидко, у той час як першому надається емоційне забарвлення. Також, питання чи «на вас здійснювали який-небудь тиск» позиціонує Дмитра Разумкова у якості «жертви», передбачаючи певну «загрозу» від «невідомої сторони» (яка у подальшому, хоча й опосередковано, отримує означення у «партії монобільшості»), що також сприяє відчуттю довіри до ключової ідентичності.

Після обох виступів, питання задається Руслану Стефанчуку.

«Я Руслана Стефанчука запрошую до мікрофона... Вот дивіться, народ вважає, що це буде во благо влади, а не во благо народу. Уповноважений із прав людини говорить про порушення конституції. Голова парламенту каже, що, якщо уповноважений із прав людини і чотири фракції проти законопроекту, то він відправив його у Венеційську Комісію. Як !ви!, можете

¹⁵⁵ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим

доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

¹⁵⁶ Додаток D

¹⁵⁷ Ван Дейк Т. Дискурс и манипуляция / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.

переконати людей, що, він правильний? І що треба йти на друге, кінцеве рішення і... все... поставити крапку»¹⁵⁸

Різниця між характерами питання, які задаються Людмилі Денісовій і Дмитру Разумкову, та Руслану Стефанчуку, є доволі експліцитною. Так, на відміну від питання «У чому він порушує права людини?», у якому є відсутньою інкорпорація «стилістики», у питанні «Як !ви!, можете переконати людей, що, він правильний», не лише вказується акцент саме на опосередкованість подальших суджень ключовою ідентичністю, у певній мірі воно також «підсилюється» застосуванням емпатичного наголосу. Також, у цьому питанні, ми бачимо як ведучий «привносить» попередні дискурси, висловлені іншими агентами, що проявляється у паратактичній репрезентації у вигляді «переліку» дій цих ключових ідентичностей, що, відповідно, також «позиціонує» їх у формі антагонізму із «дискурсом монобільшості». Разом із цим, вони "переформатовуються" у категорію "вторинного дискурсу" – перелік «локальних» дискурсивних практик втілюються у якості «підтримки» більш «глобального» кінчного дискурсу, спрямованого на виявлення недовіри до дій владного апарату.

У цьому вимірі слід зазначити, що й сама взаємодія ведучого шоу із учасниками характеризується співвідношенням «кінчного» дискурсу, із тими дискурсами, які застосовують агенти. Зокрема, це втілюється у характері взаємодії ведучого із учасниками у жанрі політичного інтерв'ю. При цьому, варто звернути увагу на гетерогенність стилів таких інтерв'ю, які застосовує ведучий у взаємодії із учасниками. Значущість цього аспекту полягає у тому, що, за Лакло і Муфом, шляхом звернення і різних форм ведення розмови людям задаються певні позиції в яких вони повинні займати ту чи іншу роль. Наприклад, тут можливо навести випадок розмови лікаря і пацієнта. Зазвичай, ця розмова проводиться у жанрі медичного опитування. Жанр такої

¹⁵⁸ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

розмови уже задає певні передумови для того, як повинен і не повинен діяти як лікар, так і пацієнт. Наприклад, пацієнт не може оспорювати рішення лікаря, оскільки через сам жанр медичного опитування задається «професійна ідентичність» лікаря і його авторитет перед пацієнтом, що виключає можливість пацієнта входити із ним у контрадикцію¹⁵⁹.

У нашому ж випадку, ми можемо спостерігати дуалістичність стилів. Так, із однієї сторони, ведучий застосовує "розмовний" стиль у випадках позитивної репрезентації конвенцій певного дискурсу, який виступає у якості опозиції до «дискурсу монобільшості». Зокрема, це можливо спостерігати під час виступу Олександра Данилюка. Питання ведучого "Тобто ви кажете, що в іноземних банках буде важче отримати кредит?"¹⁶⁰ демонструє зацікавленість. У цьому вимірі ведучий виступає швидше із позиції "співрозмовника", ніж "інтерв'юера", що встановлює більш "еквівалентні" позиції співбесідників та відкриває можливості для учасника у вимірі вільного висловлення тих чи інших суджень. Тим не менш, разом із цим це запитання також є проявом інтеракційного контролю, оскільки воно визначає подальший хід суджень учасника у вимірі орієнтації на темі тієї загрози, яку привносить антиолігархічний закон, але, тим не менш, не стільки повністю визначає хід розмови, скільки стимулює до деталізації цього аспекту при збереженні подальшої «свободи на висловлення».

У той же час, взаємодія ведучого із «носіями дискурсу монобільшості» у більшій мірі характеризується «конфронтаційним стилем». У такому випадку ведучий у значній мірі контролює дискурсивну практику учасника, що (принаймні, у порівнянні із «розмовним жанром») у певній мірі обмежує рамки висвітлення відповідного дискурсу. Найбільш ілюструючим прикладом слугує взаємодія Савіка Шустера та Дениса Малюськи:

¹⁵⁹ Йоргенсен М. Глава 2. Теория дискурса Лакло и Муффа. [Електронний ресурс] / М. Йоргенсен, Л. Филлипс // Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. з англ. А. Киселева. – Харьков, 2008. – С. 53–108. – Режим доступу: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ЙОРГЕНСЕН%20и%20др%20-%20Дискурс-анализ%202008%20352с.pdf> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

¹⁶⁰ Додаток D

«Скажіть будь ласка, головне наукове експертне управління Верховної Ради – орган якому ви довіряєте? Чи він також куплений? Я не знаю уже, зважаючи на те, як ви, тобто партія монобільшості, говорите. хто не куплений...»¹⁶¹

У цьому випадку розмовні ролі співбесідників є позиціонованими – роль Савіка Шустера є «домінуючою», у той час як «опитуваний» повинен відповісти на заданий «виклик», що посилює символічну асиметрію між учасниками шоу. Також, цей стиль застосовується у таких випадках, коли ведучий прагне виступити у ролі «модератора», роблячи те чи інше зауваження учасникам шоу. Як було визначено у категорії «транзитивності», у найбільшій мірі такі зауваження задаються носіям «дискурсу монобільшості» - Давидові Арахамії, Олексію Данілову, а також Денису Малюсці, у той час як представникам другого, «опозиційного» табору, таке зауваження задавалось лише одного разу – «Ви проявляєте схильність до драматизації»¹⁶² (означення «антиолігархічного закону» дискурсом Європейської Солідарності як «форми путінізму»). Таким чином, застосування «конфронтаційного стилю» є доволі вибіркоким - навіть у випадку вкрай грубої маніпуляції учасників, які виступають у «контрадикцію» із «дискурсом монобільшості, ведучий не застосовує функцію «модератора». Наприклад, у випадку, де Руслан Стефанчук запитав Людмилу Денісову, чому вона направила звернення до Дмитра Разумкова, але не подала заяву до Венеційської Комісії самостійно, вона відповіла, що «не є суб'єктом конституційного подання», на що ведучий не лише не виступив у ролі «модератора», але також і застосував інтеракційний контроль, змінивши тему на основі того, що «це нікому не цікаво»¹⁶³.

Підсумовуючи те, яким є порядок дискурсу даної комунікативної події, ми можемо визначити, що «кіничний» дискурс є найбільш значущим. Навіть інші

¹⁶¹ Додаток D

¹⁶² Так само

¹⁶³ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

дискурси, які застосовує Савік Шустер, слугують швидше у якості "підтримки" його конвенцій, що втілюється як у вимірі задання «мнемонічних рамок визначення» (історичний та "vox-populi" дискурси, а також дискурс серіалу «Окупація»), так і модальності висвітлюваних суджень ("дискурс liberty report", "дискурс Аристотеля" і дискурс "Головного наукового експертного управління»). У той же час, дискурси, які застосовують інші учасники шоу, доволі експліцитно виступають на користь узгодження конвенцій «кінчного» дискурсу - у ідеаційному вимірі, яке торкається саме відношення (у вимірі позитивного\негативного сприйняття) до антиолігархічного закону, між ними не існує «жорстких кордонів», унаслідок чого вони здатні легко «змішуватись» у тексті (чому сприяє і сама структура, за якою розподіляються учасники шоу) та\або, у певній мірі «обрамляються» останнім у його висвітленні ведучим як вторинного (прикладом чого може слугувати транзитивність, яка задається Давидові Арахамії - «Говорить - "Що ми взагалі обговорюємо? І так все зрозуміло, є 13 людей, які в списку РНБО, одна із них жінка, і ці люди, і вони реально обмежують. Ну, тобто їх політику треба обмежити»¹⁶⁴) тим самим виконуючи певну функцію «метадискурсу». При цьому, якщо «правовий» дискурс, «раціонально-економічний» дискурс, дискурс «Європейської Солідарності», дискурс «Голосу», та дискурс «бюрократа» знаходяться, хоча і у підлеглий, але разом із тим, «союзній» позиції із «кінчним» дискурсом ведучого, то у випадку «дискурсу монобільшості» - «кінчний» дискурс входить у певну контрадикцію із першим.

Причиною, із якої саме дискурс ведучого стає «гегемоном» у «порядку дискурсу», на нашу думку обумовлюється наявністю найбільш значущих ресурсів у вимірі символічної влади – «Україна 24», як агент журналістського поля, здатен надати доступ до публічного дискурсу агентам інших полів, що дозволяє їм отримати символічний капітал, який відкриває можливості для

¹⁶⁴ Додаток D

самореалізації у межах власного поля. Так, як зазначає Норман Ферклоу, із розвитком інформаційних технологій, критерій «матеріального капіталу» у вигляді технічних засобів виробництва і поширення інформації поступово втрачає свою значущість, і тому більше немає жодних причин, із яких би ті чи інші класи населення або групи людей (як наприклад профспілки чи партії) не могли б виробляти та поширювати ті чи інші комунікативні практики, проте критерій "масовості" у вимірі доступу до впливу на публічний дискурс залишається незрівнянним, що, виступає у якості певної «вимоги» до «звернення за доступом» до медіа¹⁶⁵. У свою чергу, така можливість доступу супроводжується інтеракційним контролем – шоу, висвітлюючи дискурси учасників, разом із тим також і контролює контекст у лиці ведучого, у межах якого вони діють та співвідносяться. Тема, у межах якої здійснюватиметься обговорення, уже є заданою – нею є «антиолігархічний закон», при цьому попередньо інкорпорованими також є і ті «когнітивні рамки» крізь призму яких він висвітлюватиметься, що найбільш експліцитним є у випадку транзитивності, заданої суб'єкту «ми» - «Спробуємо визначити істинну, глибинну причину, навіщо потрібен цей закон»¹⁶⁶, яке передбачає «неістинність» «дискурсу монобільшості», у той час як контрадикторним до нього дискурсам (до якого входять усі інші) задається висока ступінь модальності.

Тим не менш, залишається питання – чому саме «дискурсом-гегемоном» у цій комунікативній події виступає «кіничний» дискурс?. Для відповіді на це питання, ми можемо знову звернутися до Нормана Ферклоу. Семіотичний аспект завжди у більшій чи меншій мірі є пов'язаним із іншими елементами соціальних практик. Таким чином існує певний взаємозв'язок між структурою мови і структурою соціальних та культурних відносин і тими змінами, які

¹⁶⁵ Fairclough N. Communication in the mass media / Norman Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 35–53.

¹⁶⁶ Додаток D

відбуваються усередині неї - вони завжди є взаємопов'язаними¹⁶⁷. Звідси також виходить і те, що комунікативні практики, тобто певні зображення, тексти і т.д, можуть слугувати наглядним індикатором соціальних змін¹⁶⁸. «Центром» таких соціальних змін також може виступати і соціальна боротьба та конфлікти¹⁶⁹, а отже, за Ферклоу, ті чи інші порядки дискурсу також можливо розглядати як інтенцію тих чи інших людей та груп до потенційного встановлення культурної гегемонії певного дискурсу – його седиментації, та його ролі у якості конституту соціальної дії, зокрема, що забезпечуватиме владне домінування у інтересах класу, групи і т.д, які є «виробниками» цього дискурсу. Це також, у певній мірі, втілює визначення «політики» у розумінні Лакло і Муфа, як артикуляції значень соціальних явищ, які при цьому спрямовані на виключення інших способів структурування тих чи інших елементів¹⁷⁰. У цьому вимірі, як вдало зазначають Йоргансен і Філіпс – «якщо між певними дискурсами відбувається боротьба, стає зрозумілим, що різні актори намагаються просунути різні способи організації суспільства»¹⁷¹. У нашому випадку, встановленню «кінчного» дискурсу сприяє «патерн власності» медіа. Хоча Рінат Ахметов і не є агентом "політичного поля" (за Бурдьє, такими можливо визначати лише акторів політичної або державної влади - членів партій, урядів і т.д.)¹⁷², це, тим не менш, не визначає відсутності значущості встановлення того чи іншого способу організації суспільства, яка була б більш сприятливою для реалізації підприємницьких стратегій. Різниця швидше полягає у тому, що «точка боротьби» - «ставка», яка для політичного поля втілюється у монополії на вироблення та поширення поглядів, для агента

¹⁶⁷ Fairclough N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research / Norman Fairclough // *Methods of critical discourse analysis*. – London, 2001. – P. 121–139.

¹⁶⁸ Fairclough N. Textual analysis in social research / Norman Fairclough // *Critical discourse analysis: the critical study of language*. – London, 1995. – P. 183–215.

¹⁶⁹ Fairclough N. Critical analysis of media discourse / N. Fairclough // *Media discourse*. – London, 1995. – P. 53–68.

¹⁷⁰ Йоргансен М. Глава 2. Теория дискурса Лакло и Муффа. [Електронний ресурс] / М. Йоргансен, Л. Филлипс // *Дискурс-анализ. Теория и метод* / пер. з англ. А. Киселевая. – Харьков, 2008. – С. 53–108. – Режим доступу: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ЙОРГЕНСЕН%20и%20др%20-%20Дискурс-анализ%202008%20352c.pdf> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

¹⁷¹ Там само

¹⁷² Бурдьє П. Политические позиции и культурный капитал [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // *Социология политики* / пер. з фр Н. А. Шматко. – [Б. м.], 2007. – Режим доступу: <https://gtmarket.ru/library/articles/3060> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

«поля економіки» швидше складає «перехідну ланку» у вимірі досягнення відповідного, «матеріального» типу капіталу. Оскільки пропонований законопроект загрожує підприємницьким стратегіям власника медіа (окрім заборони на фінансування партій та політичних агітацій, що також виступає у якості перешкоди для внесення у публічний дискурс вигідних для особи дискурсів, внесення у реєстр передбачає заборону для особи, яка у ній є присутньою, виступати у якості покупця у процесі приватизації об'єктів «великої приватизації»¹⁷³) дана комунікативна подія виступає у якості певної "антиреклами" політичного "товару", пропонованого "дискурсом монобільшості", спростовуючи її систему артикуляції, і разом із цим пропонуючи більш вигідну для її, хоча й опосередкованого виробника, "альтернативу", яка міститься у складовій міфу. Із цією причини дану комунікативну подію можливо визначити як інтенцію до зміни "порядку дискурсу" у більш глобальному, "публічному дискурсі", чому сприяє "масовість", та, відповідно, потенційний символічний вплив.

Тим не менш, «патерн власності» – не єдиний фактор, який впливає на характер комунікативної події. Як зазначає Бурдьє, знання щодо джерел фінансування того чи іншого агента журналістського поля є хоча і важливою, але недостатньою основою для повного розуміння практик медіа, оскільки не лише «зовнішні залежності» визначають їх¹⁷⁴. Для цього ми можемо звернути увагу на вимір «імпліцитної інтертекстуальності» комунікативної події. Це можливо визначити із питань, заданих інтерв'юєром у шоу Олексію Данілову та Руслану Стефанчуку:

«Ми бачимо, що певні міжособистісні проблеми є (між Русланом Стефанчуком та Дмитром Разумковим) і... зараз ходить багато чуток, що ви можете його змінити, і зараз Давид Арахамія навіть натякає на те, що фракція

¹⁷³ Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів) [Електронний ресурс] : Закон України від 23.09.2021 р. № 1780-ІХ. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1780-20#Text> (дата звернення: 12.06.2022). – Назва з екрана.

¹⁷⁴ Бурдьє П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики. *О телевидении* / пер. з фр. Ю. Маркова. 2002. С. 107-140. URL: <http://bourdieu.name/content/burde-vlast-zhurnalistik> (дата звернення: 07.06.2022).

монобільшості не задоволена Дмитром Разумковим. Як ви можете прокоментувати ці чутки?»¹⁷⁵

«Щодо сьогоднішнього засідання РНБО, ми почули від вас, що будуть введені санкції проти тих людей, які організовують вибори... так звані вибори до... ви це сказали на брифінгу... до держдуми РФ, зокрема за участі і за залучення окупованих територій. Скільки зараз людей є, хто опрацьовує цей список, скільки людей буде?»¹⁷⁶

«Ви висловили дискусійну... (сміх) заяву про можливість переходу України на інше письмо». Як ви можете пояснити, звідки взагалі походження цієї історії з кирилицею-латиницею?»¹⁷⁷

Хоча питання, пов'язані із «дискусійною заявою» Олексія Данілова та «можливістю замінити» Русланом Стефанчуком Дмитра Разумкова у великій мірі також сприяє формуванню певних уявлень щодо ключових ідентичностей, та застосовуваних ними дискурсів відповідно, ми можемо також віднайти певну обумовленість заданих питань внутрішньою логікою журналістського поля. Як було визначено у першому розділі, значний вплив на поведінку агентів поля журналістики, у вимірі висвітлення того чи іншого явища, чинить критерій «сенсаційності» такої теми, яка, у великій мірі, визначається тим, чи отримало це висвітлення у інших медіа. У свою чергу, усі теми, стосовно яких інтерв'юер опитував респондентів, були одними із найбільш актуальних у інформаційному журналістському просторі. Зокрема, публікації на цю тему були присутніми у «Радіо Свободі»¹⁷⁸, «Українській правді»¹⁷⁹, «5 каналі»¹⁸⁰, і т.д. Саме цей аспект можливо назвати "імпліцитною

¹⁷⁵ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021, 2021. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022).

¹⁷⁶ Там само

¹⁷⁷ Там само

¹⁷⁸ Данілов попередив про санкції через незаконні російські вибори в Криму та на Донбасі [Електронний ресурс] // Радіо Свобода. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-danilov-rosija-vybory-sankciji/31465592.html> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

¹⁷⁹ Стефанчук прокоментував чутки, що Зеленський хоче посадити його у крісло Разумкова [Електронний ресурс] // Українська правда. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/09/6/7306193/> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

¹⁸⁰ Секретар РНБО Данілов вважає, що Україні варто перейти на латиницю [Електронний ресурс] // 5 канал. – Режим доступу: <https://www.5.ua/polityka/sekretar-rnbo-danilov-vvazhaie-shcho-ukraini-varto-pereity-na-latynysiu-254545.html> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

інтертекстуальністю", оскільки дані комунікативні події, хоча і не є безпосередньо втілюваними у самому "тексті", але при цьому, впливають на характер його формування. У певній мірі, ми можемо спостерігати втілення взаємо-обумовленості практик, оскільки в умовах конкурентності, втілення даних практик потребує відповідних дій зі сторони «України 24». У цьому вимірі слід зазначити, що дані теми слугують «спільною точкою», навколо яких відбувається боротьба агентів журналістського поля. «Відповідь» «України 24» на «поставлений виклик» втілюється як у "нівелюванні" значущості конкурентів, шляхом висвітлення аналогічної теми, так і виокремлення більш "кращої форми", оскільки окрім факту висвітлення події, "текст" також містить як коментарі самих "героїв" сенсацій, так і нову інформацію стосовно висвітлюваних явищ, що реалізує критерій «оперативності» та «новизни», оскільки «Україна 24» виступає першочерговим надавачем інформації, тим самим увиразнюючи позитивну саморепрезентацію на основі такої «гетерогенності».

Зазначені питання виступають не єдиним проявом наближеності до "економічного полюсу". Як зазначає Норман Ферклоу, комерціалізація медіа обумовлює перетворення медіапродукту, як, у першу чергу, засобу проведення дозвілля, де реципієнти виступають не стільки як громадяни, які очікують від медіа дотримання нормативних функцій (що, зокрема, втілюється в Українському кейсі, хоча громадяни, нормативно, і визначають функції медіа, когерентного до «суспільного інституту», у власному виборі вони орієнтуються у першу чергу на «цікавість», ніж на те, наскільки якісно медіа виконують функцію «поінформування», «просвітництва», і т.д.), скільки як споживачі, «звертаючись» до медіа у першу чергу як до «інституту розваг»¹⁸¹ (Тут і надалі переклад мій – Пшик В.). У свою чергу, у шоу забезпечення «розважливої функції» обумовлюється тим, що найбільша її частина проходить не стільки у жанрі політичного інтерв'ювання, скільки у жанрі

¹⁸¹ Fairclough N. Ideology and identity change in political television / N. Fairclough // Critical discourse analysis: The critical study of language. – London, 1995. – P. 167–183.

