

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії

**Збірник наукових праць
Рівненського державного гуманітарного університету**

Випуск 35

Рівне – 2023

УДК 94(477) + 94 (100)

А 43

ББК 63.3 (4Укр)

Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії : Зб. наук. пр. Рівнен. держ. гуманіт. ун-ту. Вип. 35. Рівне: РДГУ, 2023. 199 с.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор:

Постоловський Руслан – кандидат історичних наук, професор, член-кореспондент Міжнародної слов'янської академії наук (м.Рівне)

Відповідальний редактор:

Шеретюк Валерій – кандидат історичних наук, професор (м.Рівне)

Редакційна рада:

Давидюк Руслана – доктор історичних наук, професор (м.Рівне)

Жарна Криштоф – доктор хабілітований в галузі історії, професор (м.Жешув, Республіка Польща)

Киридон Алла – доктор історичних наук, професор (м.Київ)

Троян Сергій – доктор історичних наук, професор (м.Київ)

Фісанов Володимир – доктор історичних наук, професор (м.Чернівці)

Члени редколегії:

Галуха Любов – кандидат історичних наук, професор (м. Рівне)

Жилюк Сергій – доктор історичних наук, професор (м.Остріг)

Майзнер Роберт – доктор хабілітований в галузі історії, професор (м.Ченстохова, Республіка Польща)

Соммер Ханна – доктор гуманітарних наук в галузі соціології, професор (м.Жешув, Республіка Польща)

Степанков Валерій – доктор історичних наук, професор (м.Кам'янець-Подільський)

Стоколос Надія – доктор історичних наук, професор (м.Рівне)

Чухліб Тарас – доктор історичних наук, провідний науковий співробітник (м.Київ)

Шеретюк Руслана – доктор історичних наук, професор (м.Рівне)

Друкується за рішенням Вченої Ради Рівненського державного гуманітарного університету, протокол № 10 від 30 листопада 2023 р.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації: Серія КВ №15857-4329Р

ISSN 2519-1942

Адреса редакції: 33027, м. Рівне, вул. Пластова, 31,
Факультет історії, політології та міжнародних відносин РДГУ,
dekanat.fipmv@rshu.edu.ua <https://fipmv.rshu.edu.ua/>
© Рівненський державний гуманітарний університет, 2023

ISSN 2519-1942



9 772519 194006

Джерела та література

1. Allen R. C. Tracking the Agricultural Revolution in England. *The Economic History Review*. New Series, Vol. 52, No. 2. 1999. P. 209 – 235.
2. Ashton. T. S. The Industrial Revolution, 1760-1830 (OPUS). 2nd Edition. Oxford University Press. 1998. 160 p.
3. Clark G. The British Industrial Revolution, 1760-1860. *World Economic History*. 2005. P. 1 – 65.
4. P. M. The First Industrial Revolution. Cambridge University Press. 1980. 332 p.
5. Hartpole Lecky W. E. A History of England in the eighteenth century. British Library, Historical Print Editions. 2011. 674 p.
6. Зворыкин А. А. История техники. М. : Соцэжиз, 1962. 772 с.
7. Кулишер И. М. История экономического быта Западной Европы. Челябинск : Социум, 2012. 1032 с.
8. Орлова, Н. Е. Промышленная революция в Англии: проекция на проблему народного образования. *Працы гістарычнага факультэта БДУ*: Навук. зб. Вып. 4. Рэдкал.: У. К. Коршук (адк. рэд.). Мн: БГУ, 2009. С. 119 – 128.
9. Тойнби. А. Промышленный переворот в Англии в XVIII столетии. Пред. А. И. Чупрова. М. : Либроком, 2011. 348 с.

References

1. Allen R. C. Tracking the Agricultural Revolution in England. *The Economic History Review*. New Series, Vol. 52, No. 2. 1999. P. 209 – 235.
2. Ashton. T. S. The Industrial Revolution, 1760-1830 (OPUS). 2nd Edition. Oxford University Press. 1998. 160 p.
3. Clark G. The British Industrial Revolution, 1760-1860. *World Economic History*. 2005. P. 1 – 65.
4. P. M. The First Industrial Revolution. Cambridge University Press. 1980. 332 p.
5. Hartpole Lecky W. E. A History of England in the eighteenth century. British Library, Historical Print Editions. 2011. 674 p.
6. Zvorykyn A. A. Ystoryia tekhnnyky. M. : Sotsəkhyz, 1962. 772 s.
7. Kulysher Y. M. Ystoryia ekonomycheskoho byta Zapadnoi Evropy. Cheliabynsk : Sotsyum, 2012. 1032 s.
8. Orlova, N. E. Promyshlennaia revoliutsyia v Anhlyu: proektsyia na problemu narodnoho obrazovaniya. Pratsy histarychnaha fakulteta BDU: Navuk. zb. Выр. 4. Рэдкал.: У. К. Korshuk (адк. рэд.). Мн: ВНУ, 2009. S. 119 – 128.
9. Toinby. A. Promyshlennyi perevorot v Anhlyu v XVIII stoletyy. Pred. A. Y. Chuprova. M. : Lybrokom, 2011. 348 s.

УДК 070 (477)

РОЗВИТОК ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ПРЕСИ У США В ХХ СТОЛІТТІ

Степан Синяк

Рівненський державний гуманітарний університет
Україна, 33027, м. Рівне, вул. Ст. Бандери, 12
stepansyniak@gmail.com

ORCID:<https://orcid.org/0000-0001-6954-9892>

Плюта Наталія

Рівненський державний гуманітарний університет
Україна, 33027, м. Рівне, вул. Ст. Бандери, 12
plyta@ukr.net,

ORCID:<https://orcid.org/0000-0003-1196-9717>

У статті розглянуто основні особливості розвитку журналістики та преси у США в XX ст., дано аналіз швидким змінам інтересам читачам, а також висвітлено основні проблеми журналістики та розробку нових підходів у діяльності.

Ключові слова: США, американська преса, журналістика, періодичні видання.

Stepan Syniak, Nataliya Plyuta. DEVELOPMENT OF JOURNALISM AND THE PRESS IN THE USA IN THE XX CENTURY.

At the end of the 20th century, American journalism actually acquired fundamentally new features and social functions, in contrast to American journalism, say, in the 70s and 80s of this century. On the one hand, the scientific and technical revolution in the field of communications caused an unprecedented growth in the role and influence of mass media in the political life of the modern American state. On the other hand, the confrontation between two diametrically opposed political systems — capitalist and communist — brought the American mass media to the forefront of the political process — both internal and external. At the same time, mass media have become not only expressions of the interests of ruling circles and industrial corporations, but also begin to play an independent political role, they change our ideas about the real world: if an event is not reported, then it can be assumed that the event itself did not happen. It should be noted that with the formal independence of the mass media of the world's leading countries from state structures, the main information and propaganda vector of these media in the international arena is primarily the protection of the national interests of one's own country. It should be noted that the informational power of the state as one of the means of realizing its national interests in the modern world comes to the fore in comparison, in particular, with the economic and military components of the state's internal and foreign policy. This state of affairs in the sphere of the American mass media contrasts particularly with the position of many Ukrainian mass media, which at this stage are still in a state of internal confrontation, war with various political parties, and also have minimal ability to influence the adoption of important state decisions on their own.

Key words: USA, American press, journalism, periodicals.

Після Другої світової війни в США, було прийнято ряд нових законів, які обмежували свободу відстоювання поглядів американського населення. Варто зазначити, що становище робітничої та особливо комуністичної преси в цей період зазнало змін. Лідер американських комуністів В. Браудер, колишній баптистський священик, тримав під своїм контролем всю партійну пресу. Він був головним редактором газет «Дейлі уоркер», «Санді уоркер», журналу «Коммьюніст». До складу редакції «Дейлі уоркер» входив, зокрема, інформатор ФБР Луїс Буденці. Після розпущення компартії, створювалися клуби, ліквідовувалися парторганізації на підприємствах, в партійній пресі перестали публікувати критичні висловлювання на адресу керівників. Партійна преса відразу ж втратила підтримку читачів.