диспуту. Це обумовлюється як самою «конфронтаційною» темою, так і тим, що у деяких випадках можливо спостерігати, коли ведучий немов «втрачає інтеракційний контроль» (перестаючи «втручатися» у промови учасників шоу, забезпечувати дотримання регламенту і т.д.), «дозволяючи» учасникам перейти у прямий конфлікт. Хоча ведучий й спрямовує тему комунікативної події, шляхом надання коментарів і питань, проте на "передньому плані" шоу залишаються самі політики та їх «відносини». Саме таку «орієнтацію» шоу експліцитно можливо визначити у випадку, якщо ми звернемо увагу на інтертекстуальний вимір комунікативної події, але не стільки у вимірі того, де певні «тексти» конституюють його, скільки у тому, як саме сам «текст» конституює наступні. Медіа «реконтекстуалізує» дискурсивні практики, у яких дискурс «монобільшості» входить у контрадикцію із іншими дискурсами, виводячи саме явище «конфлікту» у головний центр уваги реципієнтів, тим самим реконтекстуалізуючи їх у формат певної «гладіаторської арени». Наприклад, шоу використовується у якості посилання у публікаціях - «Арахамія vs “венеціанці”: «Пропоную перейменувати Денісову в Уповноважену з прав олігархів!»¹⁸², «”Закон ні про що!” – як Ярослав Железняк підняв Давида Арахамію з місця»¹⁸³, «Малюська vs Разумков: який план в олігархів?»¹⁸⁴, які являють собою відео-уривки шоу. У заголовках простежується яскравий емоційно-полемічний стиль, який спрямований на представлення «резонансності» висвітлюваних суперечок. Слід зазначити, що такий характер комунікативної практики медіа слугує втіленням стратегії, спрямованої на відтворення продукту відповідно до критерію «розваги» та «цікавості» - дані публікації є яскравим прикладом сюжетів «omnibus», оскільки орієнтуються на скандалах між політиками, при цьому немов

¹⁸² Shuster online. Арахамія vs «венеціанці»: «Пропоную перейменувати Денісову в Уповноваженого по правам олигархов!» [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=rr3zlN-LAEF> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана..

¹⁸³ Shuster online. «Закон ні про що!» – як Ярослав Железняк підняв Давида Арахамію з місця [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uYnQ05cIVDw> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана.

¹⁸⁴ Shuster online. Малюська vs Разумков: який план в олігархів? [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=EgRKHMTMvG8> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана.

«відсуваючи на другий план» сам перемінний знак, навколо якого відбувається боротьба – «антиолігархічний закон», тим самим «ідеаційний» вимір мови «поступається» «міжособистистісному», що можливо інтерпретувати як відсутність культурної значущості навіть у вимірі «поширення» тих чи інших ідей, вироблюваних політиками, адже головна увага присвячується самому явищу «конфлікту», виключаючи при цьому навіть сам контекст його виникнення. Також, ведучий здатен використовувати інтеракційний контроль задля сприяння «конфліктності» шоу. На перший погляд, таке судження може видаватися алогічним, оскільки, як було визначено, ведучий характеризується "етосом мудреця", і при цьому навіть засуджує учасників за порушення регламенту. Проте, насправді ведучий, хоча й імпліцитно, проте нав'язує розгортання певного конфлікту між учасниками. Зокрема, це проявляється у питанні, заданого Олексію Данілову – «Ви створюєте реєстр... що звучить доволі погрожуюче, вот скажімо Томаш Фіала потрапляє у ваш реєстр? Він має засоби масової інформації, багато грошей, і у нього взагалі можна багато чого знайти»¹⁸⁵. За допомогою такого судження, ведучий сприяє переходу теми у вимір конфлікту, оскільки встановлює тему подальшої розмови учасників, спрямованої на обговорення саме «конфліктної», «суперечної точки» яка втілюється у «перемінному знаку» щодо означення «олігарха» як Томаша Фіали, або спростування такої артикуляційної системи, тим самим сприяючи переходу жанру «політичного інтерв'ю» у «жанр диспуту». Тому, підсумовуючи, ми можемо визначити характер «жанрового комплексу» комунікативної події. Із однієї сторони, у шоу є присутнім «жанр політичного інтерв'ю» де ведучий, унаслідок «патерну власності», протиставляє дискурси учасників власному, «кіничному дискурсу», застосовуючи «розмовний стиль» у комунікації із учасниками у випадку висвітлення ними конвенцій власних дискурсів, які виступають «локальними» дискурсивними практиками, які сприяють реалізації більш «глобальному» - кіничному дискурсу, у той час як

¹⁸⁵ Додаток D

стиль «конфронтаційного інтерв'ю» застосовується у випадку «зіткнення» «кіничного» дискурсу із «дискурсом монобільшості». Цьому також сприяє і «новинний жанр», який втілюється у новинному бюлетені, шляхом застосування індикативних, немодальних суджень, які висвітлюють конвенції дискурсу «ГНЕУ» у якості істини, спростовуючи тим самим артикуляційну систему «дискурсу монобільшості». Із другої сторони, жанр «диспуту» обумовлений дотриманням економічних стратегій медіа, спрямованих на резонансність, а отже, і «рейтинговість», оскільки сприяє «зіткненню» учасників, спрямованих на боротьбу за легітимне бачення світу, у формі конфліктів, висвітлення яких є сприятливим для розширення потенційної «клієнтури».

Міф

Перш за все, звернімо увагу на діяхронічне застосування історичних подій у втілюваному ведучим історичному дискурсі. Перемога норвезької правої партії 2017 року позиціонується як "логічний наслідок" прем'єри серіалу "Окупація"¹⁸⁶ 2015 року, фабулою якого є зображення наслідків можливого припинення видобутку нафти і газу екологічною партією - окупації Норвегії Росією, на основі того, що "серіали, як, наприклад, Слуга Народу, впливають на суспільну думку», причому, "впливають серйозно"¹⁸⁷. У цьому судженні встановлюється певна «групова ідентичність» між «Слугою Народу» та «Окупацією» - обидва серіали впливають на суспільну думку, і таким чином сприяють обранню тієї політичної партії, чий «політичний товар» відповідає до заданих серіалами фреймів (норвежці в «страху проголосували за консервативну партію»¹⁸⁸), що у певній мірі, хоча й опосередковано, також сприяє встановленню принципу еквівалентності між партіями. Проте, як позиціонується у дискурсі, на відміну від зображеного у серіалі, дії правої норвезької партії, які були легітимізовані унаслідок інтерсуб'єктивного

¹⁸⁶ Додаток D

¹⁸⁷ Там само

¹⁸⁸ Там само

визнання «конструйованої загрози» (нападу Росії у випадку припинення видобутку нафти і газу), утворюють «реальну загрозу» - політика «продовження, та навіть збільшення» видобутку нафти й газу правої партії «призводить» до того, що Міжнародне енергетичне агентство та ООН, як втілення "здорового глузду", декларують у своїх заявах в 2021 році – «ми ось-ось досягнемо точки неповернення в потепліє планети», «планета в небезпеці»¹⁸⁹. Наслідком цього є те, що норвежці «беруть... і відбувся переворот», «вот як в Україні люди взяли, переголосували і все змінилось»¹⁹⁰ - ведучий називає це «червоно-зеленою революцією», що є втіленням застосування кооптації, властивої для української журналістики («Помаранчева Революція», «Революція Гідності»), що також, у певній мірі, сприяє «алегоричному» розумінню норвезького кейсу до українського випадку, а також надання «потенційної», «ще нереалізованої» дії народу у якості «відповіді» на «життя в умовах приниження...». Також, на відміну від консервативної партії, ключова ідентичність «червоно-зелена коаліція» - «опозиційні партії», вирішують «реальну проблему», створену унаслідок політичних рішень правої партії (збільшення викидів парникових газів), оскільки вони «обмежують видобуток нафти і газу», тим самим «рятуючи планету», яка «в небезпеці»¹⁹¹. При цьому, головна увага присвячується "очільнику червоно-зеленої революції", Йонасу Гар Стьоре, ним є той, кого "дискурс монобільшості" визначає як олігарха, оскільки він "є найбагатшою людиною Норвегії - він мільйонер". Використовуючи «constitutive outside», ведучий визначає «так званих олігархів»¹⁹², як певну «семіологічну систему» всередині артикуляційної системи «дискурсу монобільшості» - позначнику «мільйонер, мільярдер» надається означення «олігарх». Але висвітлювана подія у історичному дискурсі, хоча і опосередковано, проте імпліцитно також слугує у якості критики ідентичності - «політики», які «часто говорять про

¹⁸⁹ Додаток D

¹⁹⁰ Там само

¹⁹¹ Там само

¹⁹² Там само

європейські цінності, але рідко про те, які ці цінності»¹⁹³, оскільки ведучий, висвітлюючи історію виборів Норвегії, виступає у якості певного «квазі-шамана», який репрезентує «справжні цінності» у межах "сакрального", "західного" простору, відповідно до яких «так звані олігархи» є не стільки «соціальною загрозою», скільки «частиною спільноти», яка діє на його користь.

Тим не менш, вступна промова виступає не лише у якості «репрезентації європейських цінностей», оскільки увесь "сюжет", репрезентований у історичному дискурсі, можливо інтерпретувати як "мнемонічні рамки визначення" – цей термін Норман Ферклоу використовує, посилаючись на концепцію ментальних моделей довгострокової пам'яті Теуна Ван Дейка - "призму", крізь яку реципієнт інтерпретуватиме комунікативну подію унаслідок нав'язування когнітивної структури (у нашому випадку, шляхом висвітлення "ситуаційної моделі")¹⁹⁴, яка асоціює ключову ідентичність «партія "монобільшості"» із «"правою партією Норвегії"» за принципом еквівалентності. Як і у випадку «правої партії Норвегії», «партія монобільшості» «намагається» позитивно репрезентувати свій «політичний товар» («Антиолігархічний закон») на основі «конструйованої загрози», що «викриває» ведучий із позиції «модератора», задаючи ідентичності відповідну транзитивність – «вони !то! звинувачують CNN, що вони працюють на ФСБ, !то! вони кажуть що їх ніхто не знає – що вони невідомі люди», а також «Скажіть будь ласка, головне наукове експертне управління Верховної Ради – орган якому ви довіряєте? Чи він також куплений? Я не знаю уже, зважаючи на те, як ви, тобто партія монобільшості, говорите. хто не куплений...»¹⁹⁵. Як було визначено у попередніх категоріях дискурс-аналізу, такі висловлювання репрезентують "конспірологічний" характер суджень, висловлюваних "партією монобільшості", що сприяє репрезентації "штучності" формованої

¹⁹³ Додаток D

¹⁹⁴ Fairclough N. Textual analysis in social research / Norman Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 183–215.

¹⁹⁵ Додаток D

"загрози" ("олігархи" як проблема державної важливості¹⁹⁶). У той же час, ідентичностями, що виступають втіленням "здорового глузду" та попереджають про потенційне створення "реальної загрози" унаслідок дій "партії монобільшості", виступають Людмила Денісова, ГНЕУ та Олександр Данилюк. Уповноважена із прав людини та ГНЕУ (як і у випадку ООН та Міжнародного Енергетичного Агентства, застосовується саме інституційне позначення) попереджають про загрозу порушення конституції, унаслідок «обмеження прав осіб» («права» на володіння медіа та приватизації об'єктів «великої приватизації») шляхом «внесення у реєстр» за ознакою майнового стану, у той час як шляхом імпліцитної інтертекстуальності ведучий також нав'язує когнітивну структуру, яка асоціює кооптацію «внесення у реєстр» із «нацизмом». Питання, задане ведучим Олексію Данілову – «Ви створюєте реєстр... що звучить доволі погрожуюче, вот скажімо Томаш Фіала потрапляє у ваш реєстр? Він має засоби масової інформації, багато грошей, і у нього взагалі можна багато чого знайти»¹⁹⁷ у певній мірі посилює образ «репресивного характеру» політичного рішення, яке пропонує «партія монобільшості», чому також і сприяє «народно-підтримуване» (а отже, як було визначено у категорії модальності, і «істинне»¹⁹⁸) твердження Марини Ставнійчук про можливість внесення його у реєстр за наявності «великого бажання»¹⁹⁹. Також, Олександр Данилюк висвітлює «економічну загрозу» унаслідок втілення «антиолігархічного закону», оскільки він «однозначно повпливає на економіку та підприємства»²⁰⁰. «Так звані олігархи» виступають у якості «гаранту» економічної стабільності, оскільки це «тисячі... десятки тисяч людей... які надають роботу»²⁰¹, а «внесення у реєстр» становить пряму «загрозу» для добробуту громадян.

¹⁹⁶ Додаток D

¹⁹⁷ Там само

¹⁹⁸ Там само

¹⁹⁹ Там само

²⁰⁰ Там само

²⁰¹ Там само

Більше того, «насправді», «так звані олігархи» «приносять користь» не лише у економічному вимірі. Репрезентація принципу еквівалентності між двома ключовими ідентичностями - Йонасом Гар Стьоре і Томашем Фіалою проявляється у тому, що обидва «так звані олігархи» діють на користь суспільства. Так, якщо у «норвезькому кейсі» Йонас Гар Стьоре «очолює червоно-зелену революцію», тим самим сприяючи вирішенню «світової загрози», то у «українському» випадку Томаш Фіала виступає суб'єктом, який «упереджає повернення України до автократії» шляхом забезпечення «незалежних медіа» як частини його «соціальної відповідальності»²⁰². Таким чином, позначнику «Томаш Фіала» надається означення - «один із найбагатших людей України, який діє на користь держави» (перша частина означення задається ведучим безпосередньо у «тексті», у той час як друга є опосередкованою «самотранзитивністю» ідентичності, яка при цьому «підтримується» шляхом «метадискурсу»), тим самим формуючи «семіологічну систему»²⁰³ (у термінології Ролана Барта), і разом із цим низводячи його до позначника, де у якості позначуваного виступає ідеологічний концепт - «ті, кого партія «монобільшості» називає олігархами («мільйонери», «мільярдери») – не загроза для суспільства, а «опора» держави», що разом із тим перетворює цей позначник у констатацію такого «факту», (тобто Томаш Фіала слугує певним «прикладом», який конститує «правоту» такого судження).

Тим не менш, як зазначається у комунікативній події, олігархи («справжні») все ж «впливають на політиків». Проте, явище «олігархії» не можливо «вирішити», оскільки про конфлікт між олігархами і народом «писав ще Аристотель», «тому» він є «вічним і всюдисущий». Дане судження позиціонується «екзистенційно» - висвітлюється лише сама «наявність» конфлікту незважаючи на те, що існування соціального явища «конфлікту», а

²⁰² Додаток D

²⁰³ Барт Р. Миф сегодня / Ролан Барт // Избранные работы: Семиотика: Поэтика / пер. з фр Прогресс. – [Б. м.], 1989. – С. 75–129.

також самого поняття «народу» та «олігархів» опосередковується як історичними подіями, так і діями певних акторів, що, як наслідок «натуралізує» їх, задаючи статус природнього стану речей, у той час як задання індикативного, немодального судження щодо «вічності» та «всюдисущності» таким чином спростовує можливість вирішення «проблеми олігархів» - це репрезентовано як те, від чого «не можливо позбавитись», оскільки існування олігархів висвітлюється як «незалежне» явище, яке не обумовлюється тими чи іншими соціальними процесами. На цьому етапі виникає питання – «Виходячи із нав'язуваного концепту “натуралізації олігарха”, який політичний товар “рекламується” на його основі?». Олігархи та народ у даній комунікативній події є дещо більшим, ніж суб'єкти, це бінарні опозиції – поняття, які є контрадикторними й такими, які експліцитно видаються як непок'єднувані та невирішувані²⁰⁴. Тим не менш, у комунікативній події ми можемо спостерігати певну функціональність «вкладеного» у нього міфу (та, відповідно, «штучного») яка, тим не менш, є доволі когерентною до цілі «природнього» міфу у розумінні Леві-Строса як надання певної логічної моделі для вирішення протирічч²⁰⁵. «Богом із машини», який «примиряє» протиріччя, висвітлені у шоу, виступає Дмитро Разумков, який репрезентується у комунікативній події як ідентичність, що слугує певним втіленням «зваженості» та «об'єктивності»²⁰⁶, і надає бінарним опозиціям медіатора, який, у найбільшій мірі виступає у якості «лобістського законодавства», яке, із однієї сторони легалізує втручання підприємств у процес розробки та ухвалення політичних рішень (сприяє «олігархам», які «пишуть закони самі»), у той час як із іншої, інституціоналізує його та робить процес лобізму більш транспарентним (сприяє «народові»). Таким чином, оскільки олігархи є «природнім», «а-історичним» явищем, найкращим

²⁰⁴ Леві-Стросс К. Структура мифов [Електронний ресурс] / Клод Леві-Стросс // Структурная антропология. – Москва, 1985. – С. 183–207. – Режим доступу: http://static.iea.ras.ru/books/Ethnographic_library/Levi-Strauss_Structural_Anthropology.pdf (дата звернення: 13.06.2022). – Назва з екрана.

²⁰⁵ Логика тотемических классификаций [Електронний ресурс] // Неприрученная мысль. – Москва, 1994. – С. 139–170. – Режим доступу: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Lev-Str/12.php (дата звернення: 12.06.2022). – Назва з екрана.

²⁰⁶ Додаток D

«політичним товаром» виступає таке політичне рішення, яке спрямоване не стільки на «боротьбу проти олігархів», скільки на інституціалізацію таких відносин, що виступає як певна форма «примирення» із «неминучістю» їх впливу на політику.

Загалом, ми можемо зробити висновок, що у даній комунікативній події, обумовленість «міфу» із «патерном власності» є доволі експліцитним. По-перше, відображення ідеологічного концепту, який репрезентується у «тексті» як певне «відображення європейських цінностей» (базуючись тим самим на уже сформованій ментальній моделі довгострокової пам'яті, що посилює когнітивний ефект повідомлення), і який полягає у позитивній репрезентації тих, кого артикуляційна система «дискурсу монобільшості» визначає як олігархів («мільйонери», «мільярдери») у свою чергу, у значній мірі є сприятливим для закріплення встановленого соціального порядку. Оскільки дискурси, конвенції якого «пройшли» процес «седиментації», є конститутумом соціальної дії, то у випадку "успішної" (у вимірі інтенції медіа "України 24") рецепції закріплення такої ментальної моделі у довгостроковій пам'яті реципієнтів, унеможливлуватиметься перспектива у вимірі прийняття таких політичних рішень, які би у тій чи іншій мірі були спрямованими на протидію їм, зокрема, і проти самого власника «України 24» - Ріната Ахметова. У той же час, задану «імпліцитна транзитивність», яка міститься у ідеаційному вимірі мови, тобто ідеологічному концепті – «"олігархи" діють на користь суспільства», також можливо визначити як репрезентацію символічної значущості тих осіб які є «складовою» такої «групової ідентичності», що, у свою чергу, підвищує рівень довіри та авторитету та відкриває можливість до отримання політичних ресурсів.

У «тексті» також є присутнім і ідеологічний концепт «корпоративного лібертаріанства». Хоча при цьому, на відміну від попередніх аналізованих комунікативних подій («"Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік:», «Закон про олігархів несе серйозні загрози свободі слова в Україні, – нардеп»), у тексті не застосовуються такі кооптації

як "право бізнесу володіти ЗМІ», що, відповідно, визначає більш імпліцитний характер його наявності. Тим не менш, його можливо визначити, виходячи із конвенцій «правового дискурсу», відтворених Людмилою Денісовою. У цьому вимірі, нам необхідно звернути увагу на дане судження:

«Крім того формування реєстрів осіб, чиї права будуть обмежені залежно від їхнього майнового стану суперечить статті 24 Конституції, тому що у нас не може бути згідно з Конституції будь-яких привілеїв і обмежень, в тому числі за ознакою майнового стану.»²⁰⁷

У цьому судженні факт порушення "прав" осіб репрезентується індикативно, немов те, що є "самозрозумілим" та не потребує обґрунтування (наприклад, які саме права є порушеними та чому) на основі чого здійснюється висновок щодо порушення Конституції у вимірі дискримінації за ознакою майнового стану. Ураховуючи наслідки внесення у реєстр згідно до самого законопроекту - участь у приватизації об'єктів «великої приватизації (а також, як репрезентується у повідомленнях «України 24», власності на медіа), можливо визначити, що саме економічні свободи репрезентується як складова «прав і свобод», які «порушуються», що, у свою чергу, відповідає неоліберальній логіці щодо розуміння «економічної» свободи як складової «загальної». Таким чином, спростування артикуляційної системи «дискурсу монобільшості» через його протиставлення «кінчному дискурсу», також здійснюється на основі «ліберального дискурсу», що є ознакою підтримки існуючого «глобального» дискурсивного порядку – саме ліберальна ідеологія у комунікативній події є домінуючою, що, разом із цим, є відтворенням панування капіталістичного соціального порядку, та відповідного соціального класу. «Легітимація» панування також конструюється у дискурсі шляхом моделі сприйняття «олігарха». Як зазначає Норман Ферклоу, ті чи інші ментальні «конструкції» розуміння світу завжди є інструментальними і

²⁰⁷ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021, 2021. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022).