Через постійне залякування «радянською загрозою» відчувала змін і періодична преса. Французький вчений Жак Кейзер, великий знавець у даному напрямку, відзначав в 1950 році, що американська преса рясніє помилковими новинами, а в поширюваної за океаном інформації особливе місце, поряд з помилковими або спотвореними новинами, відводиться систематичному «алармізму» (нагнітання тривоги). «Можна було б скласти антологію текстів, які виходять від видних осіб і возвеличуючи гіршу з катастроф, - писав він. Серйозні газети беруть участь в цій кампанії, яка досягла свого пароксизму з нагоди відкриття про атомну, водневої і кобальтової бомби. Цей «алармізм» виробляє самий згубний ефект, коли він є результатом статей, зовні документованих, які спираються на референції, в яких доведене сусідить з тим, що хочуть припустити, де правдоподібне сусідить з чистим вимислом» [2, с. 15-16].

Широко й систематично користувалася американська журналістика методом постійної деформації новин про Радянський Союз і східноєвропейських країнах. Газета «Нью-Йорк таймс», наприклад, постійно практикувала її в зображенні подій в Росії з 1918 року. Журнал «Джорнелізм куортерлі» («Щоквартальник журналістики») у своєму дослідженні про це, прийшов до висновку, що «Нью-Йорк таймс» проявила себе тут як «чітко антиросійська

газета», особливо після капітуляції Німеччини в 1945 році, і «новини, несприятливі для СРСР, залучали її увагу набагато більше, ніж інформація сприятлива» [10, р. 22].

В таких напрямках, відбувався подальший розвиток періодичної преси. Кількість щоденних газет в країні за 1940-1945 роки скоротилося з 1848 до 1749, тобто на цілу тисячу, в 1940 році американська преса щодня викидала на ринок новин 41 млн. газетних примірників, то в 1945 році ця цифра зросла до 48,3 млн., щоб досягти до 1950 року 53,8 млн.

Станом на 1 січня 1946 року в Америці видавалися 1750 щоденних газет, які виходили в цілому в 1500 містах. Дійсне ж значення для формування громадської думки, як вважають, мали лише 50 газет, що видавалися в 14 містах, населення кожного з яких перевищувала 1,5 млн. осіб [5, с. 33].

Преса США належала не великій кількості багатіїв. Вся газетна преса США до початку післявоєнного періоду була власністю 1,5 тисячі компаній і осіб, з яких десять власників, тобто 0,7% їх (Скріппса і Говард, Херст, Ганнетт), контролювали 30% усього газетного тиражу (17,69). У США газети, які залежать від однієї і тієї ж групи, друкують одні і ті ж передові, одні і ті ж фотознімки, мають ті ж рубрики. По суті вони відрізняються один від одного майже виключно за місцевим змістом і, природно, за назвами.

Одночасно відбувалися модернізація підприємств преси та як наслідок цього - збільшення обсягу газет (22 смуги в 1945 році, 58 смуг в 1973 році).

До 1950-1960 років остаточно склалися ті особливості американської газетної преси, які надавали газетам їх сьогоднішній типологічний вигляд і характеризували з істотною боку як їх положення, так і функціонування, багато в чому відрізняються від європейських аналогів. З цих її найважливіших «американських» рис, в першу чергу слід відзначити переважання недільної преси над щоденною, вечірньої над ранковою. Характерною особливістю американської газетної преси стало також переважання регіональної та місцевої преси [3, с. 42].

Наприклад, у єдиної вечірньої нью-йоркської газети «Нью-Йорк пост» з'явилися відразу три небезпечних конкурента в передмістях: «Нью-Арк ньюс», запустивши видання, спеціально призначене для Нью-Йорка, під назвою «Івнінг ньюс»; «Ньюсдей», що видавалася в Лонг Айленді, тираж якої досягав 450 тис. екземплярів [6, с. 70], що дозволяло цій приміській газеті стати однією з багатотиражних газет США; річний обсяг реклами в «Ньюсдей» становив 57 млн. рядків, тобто більше, ніж в будь-якій іншій щоденній американській газеті; і нарешті, «Лонг Айленд прес». Цікаво, що за 1960 роки тираж газет великих американських міст зріс всього на 2%, а приміських газет - на 80%.

Одна з істотних характеристик американської щоденної газети полягає у все більш значному місці, що відводиться в ній рекламі. Реклама викликає регулярне збільшення обсягу газет. У 1945-1960 роках середня кількість смуг щоденних газет, що перевищують за тиражем 100 тис. примірників, збільшилася з 22 до 50, а місце, займане рекламою, зросла з 51,5 до 62,5%.

Що ж стосується недільних газет, то їх середній обсяг збільшився з 70 до 167 сторінок, а деякі з них мали просто-таки екстравагантний вигляд. Так, 7 квітня 1963 року «Нью-Йорк таймс» вийшла обсягом 702 сторінки і вагою три кілограми. Але це ще не рекорд [6, с. 45].

Згідно з американськими даними кінця 1960 років, в газеті, реклама займала 62-64% всієї друкованої площі, а в недільних газетах - 65-70%. Якщо в 1935 році газети отримували більше половини національного рекламного бюджету, то в 1950 році, коли весь рекламний бюджет країни становив 5 млрд. доларів, - 37% (близько 2 млрд.), Радіо - 11%, а телебачення - 3%, то як змінилося становище до 1960 року, коли газетам дістався вже 31% (з 11 млрд. доларів), а телебаченню - 14%. У 1969 році вся періодична преса США отримала лише 23% реальних доходів всіх американських ЗМІ і майже стільки ж телебачення (20%) [5, с. 20-30].

Якщо в середині 1920 років більше всіх витрачали грошей на рекламу автомобільна (16 млн. доларів) і харчова промисловість (11 млн.), то через сорок років головними

американськими рекламодавцями стали надгігантський корпорації «Дженерал моторс», «Дженерал дайнемікс», «Дженерал електрик», «Рокуелл інтернешнл», «Локхід», «Боїнг», «Дуглас-Макдонелл»).

До початку 1960 років вся система періодичної преси США налічувала 19458 видань, в тому числі 1855 щоденних газет, що видавалися в 1205 містах, з яких лише 356 були ранковими, а решта 1499 - вечірніми. Причому глобальний разовий тираж недільних додатків до щоденних газет (47 млн. примірників) більш ніж в два рази перевищував тираж усіх ранкових (23 млн. примірників) [4, с. 30-62].

За даними на 1961 року 82% американських сімей купували і читали мінімум одну газету в день (в 1920 році їх було 78%). Проте, сім'ї, виписували або купували більше однієї газети, перебували в абсолютній меншості.

У 1950-1960 роки американські газети переживали серйозну кризу. У 1962 році в Нью-Йорку налічувалося сім великих щоденних газет загальної та політичної інформації на 14 млн. чол. А до кінця 1960 років їх залишилося всього три («Нью-Йорк таймс», «Нью-Йорк дейлі ньюс» і «Нью-Йорк пост»), після того як в середині 1960 років через непереборні фінансові труднощі перестали виходити, поряд з іншими, «Нью-Йорк геральд трибюн» і «Нью-Йорк уорлд телеграм енд сан». Спроба «Нью-Йорк таймс» налагодити випуск в Каліфорнії свого тихоокеанського видання тривала лише з 1 жовтня 1962 до 24 січня 1964 року) [7, р. 66].

«Великий газетний мор», або «епідемія газетної смерті», пов'язанні з експансією телебачення і, охопивши весь західний світ, болісно позначився на газетній пресі США. Це ковзання газетної преси по похилій поєднувалося з кризою довіри до неї з боку масової читачької аудиторії. Як показали результати опитування, в кінці 1960 років п'ять американців з десяти вважали, що їх газета «упереджена, несправедлива та тенденційна», а найбільше число читачів висловили свою довіру до наступних газетам: «Уолл-стріт джорнел» (55%), «Нью йорк таймс» (36%), далі слідували «Вашингтон пост» і «Лос-Анджелес таймс» [3, с. 25-27].

«Епідемія газетної смерті» продовжувала лютувати в США і в 1970 роки. Ось хроніка на цей рахунок лише одного 1972 року. Закрилася одна з найбільших газет країни «Чикаго дейлі ньюс», і в другому за величиною місті Америки залишилися лише дві щоденні газети («Чикаго Трибюн» і «Чикаго сан-таймс»). У липні перестала виходити столична «Вашингтон дейлі ньюс», яка була поглинена конкуренткою «Вашингтон івнінг стар». Трохи пізніше така ж доля спіткала і газету «Бостон геральд травелер», її майно скупила «Рикорд Америкен». В кінці року наказала довго жити одна з найбільших газет штату Нью-Джерсі «Нью-Арк івнінг ньюс».