служують у якості відтворення владного панування²⁰⁸. Безпосередньо у комунікативній події це отримує своє втілення у якості репрезентації «безальтернативності» пропонованого політичного рішення – оскільки явище існування конфлікту між народом та «олігархами», які «впливають на політиків», є «натуралізованим». Прийняття цього «факту» та його включення у «легальну сферу» суспільних відносин шляхом інституалізації, таким чином, хоча й імпліцитно, репрезентується як єдиний можливий шлях «вирішення», або ж, у більшій мірі, «злагодження» такого конфлікту. Існуючий міф «європейськості», при цьому, як «сакральний простір», де ті чи інші явища служують у якості «моделі для наслідування», також виключають інші, «альтернативні» дискурсивні практики, у якому пропоновані політичні рішення відрізняються за критерієм відповідності до репрезентованих у дискурсі «європейських цінностей».

²⁰⁸ Fairclough N. Critical analysis of media discourse / N. Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 53–68.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи викладене, ми можемо зазначити, що мета роботи - розкриття явища зловживання символічною владою ЗМІ на прикладі медіапродуктів каналу «Україна 24», була виконаною.

Перш за все, були встановленими нормативні функції медіа. У свою чергу, вони отримують своє втілення у формі поінформування, просвітництва, public forum, та watch-dog. У випадку дотримання таких нормативних функцій, мас-медіа привносять позитивні зовнішні ефекти як вигоди поза межами виміру дохідності, оскільки сприяють формуванню демократичності суспільства, накопиченню інкорпорованого культурного капіталу реципієнтів, здатні «контролювати» дії влади, а також забезпечують комунікацію між суспільством та владою, тим самим сприяючи залученню горизонтальних зв'язків у формуванні порядку денного і політики, тим самим сприяючи демократичності суспільства. Із цієї причини ЗМІ можливо визначити як інститут, який виробляє суспільне благо, яке можливо віднести до «чистого типу», що обумовлюється його неконкурентністю. На основі типології капіталів, було визначено, що ментальні усвідомлення такої суспільної ролі ЗМІ безпосередньо втілюються у формі «символічного капіталу» як, легітимності яка походить від інтерсуб'єктивного визнання значущості його носія відповідно до сформованих ментальних моделей. Оскільки символічний капітал є необхідним «посередницьким елементом» міжособистісних угод, він уможливорює соціальну взаємодію між «чужаками», де головним фактором її забезпечення виступає довіра, що, у нашому випадку, приймає форму моделі взаємовідносин «медіа-реципієнт», або ж «адресант-адресат». Зокрема, символічний капітал виступає у якості джерела «авторитету» у концепції Ханни Арендт, як форми специфічного владного ресурсу, завдяки якому у взаємовідносинах між людьми встановлюються відносини послуху між

носіями авторитету і тими, хто його визнає, що, у випадку мас-медіа, втілюється шляхом визнання значущості їх нормативних функцій.

У свою чергу, визначення мас-медіа як «носія» символічного капіталу, разом із цим є безпосередньо пов'язаним із завданням, яке полягає у виявленні витоків символічної влади та її легітимності. Символічна влада, як ресурс доступу та контролю публічного дискурсу, безпосередньо впливає із певних матеріальних та соціальних ресурсів, що у випадку ЗМІ, втілюється у формі символічного капіталу, який ґрунтується на авторитеті, базованому на визнанні значущості їх нормативних функцій, культурного капіталу та здатністю його продукувати та поширювати, а також матеріального капіталу у вигляді доступу до засобів виробництва і поширення інформації. Таким чином, стає можливим визначення мас-медіа як одних із груп, приналежних до класу «символічних еліт», де публічний дискурс є залежним від влади останніх та конституюваним ними. У свою чергу, контроль над публічним дискурсом здійснюється шляхом формування чи поширення тих чи інших дискурсів та його конвенцій, наслідком чого є доступ до соціального контролю, оскільки рецепція тих чи інших ментальних установок конституює соціальну дію реципієнта. Така функціональність символічної влади є безпосередньо взаємопов'язаною із концептом «влади-знання» Мішеля Фуко – сучасна влада не конститується ані шляхом примусу, ані правовими нормами. Натомість, вона визначається знанням як інтерсуб'єктивно визнаними фреймами, цінностями, ментальними моделями, тощо, які отримали форму істини (загальновизнаність). «Конструюється» ж знання у дискурсі, тому дискурс «сам по собі є засобом та джерелом влади»²⁰⁹ – здатність ЗМІ до впливу над переконаннями унаслідок відповідності до «соціальних» критеріїв у формі символічного капіталу, таким чином утворює

²⁰⁹ Цит. Фуко за - Согомонян В. Дискурс власти и социальная воображаемость [Електронний ресурс] / В. Согомонян // МЕТОД: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин. – 2012. – № 3. – С. 138–158. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-vlasti-i-sotsialnaya-voobrazhaemost> (дата звернення: 09.06.2022). – Назва з екрана.

модель владних відносин «ЗМІ-реципієнт», та відкриває можливість до потенційного владного зловживання.

Разом із цим, «символічна суб'єктність» мас-медіа сама по собі не визначає наявність пригнічення як зловживання символічної влади у відношенні до реципієнта. У цьому вимірі, головним «критерієм» виступає легітимність владних відносин, яка визначається відповідністю мети застосування владного ресурсу до інтерсуб'єктивно визнаних нормативних функцій, які й обумовлюють наявність символічної влади у його носія. Саме із цієї причини визначається проблемність інкорпорації медіа у ринкові відносини та потреба у визначенні зміни мети, цілей, та стратегій медіа в умовах комерціалізації. Інкорпорація ЗМІ, як агентів журналістського поля, у ринкові відносини, конститує їх цілі та стратегії унаслідок зміни їх диспозиції – наближеності до «економічного полюсу» унаслідок чого, за концепцією критеріїв інституціалізації Семуеля Хантінгтона, ЗМІ, як суспільний інститут, який привносить позитивні зовнішні ефекти, стикається із проблемою у вигляді слабкого ступеню інституціалізації у вимірі «автономності-залежності» як незалежності від зовнішнього тиску. Така залежність проявляється у двох формах:

По-перше, унаслідок того, що ступінь незалежності від зовнішнього впливу, для агентів усередині журналістського «поля», визначається тиском засобів існування агентів, чим сильнішим є ринковий тиск або більшою частка доходу, яка обумовлюється надходженнями від "зовнішніх полів", тим меншою є автономність у вимірі відповідності до «точки опори» як когерентності втілюваних практик до нормативних функцій. У випадку крайньої форми такої залежності цілі агента журналістського поля «гомогенізуються» із цілями агентів зовнішнього до нього поля, тим самим реалізуючи «патерн власності» як «інтеграцію із інтересами підприємців в національній та міжнародній економіці, посилюючи їх асоціацію із інтересами капіталістичного класу». У свою чергу реалізація таких інтересів втілюється шляхом відтворення поведінкової моделі медіа, яка полягає у низведенні її ролі до "джерела

легітимності" (а також, у рівній мірі, спростування легітимності) політичної дії, у межах боротьби за легітимне бачення світу між іншими полями, шляхом формування та поширення тих чи інших дискурсів та їх конвенцій, рецепція яких обумовлює її інтерсуб'єктивне визнання як, наприклад, найбільш відповідної для вирішення конструйованої ж у дискурсі проблеми, безальтернативної тощо (або, у випадку спростування легітимності, як такої, якій є більш відповідна альтернатива, яка утворює інші проблеми і т.д.). Наступна поведінкова модель є безпосередньо обумовлюваною попередньою - медіа виступають як один із елементів "переформатування" капіталів у процесі "напів-обороту, який повертається до вихідної точки". Оскільки, згідно до Бурдьє, символічний капітал виступає як один з механізмів, завдяки якому «капітал іде до капіталу», медіа виступають «інструментом переформатування» економічного капіталу політичних підприємців у символічний капітал шляхом поширення тих чи інших уявлень, поглядів, серед аудиторії через дискурс, який, у свою чергу підвищує рівень довіри й авторитету підприємця та дозволяє йому отримати доступ до політичної влади у формі можливості розпоряджатися суспільними ресурсами, що відкриває потенціал до отримання певної, більш вигідної для підприємця, суспільної частки.

По-друге, наближеність поля журналістики, як простору зв'язку та взаємодії відповідних агентів, до «економічного полюсу», разом із цим стає фактором переформатування конкурентного ресурсу, навколо якого здійснюється безперестанна конкуренція агентів, у форму показників «рейтингу», а також зміни стратегій агентів поля, обумовлених логікою ринку, що приймають форму:

- Максимізації доходу та мінімізації витрат, що втілюється у явищі "chouralism"у, який характеризується використанням виготовлених "page ready" матеріалів, підготовлених PR-агентствами, що сприяє процесу «гомогенізації» змісту «журналістського» та «PR дискурсів».

- Конкурентної політики, де внаслідок конкурентності акторів у межах журналістського поля, виникає тенденція до створення «сенсаційного» контенту, який обумовлюється «габітусом» акторів журналістського поля, де головними критеріями висвітлення того чи іншого соціального явища виступають актуальність, резонансність, та висвітлюваність у практиках інших агентів журналістського поля, наслідком чого є гомогенізація змісту дискурсивних практик (при збереженні «технічних» відмінностей - якості, а також відмінностей політичного характеру – ідеологічних концептів всередині дискурсу).
- Розширення ринків збуту, наслідком чого є тенденція до превалювання сюжетів “omnibus” та «розважливого» елементу всередині вироблюваних комунікативних практик, а також вироблення контенту, який відповідає суспільним настроям найбільшої частини суспільства (або таким настроєм які репрезентуються як такі), що сприяє перепрограмуванню квазі-статистичного органу реципієнтів, та, відповідно, процесу “spiral of silence”, що також здатне застосовуватись у випадку відтворення «патерну власності» шляхом формування «гетерономного фантазму», та, відповідно, програмування квазістаатистичного органу реципієнтів, який стимулює процес седиментації конвенцій тих чи інших дискурсів на основі інтерналізації, обумовленої конформною природою індивідів, що сприяє інтерсуб’єктивному визнанню значущості тієї чи іншої політичної дії на основі її когерентності до формованих ментальних моделей, та відповідно, її легітимності.

Опираючись на викладений концепт поля журналістики та впливу комерціалізації, справедливим є визначення цих дійсних соціальних практик медіа як тієї «реальності», яка конститує детермінованість дискурсивних практик як «семіотичної складової» у межах більш широкого контексту соціальних практик, а оскільки самі поведінкові моделі медіа виходять за рамки виконання нормативних функцій, такі відносини втрачають свою легітимність, переходячи у форму зловживання символічною владою та пригнічення соціальних груп – реципієнтів медіа-продукту. У той же час, роль

нормативних функцій низводиться до «фасаду» який застосовується задля забезпечення символічного капіталу підприємства як посередницький елемент, який уможлиблює відносини типу «відправник-реципієнт» на основі довіри, що, у випадку реалізації економічних стратегій, сприяє підвищенню іміджу підприємства як однієї із маркетингових стратегій для розширення і закріплення клієнтури, або, у випадку, застосування стратегій, обумовлених «патерном власності», утворює когнітивне "викривлення", що приховує видимість дійсних інтенцій медіа та дискурсивних практик у вимірі їх детермінованості визначеними соціальними практиками, і, відповідно, стає фактором, який захищає символічну владу та панування. Такий «авторитет» ЗМІ є безпосередньо втілюваним у мові на рівні «міжособистісного виміру», де властивий мас-медіа новинний жанр, характеризується застосуванням немодальних, індикативних суджень, які, як наслідок, репрезентуються як істинні.

Причинність обґрунтування дискурсу як владної практики полягає у ідеаційному вимірі мови – певної, конструйованої виробником дискурсивної практики системи знань і переконань, «когнітивно-значущий» ефект якої обумовлюється імпліцитною присутністю у тексті, що отримує своє втілення у «квазі-консенсусній» репрезентації відповідних ментальних моделей як «загальноприйнятних» та «природних». Звідси також впливає те, що комунікативні події, які містять ідеологічні концепти тих чи інших дискурсів, є «формою» міфу, оскільки їх функціональність втілюється у перетворенні антифізису у псевдофізис, тим самим знищуючи розуміння як таких, які опосередковуються як часом, так і певними акторами, і задає їм «статус природнього стану речей». Як наслідок, ідеологічні концепти дискурсів, які пройшли процес «седиментації» та «випали в осад», разом із тим перетворюються у міф. Міф же, як імпліцитно-самоочевидний сенс, відповідно й відтворюється у якості «знання», формуючи когерентність ментальних моделей на рівні інтерсуб'єктивності, які конституують соціальні практики, що безпосередньо впливає на процес прийняття, розробки та

ухвалення політичних рішень, а також зміну, або збереження соціального порядку.

Шляхом критичного дискурс-аналізу повідомлень каналу «Україна 24» у новинному жанрі, було виявлено, що дискурсивний вимір відтворення владних практик здійснюється шляхом реалізації дискурсивних практик, які сприяють формуванню «ідеологічного ефекту» у формі поширення конвенцій неоліберального дискурсу – ідеологічного концепту корпоративного лібертаріанства, який ототожнює «природні права» людини та підприємства на основі розуміння економічної свободи як складової загальної, висвітлюючи їх із призми вільного підприємництва та міркувань «мінархізму», підтримуючи тим самим неоліберальний капіталістичний порядок. На прикладі реконтекстуалізації інтерв'ю Ріната Ахметова із видавництвом “Forbes” було визначено, що первинний дискурс медіа репрезентує авторитетність, а також істинність вторинного неоліберального дискурсу, висловлюваного Рінатом Ахметовим, унаслідок застосування Indirect Discourse Slipping у якості «форми повідомлення», слабого ступеню амбівалентності тексту, «дисемінаційного» характеру первинного та вторинного дискурсу, застосуванні автоматизованих стратегій розуміння дискурсу, а також параметру «налаштування» у вимірі «стилістичності», яка задає високу ступінь модальності вторинного дискурсу, та «ситуативності», яка відтворює когнітивну структуру, що асоціює поняття антиолігархічного закону із порушенням «права» бізнесу володіти ЗМІ, і, «відповідно», свободи слова. Ці фактори сприяють демонстрації значущості конвенцій як самого дискурсу, так і його виробника, що, у свою чергу, є практичним втіленням інтенції до здійснення «напів-обороту, який повертається до вихідної точки», обумовленого «патерном власності». Використання символічного капіталу «України 24» (який підтримується матеріальними ресурсами), полягає у негативному висвітленні «антиолігархічного закону», і, зокрема, відповідної репрезентації акторів домінуючої політичної влади, що, у випадку «успішного» поширення ментальної моделі, становлення його як «знання»,

разом із тим передбачає і відповідної соціальної дії – скасування «антиолігархічних реформ», які є диз'юнктивними до підприємницьких стратегій Ріната Ахметова. Проте, разом із цим, висвітлена ментальна модель утворює семіотичну перешкоду до вирішення проблеми у вимірі зловживання символічної влади та недотримання нормативних функцій. При цьому, сама перешкода виступає не стільки у негативній репрезентації "антиолігархічного закону", скільки у нав'язуванні цінностей "корпоративного лібертаріанства", що проблематизує саме явище державного втручання в медіа-ринок, яке, унаслідок «чистого» типу публічного блага та недосконалості самого ринку, є необхідним.

Шляхом критичного дискурс-аналізу політичного ток-шоу, було виявлено, що дискурсивне втілення символічного панування каналу «Україна 24» отримує свою форму у «монополістичному» виробленні «кінчного» порядку дискурсу шляхом одноосібного доступу ведучого до інтеракційного контролю, завдяки якому встановлюються дискурсивні відносини домінування кінчного дискурсу, який виступає із позиції контрадикторності до дискурсу «монобільшості», у той час як дискурси інших агентів знаходяться у стані «союзу» із першим. Цьому також сприяє одноосібний доступ до первинного дискурсу, де ведучий, шляхом інтерпретації дискурсивних практик агентів, втілюваний у транзитивності, тим самим низводить їх "статус" лише до "вторинного", що втілюється як шляхом застосування ведучим дискурсивних практик учасників шоу у якості «підтримки» кінчного дискурсу, так і шляхом застосування *constitutive outside* як дискурсивного втілення Іншого, де на основі репрезентації означень вузлових точок, або транзитивностей учасників шоу, приналежних до дискурсу «монобільшості», виокремлюється інакшість та антагонізм у відношенні до останніх. Взаємодія ведучого шоу із учасниками характеризується співвідношенням «кінчного» дискурсу, із тими дискурсами, які застосовують агенти, що втілюється у гетерогенності жанру політичного інтерв'ю, де ведучий застосовує «розмовний» стиль задля позитивної репрезентації конвенцій певного дискурсу, який виступає у якості

опозиції до «дискурсу монобільшості», тим самим встановлюючи більш «еквівалентні» позиції співбесідників, у той час як взаємодія із самими носіями «дискурсу монобільшості» характеризується «конфронтаційним» стилем, де ведучий контролює дискурсивну практику учасника, що обмежує рамки висвітлення відповідного дискурсу. Причинність гегемонії «кінчного» дискурсу ведучого у порядку дискурсу обумовлюється наявністю найбільш значущих ресурсів у вимірі символічної влади - канал «Україна», як агент журналістського поля, здатен надати доступ до публічного дискурсу агентам інших полів задля отримання символічного капіталу, який відкриває можливості для самореалізації у межах власного поля, проте супроводжується інтеракційним контролем. Сам же «кінчний» характер домінуючого дискурсу обумовлюється «патерном власності» і сприяє встановлення культурної гегемонії контрадикторної до «дискурсу монобільшості» артикуляційної системи (оскільки той сприяє не вигідному для політичного підприємця способу організації суспільства), таким чином спростовуючи легітимність політичної дії, пропонованої партією «Слуга Народу», у межах боротьби за легітимне бачення світу.

Когнітивний вплив у формі зловживання символічною владою відтворюється шляхом міфу. Сформовані мнемонічні рамки визначення (у формі історії виборів Норвегії та впливу на них серіалу «Окупація»), сприяють встановленню принципу еквівалентності між ключовою ідентичністю «права партія Норвегії» та партією «Слуга Народу», що низводить їх до спільної функціональності у вимірі створення «конструйованої загрози», у той час як дії, спрямовані на її «вирішення», утворюють «реальну загрозу». Якщо політика продовження видобутку нафти й газу правої партії «призводить» до глобального потепління, то у випадку «Слуг Народу», загроза «антиолігархічного закону» полягає у порушенні Конституції і прав людини, а також загрозі для економічної стабільності і добробуту громадян. Саме ця ментальна модель виступає у якості «джерела» делегітимізації «антиолігархічного закону».

Разом із цим, ведучим здійснюється позитивна репрезентація «так званого олігарха» - шляхом застосування *constitutive outside*, ведучим репрезентується семіологічна система «дискурсу монобільшості» де позначник «олігарх» позиціонується як такий, якому задається означення «мільйонер, мільярдер, багата людина». Ведучий, у дискурсі, спростовує моменти дискурсу «монобільшості», де позначнику «олігарх» задається означення «наша спільна проблема» та «загроза для нашої країни» шляхом встановлення двох ключових ідентичностей, яким надається означення у формі генералізованої лексеми «найбагатша людини». Першою є Йонас Гар Стьоре, який «очолює червоно-зелену коаліцію», яка, на відміну від «правої партії Норвегії», вирішує «реальну загрозу» шляхом «скорочення видобутку нафти і газу». Фактом ж обрання Йонаса Гар Стьоре ведучий репрезентує «справжні цінності» у межах "сакрального", "західного" простору, відповідно до якого «так звані олігархи» є не стільки «соціальною загрозою», скільки «частиною спільноти», яка діє на його користь. Томаш Фіала же виступає суб'єктом, який «упереджає повернення України до автократії» шляхом забезпечення «незалежних медіа» як частини його «соціальної відповідальності». Таким чином, позначнику «Томаш Фіала» надається означення - «один із найбагатших людей України, який діє на користь держави», тим самим формуючи «семіологічну систему», і разом із цим низводячи його до позначника, де у якості позначуваного виступає ідеологічний концепт - «ті, кого партія «монобільшості» називає олігархами («мільйонери», «мільярдери», «багаті люди») – не загроза для суспільства, а «опора» держави», що разом із тим перетворює цей позначник у констатацію такого «факту». Цей ідеологічний концепт слугує у якості здійснення «напів-обороту, який повертається до вихідної точки», оскільки репрезентує символічну значущість осіб які є «складовою» групової ідентичності «так званих олігархів» (у тому числі й власника каналу «Україна 24»), що, у свою чергу, підвищує рівень довіри та авторитету та відкриває можливість до отримання політичного ресурсу.

Також «текст» містить у собі ідеологічний концепт «корпоративного лібертаріанства» - «факт» порушення антиолігархічним законом "прав осіб", який у дискурсі висвітлюється як право власності на медіа, репрезентується індикативно, що свою чергу, відповідає неоліберальній логіці щодо розуміння «економічної» свободи як складової «загальної». Таким чином, спростування артикуляційної системи «дискурсу монобільшості» через його протиставлення «кінічному дискурсу», також здійснюється на основі «ліберального дискурсу», що є ознакою підтримки існуючого неоліберального капіталістичного порядку.