Журнал «едітор енд паблішер» («Редактор і видавець») писав 7 серпня 1976: «Проблема №1, яка стоїть сьогодні перед газетами: це як домогтися того, щоб люди купували і читали газети». Вихід, цей журнал бачив в тому, щоб залучити до читання газет молодих читачів у віці від 18 до 25 років, а також в тому, щоб активно і майстерно «спокушати, заманювати, зваблювати, провокувати, підкуповувати, задобрювати, зачаровувати, гіпнотизувати» аудиторію [8, р. 10].

Одночасно росли ціни на газетний папір, яка лише в 1976 році підвищилася на 20 доларів за тонну, досягнувши суми 305 доларів (335 в 1977, 440 в 1979 і 470 в 1980 роках), що, природно, викликало зростання цін на газети, наприклад «Нью-Йорк таймс» з 50 до 85 центів, і приводило до все більшого скорочення частки редакційного матеріалу в газетах і до одночасного зростання реклами, доходи щоденної преси від якої в 1976 році перевищили 10 млрд. доларів (11 млрд. в 1977 і 12 млрд. в 1978 роках). Особливо спостерігалось зростання доходів від реклами у газет, які скористалися зростаючим ринком передмість за принципом «інформувати, але таким чином, щоб люди купували газету» («Нью-Йорк дейлі ньюс», «Ньюсдей»).

Незважаючи на це, тривали спроби створення нових щоденних Національних газет. Найбільш успішною з усіх них виявилось підставу групою «Ганнет компані» газети

«Ю-Ес-Ей тудей» (1982), що стала першою в історії країни національною загальнополітичною газетою. Успіх газети в очах і читачів, і рекламодавців з першого номера, надрукованого тиражем 1,2 млн. Примірників, пояснюється тим, що вона зуміла відмовитися від стереотипів і створити абсолютно нову для Сполучених Штатів концепцію національної загальнополітичної газети [1, с. 69].

Як зазначає Є. Андрунас, нова газета була «розрахована на порівняно молодих людей, які виростили в епоху телебачення. Велика кількість яскравих кольорових ілюстрацій ... великі заголовки, порівняно короткі тексти, помітна верстка залучають читача, викликаючи у нього асоціацію зі звичним екранним відеорядом ... Газета призначена для найбільш мобільного частини суспільства, для людей, які багато подорожують...» [9, р. 61]. Газета мала цілий ряд додатків (довідкове, книжкове, шкільне). Як національне видання в столиці США також в 1982 році стала виходити нова газета «Вашингтон таймс», тісно пов'язана з «Об'єднаної церквою Муна». З квітня 1984 року дану газету стали друкувати також в Північній Каліфорнії, а згодом і в Південній.

Різке посилення залежності американських засобів масової комунікації від великого фінансово-промислового капіталу виражалося в тому, що до початку 1980 років вперше в історії американської журналістики новини і громадська інформація формально інтегрувалися корпораціями на найвищому рівні фінансового, а не журналістського контролю.

Ще не встигли люди змиритися з закриттям журналу «Лук», в 1971 році при тиражі 6,5 млн. примірників, як американський журналістський світ чекав новий сюрприз: буквально за день до настання нового 1973 року перестав існувати журнал «Лайф» [6, с. 96].

Як показувала дійсність мас-медіа 1960-1970 років, найкраще виявилася пристосованої до реалій «телевізійної ери» спеціалізована друківана журналістика. І це було цілком закономірно. На зміну «масовості» періодичної преси, яка було головною і постійною тенденцією спочатку газетного, а згодом журнального друку США, що виявилися починаючи принаймні з 1830 років і тривала протягом 120-130 років, в умовах новітньої технологічної революції в сфері ЗМІ, бурхливої експансії телебачення і супроводжувала її кризи масових періодичних «загального», «змішаного» типу, газетних, а потім і журнальних видань, прийшла нова тенденція, яка отримала назву «розпаду мас» - розпад однієї і єдиної масової аудиторії на безліч «законних» вузьких, спеціальних читацьких адресатів та інтересів. Поступово це виразилося в безпрецедентно стрімкий розвиток спеціалізованої журнальної періодики (в меншій мірі газетної).

Йдеться про бульварно - розважальні видання, які займають важливе місце в системі масової американської періодики, серед яких першим слід назвати журнал для чоловіків «Плейбой» («Гульвіса»), а також наступних, які були після них в 1970 роки типологічно споріднені видання («Пентхауз» - «Квартира люкс на даху хмарочоса», «Віва» - «Хай живе», «Геллері» - «Галерея», «Генезис» - «Походження») [3, с. 71].

Помітним і надзвичайно показовим явищем американської журналістики 1960-1970 років став так званий «новий журналізм», або «нова журналістика» [58, с. 63]. Виник на стику журналістики та літератури, «новий журналізм» поставив своїм найважливішим завданням збагатити арсенал виразних і образотворчих засобів журналістики багатством прийомів художньої літератури і тим самим підвищити її суспільну роль. На думку «нових журналістів», як літераторів, в першу чергу деградував сам жанр американського роману, який втратив для читачів своє колишнє чарування. З «нових журналістів» відразу ж вирушили Томас Вулф, Джиммі Бреслін і Гей Таліза, а також широко відомі письменники Трумен Капоте і Норман Мейлер, які мали репутацію серйозних романістів [9, р. 75]. «Новий журналізм» дозволяв собі приховано або в відкрито скептичною манері, близькій за духом, настроєм тодішніх лівих, висловлювати сумнів у щирості і справедливості багатьох давно узаконених в США цінностей, догм, понять і уявлень, не в останню чергу пов'язаних з становищем і функціонуванням періодичної преси в Америці. Одночасно він висловлював глибоке невдоволення станом американської художньої літератури [8, р. 42-43].

«Новий журналізм» представляв собою спробу оживити традиційну журналістику, вдихнути в неї нову душу шляхом насичення і збагачення її досягненнями художньої літератури в області форми, її «стилем», прийомами й засобами. Відкидаючи все рутинне і відстале в конформістській журналістиці США, «нові журналісти» стверджували, що найбільш достовірне, істинне зображення свого часу може бути досягнуто тільки за допомогою художнього вимислу. При цьому вони категорично відкидали закиди своїх опонентів в прагненні уникнути істини або, як мінімум, її спотворити і підкреслювали, що найпершим запорукою істинності, достовірності зображення ними дійсності в «белетристичних» репортажах є попереднє процесу їх написання саме скрупульозне вивчення фактів реального життя.

Поява власне прецизійної журналістики пов'язують з ім'ям американського дослідника і колишнього військового журналіста компанії «Найт ньюзпейперс» Ф. Мейера, який в 1973 році опублікував під такою назвою книгу. Він і його послідовники виходили з того, що традиційні методи збору та обробки інформації застаріли, не дозволяють своєчасно розгледіти потенційно важливе явище в соціально-політичному житті, а акцентують увагу лише на сьогочасних події. Звідси висновок: для усунення наявних недоліків журналісти повинні використовувати для збору і обробки інформації методи соціології та інших наук. Сенс всього методу прецизійної журналістики полягає в тому, що соціологічні, математичні та інші способи вимірювань і аналізу самі по собі роблять публікацію точної та правильної [5, с. 3-8].

Концептуальна орієнтація (той самий «новий журналізм»), протилежна «прецизійної», бере свій початок, перш за все, в політичній журналістиці. Прикладом нового підходу до політичної журналістиці була серія статей Теодора Уайта «Як робиться президент» про закулісне сторони політичних кампаній [8, р. 95].

Одним з новітніх напрямків в американській практичній журналістиці першої половини 1990 років стала так звана громадська, або «народна», журналістика. Її прихильники особливо активно користуються теоретичними розробками і практичним досвідом, почерпнутих в ході виборчих кампаній. Американці помітили, що вибори в будь-якому демократичному суспільстві різко активізують суспільно-політичне життя. Але в той же час гонитва за голосами все більше і більше нагадує спортивні змагання, де приз-виборна посада. І кандидати все частіше йдуть від обговорення нагальних проблем, лише займаються тим, що добувають собі «окуляри», підвищують рейтинг. Журналісти теж почали дивитися на виборчі кампанії як на шоу або спортивні матчі [6, с. 100].