Останньою «міфічною» складовою комунікативної події є натуралізація «конфлікту між олігархами і народом», який позиціонується у дискурсі як «вічний та всюдисущий». Дане судження позиціонується «екзистенційно» незважаючи на те, що існування соціального явища «конфлікту», а також самого поняття «народу» та «олігархів» опосередковується як історичними подіями, так і діями певних акторів, що, як наслідок «натуралізує» їх. Таким чином, ключові ідентичності «олігархи» та «народ» виступають у якості бінарних опозицій, яким задається медіатор - «лобістське законодавство». Дискурс сприяє розумінню існування «олігарха» як «природнього», «а-історичного» явища, де найкращим «політичним товаром» виступає таке політичне рішення, яке спрямоване не стільки на «боротьбу проти олігархів», скільки на інституціалізацію таких відносин, що виступає як певна форма «примирення» із «неминучістю» їх впливу на політику.

Підсумовуючи викладене, доцільно відповісти на питання - «яким чином є вирішуваною проблема зловживання символічною владою медіа в умовах комерціалізації?». Із однієї сторони, опираючись від концепту "збою ринку" та розуміння "позитивних зовнішніх ефектів" як "чистого" публічного блага Віктора Пікарда, справедливим стає твердження щодо необхідності державного втручання у медіа-ринок. Проте, відкритим залишається питання, «у якій саме формі таке державне втручання повинне бути втілюваним?», відповідь на яке не є експліцитним.

У першу чергу, ми можемо звернути уваги на недосконалість українського законодавства. Публічна політика у відношенні взаємодії влади та ЗМІ має регулятивний характер, який при цьому не можна назвати повноцінним. Одним із основних медіарегуляторів є Закон України «Про телебачення і радіомовлення», який містить перелік доволі загальних положень, які повинні обмежувати спектр нелегітимних дій медіа, як наприклад – «розпалювання ворожнечі», або «закликів до насильницької зміни конституційного ладу України»²¹⁰. Але, тим не менш, ці положення не можливо назвати такими, які здатні насправді охоплювати проблеми медіа-ринку, оскільки вони охоплюють швидше лише такі заборони, які охоплюють нелегітимні дії загалом, але разом із цим не враховується специфіка самого медіа-ринку, як наприклад створення певного «кодексу журналіста», який містив би певні нормативні критерії дотримання тих чи інших функцій. Навіть у вимірі таких положень законопроект не здатен у повній мірі регулювати ринок, оскільки правове регулювання наразі не охоплює онлайн-медіа у повній мірі. Більше того у самому законопроекті можливо спостерігати не лише відсутність розуміння проблеми негативного впливу комерціалізації медіа, але й по суті її часткове закріплення на законодавчому рівні. Навіть у самому законопроекті «Про телебачення і радіомовлення», ми можемо спостерігати домінування ідеологічного концепту «корпоративного лібертаріанства», що можливо визначити із положення, у якому є закріпленим «захист економічної конкуренції»²¹¹. Так, в умовах коли медіа є інкорпорованими у комерційні відносини, їх захист від формування олігополій є раціональним рішенням, але разом із тим, ми бачимо, як у самому законопроекті є втіленими міркування «корпоративного лібертаріанства», де медіа розуміється швидше як підприємство, ніж вкрай важливий для демократичного суспільства суспільний інститут. При цьому, навіть введення якісного законодавства є

²¹⁰ Про телебачення і радіомовлення [Електронний ресурс] : Закон України від 21.12.1993 р. № 3759-ХІІ : станом на 12 черв. 2022 р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text> (дата звернення: 23.06.2022). – Назва з екрана.

²¹¹ Там само

швидше боротьбою із наслідками, ніж самим джерелом проблеми, який полягає у інкорпорації медіа у ринкові відносини, що, як було визначено, безпосередньо впливає на втілювані дискурсивні практики.

З іншої сторони, здійснення державного виробництва, також не є вирішенням проблеми саме по собі. Причина полягає у тому, що сама логіка поля журналістики уже є сформованою. Таким же чином, як П'єр Бурдьє зазначає, що неможливо у повній мірі осмислити дії політика, ураховуючи лише критерії «зовнішньої залежності» як наприклад класової приналежності або соціальної позиції²¹², ми не можемо визначати подальшу відсутність втілення соціальних практик, обумовлених «ідентичністю підприємства», оскільки такі дії здійснюються на основі «правил гри» мікрокосму – у цьому вимірі втілюється концепт взаємообумовлюваності практик та «невидимих силових відносин». «Медіа-підприємства» й є тими акторами, які змінили «простір» навколо себе, нав'язуючи власні моделі практик. Найбільш ілюстративною подією, яка підтверджує даний концепт, є приклад ВВС, який незважаючи на свою «некомерційність» підкорюється ринковій логіці, входячи у конкуренцію із комерційним мовленням за показники рейтингу, згадуваний Норманом Ферклоу²¹³. Також і роль «патерну власності», разом із державним виробництвом, не спростовуватиметься. Наприклад, П'єр Бурдьє вбачав загрозу для журналістського поля не лише зі сторони економічного, але і політичного поля, оскільки стратегії акторів здатні змінюватись під впливом наближеності до обох полюсів, різниця полягатиме лише у зміні відповідних «символічних еліт».

Тим не менш, визначені дилеми не конституюють неможливість упередження зловживання символічною владою. І хоча визначення повноцінного вирішення такої проблеми потребує відповідного дослідження, швидше із

²¹² Бурдьє П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики [Електронний ресурс] / П. Бурдьє // О телевидении и журналистике / пер. з фр Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 107–140. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/burde-pole-politiki-pole-socialnyh-nauk-pole-zhurnalistiki>. – Назва з екрана..

²¹³ Fairclough N. Communication in the mass media / Norman Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 35–53

призми концепцій публічного менеджменту, ніж критичного дискурс-аналізу, ми все ж можемо запропонувати перший, і разом із тим необхідний та найбільш важливий крок – це усвідомлення щодо самої наявності цієї проблеми. Як було визначено, неоліберальний дискурс, як найбільш "успішна" надбудова геокультури, наразі є "дискурсом-гегемоном" у глобальному порядку дискурсу. Таким чином, конвенції цього дискурсу, зокрема ідеологічний концепт корпоративного лібертаріанства, є головними конститутами сучасного соціального порядку капіталістичної «світ-системи», що унеможлиблює саме визначення комерціалізації медіа як проблеми. Позначники «ЗМІ» та «економічна свобода» знаходяться у «пазурах» гегемонного означуваного – «підприємства» та «складова загальної свободи». Судження щодо константності такого порядку дискурсу було б таким самим міфом, який «натуралізує» це явище, як і концепт «вічності впливу олігархів». Врешті-решт, як зазначають Лакло і Муфф виключені значення у області дискурсу завжди є виключеними тимчасово, тому що мова сама по собі ніколи не «застигає у часі», безперестанно відбуваються комунікативні події, які хоча і конституються дискурсом, але разом із тим й впливають на нього²¹⁴. Тому значення, які знаходяться у області дискурсу, завжди можуть дестабілізувати уже зафіксовані значення - дискурси завжди знаходяться у стані боротьби, а знаки, внаслідок цього, не можуть бути назавжди зафіксованими у мові²¹⁵. Із цієї причини, для першого кроку вирішення цієї проблеми необхідно лише "підштовхнути" процес "політики" шляхом вироблення альтернативних до "неоліберального дискурсу" дискурсивних практик. Так, ЗМІ та агенти, які забезпечують засоби їх існування, є домінуючими символічними елітами, проте не єдиними – ними також є науковці, викладачі, юристи, філософи, митці, представники субполітики як

²¹⁴ Йоргенсен М. Глава 2. Теория дискурса Лакло и Муфф. [Електронний ресурс] / М. Йоргенсен, Л. Филлипс // Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. з англ. А. Киселева. – Харьков, 2008. – С. 53–108. – Режим доступу: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ЙОРГЕНСЕН%20и%20др%20-%20Дискурс-анализ%202008%20352с.pdf> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

²¹⁵ Там само

наприклад громадські організації, тощо, усі ці агенти здатні формувати публічний дискурс. Наукові та філософські роботи, які спростовують неоліберальні міфи, виступи лівих політичних сил - усі ці комунікативні події сприятимуть зміні проблемного дискурсивного порядку, що є необхідною передумовою для подальших кроків становлення ЗМІ як суспільного інституту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арендт Х. Що таке авторитет? [Електронний ресурс] / Х. Арендт // Між минулим і майбутнім / пер. з англ. В. Черняк. – Київ, 2002. – С. 98–150. – Режим доступу: http://aps-ua.org/wp-content/uploads/2017/03/Arendt_Mizh-mynulym-i-maibutnim.pdf. – Назва з екрана. (дата звернення: 8.06.2022)
2. Барт Р. Миф сегодня / Ролан Барт // Избранные работы: Семиотика: Поэтика / пер. з фр Прогресс. – [Б. м.], 1989. – С. 75–129.
3. Бурдьё П. Введение в социоанализ Пьера Бурдьё [Електронний ресурс] / П. Бурдьё // Социология политики / пер. з фр. Н. А. Шматко. – Москва, 1993. – С. 6–25. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/shmatko-vvedenie-v-socioanaliz-pera-burde>. – Назва з екрана. (дата звернення: 07.06.2022)
4. Бурдьё П. Власть права: Основы социологии юридического поля [Електронний ресурс] / Пьер Бурдьё // Социальное пространство: поля и практики. Сборник статей / пер. з фр. О. И. Кирчик. – [Б. м.], 2009. – Режим доступу: <https://gtmarket.ru/library/articles/3040> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана. (дата звернення: 11.06.2022)
5. Бурдьё П. Некоторые свойства полей [Електронний ресурс] / П. Бурдьё // Социологическое пространство Пьера Бурдьё. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/nekotorye-svoystva-polej>. – Назва з екрана. (дата звернення: 07.06.2022)
6. Бурдьё П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики [Електронний ресурс] / П. Бурдьё // О телевидении и журналистике / пер. з фр Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 107–140. – Режим доступу: <http://bourdieu.name/content/burde-pole-politiki-pole-socialnyh-nauk-pole-zhurnalistiki>. – Назва з екрана. (дата звернення: 07.06.2022)
7. Бурдьё П. Политические позиции и культурный капитал [Електронний ресурс] / П. Бурдьё // Социология политики / пер. з фр Н. А. Шматко. – [Б. м.], 2007. –

- Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/articles/3060> (дата звернения: 11.06.2022). – Назва з екрана. (дата звернення: 11.06.2022)
8. Бурдьё П. Политическое представление. элементы теории политического поля [Электронный ресурс] / Пьер Бурдьё // Социология политики. – [Б. м.], 2009. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/articles/3047#contents>. – Назва з екрана. (дата звернення: 10.06.2022)
 9. Бурдьё П. Пьер бурдьё: социальное пространство: поля и практики. «Социальное пространство» Пьера Бурдьё. Послесловие Н. А. Шматко [Электронный ресурс] / Пьер Бурдьё // Социальное пространство: поля и практики. Сборник Статей / пер. з фр. Н. А. Шматко. – Москва, 2005. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/library/basis/3707/3708>. – Назва з екрана. (дата звернення: 07.06.2022).
 10. Бурдьё П. Символический капитал [Электронный ресурс] / П. Бурдьё // Практический смысл / пер. з фр. Н. А. Шматко. – Санкт-Петербург, 2001. – С. 96–103. – Режим доступа: http://yanko.lib.ru/books/cultur/bourdieu-praktich_smysl-8l.pdf. – Назва з екрана. (дата звернення: 08.06.2022)
 11. Бурдьё П. Формы капитала [Электронный ресурс] / Пьер Бурдьё // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3, № 5. – С. 60–74. – Режим доступа: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205039/ecsoc_t3_n5.pdf#page=60. – Назва з екрана. (дата звернення: 09.06.2022)
 12. Бурдьё П. Власть журналистики [Электронный ресурс] / П. Бурдьё // О телевидении и журналистике / пер. з фр. Ю. Маркова. – [Б. м.], 2002. – С. 92–104. – Режим доступа: <http://bourdieu.name/content/burde-vlast-zhurnalistiki>. – Назва з екрана. (дата звернення: 09.06.2022)
 13. Валлерстайн И. Непреодолимые противоречия либерализма: права человека и права народов в геокультуре современной миросистемы / И. Валлерстайн // После либерализма / пер. з англ. М. Гурвица, П. Кудюкина. – [Б. м.], 2003. – С. 141–155. (дата звернення: 09.06.2022)

14. Ван Дейк Т. Введение: дискурс и доминирование / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.
15. Ван Дейк Т. Власть в дискурсе: обзор / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 62–85.
16. Ван Дейк Т. Дискурс и манипуляция / Т. Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 254–284.
17. Ван Дейк Т. От власти к злоупотреблению властью: доминирование / Теун Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. з англ. Е. А. Кожемякина. – Москва, 2013. – С. 35–41.
18. Ван Дейк Т. Структуры дискурса и структуры власти / Теун Ван Дейк // Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. – Москва, 2013. – С. 46–88.
19. Данілов попередив про санкції через незаконні російські вибори в Криму та на Донбасі [Електронний ресурс] // Радіо Свобода. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-danilov-rosija-vybory-sankciji/31465592.html> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана.
20. Дем'янчук О. Демократія ідеальна та реальна: модель політичного ринку / Олександр Дем'янчук // Державна політика і державне управління: політологічні аспекти. – Київ, 2008. – С. 99–110.
21. Дослідження «Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа у 2021 році» [Електронний ресурс] // detector.media. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/193921/2021-11-18-doslidzhennya-stavlennya-naselennya-do-media-ta-spozhyvannya-riznykh-typiv-media-u-2021-rotsi/>. – Назва з екрана. (дата звернення: 10.06.2022).

22. Жижек С. Симптом [Электронный ресурс] / Славой Жижек // Возвышенный объект идеологии. – Москва, 1999. – С. 10–30. – Режим доступа: http://yanko.lib.ru/books/philosoph/jijek-vozv_o_ideologii-8l.pdf (дата звернения: 11.06.2022). – Назва з екрана.
23. Зброжек Е. А. Основные философские идеи Славоя Жижека [Электронный ресурс] / Екатерина Александровна Зброжек // Вестник Московского университета. – 2014. – № 7. – С. 1–8. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-filosofskie-idei-slavoya-zhizheka/viewer> (дата звернения: 11.06.2022). – Назва з екрана.
24. Йоргенсен М. Глава 2. Теория дискурса Лакло и Муфф. [Электронный ресурс] / М. Йоргенсен, Л. Филлипс // Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. з англ. А. Киселевая. – Харьков, 2008. – С. 53–108. – Режим доступа: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ЙОРГЕНСЕН%20и%20др%20-%20Дискурс-анализ%202008%20352с.pdf> (дата звернения: 11.06.2022). – Назва з екрана.
25. Йоргенсен М. Глава 3. Критический дискурс-анализ [Электронный ресурс] / М. Йоргенсен, Л. Филлипс // Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. з англ. А. Киселевая. – Харьков, 2008. – С. 108–163. – Режим доступа: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ЙОРГЕНСЕН%20и%20др%20-%20Дискурс-анализ%202008%20352с.pdf> (дата звернения: 11.06.2022). – Назва з екрана.
26. Індекс медіаграмотності українців [Електронний ресурс] // Info Sapiens. – Режим доступу: <https://sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=175> – Назва з екрана. (дата звернення: 8.06.2022)
27. Крицкая И. «Ничего хорошего Украине это не принесет». Ахметов рассказал Forbes о ссоре с Зеленским, президент ему ответил. Получились почти дебаты [Электронный ресурс] / Ира Крицкая, Борис Давиденко // Forbes. – Режим доступу: <https://forbes.ua/ru/news/nichego-khoroshego-ukraine-eto-ne-prineset-chto-akhmetov-govorit-o-ssore-s-zelenskim-a-chto-zelenskiy-emu->

otvechaet-blits-intervyu-forbes-31122021-3106 (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

28. Кулик В. Медії в сучасній Україні [Електронний ресурс] / Володимир Кулик // Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки. – Київ, 2010. – С. 177–210. – Режим доступу: https://shron1.chtyvo.org.ua/Kulyk_Volodymyr/Dyskurs_ukrainskykh_medii_identychnosti_ideolohii_vladni_stosunky.pdf?PHPSESSID=jegusi6ksallqrdst4dacnebn0 (дата звернення: 23.06.2022). – Назва з екрана.
29. Леви-Стросс К. Структура мифов [Електронний ресурс] / Клод Леви-Стросс // Структурная антропология. – Москва, 1985. – С. 183–207. – Режим доступу: http://static.iea.ras.ru/books/Ethnographic_library/Levi-Strauss_Structural_Anthropology.pdf (дата звернення: 13.06.2022). – Назва з екрана.
30. Логика тотемических классификаций [Електронний ресурс] // Неприрученная мысль. – Москва, 1994. – С. 139–170. – Режим доступу: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Lev-Str/12.php (дата звернення: 12.06.2022). – Назва з екрана.
31. Мартинець С. Закон про олігархів України взагалі не потрібен – заяви європейських експертів [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сегодня. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/mneniya/zakon-ob-oligarhah-ukraine-voobshche-ne-nuzhen-zayavleniya-evropeyskih-ekspertov-1574158.html> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.
32. Мартинець С. "Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сегодня. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/lidery/nuzhny-ravnye-pravila-dlya-vseh-rinat-ahmetov-o-biznese-vlasti-i-planah-na-2022-god-1594577.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

33. Мартинець С. 75% українців вважають, що закон про олігархів не в інтересах народу [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Segodnya. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/mneniya/75-ukraincev-schitayut-zakon-ob-oligarhah-ne-v-interesah-naroda-1574536.html>. – Назва з екрана. (дата звернення: 07.06.2022).
34. Міл Дж. С. Про Свободу [Електронний ресурс] / Джон Стюарт Міл ; пер. з англ. Основи. – Київ : «ОСНОВИ», 2001. – 463 с. – Режим доступу: <http://litopys.org.ua/mill/mill.htm> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.
35. Ненько І. Закон про олігархів несе серйозні загрози свободі слова в Україні, – нардеп [Електронний ресурс] / Ірина Ненько // Сьогодні. – Режим доступу: <https://economics.segodnya.ua/ua/economics/rynok/zakon-ob-oligarhah-neset-sereznye-ugrozy-svobode-slova-v-ukraine-nardep-1580548.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.
36. Про запобігання загрозам національній безпеці, пов'язаним із надмірним впливом осіб, які мають значну економічну та політичну вагу в суспільному житті (олігархів) [Електронний ресурс] : Закон України від 23.09.2021 р. № 1780-IX. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1780-20#Text> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана.
37. Про телебачення і радіомовлення [Електронний ресурс] : Закон України від 21.12.1993 р. № 3759-XII : станом на 12 черв. 2022 р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана.
38. Пшик В. Тенденції мас-медіа у вимірі маніпулятивного впливу / Владислав Пшик // Використання політичної маніпуляції українськими політичними партіями на місцевих виборах 2020 року. – [Б. м.], 2021. – С. 44–61.
39. Роль українського медійного дискурсу в творенні національної ідентичності [Електронний ресурс] // Медії та ідентичність. – 2009. – С. 155–173. – Режим

- доступу: <https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/Kulyk-UModerna-2009.pdf> (дата звернення: 23.06.2022). – Назва з екрана.
40. Секретар РНБО Данілов вважає, що Україні варто перейти на латиницю [Електронний ресурс] // 5 канал. – Режим доступу: <https://www.5.ua/polityka/sekretar-rnbo-danilov-vvazhaie-shcho-ukraini-varto-pereity-na-latynytsiu-254545.html> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.
41. Согомоян В. Дискурс власти и социальная вообразяемость [Електронний ресурс] / В. Согомоян // МЕТОД: Московский ежегодник трудов из обществоведческих дисциплин. – 2012. – № 3. – С. 138–158. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskurs-vlasti-i-sotsialnaya-voobrazhaemost> (дата звернення: 09.06.2022). – Назва з екрана.
42. Стефанчук прокоментував чутки, що Зеленський хоче посадити його у крісло Разумкова [Електронний ресурс] // Українська правда. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/09/6/7306193/> (дата звернення: 12.06.2022). – Назва з екрана.
43. Фридман М. Взаимосвязь между экономической и политической свободами [Електронний ресурс] / Милтон Фридман // О свободе. / пер. з англ. <https://gtmarket.ru/library/articles/3315>. – Минск, 2007. – С. 7–25. – Режим доступу: <https://gtmarket.ru/library/articles/3315>. – Назва з екрана. (дата звернення: 10.06.2022)
44. Фридман М. Могучая рука рынка / Милтон Фридман, Фридрих Хайек // О свободе. – [Б. м.], 2003. – С. 27–72.
45. Фуко М. Власть и знание / М. Фуко // Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью / пер. з фр С. Офертас. – [Б. м.], 2002. – С. 278–303.
46. Хантингтон С. Политические институты: сообщество и политический порядок / С. Хантингтон // Политический порядок в меняющихся обществах / пер. з англ. В. Рокитянский. – Москва, 2004. – С. 28–42.