У 1992 році були розроблені жорсткі правила телевізійних дебатів. Журналісти та іміджмейкери стали аналізувати рекламу і антирекламу кандидатів, змушуючи їх вести чесну гру. Аналітична преса була відкинута, як непотріб, її уникали кандидати і фахівці з політичної реклами.

Можливість для перевірки реальної дієвості «громадської», або «народної», як її іноді називають, журналістики була надана президентськими виборами 1996 року. Прихильники даного напрямку припускають наявність контакту і взаєморозуміння між населенням, засобами масової інформації та недержавними структурами.

Для досягнення цієї мети створюються робочі групи, в які входять університетська дослідницька організація, засоби масової інформації, організації виборців. В рамках цих робочих груп ЗМІ стали створювати власні партнерські групи в складі приватної радіостанції, громадської радіостанції, телебачення, газет і журналів. Партнерська група дозволяє економніше витратити кошти, домагатися узгодженого висвітлення подій, підвищувати дієвість виступів [7, р. 96].

«Громадська журналістика» передбачає і деяка зміна підходу до практики ЗМІ. Так, в практику щоденних газет стала проникати така рідкісна для масової преси США форма подачі матеріалу, в якій авторський коментар і думки про події переважають над власне новою інформацією. Тобто американська журналістика стала за формою і змістом повільно, але неухильно, наближатися до зразків континентально-європейської журналістики.

Продовжують розвиватися ще два напрямки практичної зарубіжної журналістики - це так звана дослідницька і слідча журналістика. Вони досить часто стикаються з маркерством - «розгрібанням бруду». Наразі в США існує об'єднання видавців і редакторів, ведучих журналістські розслідування. У його складі три тисячі чоловік.

«Слідча журналістика» в сучасному розумінні виникла в першій половині 1960 років і отримала широку популярність і поширення в ході уотергейтського скандалу. Книга учасників розслідування двох журналістів «Вашингтон пост» Бернстайна і Вудворта «Вся президентська рать», що зробилися воістину національними героями, розповсюдила навколо професії журналіста романтичну ауру [10, р. 95].

Інструмент цього напрямку практичної журналістики - жанр журналістського розслідування, в ході якого, як правило, розкриваються будь-які факти, приховувані від громадськості окремими особами або організаціями. На думку Джона Уллмена, автора книги «Журналістські розслідування: сучасні методи та техніка», краще визначення журналістського розслідування дав колишній заступник редактора-розпорядника газети «Ньюсдей» Роберт Грін: «Це журналістський матеріал, заснований, як правило, на власній роботі та ініціативі, на важливу тему, яку окремі особи або організації хотіли б залишити в таємниці. Три основних елементи: журналіст проводить розслідування, яке не проводив хтось інший; тема матеріалу достатньо важлива для читача або телеглядача; інші намагаються приховати порушені в розслідуванні факти від громадськості» [1, с. 68]. Автор називає і кращих представників цього напрямку. Це Джим Стіл, Дон Барлетт, Роберт Грін і Лу Кілзер, які отримали по дві Пулітцерівські премії.

В останній чверті минулого століття в американській практичній журналістиці дуже потужно заявило про себе такий напрямок, як споживча журналістика, яка виникла дещо раніше, на рубежі 1960-1970 років. Вона розрахована на задоволення потреб покупців різних товарів та споживачів послуг. Досить сказати, що видання цього напрямку лідирують за сукупним тиражем серед решти періодики, розрахованої на масового читача. Проблематики споживчої журналістики присвячені радіо - і телевізійні передачі, активно використовується комп'ютерна мережа інтернет [2, с. 70].

Таким чином, різні підходи до цілей і завдань журналістики породили безліч течій і напрямів, які сприяють утвердженню партійної моделі ЗМІ, яка, на відміну від олігархічної, передбачає незалежність інформаційної діяльності від владних структур та участь суспільства в діяльності ЗМІ для задоволення насамперед потреб аудиторії. При цьому вся система розвивається горизонтально, розширюючи та варіюючи різноманіття комунікаційних систем. Ця модель тісно пов'язана зі спільною участю громадян в громадських справах, а також з практикою «публічної дипломатії».