- 47.Храмцова Н. Г. Правовой дискурс в теории права [Электронный ресурс] / Наталья Геннадьевна Храмцова // Проблемы экономики и юридической практики. – 2009. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoy-diskurs-v-teorii-prava> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.
- 48.Центр Р. Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020р.) [Електронний ресурс] / Разумков Центр // Центр Разумкова. – Режим доступа: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminylys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pislia-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.
- 49.detector.media. Найбільш популярними серед українців ЗМІ є телебачення та Інтернет – Research & Branding Group [Електронний ресурс] / detector.media // detector.media. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/123866/2017-03-07-naybilsh-populyarnymy-sered-ukraintsiv-zmi-ie-telebachennya-ta-internet-research-branding-group/> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана.
- 50.Fairclough N. Communication in the mass media / Norman Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 35–53.
- 51.Fairclough N. Critical analysis of media discourse / N. Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 53–68.
- 52.Fairclough N. Critical discourse analysis as a method in social scientific research / Norman Fairclough // Methods of critical discourse analysis. – London, 2001. – P. 121–139.
- 53.Fairclough N. Discourse, change and hegemony [Electronic resource] / Norman Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 91–112. – Mode of access: https://www.academia.edu/44789534/_Norman_Fairclough_Critical_Discourse_

Analysis_T_BookFi_email_work_card=view-paper (date of access: 11.06.2022). – Title from screen.

54. Fairclough N. Discourse, change and hegemony [Electronic resource] / Norman Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 91–112. – Mode of access: https://www.academia.edu/44789534/_Norman_Fairclough_Critical_Discourse_Analysis_T_BookFi_email_work_card=view-paper (date of access: 11.06.2022). – Title from screen.
55. Fairclough N. Discourse representation in media discourse [Electronic resource] / N. Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 54–70. – Mode of access: https://www.academia.edu/44789534/_Norman_Fairclough_Critical_Discourse_Analysis_T_BookFi_email_work_card=view-paper (date of access: 11.06.2022). – Title from screen.
56. Fairclough N. General introduction [Electronic resource] / N. Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 1–21. – Mode of access: https://www.academia.edu/44789534/_Norman_Fairclough_Critical_Discourse_Analysis_T_BookFi_email_work_card=view-paper (date of access: 11.06.2022). – Title from screen
57. Fairclough N. Ideology and identity change in political television [Electronic resource] / N. Fairclough // Critical discourse analysis: The critical study of language. – London, 1995. – P. 167–183. – Mode of access: https://www.academia.edu/44789534/_Norman_Fairclough_Critical_Discourse_Analysis_T_BookFi_email_work_card=view-paper (date of access: 11.06.2022). – Title from screen.
58. Fairclough N. Peripheral vision [Electronic resource] / Norman Fairclough // Organization studies. – 2005. – Vol. 26, no. 6. – P. 915–939. – Mode of access:

<https://doi.org/10.1177/0170840605054610> (date of access: 22.06.2022). – Title from screen.

59. Fairclough N. Political discourse in the media / Norman Fairclough // Media discourse. – London, 1995. – P. 176–197.

60. Fairclough N. Textual analysis in social research [Electronic resource] / Norman Fairclough // Critical discourse analysis: the critical study of language. – London, 1995. – P. 183–215. – Mode of access: https://www.academia.edu/44789534/_Norman_Fairclough_Critical_Discourse_Analysis_T_BookFi_?email_work_card=view-paper (date of access: 11.06.2022). – Title from screen.

61. Gorchev I. To distort or not to distort: comparative analysis of british and bulgarian media discourse representations of fire disasters [Electronic resource] / Ivaylo Gorchev // Discourses of change: language and literature: studies in linguistics, culture and FLT. – 2021. – Vol. 9, no. 1. – P. 83–111. – Mode of access: http://silc.fhn-shu.com/issues/2021-1/SILC_2021_Vol_9_Issue_1_083-111_29.pdf (date of access: 10.06.2022). – Title from screen.

62. Griffin E. Spiral of Silence of Elisabeth Noelle-Neumann [Electronic resource] / E. Griffin // A first look at communication theory. – No. 7. – P. 372–382. – Mode of access: <http://www.afirstlook.com/docs/spiral.pdf> (date of access: 10.06.2022). – Title from screen.

63. Jackson D. Inside churnalism [Electronic resource] / D. Jackson, K. Moloney // Journalism studies. – 2015. – Vol. 17, no. 6. – P. 763–780. – Mode of access: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1461670X.2015.1017597> (date of access: 10.06.2022). – Title from screen.

64. Most americans not willing to pay to read news content online [Electronic resource] // PR Newswire: press release distribution, targeting, monitoring and marketing. – Mode of access: <https://www.prnewswire.com/news-releases/most->

- americans-not-willing-to-pay-to-read-news-content-online-120964409.html (date of access: 10.06.2022) (date of access: 10.06.2022). – Title from screen.
65. Müller J.-W. The rise and rise of populism? [Electronic resource] / J.-W. Müller // The age of perplexity: rethinking the world we knew. – 2018. – Mode of access: <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2018/03/BBVA-OpenMind-Jan-Werner-Muller-The-Rise-and-Rise-of-Populism-1.pdf> (date of access: 10.06.2022). – Title from screen.
66. Pickard V. The great evasion: confronting market failure in american media policy [Electronic resource] / V. Pickard // Critical studies in media communication. – 2014. – Vol. 31. – P. 153–159. – Mode of access: <https://doi.org/10.1080/15295036.2014.919404> (date of access: 10.06.2022). – Title from screen.
67. Rocha Menocal A. State-Building for peace - A new paradigm for international engagement in post-conflict fragile states? [Electronic resource] / Alina Rocha Menocal. – 2010. – P. 1–18. – Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/46460555_State-Building_For_Peace_-_A_New_Paradigm_For_International_Engagement_In_Post-Conflict_Fragile_States (date of access: 12.06.2022). – Title from screen.
68. Shuster online. Арахамія vs «венеціанці»: «Пропоную перейменувати Денисову в Уповноваженого по правах олігархів!» [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=rr3zIN-LAEE> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана.
69. Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХІ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

- 70.Shuster online. «Закон ні про що!» – як Ярослав Железняк підняв Давида Арахамію з місця [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uYnQ05clVDw> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана.
- 71.Shuster online. Малюська vs Разумков: який план в олігархів? [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=EgRKHMTMvG8> (дата звернення: 22.06.2022). – Назва з екрана.

ДОДАТКИ

Додаток А

«"Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік

Великий бізнес чекає від влади верховенства права, а не добрих чи поганих відносин

Підприємець, засновник та акціонер компанії SCM Рінат Ахметов виступає за чесні правила гри для влади та бізнесу, але вважає, що деолігархізація порушує права людини. Проте в Україні має бути одна мета – об'єднатися та стати успішною нацією. Про це він сказав Forbes.

Відносини з Банковою

Великий бізнес чекає від влади верховенства права та захисту інвестицій, а не добрих чи поганих відносин.

"З мого боку немає і не могло бути погіршення стосунків. Що потрібно бізнесу від влади? Бізнесу від влади потрібні верховенство права, щоб інвестиції були захищені законом, повага до права приватної власності, чесна конкуренція та рівні правила гри для всіх", – сказав Рінат Ахметов.

Закон про олігархів порушує права людини

Засновник СКМ не проти деолігархізації, але за умови, щоб вона працювала на Україну, а не проти окремих людей.

"Я за цивілізовані європейські правила, я за те, щоб бізнес мав рівні можливості. Я за те, щоб бізнес був прозорим та відповідальним, мав людське обличчя. Я за те, щоб ми всі працювали на економічне зростання країни та добробут кожного українця. Якби закон працював на користь всього переліченого, я був би за нього двома руками. Але нічого цього в ньому немає. У ньому не йдеться про вирівнювання правил, про чесну конкуренцію. Там є лише порушення прав людини. Бо хтось у якійсь кімнаті за незрозумілими критеріями визначатиме, хто олігарх, а хто – ні. Нічого хорошого Україні та українцям це не принесе", – сказав Рінат Ахметов.

На телеканалах "Україна" та "Україна 24" лише світові стандарти журналістики

"На інформаційну політику каналів я не впливаю. Але для мене важливо, щоб у моїх медіа дотримувалися найкращих світових стандартів журналістики, чесної конкуренції та принципів свободи слова", – сказав підприємець.

Також Рінат Ахметов спростував домисли, що Офіс президента нібито намагався домовитись про контроль над інформаційною політикою каналу "Україна 24": *"Це неможливо. На моїх каналах цензури не буде"*.

2022 року потрібно об'єднувати країну

У цьому році не повинно бути жодних протистоянь та конфліктів.

*"Я вважаю, що у нас може і має бути одна мета – сильна, незалежна, цілісна, демократична, успішна Україна та щасливі українці. І навколо цієї мети ми всі маємо об'єднатися", – заявив Рінат Ахметов.*²¹⁶

²¹⁶ Мартинець С. "Потрібні рівні правила для всіх": Рінат Ахметов про бізнес, владу та плани на 2022 рік [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сьогодні. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/lidery/nuzhny-ravnye-pravila-dlya-vseh-rinat-ahmetov-o-biznese-vlasti-i-planah-na-2022-god-1594577.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

«”Ничего хорошего Украине это не принесет”. Ахметов рассказал Forbes о ссоре с Зеленским, президент ему ответил. Получились почти дебаты

Противостояние президента и самого богатого бизнесмена набирает обороты, их отношения ухудшаются с лета 2021-го. Владимир Зеленский и Ринат Ахметов конфликт отрицают, но по-разному. Как ситуация выглядит для Зеленского, а как для Ахметова? Forbes задал похожие вопросы обеим сторонам

С августа 2021-го Офис президента действовал последовательно: принятие закона о деолигархизации, блокировка выплат по «зеленому» тарифу, повышение цен на грузовые ж/д перевозки и ренты на добычу железной руды. Все эти инициативы будут стоить бизнесмену сотни миллионов долларов.

Осенью телевизионные каналы Ахметова «Украина» и «Украина 24» начали выпускать больше негативных сюжетов о президенте и его партии. Депутаты от «Слуги народа» даже решили бойкотировать эфиры телеканалов: перестали давать комментарии и появляться в эфире.

Что о происходящем думают обе стороны? Forbes получил ответы и от Ахметова, и от Офиса президента. Это сокращенная и отредактированная для ясности версия.

Из-за чего отношения между Зеленским и Ахметовым ухудшились?

Офис президента: Не считаем корректной оценку на уровне «ухудшение» или «улучшение» отношений. Никаких особых отношений с теми или иными экономическими игроками представители государственной власти не имеют.

Единственный способ государства общаться с бизнесом – это действующие законы. Они одинаковы для всех экономических игроков. Если какой-либо представитель крупного бизнеса не доволен действующим законодательством или ожидает для себя каких-то привилегий, это свидетельствует лишь о его непонимании современных реалий жизни в Украине.

Ринат Ахметов: С моей стороны нет и не могло быть ухудшения отношений. Что нужно бизнесу от власти? Бизнесу от власти нужны верховенство права,

чтобы инвестиции были защищены законом, уважение к праву частной собственности, честная конкуренция и равные правила игры для всех.

Как оцениваете закон о деолигархизации?

ОП: Президент не оценивает антиолигархический закон с точки зрения каких-либо фамилий. Это прозрачные правила для всех представителей крупного бизнеса. Любой бизнесмен может выполнить нормы этого закона и избежать негативных последствий.

Главная цель антиолигархического закона – обеспечить разделение бизнеса и политики, а также реальную подотчетность политиков и всех должностных лиц обществу, а не каким-либо финансово-промышленным группам.

Принятый закон обязателен к исполнению. Никаких отступлений от этого и других законодательных актов ради интересов каких-либо олигархов не будет.

Р.А.: За что я? Я за цивилизованные европейские правила, я за то, чтобы у бизнеса были равные возможности. Я за то, чтобы бизнес был прозрачным и ответственным, имел человеческое лицо. Я за то, чтобы мы все работали на экономический рост страны и благосостояние каждого украинца.

Если бы закон работал в пользу всего перечисленного, я был бы за него двумя руками. Но ничего этого в нем нет. В нем не идет речь о выравнивании правил, о честной конкуренции. Там есть только нарушение прав человека. Потому что кто-то в какой-то комнате по непонятным критериям будет определять, кто олигарх, а кто – нет. Ничего хорошего Украине и украинцам это не принесет.

Что изменилось в информационной политике телеканалов «Украина» и «Украина 24»?

ОП: У власти есть только одно ожидание от средств массовой информации, принадлежащих крупному бизнесу, – соблюдение базовых стандартов журналистики. И также иммунитет против дезинформационных нарративов.

В эфире каналов, связанных с Ринатом Ахметовым, значительно выросла доля политиков, которых так или иначе связывают с этим бизнесменом. А

это отличается от того, что принято называть балансом, полнотой подачи информации и другими журналистскими стандартами.

С некоторых пор вещание этих телеканалов свидетельствует о наличии совершенно четкой корпоративной цензуры – с очевидными акцентами, позволяющими подсвечивать или «громить» тех или иных политиков.

Можно ли этому противостоять с позиций власти? Вряд ли. Скорее, нужна реакция самого журналистского сообщества на эти очевидно не журналистские вещи. А реакция общества последует со временем – у цензурированных медиа нет перспективы в современном мире, даже когда это внутренняя корпоративная цензура.

Р.А.: На информационную политику каналов я не влияю. Но для меня важно, чтобы в моих медиа соблюдались лучшие мировые стандарты журналистики, честная конкуренция и принципы свободы слова.

Правда ли, что представители Офиса президента пытались договориться о контроле над информационной политикой канала «Украина 24»?

ОП: Это иллюзия. Не может быть договоренностей о контроле за информационной политикой таких крупных медиа. Офис президента выстраивает одинаковые взаимоотношения со всеми представителями СМИ. Мы всегда открыты для комментариев, ответов на вопросы, интервью в различных форматах.

Р.А.: Это невозможно. На моих каналах цензуры не будет.

Оценивала ли СКМ убытки как полученные, так и потенциальные от конфликта с Офисом президента?

Р.А.: Я таких отчетов от СКМ еще не получал.

Как может развиваться конфликт в 2022 году?

ОП: Для президента Владимира Зеленского принципиально выполнять задачу полноценной трансформации Украины в устойчивое европейское государство. Чтобы это сделать, необходимо обеспечить реальное равенство

всех граждан перед законом и судом без каких-либо привилегий, в том числе и без привилегий для крупных бизнес-игроков.

Это касается и принятого антиолигархического закона. Даже если какому-то отдельному крупному бизнесмену не хочется подчиняться нормам этого или любого другого закона, никаких привилегий ни у кого не будет.

Р.А.: Я считаю, что у нас может и должна быть одна цель – сильная, независимая, целостная, демократическая, успешная Украина и счастливые украинцы. И вокруг этой цели мы все должны объединиться.»²¹⁷

²¹⁷ Крицкая И. «Ничего хорошего Украине это не принесет». Ахметов рассказал Forbes о ссоре с Зеленским, президент ему ответил. Получились почти дебаты [Электронный ресурс] / Ира Крицкая, Борис Давиденко // Forbes. – Режим доступу: <https://forbes.ua/ru/news/nichego-khoroshego-ukraine-eto-ne-prineset-chto-akhmetov-govorit-o-ssore-s-zelenskim-a-chto-zelenskiy-emu-otvechaet-blits-intervyu-forbes-31122021-3106> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

«Закон про олігархів несе серйозні загрози свободі слова в Україні, – нардеп

Так званий антиолігархічний закон обмежує право бізнесу володіти ЗМІ

Про це пише РБК-Україна з посиланням на заяву народного депутата Миколи Княжицького.

Між іншим, цей так званий олігархічний закон, за який олігархічні фракції голосували, там що написано? Що ті, хто мали канали до прийняття цього закону – ці олігархи, а ті, хто їх набудуть після – ті вже не олігархи. Тому, звичайно, є серйозні загрози для свободи слова, для авторитаризму в Україні існують", - сказав нардеп в ефірі телеканалу "Україна 24".

Як повідомлялося, 23 вересня Верховна Рада ухвалила законопроект про олігархів попри критику міжнародних експертів та не чекаючи висновків Венеційської комісії.

Західні дипломати і експерти заявили про ризики для свободи слова, оскільки закон обмежує право бізнесу володіти ЗМІ.

20 жовтня журналісти суспільного телеканалу "UA:Перший" звинуватили Офіс президента в тиску на редакційну політику.»²¹⁸

²¹⁸ Ненько І. Закон про олігархів несе серйозні загрози свободі слова в Україні, – нардеп [Електронний ресурс] / Ірина Ненько // Сьогодні. – Режим доступу: <https://economics.segodnya.ua/ua/economics/rynok/zakon-ob-oligarhah-neset-sereznye-ugrozy-svobode-slova-v-ukraine-nardep-1580548.html> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

Дискурс-аналіз

Вузлові точки

Вузловою точкою комунікативного акту у найбільшій мірі виступає «Антиолігархічний закон», оскільки саме навколо цього поняття проходить як боротьба акторів тих чи інших полів, присутніх у шоу, так і певне «вибудовування ментальних моделей» у вимірі прагнення до конституювання соціальної дії як учасниками, так і ведучим самого шоу, який також є актором журналістського поля, і, відповідно, учасником боротьби за легітимне бачення світу, хоча, при цьому, у самому комунікативному акті він репрезентується як такий, який експліцитно не входить у «пряму конфронтацію» у вимірі цієї «боротьби» («обмежуючись» роллю «арбітра»).

Наступною вузловою точкою є поняття «олігарх» - кожен учасник комунікативного акту «привносить» те чи інше означення цього поняття, яке визначається застосуванням дискурсом, застосування якого конститується його диспозицією, а також те, що Лаклау називає «constitutive outside» - тобто дискурсивним втіленням Іншого (як певного символічного порядку)²¹⁹. У самому комунікативному акті це втілюється у тому, як ті чи інші учасники шоу репрезентують означення вузлової точки, яке задається «дискурсом монобільшості», і разом із цим виокремлюють свою інакшість та антагонізм у відношенні до Іншого. Елемент «олігарх» ми визначаємо саме як ключову точку, оскільки це поняття виступає безпосередньо взаємопов'язаною із поняттям «антиолігархічного закону», оскільки визначає, проти кого саме втілюватиметься соціальна дія, яка визначається цим законом (у тому числі через застосування «constitutive outside»), а\або також те, проти кого

²¹⁹ Йоргенсен М. Глава 2. Теория дискурса Лакло и Муффа. [Електронний ресурс] / М. Йоргенсен, Л. Филлиппс // Дискурс-анализ. Теория и метод / пер. з англ. А. Киселева. – Харьков, 2008. – С. 53–108. – Режим доступу: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ЙОРГЕНСЕН%20и%20др%20-%20Дискурс-анализ%202008%20352с.pdf> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

натомість він був би повинен бути спрямованим (означення «власного дискурсу»), що, відповідно, втілюватиметься також і у означенні поняття «антиолігархічного закону».

Останньою, але не менш важливою вузловою точкою виступає словосполучення «конфлікт між олігархами і народом». На відміну від інших вузлових точок, вона не знаходиться у «центрі» обговорення учасників шоу – вона була згадуваною лише один раз у вступному слові ведучого. Проте, її імпліцитна присутність є наявною впродовж всієї комунікативній події. Зокрема, сам антиолігархічний закон виступає у якості одного із методів вирішення цього конфлікту, де точкою зіткнення полів виступає його визначення як позитивного/негативного, а також, наданні можливого "альтернативного шляху"

Моменти дискурсу

Моментами дискурсу є ті чи інші дискурсивні артикуляції, які надають певне означення «вузловій точці». У свою чергу, ми можемо їх визначити:

Антиолігархічний закон:

Ведучий - «так званий олігархічний закон», «є невизначеним», «народний законопроект... що сказати»²²⁰

«ГНЕУ» - такий, у якому закладені ризики для зловживань («constitutive outside» - репрезентація визначення критеріїв владного дискурсу, через застосування непрямої мови в бюлетені у висвітленні дискурсу головного наукового експертного управління ВР)²²¹

Дискурс «монобільшості» (Руслан Стефанчук, Давид Арахамія, Олексій Данілов, Денис Малюська) - «один із методів боротьби із олігархами», «не

²²⁰ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²²¹ Там само

PR», «перший крок до шляху вдосконалення антиолігархічного законодавства»²²²

Артур Герасимов (дискурс «Європейської Солідарності») – те, що «не про олігархів», «порушує Конституцію майже у кожній статті», «такий, який засуджують знані міжнародні експерти», такий, «у якому закладена корупція», «має на меті забрати, чи зробити ручними всі телевізійні канали в Україні – тобто практично вбити свободу слова», «нова форма путінізму» (це схильність до драматизації – - відповідь ведучого)», «спроба віддати усі телеканали Зеленському», «боротьба проти Петра Олексійовича Порошенка»²²³

Олександр Данилюк («раціонально-економічний» дискурс) – «безглуздий закон, який легко обходиться», «є непотрібним», «засіб для ускладнення отримання доступу до фінансування», те, що «повпливає однозначно на економіку і на підприємства (у негативному вимірі)», «відволікання уваги, щоб проти Коломойського нічого не робилося»²²⁴

Марина Ставніччук («правовий» дискурс) – «дуже проблемний», «який викликає масу дискусій», «містить правову невизначеність»²²⁵

Томаш Фіала («раціонально-економічний» дискурс) – «перший в світі експеримент, якого немає у світі, у тому числі європейських державах»²²⁶

Дмитро Разумков (дискурс «бюрократа») – такий «методи, якого не узгоджуються із реальністю»²²⁷

Ярослав Железняк (дискурс «Голосу») - «юридична фантазія», «такий, у якому багато помилок», «маніпуляція», «закон який ні про що», «ніяким чином не є вирішенням проблеми олігархів»²²⁸

²²² Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²²³ Там само

²²⁴ Там само

²²⁵ Там само

²²⁶ Там само

²²⁷ Там само

²²⁸ Там само

Олігархи:

Владний дискурс – «вони мільярдери, в них найкращі юристи у них є ЗМІ, свої партії, антимонопольний комітет, тому вони спокійно себе захистять (свої «права людини»)), «5-6 людей на всю країну», «ті, хто мають прямий вплив на політику», «великий ризик для територіальної цілісності держави», «є не проблемою влади, чи народу, а нашою спільною проблемою» , «загроза для нашої країни»²²⁹

Ведучий – «так звані олігархи», «мінімум 13» (як відповідь на заяву про означення «олігарху» владним дискурсом)), «ті, кого визначає РНБО», «обмежена кількість багатих людей», «мільйонери, мільярдери» (constitutive outside – репрезентує означення, яке надається позначнику «олігарх» із призми артикуляційної системи «дискурсу монобільшості»), «той, хто бере участь у політичному житті, має значний вплив на ЗМІ, монопольне становище, активи вартістю 83 мільйони доларів»²³⁰ (“constitutive outside”, репрезентація поняття, визначеного у законі про олігархів)

Артур Герасимов (дискурс «Європейської Солідарності») – «не Порошенко», «ті, хто прикарманив собі надра, прикарманив підприємства, ті від кого залежать тарифи»²³¹

Людмила Денісова (правовий дискурс) - «представники не тільки великого, але й середнього бізнесу» («constitutive outside», репрезентація поняття, визначеного у законі про олігархів)

Олександр Данилюк («раціонально-економічний» дискурс) - «тисячі... десятки тисяч людей, які... надають роботу»²³² («constitutive outside», оскільки репрезентує тих, кого саме «слуги» хочуть «внести в реєстр»)

²²⁹ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²³⁰ Там само

²³¹ Там само

²³² Там само

Ярослав Железняк (дискурс «Голосу») – «можуть бути усі, хто проти Зеленського»²³³

Томаш Фіала («раціонально-економічний» дискурс) – «може бути 5-10 людей, які можуть мати дуже близькі відносини з владою, з прем'єр міністром...», «Що стосується закону, я тут також не олігарх, оскільки не підхожу під критерії закону»²³⁴

Марина Ставнічук («правовий» дискурс) – «при великому бажанні, РНБО може вбачати у вашій (Томаша Фіали) діяльності, ознаки олігарха» («constitutive outside»)²³⁵

Конфлікт між олігархами і народом:

Ведучий:

«не є якоюсь новою проблемою»²³⁶

«І цей конфлікт... він... !вічний!... і всюдисущий»²³⁷

(У подальшому транскрибування висловлювань учасників шоу здійснюватиметься наступним чином: обрамлення у знак «!» позначає сильний наголос на певному слові, знак «.» позначає паузу менше одної секунди, знак «...» позначає паузу, тривалістю більше 2 секунд, знак «[» позначає ті моменти, коли мовлення відбувається одночасно)

Загалом, ми бачимо, яким є співвідношення носіїв тих чи інших дискурсів а також характеру визначених моментів. Причина є доволі експліцитною, як було зазначено, прагнення до конституювання тієї чи іншої соціальної дії у свою чергу потребує також закріплення означення до певних елементів, виключаючи при цьому інші варіанти його означення (особливий випадок також становить і моменти дискурсу, пов'язаний із «конфліктом між

²³³ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²³⁴ Там само

²³⁵ Там само

²³⁶ Там само

²³⁷ Там само

олігархами і народом», лише ведучий надає йому ті чи інші означення). Це стосується не лише позитивної чи негативної репрезентації антиолігархічного закону, але також і інших ментальних моделей (наприклад, Олександром Данилюком, ті, «кого слуги внесуть в реєстр» - тобто називають «олігархами», репрезентуються як основа економічної стабільності держави та громадян, що хоча також опирається на вузлову точку – «антиолігархічний закон», але включає додаткову ментальну модель). Тим не меш, дуже важливо при цьому зазначити, що при всій "різноманітності" артикуляційних систем, жодна із них не є незалежною у вимірі їх рецепції, «абстрагованої» від конвенцій інших дискурсів, із якими вони входять у певне взаємне зіткнення. Причиною цього є те, що у більшій мірі, дані моменти дискурсу слід сприймати не стільки як окремі означення вузлових точок, скільки як певні елементи єдиного "ментального пазлу", частини якого "об'єднуються" Савіком Шустером, оскільки він є тим, хто «пов'язує» усі дискурси в єдину систему, де «ланками», які об'єднують ці елементи дискурсу у єдиний «ланцюг» виступають ті чи інші коментарі, питання, доповнення, інтерпретативні висновки і т.д., що у певній мірі «виохоплює» необхідний «наратив» із дискурсів інших агентів у якості «опори» для домінуючого дискурсу, тим самим відтворюючи порядок дискурсу (але, враховуючи «конвергентність» символічного продукту, ми також повинні враховувати і інші засоби «контролю»). Тому, у цьому вимірі ми повинні звертати увагу не стільки на внутрішні побудови даних артикуляційних систем, скільки на їх взаємне співвідношення, яке конституюється ведучим. Для цього, ми повинні визначити ключових ідентичностей комунікативного акту, те, як вони репрезентуються і позиціонуються у дискурсі, і якою є транзитивність, що їм задається. При цьому, необхідно також визначити характер самих дискурсів, їх функціональність (оскільки, за Ферклоу, застосування тих чи інших дискурсів є стратегічно вмотивованим, що є найбільш справедливим твердженням у вимірі аналізованого

комунікативного акту²³⁸) та ступінь доступу до їх застосування тими чи іншими акторами.

Момент дискурсу, який задається вузловій точці «конфлікт між олігархами і народом» становить «міфічну» складову комунікативного акту. Соціальному явищу, який опосередковується як історичними подіями, так і діями певних акторів, задається статус природнього стану речей. Посилаючись на функціональність міфу Ролана Барта, можливо визначити, що шляхом застосування емпатичного наголосу на означенні «вічний» здійснюється функція натуралізації, яка знищує розуміння історичних явищ (у нашому випадку, явища існування «олігархів» та «народу», а також їх «боротьби») як тимчасових²³⁹. Попереднє посилання на Аристотеля, у висвітленні такого судження, водночас задає йому високу ступінь модальності.

Ключові ідентичності

Роль ключових ідентичностей у комунікативному акті є доволі неоднорідною, що проявляється у двох вимірах. Так, із однієї сторони, у комунікативному акті репрезентуються ключові ідентичності, які не є «безпосередньо присутніми» у самому шоу. З іншої ж сторони, незважаючи на їх присутність у комунікативному акті, найбільша увага надається таким ключовим ідентичностям, які при цьому самі є "носіями" певних дискурсів, і разом із цим привносять певні "власні" елементи цих дискурсів (зокрема, ключових ідентичностей). При цьому, такою ключовою ідентичністю є також і сам ведучий, і, більше того, саме його роль є найбільш значущою, оскільки він володіє монополістичним доступом до того, що Ферклоу називає «інтеракційним контролем» - тобто встановленням відносин між учасниками (зокрема, й саме означення цих учасників) шоу та використовуваних ними

²³⁸ Fairclough N. Textual analysis in social research. *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London : Longman, 1995. p. 183-215

²³⁹ Ролан Барт. Миф сегодня. *Избранные работы: Семиотика: Поэтика*: Пер. с фр. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова.— М.: Прогресс, 1989 г. с 75-129

дискурсів, а також те, про що вони повинні говорити, як шляхом задання самої теми розмови, так і тих питань, на які вони повинні відповідати²⁴⁰. Звісно, призначати цей вплив лише за Савіком Шустером було б неправильним, існує також і інший персонал програми – редактор, оператор (який також відіграє значну роль у формуванні порядку дискурсу, що буде висвітлено у відповідній категорії дискурсу), асистенти, які вказують, коли «народу» потрібно аплодувати, але саме він відіграє роль «лиця» цієї програми, і із цієї причини, ми повинні звертати увагу саме на ті ключові ідентичності, які він привносить у «текст».

Але для цього, ми також повинні визначити саме означення ведучого як ключової ідентичності. Норман Ферклоу звертає увагу на те, що у аналізі того чи іншого шоу, необхідно звернути увагу на те, якою саме є роль ведучого у баченні самих реципієнтів. Репрезентація ведучого може втілюватись у багатьох ролях, як наприклад «суддя», «терапевт», «комік», або навіть «рівноправний учасник дискусії»²⁴¹. У свою чергу, це видається найменш експліцитним – на відміну від інших ключових ідентичностей, Савіку Шустеру не надається жодного «прямого» означення у самому «тексті». Тому, ми повинні визначити його, виходячи із того, які саме лексичні структури він застосовує, а також яким є тон висловлюваних суджень – те, що, за визначенням Нормана Ферклоу, можливо назвати «етосом», тобто тих чи інших елементів, які конструюють репрезентацію певної ідентичності²⁴². У цьому вимірі, в найбільшій мірі ведучому є властивим етос «мудреця». На це вказує тональність його голосу – яка є «розмірковуючою», а також модальність висловлювань – у великій мірі ведучим застосовуються індикативні,

²⁴⁰ Йоргенсен М., Филлипс Л. Дж. Глава 3. Критический дискурс-анализ. *Дискурс-анализ. Теория и метод* / пер. з англ. А. Киселевая. 2008. С. 108–163. URL: <http://kyiv-heritage.com/sites/default/files/ЙОРГЕНСЕН%20и%20Др%20-%20Дискурс-анализ%202008%20352с.pdf> (дата звернення: 09.06.2022).

²⁴¹ Fairclough N. Political discourse in the media. *Media discourse*. 1995. P. 176-197.

²⁴² Fairclough N. Political discourse in the media. *Media discourse*. 1995. P. 176-197.

немодальні судження (хоча, при цьому існують і зворотні випадки). Ще однією важливою рисою є те, яким чином Савік Шустер репрезентує свою «розсудливість» - це втілюється у тому, що він прагне «врахувати і осмислити» кожну можливу думку. Це можливо сприймати як певну форму політкоректності. Так, наприклад, ми можемо це визначити через наступний «монолог» Артура Герасимова:

«Артур Герасимов: Савік, ви мене трохи перебили на початку, коли я говорив що !іх! закон – це прямий путінізм. Ви знаєте, це не смішно, це не хі-хі ха-ха, як на стадіоні з олігархами. Питання в іншому, питання в тому, що саме !так! починав !путін!... коли забирав, саме !так! починав Лукашенко, і чим це [закінчилось... А тепер увага...

[Денис Малюська : "Путін застосовував силовиків, а не закони, навіщо обманювати..."

[Руслан Стефанчук: "У дев'яностих роках...

Савік Шустер: Ну почекайте. не говоріть всі !разом! (звертаючись до Руслана Стефанчука та Дениса Малюськи), дайте людині висловити позицію»²⁴³

На перший погляд, такий випадок можливо сприймати як певний "фаворитизм" щодо "дискурсу Європейської Солідарності" але насправді, «політкоректність» втілюється не лише у такому випадку, але й навіть по відношенню до дискурсу «монобільшості», як наприклад, під час «монологу» Давида Арахамії:

«Давид Арахамія: Вибачте, коли я бачу об'єднання всіх фракцій проти, які починають придумувати Венеціанські Комісії, які «давайте відкладемо, [перекладом...

Олександр Данилюк: [Я не можу... дайте відповісти

²⁴³ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021, 2021. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022).

Савік Шустер: Дайте закінчити людині говорити і ви відповісте!»²⁴⁴

При цьому, репрезентована «інтенція» до висвітлення кожної думки у шоу проявляється не лише у відношенні до учасників, але і самого «народу», які приймають участь в «опитуваннях». Так, наприклад під час проведення опитування щодо того, «для кого антиолігархічний закон буде вигідним – владі чи народу?», ми можемо спостерігати певний «квазі-діалог» між ведучим і учасниками:

«Савік Шустер: Вот як ви вважаєте... вигоду... хто отримає від цього законопроекту... народ чи влада... голосуйте будь ласка... нам потрібна ваша позиція... номер 25 і номер 26, можна ще раз будь ласка... і номер 33 і номер 58, і ви також ще раз проголосуйте... номер 33 проголосуйте будь ласка ще раз...»²⁴⁵

Останнім важливим аспектом є те, яким чином ведучий взаємодіє із учасниками шоу. Зазвичай, форми взаємодії ведучого із учасниками приймають форму "почергового діалогу" - ведучий розмовляє із учасником, задаючи йому ті чи інші питання у ході розмови, після чого "переходячи" до наступного учасника (наприклад, саме такі випадки Норман Ферклоу аналізує у своїх роботах – «Медіа дискурс»²⁴⁶ та «Зміна ідеології та ідентичності у політичному телебаченні»²⁴⁷, ведучий у них є найбільш активним учасником дискусії), але у випадку "свободи слова Савіка Шустера" порядок дискусії отримує швидше характер "почергових монологів", які є доволі тривалими (у середньому близько 15 хвилин), які структуруються лише шляхом надання ведучим певних вступних, доволі відкритих запитань (Як наприклад «ваша думка», надаючи слово Дмитру Разумкову, що по суті «дозволяє» обрати будь-

²⁴⁴ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021, 2021. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022).

²⁴⁵ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021, 2021. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022).

²⁴⁶ Fairclough N. Political discourse in the media. *Media discourse*. 1995. P. 176-197.

²⁴⁷ Fairclough N. Ideology and identity change in political television. *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London : Longman, 1995. p. 167-183

яку тему розмови. Загалом, саме така поведінка ведучого є причиною вкрай слабкої структурованості розмови у вимірі відповідності до висвітлюваної теми), у той час як його "втручання" здебільше обмежується наданням коротких коментарів, (що, тим не менш, дозволяє сконструювати певну ментальну модель), а також, у деяких випадках, певних «висновків» щодо суджень, висловлених іншими учасниками шоу (ці висновки, у свою чергу, втілюються у заданні транзитивності ключовим ідентичностям – описі дії суб'єкта, яка у більшій мірі відповідає на питання «про що він говорив?»).

Зворотні випадки, де ведучий задає уточнюючі запитання або входить у контрадикцію із учасником є вкрай нерегулярними, про що також свідчить і незначна кількість ключових ідентичностей та випадків задання транзитивності (враховуючи тривалість шоу - 2 години 45 хвилин), що буде висвітлено у наступному розділі. Тим не менш, усі наведені фактори вказують на репрезентацію певної «авторитетності» у особі Савіка Шустера – ведучий, на відміну від інших учасників шоу, немов «височить» над іншими акторами, які «не дають договорити», «говорять одночасно» у той час, як перший враховує думку навіть безликих «номерів 25 і 26». Відповідно, його твердження репрезентуються як певні значущі сенси. Ми можемо визначити цей аспект як певну імпліцитну, приховану, але тим не менш репрезентовану високу ступінь модальності його суджень - ширма "демократичності" і "політкоректності" складають образ "мислителя і "третейського судді", який діє "об'єктивно", а отже, і "правильно", приховуючи при цьому когнітивну функціональність застосовуваних суджень.

Тепер ми можемо визначити те, які ключові ідентичності репрезентуються ведучим, а також, які означення, шляхом застосування «стилістики», їм задаються (у випадку, якщо вони присутні). Ключовими ідентичностями виступають:

1. Автори закону («про олігархів»)

2. Ми (Савік Шустер, глядачі)
3. Політики – «наші»
4. Серіал «Окупація» - норвезький серіал
5. Екологічна партія (Норвегії)
6. Росія (опосередкована репрезентація через висвітлення вторинного дискурсу серіалу «Окупація»)
7. Європа
8. Консервативна партія (партія Норвегії, яка разом із тим слугує алегорією, яка вказує на політику «партії монобільшості»)
9. Норвежці
10. «Серіали... як Слуга Народу наприклад»²⁴⁸ (пряма цитата, встановлення "взаємозв'язку" між серіалом Окупація та "Слугою Народу" за посередництва - генералізованої лексики «серіали»)
11. Міжнародне енергетичне агентство
12. ООН
13. Червоно-зелена (норвезька) коаліція,
14. Йонас Гар Стьоре – «близький друг генерального секретаря НАТО», «самий багатий політик Норвегії – він мільйонер»²⁴⁹ (означення ідентичності, яка виступає у якості того, кого Савік Шустер визначає як «так званого олігарха»)
15. Дмитро Разумков – «!Голова! Верховної Ради України» (емфатичний наголос, який здійснює акцентування авторитетності ключової ідентичності через інституційне позначення, що у певній мірі задає більш високу ступінь модальності висловлюваних ним суджень)
16. Людмила Денісова – «уповноважена з захисту прав людини ВР України»
17. Давид Арахамія – голова фракції партії «Слуга Народу, співвласник декількох ІТ кампаній, засновник волонтерської організації «Народний

²⁴⁸ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021, 2021. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022).

²⁴⁹ Там само

Проект», «головний адвокат законопроекту (про олігархів)» (репрезентація, яка спрямовує головну увагу реципієнта щодо сприйняття «дискурсу монобільшості» із призми суджень, висловлюваних саме цією ключовою ідентичністю)

18. Ярослав Железняк – «голова фракції «Голос»

19. Денис Малюська – «міністр юстиції України, магістр права»

20. Артур Герасимов – «співголова фракції партії «Європейська Солідарність»

21. Олексій Данілов – «секретар РНБО України»

22. Олександр Данилюк - «секретар РНБО у 2019 році»

23. Руслан Стефанчук – «перший замісник голови ВР України, представник президента в парламенті»

24. Парламент (український)

25. Народ («ви», «друзі», «глядачі», «розумні люди»)

26. Аристотель

27. Олігархи

28. Партія монобільшості

29. Головне наукове експертне управління ВР – «авторитетний Інститут!»²⁵⁰ (емфатичний наголос, підкреслення суспільної значущості ідентичності)

30. Томаш Фіала – «власник одного із лідируючих інтернет видань «Українська Правда», «один із найбагатших людей України»²⁵¹ (означення ідентичності, де за допомогою «генералізуючої ознаки» у вигляді словосполучення «найбагатша людина» декларується «тотожність» Томаша Фіали та Йонаса Ґар Стьоре у вимірі цієї «колективної ідентичності»)

Серед усіх ключових ідентичностей найбільш важливими виступають Дмитро Разумков (позитивна ідентичність), Томаш Фіала (виражена позитивна

²⁵⁰ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁵¹ Там само

ідентичність), а також ключова ідентичність, яка є вираженою інституційно – «Партія Монобільшості» (виражена негативна ідентичність), і застосовується задля «генералізації» як ключових ідентичностей, які виступають «носіями» відповідного дискурсу і безпосередньо відображені у шоу, так і інших акторів відповідного виміру політичної влади. Також важливою ключовою ідентичністю виступає «народ».

Транзитивність

Функціональність, що містить у собі транзитивність, яка задається ведучим щодо тієї чи іншої ключової ідентичності, втілюється у двох вимірах. Із однієї сторони, вона формулює позитивну або негативну ментальну модель сприйняття ключових ідентичностей, що, відповідно, також впливає і на ступінь модальності висловлюваних ними суджень (таким чином, наприклад, позиціонується певна «ієрархія» моментів дискурсу – одні із них стають більш значущими у баченні реципієнтів порівняно із іншими, або можуть навіть імпліцитно спростовуватись, що також формує порядок дискурсу). Із другої сторони, репрезентація безпосередніх дій суб'єктів також формує й саме уявлення про ключову ідентичність, що у більшій мірі стає складовою міфу. Урахування цих двох вимірів обумовлюється «амбівалентною» природою ключових ідентичностей, які є присутніми у шоу, оскільки вони є як «включеними» у «наратив» комунікативного акту, так і самі є безпосередніми учасниками його «формування». Також, транзитивність ключових суб'єктів задається не лише ведучим, але й інтерв'юєром, який опитує учасників під час рекламної паузи.

Ведучий:

1. Автори закону:

«Вважають, що через закон вони зможуть обмежити вплив мільйонерів, мільярдерів»²⁵²

²⁵² Там само

2. Ми (Савік Шустер, учасники, глядачі):

«Спробуємо визначити істинну, глибинну причину, навіщо потрібен цей закон» - судження, яке імпліцитно передбачає певний «маніпулятивний характер» авторів закону та, відповідно, «кіничний» характер дискурсу, застосовуваного Савіком Шустером

3. Політики:

«Часто говорять про європейські цінності, але рідко про те, які ці цінності» - репрезентація політиків як таких які «приховують» (свідомо або несвідомо) дійсну сутність «європейських цінностей». Також, судження репрезентує наявність певного «знання» ведучого, який розуміє те, що являють собою ці «цінності».²⁵³

4. Серіал «Окупація» - дебютує

5. Екологічна партія – «повністю припиняє видобуток нафти і газу»²⁵⁴ (фабула серіалу «Окупація»)

6. Європа – «домовляється із Росією»

7. Росія – «захоплює Норвегію і стає монополістом нафти і газу у всій Європі» (фабула серіалу «Окупація», репрезентація «конструйованої проблеми», яка загрожує унаслідок політики «екологічної партії»)

8. Норвежці:²⁵⁵

«В страху голосують за консервативну партію»²⁵⁶ - репрезентація «конструйованої проблеми» як головного фактору соціальної дії

«Говорять, що вони сама багата нація в світі («і це правда»)»²⁵⁷

²⁵³ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁵⁴ Там само

²⁵⁵ Там само

²⁵⁶ Там само

²⁵⁷ Там само

«Беруть... і відбувся переворот, вот як в Україні люди взяли, переголосували і все змінилось»²⁵⁸

«Проголосували за так звану червоно-зелену коаліцію»²⁵⁹

9. Консервативна партія:

«Виступають за продовження газової політики, продовжують видобуток нафти й газу. і навіть збільшують...»²⁶⁰ - консервативна партія як «бенефіціар» серіалу, а також творець «реальної проблеми»

10. «Серіали... як Слуга Народу наприклад»:

«Впливають на суспільну думку»²⁶¹ - застосування принципу еквівалентності, який разом із цим імпліцитно передбачає наявність інтенцій партії «Слуга Народу», які є відповідними до консервативної партії Норвегії

11. Міжнародне енергетичне агентство:

«Звертаються до всіх країн і просять припинити розробку родовищ газу і нафти тому що планета в небезпеці»²⁶² - репрезентація ідентичності, яка уособлює «здоровий глузд», і попереджає про можливі «наслідки» політики консервативної партії через діяхронічне застосування історії

12. ООН – «у своєму звіті говорить, що ми вот-вот досягнемо точки неповернення в потеплінні планети»²⁶³ (аналогічно попередньому)

13. Червоно-зелена коаліція:

«Обмежують видобуток нафти і газу»²⁶⁴ - репрезентація об'єднання опозиційних партій, які, на відміну від «домінуючої партії», вирішують «реальну проблему».

14. Йонас Ґар Стьоре:

²⁵⁸ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁵⁹ Там само

²⁶⁰ Там само

²⁶¹ Там само

²⁶² Там само

²⁶³ Там само

²⁶⁴ Там само

«Очолюватиме червоно-зелену революцію», «був міністром іноземних справ Норвегії» «буде новим прем'єр-міністром»²⁶⁵ - репрезентація «так званого олігарха», як «лідера» по «порятунку» від «світової загрози».

15. Народ:

«52% народу живуть з надією на завтрашній день, 29% живуть зі страхом. перед завтрашнім днем, а 19% живуть в умовах приниження... через те, як доводиться жити... не жити, а виживати. 52% це небагато чесно кажучи... враховуючи що на вулиці тепло і багато сонця...»²⁶⁶ - репрезентація «невдоволеності» народу теперішнім станом речей, у той час як транзитивність задана, норвежцям «Беруть... і відбувся переворот, вот як в Україні люди взяли, переголосували і все змінилось», наслідком якої є прихід червоно-зеленої коаліції (яка отримує позитивну репрезентацію через вирішення ними «реальної проблеми» парникових викидів), у певній мірі стає імпліцитною інкорпорацією ментальної моделі у довгостроковій пам'яті реципієнтів, яка визначає можливий «взірець» для «виплеску» означуваної «невдоволеності», що можливо визначити як певну форму прихованого імперативу

«Вважають що антиолігархічний закон діятиме «во благо влади, а не во благо народу»²⁶⁷ - задання груповій ідентичності «поведінкової інструкції», шляхом формування когнітивної структури, яка асоціює поняття «народу» із недовірою до антиолігархічного закону

16 Парламент – «проголосував за так званий «закон про олігархів», який визначатиме, хто ж в Україні є олігархом»²⁶⁸

17. Людмила Денісова:

²⁶⁵ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁶⁶ Там само

²⁶⁷ Там само

²⁶⁸ Там само

«Звернулась до парламенту з листом, із твердженням що антиолігархічний закон порушує права людини», «Говорить про порушення Конституції»²⁶⁹ - Репрезентація дії суб'єкта, як спрямованої на визначення певної «реальної проблеми», загроза існування якої втілюється через політику партії «монобільшості», у той час як задана «стилістика», що втілюється у репрезентації Людмили Денісової як впливового актора правового поля, визначає високу ступінь модальності твердження.

18. Дмитро Разумков:

«З однієї сторони ви відправили текст законопроекту до Венеційської комісії, з іншої ви сказали, що якщо текст законопроекту пройде через комітет, що ви винесете його в зал і буде друге читання – дуже !зважена! позиція... ну... на перший погляд вона дуже зважена»²⁷⁰ - репрезентація «об'єктивності» суб'єкта, і разом із цим, обмовка, яка висвітлює реальну інтенцію ведучого, спрямованої на позитивну репрезентацію, після чого слідує «технологізація дискурсу» - свідоме використання дискурсивних технік, оскільки Савік Шустер, який створює модель саморепрезентації, когерентної до етосу «мудреця», не може застосовувати «необ'єктивні» судження

«Вважає що якщо чотири опозиційні партії і уповноважена з прав людини проти цього законопроекту, то варто відправити його в Венеційську Комісію»²⁷¹ - повторна репрезентація «об'єктивності» суб'єкта, який «дослухається» до опозиційних партій, у той час як репрезентація партій саме за критерієм «опозиційності», у певній мірі імпліцитно сприяє відтворенню когнітивної структури, яка асоціює інституційно позначеного суб'єкта із «червоно-зеленою» коаліцією

19. Олігархи:

²⁶⁹ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁷⁰ Там само

²⁷¹ Там само

«Впливають на політиків», «пишуть закони самі»²⁷²

20. Денис Малюська:

«Закінчив Лондонський Університет», «Активно займається благоустроєм тюрем, ввів практику платних камер»²⁷³

21. Руслан Стефанчук:

«В студентські роки брав участь у Клубі “весёлых и находчивых”, де і подружився з Володимиром Зеленським»²⁷⁴ - негативна репрезентація учасника шоу, яка також формує ментальну модель сприйняття ідентичності як такого, чия посада обумовлена не стільки «професійними критеріями», скільки «непотизмом», що, хоча й опосередковано, але також сприяє негативному представленню як «дискурсу монобільшості», так і «владного апарату», зокрема.

22. Слухи:

«Кажуть що на вас (Разумкова) тиснуть»²⁷⁵ - Судження, яке передбачає певну «загрозу» для Дмитра Разумкова після його рішення направити законопроект у Венеційську Комісію. Ймовірно застосування номіналізаційного, без-агентного твердження може бути наслідком «технологізації дискурсу» - ведучий не може відкрито заявити про погрози зі сторони «монобільшості» як унаслідок «властивого» йому етоса «мудреця», так і присутності самих членів «монобільшості» у шоу, що робитиме занадто експліцитним дійсні інтенції ведучого

23. Давид Арахамія:

«Натякаєте на те, що партія монобільшості не задоволена Дмитром Разумковим» - більш експліцитна репрезентація тиску зі сторони

²⁷² Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁷³ Там само

²⁷⁴ Там само

²⁷⁵ Там само

«монобільшості». Позначення, яке формує взаємозв'язок між «тиском» на Дмитра Разумкова (як «кажуть слухи»), а також актором – «партією монобільшості», яка ним «не задоволена»²⁷⁶

«Ви розмовляли з Коломойським (на футбольному стадіоні)»²⁷⁷ - репрезентація «опортуністичного» характеру ключової ідентичності

«Протестую риторичним запитанням, які ви задаєте» (у відповідь на питання Арахамії «народові» - «скільки у вас нафтових свердловин?») - Прямий вхід у контрадикцію ведучого із носієм «дискурсу монобільшості». Судження, яке є проявом антагонізму між «кінчним дискурсом» ведучого, та «дискурсом монобільшості», і яке разом із цим репрезентує «маніпулятивний» характер останнього

«(роздратовано) Ви дійсно хочете обговорити усі 37 пунктів? (Давиду Арахамії, у той час як той коментував наданий альтернативний план «деолігархізації» від Олександра Данилюка)»²⁷⁸ – Застосування медійного жанру «конфронтаційного інтерв'ю», функціонування якого полягає у заданні позиції суб'єктам у розмові, де Савік Шустер виступає у «активній» ролі інтерв'юера, що водночас відтворюється як засіб «домінування» ведучого у розмові – Давиду Арахамії задається «пасивна» роль опитуваного, який повинен лише відповідати на задані питання, не виходячи за межі їх теми, що обмежує «область впливу» «дискурсу монобільшості» у комунікативному акті.

«Говорить - “Що ми взагалі обговорюємо? І так все зрозуміло, є 13 людей, які в списку РНБО, одна із них жінка, і ці люди, і вони реально обмежують. Ну, тобто їх політику треба обмежити»²⁷⁹ - Репрезентація «дискурсу монобільшості», який «обрамляється» «кінчним дискурсом» Савіка Шустера,

²⁷⁶ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁷⁷ Там само

²⁷⁸ Там само

²⁷⁹ Там само

оскільки виступає у якості вторинного дискурсу, де ведучий, із позиції первинного дискурсу, отримує доступ до інтерпретації, який отримує форму у висвітленні «необ'єктивності» та «легковажності» Давида Арахамії, та, відповідно, дискурсу, «носієм» якого він виступає. Також, про «обрамлення» цього типу дискурсу саме «кінчним» свідчить застосування іронічно-зневажливої інтонації при репрезентації вторинного дискурсу, що також вказує на наявність певної форми антагонізму між дискурсами.

«Ви сказали, що уповноважений з прав людини – уповноважений з прав олігархів, і в принципі у ту ж команду ви вписуєте голову парламенту»²⁸⁰

24. Партія монобільшості:

«У них. я говорю про партію «монобільшості». з'являються неправильні ноти, вони !то! звинувачують CNN, що вони працюють на ФСБ, !то! вони кажуть що їх ніхто не знає – що вони невідомі люди»²⁸¹ - репрезентація певного «конспірологічного» характеру суджень, висловлюваних акторами відповідного виміру політичної влади, і разом із цим, їх непослідовності, що у великій мірі формує ментальну модель щодо «штучності» репрезентованих ними проблем. У той же час, таке інституційне позначення, як «партія монобільшості», виконує функцію генералізації – «висновок» Савіка Шустера у відношенні до дискурсу «монобільшості» зроблений із виявленням невдоволення Давида Арахамії щодо висвітлення медіа «будь-яких, незрозумілих людей», як наприклад «ведучого CNN», який «негативно відноситься до закону», де за ознакою приналежності до «партії-монополіста», судження екстраполюється на всю партію.

²⁸⁰ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁸¹ Там само

«Скажіть будь ласка (звертаючись до Дениса Малюськи), головне наукове експертне управління Верховної Ради – орган якому ви довіряєте? Чи він також куплений? Я не знаю уже, зважаючи на те, як ви, тобто партія монобільшості, говорите. хто не куплений...»²⁸² - повторна репрезентація «конспірологічного» характеру «дискурсу монобільшості», яка відображає формування останніми «уявлюваної загрози».

25. Олександр Данилюк:

«Працював міністром фінансів і замісником голови адміністрації президента Порошенка»²⁸³ - репрезентація учасника як такого, який «має право» застосовувати «раціонально-економічний» дискурс шляхом інституційного позначення

«Тобто ви говорите про те, що буде набагато важче взяти кредит у іноземних банках?»²⁸⁴ - Питання, яке демонструє зацікавленість ведучого судженням учасника. Таким чином, конвенції «раціонально-економічного» дискурсу, визначення політично-економічної ситуації Олександром Данилюком (у вимірі визначення можливої економічної ситуації), на відміну суджень представників «монобільшості», репрезентуються як більш «значущі».

«Ви сказали важливу річ»²⁸⁵ (після промови учасника, у якому той задає вузловій точці «олігархи» означення «тисячі... десятки тисяч людей... які надають роботу», а антиолігархічний закон визначає як загрозу для економіки) – Виявлення згоди ведучого із судженням щодо загрози "антиолігархічного закону" (що задає високу ступінь модальності) для економіки, та визначення "олігархів" як таких, які "забезпечують" її розвиток, і зокрема, добробут громадян через "надання роботи"

²⁸² Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁸³ Там само

²⁸⁴ Там само

²⁸⁵ Там само

26. Артур Герасимов:

«Був представником Петра Порошенка у парламенті», «до політики займався маркетингом»²⁸⁶

«Ви проявляєте схильність до драматизації»²⁸⁷ (коли учасник задає вузловій точці «антиолігархічний закон» означення «нова форма путінізму»)

27. Аристотель – «Ще Аристотель писав про це (конфлікт між олігархами і народом). Тому нічого нового в проблемі немає.»

28. Головне наукове експертне управління:

«Ось що вони кажуть» (демонстрація бюлетеня на екрані) – “Не підтримуємо ухвалення цього законопроекту. Найперше що турбує – це як і хто визнаватиме людей олігархами. Таке рішення ухвалює РНБО, а затверджує своїм указом президент. Однак, на думку експертів, це суперечить Конституції, адже повноваження глави держави чітко визначені основним законом, і серед них немає права визнавати українців олігархами, як немає таких повноважень у РНБО. Крім того, експерти вважають, що у процедурі визнання олігархом закладені ризики для зловживань, адже немає запобіжників для того, аби одних людей визнати олігархами, а інших проігнорувати. Тож можливе вибіркове правосуддя. Крім цього експерти вважають розмитим та невизначеним саме поняття “олігарх”, яке пропонує законопроект. Так, до цієї категорії потенційно потрапить широке коло осіб- від середніх до великих бізнесменів. А це – сотні людей»²⁸⁸ - репрезентація ідентичності, яка, як і у випадку ООН та Міжнародного Енергетичного Агентства, слугує втіленням «здорового глузду» і попереджає про можливу «реальну проблему», яка може стати наслідком реалізації антиолігархічного закону

29. Олексій Данілов:

²⁸⁶ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁸⁷ Там само

²⁸⁸ Там само

«Ви створюєте реєстр... звучить доволі погрожуюче»²⁸⁹ - Судження, яке містить у собі негативну репрезентацію ідентичності. Причина полягає у інтертекстуальному вимірі комунікативного акту. Так, якщо ми звернемо увагу на те, що Норман Фerkлоу називає «інтертекстуальним ланцюгом», то зможемо визначити, що задання даної транзитивності у певній мірі «опирається» на попередній комунікативний акт, який, у термінах Теуна Ван Дейка, створив когнітивну модель у довгостроковій пам'яті реципієнтів, що асоціює значення «реєстр» із певними атрибутами. Ця когнітивна модель є пов'язаною із публікацією від «України 24» - «Закон про олігархів України взагалі не потрібен – заяви європейських експертів», де реципієнтам репрезентується судження Стефана Фукса, якому через «стилістичний» вимір тексту надають означення у вигляді одного із «європейських експертів». Розглянемо це судження:

"Ухвалення закону про занесення особи до реєстру тому, що вона володіє ЗМІ, суперечитиме демократії і верховенству права, тому що ви спрямовуєте його проти конкретної категорії людей. Востаннє ми створювали такий реєстр у 1941 році, коли ми у Франції співпрацювали з нацистами. Ми заснували реєстр для євреїв. Тому цей закон турбує нас. Він не вирішує реальних проблем – не посилює демократію і верховенство права в Україні, не запобігає корупції, але ділить людей за ознакою їх прив'язки або володіння ЗМІ"²⁹⁰.

Характер когнітивної моделі є вкрай експліцитним - вона нав'язує когнітивну структуру, яка асоціює словосполучення "створення реєстру" із "нацизмом", що, у свою чергу обумовлює драматичну паузу Савіка Шустера, та коментар

²⁸⁹ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁹⁰ Мартинець С. Закон про олігархів України взагалі не потрібен – заяви європейських експертів [Електронний ресурс] / Сергій Мартинець // Сьогодні. – Режим доступу: <https://vlada.segodnya.ua/ua/vlada/mneniya/zakon-ob-oligarhah-ukraine-voobshche-ne-nuzhen-zayavleniya-evropeyskih-ekspertov-1574158.html> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

щодо "лякаючого характеру" його можливих дій. Таким чином, це можливо визначити як прояв «імпліцитної інтертекстуальності».

«Ви згадали Криворіжсталь, але це було зроблено без закону проти олігархів»²⁹¹

Судження, яке репрезентує "безкорисність" антиолігархічного закону у вимірі вирішення конструйованою партією монобільшості проблеми.

«Говорить, що олігархи – це проблема державної важливості»²⁹²

"Підсумування" ведучим промови Олексія Данілова, яке втілюється у моменті дискурсу - заданні вузлової точки означення "проблема державної важливості" яке виступає у якості constitutive outside, оскільки репрезентує саме «дискурс монобільшості», що, ураховуючи характер попередніх заданих транзитивностей та означень як самому Олексію Данілову, так і іншим ключовим ідентичностям, які є носіями «дискурсу монобільшості», разом із цим опосередковано спростовує його .

30. Томаш Фіала:

«Володіє журналом і сайтом «Радіо НВ», а також став власником одного із авторитетних видань «Українська Правда»²⁹³

«... він має засоби масової інформації, багато грошей, і у нього взагалі можна багато чого знайти (запитуючи Олексія Данілова, чи входить Томаш Фіала у реєстр)»²⁹⁴ - Питання, яке при цьому імпліцитно передбачає "репресивний" характер дій Олексія Данілова, і, відповідно, наявність певної "реальної загрози", яка слідуватиме за реалізацією антиолігархічного закону

Інтерв'юєр:

²⁹¹ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁹² Там само

²⁹³ Там само

²⁹⁴ Там само

1. Руслан Стефанчук:

«Можете замінити Дмитра Разумкова»²⁹⁵ - можливий «результат» тиску, про які «кажуть слухи»

«Говорить, “давайте не закидати Венеціанську Комісію спамом”, але водночас “давайте ухвалювати законопроект, а потім уже з ним розбиратись”, що трохи не корелюється»²⁹⁶ (про Руслана Стефанчука, звертаючись до Давида Арахамії) - як і у випадку транзитивності, заданій «партії монобільшості», репрезентує «непослідовність» Руслана Стефанчука, де, у певній мірі, репрезентований кейс слугує у якості «констатації» цього «факту».

2. Олексій Данілов :

«Ви висловили дискусійну... (сміх) заяву про можливість переходу України на інше письмо (латиницю)»²⁹⁷ - репрезентація «комічності» ключової ідентичності

3. Фракція «монобільшості»

«Не задоволена Дмитром Разумковим»²⁹⁸

Модальність повідомлення

Як було визначено у попередніх категоріях комунікативної події, «текст» містить значну кількість суджень, яким задається висока ступінь модальності. Хоча самі лексичні одиниці у більшій мірі які визначали б істинність або ймовірність тих чи інших суджень (єдиним виключенням можливо визначити лише транзитивність, яка задається ідентичності "ми" - "Спробуємо визначити істинну, глибинну причину, навіщо потрібен цей закон ", яка встановлює хибність конвенцій "дискурсу монобільшості" і правоту контрадикторних до нього дискурсів), у більшій мірі є відсутніми, модальність втілюється у інших,

²⁹⁵ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=uIVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

²⁹⁶ Там само

²⁹⁷ Там само

²⁹⁸ Там само

більш імпліцитних механізмах. Зокрема «етос мудреця» ведучого сприяє заданню високої ступені модальності висловлюваних тверджень, оскільки на основі образу «об'єктивності» та «розсудливості» формується враження «правильності» конвенцій застосовуваних дискурсів, чому також сприяє і застосування ним немодальних, індикативних суджень, що зокрема втілюється і у новинному бюлетені, який репрезентує «дискурс ГНЕУ». Також, ведучий застосовує вимір «стилістики» у репрезентації дискурсів учасників шоу, що втілюється у інституційному позначенні ключових ідентичностей задля виокремлення «обґрунтованого» характеру їх суджень – таким чином надаючи їм певне «право» на значущість та істинність. Випадками застосування такого методу є інституційне позначення Людмили Денісової як уповноваженої із прав людини, а також Головного Наукового Експертного Управління ВР у тих моментах де ведучий задає їм транзитивність у вимірі того, що «антиолігархічний закон» порушує норми Конституції. Додатковим «підкріпленням» висловлюваних суджень слугують і «дискурс Аристотеля» та «дискурс Liberty Report», де перший відкриває можливість для закріплення моменту дискурсу – заданні вузлової точки «конфлікт між олігархами і народом» означення «вічний і всюдисущий» на основі символічного капіталу філософа (при цьому, унаслідок застосування непрямої мови приховується доволі сумнівна приналежність таких слів самому Аристотелю), у той час як другий забезпечує певний «доступ» на застосування “vox-populi” дискурсу, а також істинність тверджень, застосовуваних у якості транзитивності, яка задається ключовій ідентичності – «народові». У певній мірі й висловлювання інших учасників шоу слугують джерелом модальності для формованого у шоу наративу, оскільки «ґрунтуються» як на їх інкорпорованому культурному капіталу, так і символічному капіталу їх електорату. Також, ведучий застосовує метадискурс для означення модальності судженню, висловлюваному

Олександром Данилюком щодо загрози «антиолігархічного закону» для економіки.

Тим не менш, нам також необхідно звернути увагу на «текст» не лише із позиції «аудіо-матеріалу», але також і візуальних засобів, які застосовуються задля задання високої ступені модальності тим чи іншим твердженням. Основним «візуальним» засобом, який виконує цю функцію, є показник «народної підтримки» тих чи інших висловлювань учасників шоу, що також є «візуальною» стороною метадискурсу. Але разом із цим, нам також необхідно відповісти на питання, «чому показник народної підтримки є саме категорією модальності?». Причина полягає у тому, що із позиції теорії «спіралі мовчання»²⁹⁹ Елізабет Ноель-Нойман, показник народної підтримки можливо визначити як візуалізоване програмування квазістастистичного органу реципієнтів, який стимулює процес седиментації конвенцій тих чи інших дискурсів на основі інтерналізації, обумовленої конформною природою індивідів. Хоча сама Елізабет Ноель-Нойман не посилялася у своїх роботах на концепцію структурного психоаналізу Жака Лакана, ми можемо пояснити її теорію засновуючись на його термінології. Зокрема, на моделі так званого «розколотого суб'єкта»³⁰⁰. Ця модель полягає у тому, що власна ідентичність людини не може повноцінно формуватися сама по собі, людина робить це шляхом своєї взаємодії із іншим, і через суспільні відносини разом із тим в певній мірі визначається і його власна поведінка. І звідси випливає те, що ідентичність суб'єкта виникає лише на рівні фантазії як об'єкта бажання Іншого. Як зазначає Славой Жижек, ідентичність суб'єкта є певною формою відповіді

²⁹⁹ Griffin E. Spiral of Silence of Elisabeth Noelle-Neumann [Electronic resource] / E. Griffin // A first look at communication theory. – No. 7. – P. 372–382. – Mode of access: <http://www.afirstlook.com/docs/spiral.pdf>. – Title from screen.

³⁰⁰ Зброжек Е. А. Основные философские идеи Славоя Жижека [Електронний ресурс] / Екатерина Александровна Зброжек // Вестник Московского университета. – 2014. – № 7. – С. 1–8. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-filosofskie-idei-slavoya-zhizheka/viewer> (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

на уявлюване питання Іншого - «чого вона хоче від нас?», очікує.³⁰¹ І таким чином ідентичність суб'єкта є такою собі «відчуженою ідентичністю», тому що вона завжди сприймається через призму відношення Іншого. Звідси випливає те, що поведінка суб'єкта завжди обумовлюється цим «бажанням» Іншого. Але, на цьому моменті, ми стикаємося із тим, що цей об'єкт – як причина і джерело бажання, це те, що суб'єкт, у свою чергу, ніколи не зможе повноцінно інтегрувати і прийняти в себе (тобто не зважаючи на те, що бажання суб'єкта обумовлюється бажанням Іншого, ми не можемо просто включити їх у власну свідомість, тому що ми не можемо повністю пізнати бажання іншого). Результатом цього є відчуття так званої нестачі буття суб'єкта. І ця нестача буття потребує певної компенсаторної дії. Це втілюється на рівні уявлюваного, тобто певних фантазмів. Концепція «спіралі мовчання» декларує те, що індивіди, внаслідок страху бути відчуженими, постійно намагаються оцінити клімат громадської думки і проводити моніторинг соціальних тенденцій, у той час як медіа здатні надати необхідні для людини «образи» суспільної думки³⁰², що можливо інтерпретувати як певну форму «гетерономного уявлюваного» - штучних «фантазмів», формованих ззовні, які виконують функцію заповнення нестачі буття в іншому. На цьому етапі варто звернути увагу на те, які наслідки можливо зробити із розуміння цього процесу? Так, наприклад, Славою Жижек, на основі цієї концепції (а також концепції цинічного розуму), декларує дійсність ідеологічних концепцій як Лаканівського «фантазму»- суб'єкт цілком розуміє те, наскільки реальність не співпадає із «ідеологічною маскою», але при цьому, він продовжує діяти так, начебто ті фрейми, які дає ідеологія, є істинними. Таким чином ідеологія, навіть якщо вона і не керує реальними

³⁰¹ Жижек С. Симптом [Електронний ресурс] / Славою Жижек // Возвышенный объект идеологии. – Москва, 1999. – С. 10–30. – Режим доступу: http://yanko.lib.ru/books/philosoph/jijek-vozv_o_ideologii-8l.pdf (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

³⁰² Griffin E. Spiral of Silence of Elisabeth Noelle-Neumann [Electronic resource] / E. Griffin // A first look at communication theory. – No. 7. – P. 372–382. – Mode of access: <http://www.afirstlook.com/docs/spiral.pdf>. – Title from screen.

усвідомлення людей, продовжує визначати соціальну дійсність, а отже, і є реальною³⁰³. Проте, для Ноель-Нойман, потенційні наслідки можуть містити навіть більш "тоталітарний ефект", оскільки такі «фантазми» не лише визначають те, як люди діють, але також сприяють тому, як вони повинні мислити. Властивий індивідам конформізм сприяє не лише обмеженню «свободи дій» індивіда, які б не відповідали настроям «суспільної думки», але також і певному «переформатуванню» самих його ментальних установок, процес якого здатен бути навіть неусвідомлюваним, оскільки реципієнт сприйматиме «гетерономні» фрейми як власні³⁰⁴. Із цієї причини показник «народної підтримки» можливо сприймати як гетерономний «фантазм», що задає високу ступінь модальності суджень, оскільки сприяє закріпленню думок, «відповідних» до суспільних настроїв, а отже, і сприйняття їх як істинних.

У свою чергу, у шоу містяться чотири висловлювання учасників шоу – Томаша Фіали, Марини Ставнічук, а також Дмитра Разумкова, які характеризуються вкрай значною «народною підтримкою» (лише під час цих промов ступінь народної підтримки перевищує 90%, а у випадку першої, навіть досягає 100%).

«Савік Шустер: Томаш Фіала... скажіть будь-ласка... ви... ви олігарх?

Томаш Фіала: Я бізнесмен, який створював бізнес з нуля... нічого в Україні не приватизував і 99% активів які у нас є виникли уже за останні... після 90 року... в Україні. Тому, від держави нічого не отримав, нічого не приватизував, і... з бюджетом не пересікаюсь. Ну подивіться, якщо ви почитаете там вікіпедію... хто такий олігарх – це люди які в країні... може бути 5-10 людей, які можуть мати дуже близькі відносини з владою, з прем'єр міністром... І завдяки цим

³⁰³ Жижек С. Симптом [Електронний ресурс] / Славой Жижек // Возвышенный объект идеологии. – Москва, 1999. – С. 10–30. – Режим доступу: http://yanko.lib.ru/books/philosoph/jijek-vozv_o_ideologii-8l.pdf (дата звернення: 11.06.2022). – Назва з екрана.

³⁰⁴ Griffin E. Spiral of Silence of Elisabeth Noelle-Neumann [Electronic resource] / E. Griffin // A first look at communication theory. – No. 7. – P. 372–382. – Mode of access: <http://www.afirstlook.com/docs/spiral.pdf>. – Title from screen.

зв'язкам вони заробляють гроші... да... Ну, у мене на щастя таких зв'язків не було. Ні з одним прем'єр міністром, ні з одним президентом. Навпаки... із владою у мене стосунки були доволі натягнуті... тому що я собі позволяю... ну... свободу мати свободу слова, і говорити відкрито про те що я думаю, тому по дефініції олігархом я себе не можу вважати. Що стосується закону, я тут також не олігарх, оскільки не підхожу під критерії закону. Що я би хотів сказати... пан Данілов описав достатньо чітко минулої суботи, що є ціллю цього закону. Він описав це трьома пунктами, це те щоб олігархи не впливали грошима на політику, щоб не корумпували політиків, і щоб не займали монопольне становище на ринку. Я впринципі з цим всім згоден, і думаю що більшість бізнесменів... вони з цим згодні, тому що це дозволить зробити на ринку рівні конкуренції серед всіх. Але, питання у мене таке, вот цей закон... чи допоможе нам досягнути цієї цілі, чи ні? По всьому світу, чи існує такий закон? Не знайшов... Тому це такий перший в світі експеримент, якого немає у світі, у тому числі європейських державах. Тому важко мені оцінити... якщо цей закон... виконає цю ціль, і закінчить олігархат в Україні. Чи є країни, у яких є проблеми з олігархами? Так, у багатьох країнах, у тому числі західних, у тому числі [Скандинавії.

[Савік Шустер: Вот у штатах Трамп, він олігарх?

Томаш Фіала: еее... не знаю, але в Америці були величезні проблеми на початку 20-х років з олігархами, але як ця проблема вирішувалась? Вона вирішувалась шляхом антимонопольного законодавства, посиленням антимонопольного комітету, і через незалежну судову систему. На жаль у нас в Україні не вдалось створити ці два компоненти, і хотілось би, щоб влада не використовувала цей закон щоб відвести цю увагу від основного, що у нас не можна покластись на справедливість у судовій системі...

Савік Шустер: Тобто ціль хороша, але засоби... вони...?

Томаш Фіала: Засоби трохи експериментальні... я би так сказав»³⁰⁵

Під час діалогу рейтинг «народної підтримки» коливається між 98 і 100 відсотків (хоча, як і у випадку виступу Олександра Данилюка, Савік Шустер застосовує більш «розмовний» стиль інтерв'ю - висловлювання «Тобто ціль хороша, але засоби... вони...» втілюється шляхом застосування запитувальної інтонації, де ведучий виступає швидше із позиції співрозмовника, який «просить того, хто знає», донести певну істину. Також відсутність санкцій за ненадання відповіді, чи є Трамп олігархом, свідчить про певну «неформальність» розмови, оскільки «суб'єктна» позиція ведучого послаблюється), що можливо визначити як задання високої ступені модальності висловлюваним судженням, спрямованих на певне «розвінчування» того, наскільки насправді «антиолігархічний закон» відповідає декларованим цілям. Як «носіє раціонально-економічного дискурсу» учасник застосовує таку кооптацію як «рівна конкуренція», а також самоідентифікацію у вигляді іменника – «підприємець», проте сама аргументація базується не стільки на недоліках законопроекту із призми економічного виміру, скільки на основі міфу про «європейськість» як критерій «правильності» того чи іншого політичного рішення. Головна аргументація полягає у тому, що законопроект не має аналогічного втілення у європейських державах, які, натомість, застосовують антимонопольні реформи та незалежну судову систему, що слугує у якості певного «свідчення» щодо наявності іншої «істинної, глибинної причини, навіщо потрібен цей законопроект», на чому наголошує Савік Шустер на початку шоу.

Наступним висловлюванням із значною «народною підтримкою» є відповідь Томаша Фіали на запитання ведучого:

³⁰⁵ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021, 2021. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022).

«Савік Шустер: Томаш Фіала, ви купили Українську Правду щоб впливати, чи щоб заробляти?

Томаш Фіала: Дивіться, ми інвестували останні 7 років в незалежні медіа – це і НВ, і з недавнього часу Українська Правда. Рішення я і мої колеги приймали одразу після Революції Гідності. Ми вважаємо, що демократія в країні не може розвиватися без незалежних медіа. І нам би дуже не хотілось щоб Україна знову знаходилась у такій ситуації, коли ми знаходились між автократією і демократією. В 13-14 році у нас була революція, тому що громадяни відстоювали свої демократичні права, у тому числі права на свободу слова, і дуже хочеться, щоб більше такої ситуації не виникало. Тому ми вирішили... як частина нашої соціальної відповідальності... обрали собі направлення у незалежні медіа, тому ми чітко дотримуємося редакційної політики. Тому наша компанія як власник ні на що не впливає...»³⁰⁶

Рейтинг народної підтримки складає 95 відсотків, що також можливо визначити як репрезентацію «істинності» висловлюваного судженням. Ми можемо спостерігати певну форму створюваного Томашем Фіалю образу, який є найбільш когерентним до етосу "європейської людини". Він проявляється у тому, яким чином учасник шоу позиціонує себе у дискурсі – як суб'єкта, який «упереджає повернення України до автократії» шляхом забезпечення незалежних медіа, оскільки це є «частиною його соціальної відповідальності». Така «самотранзитивність» є доволі когерентною до стратегії європейських держав, яку також називають «державотворенням заради миру». Вона полягає у сприянні розвитку ліберальних прав та інститутів суспільств (у чому і полягає значення взаємосполучення “state-

³⁰⁶ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

building”) задля «забезпечення стабільності» у таких державах³⁰⁷. Таку логіку дій можливо спостерігати і у випадку «самотранзитивності» Томаша Фіали, свідченням чого, наприклад, є застосування кооптації «демократичні права», «права на свободу слова», у той час як дії суб’єкта спрямовані на те, щоб «більше такої ситуації не виникало». Це, у свою чергу, сприяє формуванню асоціативних когнітивних структур, які встановлюють принцип еквівалентності між двома ключовими ідентичностями - Йонасом Гар Стьоре і Томашем Фіалою у вимірі діяльності, спрямованої на користь держави, у той час як метадискурс, на який має монополію ведучий (і робочий персонал, як наприклад, режисер, який вказує «народові», які емоції необхідно виявляти на екрані, а також, що необхідно «підтримувати» та «непідтримувати» і т.д.), шляхом репрезентації «народної підтримки» закріплює модальність «істинності» таких суджень.

Наступним висловлюванням є відповідь Марини Ставнічук на промову Томаша Фіали

«Савік Шустер: Почекайте... !стоп!, Марино Іванівно!

Марина Ставнічук: Я вам не опоную і поділяю вашу позицію цілком, я просто говорю, що цей проект закону, який пропонують негайно проголосувати в парламенті, містить настільки невизна... !правову невизначеність!, що при великому бажанні, РНБО може вбачати, у вашій діяльності, ознаки олігарха.»³⁰⁸

Рейтинг народної підтримки складає 93%, що також закріплює значення «істинності» судження, спрямоване на означення «антиолігархічного закону»

³⁰⁷ Rocha Menocal A. State-Building for peace - A new paradigm for international engagement in post-conflict fragile states? [Electronic resource] / Alina Rocha Menocal. – 2010. – P. 1–18. – Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/46460555_State-Building_For_Peace_-_A_New_Paradigm_For_International_Engagement_In_Post-Conflict_Fragile_States (date of access: 12.06.2022). – Title from screen.

³⁰⁸ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

як певного репресивного апарату, який надає можливість «вносити у реєстр» Томаша Фіалу, при наявності «великого бажання». Застосування правового дискурсу (кооптація «правова невизначеність») також слугує у якості «джерела модальності» такого судження.

Останнім висловленням із високим ступенем «народної підтримки» є судження Дмитра Разумкова щодо методів реалізації «деолігархізації»:

«Савік Шустер: Дмитро Разумков, ваша думка

Дмитро Разумков: Щодо питання по олігархам?

Савік Шустер: Так, тому що скоро люди будуть переголосовувати, все ж треба !зрозуміти!

Дмитро Разумков: Дивіться, питання деолігархізації я думаю будь-кого можна спитати, але важлива не лише назва але і підходи. Весь світ йшов дорогою антимонopolного законодавства і лобістського законодавства. Я розумію, що в Україні лобізм це погано, але насправді ситуація інша, є гарні приклади – це Сполучені Штати, думаю ніхто не буде про це сперечатися, де це працює. А будь який зв'язок політика із великим бізнесом, або будь-яким іншим бізнесом, який базується на корупції... я маю на увазі тіньове фінансування... це корупція»³⁰⁹

У даному судженні ми бачимо «подвійне» застосування «метадискурсу», втілюване як шляхом його «візуалізованої» (зображення ступені «народної підтримки» -95%), так і «розмовної сторони» - «емфатичний» наголос, здійснений на лексемі !зрозуміти!, встановлює форму звернення ведучого до учасника у певній формі «прохання» щодо «пояснення істини», яку необхідно «зрозуміти» перед «переголосуванням». Саме судження, як і у випадку промови Томаша Фіали, також базується на «європейському» міфі –

³⁰⁹ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQKtEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

означення, які можливо визначити як певну складову "генералізованого" поняття "Захід" (Сполучені Штати, європейські держави, Скандинавія) виступають у вимірі «квазі-сакрального простору». Із цієї причини, у певній мірі антимонопольне та лобістське законодавство втілюється у якості квазі-«ідеального акту», який є «натуралізованим», оскільки містить «квазі-консенсусну» природу, що втілюється у переконанні учасника у незаперечності цього прикладу як такого, який необхідно наслідувати.

Номіналізація

Номіналізація у комунікативній події є втілюваною у реченнях – «на вас було здійснено який-небудь тиск?», «Слухи кажуть, що на вас здійснюють тиск»³¹⁰ (питання до Дмитра Разумкова). Тим не менш, як було визначено у попередніх категоріях дискурс-аналізу, доволі сумнівно, що застосування безагентного речення здійснюється задля усунення відповідальності, оскільки у тексті, через задання ведучим транзитивностей носіям «дискурсу монобільшості», встановлюється взаємозв'язок між «тиском», який «здійснюється» на Дмитра Разумкова, та представниками «монобільшості», які «натякають на те, що партія монобільшості не задоволена Дмитром Разумковим» (Давид Арахамія), або «можуть замінити Дмитра Разумкова» (Руслан Стефанчук). Із цієї причини, досить ймовірним є судження про те, що застосування номіналізацій є швидше обумовленим квазі-об'єктивною роллю ведучого, оскільки наслідком більш експліцитної репрезентації актора тиску є і відповідна видимість дійсних цілей ведучого.

Також у тексті застосовується номіналізація - "Крим був окупований"³¹¹, що у певній мірі, сприяє "безагентній" репрезентації процесу окупації. У більшій мірі, така номіналізація застосовується у вимірі діяхрононічного застосування

³¹⁰ Shuster online. А ТЕБЕ ЗАПИСАЛИ В ОЛІГАРХИ?! | Свобода слова Савіка Шустера | Випуск від 17.09.2021 [Електронний ресурс], 2021 / Shuster online // YouTube. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ulVhQktEje4> (дата звернення: 10.06.2022). – Назва з екрана.

³¹¹ Там само

історичних подій у комунікативній події - зняття відповідальності із Росії сприяє репрезентації факту обрання консервативної партії саме унаслідок когнітивного впливу серіалу «Окупація». Таким чином, у певній мірі «переспрямовується» увага реципієнта щодо репрезентації серіалу «Окупація» саме як суб'єкта, який «впливає на суспільну думку».

АНОТАЦІЯ

Дипломної роботи

Тема: Символічна влада ЗМІ в умовах комерціалізації

Студент: Пшик Владислав Русланович

Рік навчання: 4

Факультет: Факультет соціальних наук і соціальних технологій

Науковий керівник: Кандидат філософських наук, доцент, Амельченко Н.А

Рецензент:

Захищена “_____” _____ 200_ р.

Короткий зміст роботи:

Робота присвячена проблематиці явища зловживання символічною владою ЗМІ в умовах комерціалізації. Дослідження включає у себе:

1. Встановлення нормативних функцій медіа, які полягають у здійсненні ролі «поінформування», «просвітництва», «public forum» та «watch-dog», а також втілюються у якості символічного капіталу.
2. Виявленні витоків символічної влади, які полягають у інтерсуб'єктивному визнанні нормативних функцій, наслідком чого є «легітимізація» вироблення, поширення, та рецесії символічної продукції.
3. Розкритті процесу зміни, мети, цілей, та стратегій медіа в умовах комерціалізації, який полягає у відтворенні патерну власності та низведенні ролі медіа до одного із елементів "переформатування" капіталів у процесі "напів-обороту, який повертається до вихідної точки" та джерела легітимності або спростування легітимності політичної дії, а також переформатуванні конкурентного ресурсу журналістського поля у критерій рейтингу, що втілюється у дотриманні економічних стратегій максимізації доходу та мінімізації витрат, конкурентної політики, та розширення ринків збуту, що також є причиною невідповідності соціальних практик медіа до встановлених нормативних функцій, які обумовлюють наявність символічної влади останніх, переводячи тим самим практики символічної влади у форму її зловживання.

4. Розкриті значення ідеаційного виміру мови як втілення владних практик, що втілюється у формі міфу як імпліцитно-самоочевидного сенсу, який відтворюється у якості «знання», що конститує соціальну дію.
5. Визначенні ідеологічного змісту повідомлень каналу «Україна 24» у новинному жанрі, який полягає у дисемінації ідеологічного концепту корпоративного лібертаріанства, підтримуючи тим самим неоліберальний капіталістичний порядок, та формуючи семіотичну перешкоду до вирішення проблеми внаслідок проблематизації самого явища державного втручання в медіа-ринок, яке, унаслідок «чистого» типу публічного блага та недосконалості самого ринку, є необхідним.
6. Виокремленні владних практик у політичному ток-шоу, які полягають у здійсненні інтеракційного контролю, монополії на первинний дискурс та одноосібному встановленні жанру діалогу, а також формуванні міфів, які підтримують ідеологічний концепт «корпоративного лібертаріанства», делегітимізують пропоновану «дискурсом монобільшості» політичну дію у формі «антиолігархічного закону», здійснюють позитивну репрезентацію «так званих олігархів» які виступають у якості constitutive outside «дискурсу монобільшості», висвітленні «європейських цінностей» із призми позитивного відношення до останніх, а також натуралізації «конфлікту між олігархами і народом», який позиціонується як невирішуваний, наслідком чого є безальтернативність політичних дій, окрім як інституалізації їх політичного впливу.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, шістьох підрозділів, висновків, списку використаної літератури, та додатків. Обсяг роботи – 131 сторінка.