Джерела та література

1. Гриценко О., Шкляр В. Преса і політика: проблеми, концепції, досвід. Київ, 2000. 120 с.
2. Палієнко М., Срібняк І. Історія зарубіжної та української журналістики: Методичний комплекс. Київ: НаУКМА, 2003. 90 с.
3. Срібняк І. Історія журналістики (XVII-XX ст.): Підручник для студентів вищих навчальних закладів / МОН України; Держ. установа «Ін-т всесвітньої історії НАН України»; НаУКМА. Київ: ВПЦ НаУКМА, Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 304 с.
4. Срібняк І. Історія журналістики країн світу (XVII-XX ст.): Підручник для студентів вищих навчальних закладів / МОН України; Держ. установа «Ін-т всесвітньої історії НАН України»; Київ. ун-т ім. Б.Грінченка. Київ. ун-т ім. Б.Грінченка, 2013. 264 с.
5. Срібняк І. Історія журналістики: виникнення та розвиток новинних мас-медіа в країнах Європи, Азії та Північної Америки (XVII-XX ст.). Київ, 2018. 156 с.
6. Шелудяков Р., Шелудякова Н. Матеріали американських газет як об'єкт захисту прав інтелектуальної власності США в першій половині XIX ст. Підприємництво, господарство і право. Одеса, №5, 2021. С. 162 – 168.

7. Goldenson L. H. *Beating the Odds: The Untold Story Behind the Rise of ABC*. Scribner, 1991. 495 p.
8. Harkins A. *Hillbilly: A Cultural History of an American Icon*. Oxford University Press, 2005. 336 p.
9. Jan Pieterse. *Globalization and Culture: Global*. Rowman & Littlefield Publishers, 2009. 196 p.
10. Tyler Cowen. *Creative Destruction: How Globalization Is Changing the World's Cultures*, Princeton University Press, 2004. 192 p.

References

1. Hrytsenko O., Shkliar V. *Presa i polityka: problemy, kontseptsii, dosvid*. Kyiv, 2000. 120 s.
2. Paliienko M., Sribniak I. *Istoriia zarubizhnoi ta ukrainskoi zhurnalistyky: Metodychnyi kompleks*. Kyiv: NaUKMA, 2003. 90 s.
3. Sribniak I. *Istoriia zhurnalistyky (KhVII-KhKh st.): Pidruchnyk dlia studentiv vyshchykh navchalnykh zakladiv / MON Ukrainy; Derzh. ustanova «In-t vsesvitnoi istorii NAN Ukrainy»*; NaUKMA. Kyiv: VPTs NaUKMA, Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2013. 304 s.
4. Sribniak I. *Istoriia zhurnalistyky krain svitu (KhVII-KhKh st.): Pidruchnyk dlia studentiv vyshchykh navchalnykh zakladiv / MON Ukrainy; Derzh. ustanova «In-t vsesvitnoi istorii NAN Ukrainy»*; Kyiv. un-t im. B.Hrinchenka. Kyiv. un-t im. B.Hrinchenka, 2013. 264 s.
5. Sribniak I. *Istoriia zhurnalistyky: vynyknennia ta rozvytok novynykh mas-media v krainakh Yevropy, Azii ta Pivnichnoi Ameryky (XVII-XX st.)*. Kyiv, 2018. 156 s.
6. Sheludiakov R., Sheludiakova N. *Materialy amerykanskykh hazet yak obiekt zakhystu prav intelektualnoi vlasnosti SShA v pershii polovyni XIX st. Pidpriemnytstvo, hospodarstvo i pravo*. Odesa, №5, 2021. S. 162 – 168.
7. Goldenson L. H. *Beating the Odds: The Untold Story Behind the Rise of ABC*. Scribner, 1991. 495 p.
8. Harkins A. *Hillbilly: A Cultural History of an American Icon*. Oxford University Press, 2005. 336 p.
9. Jan Pieterse. *Globalization and Culture: Global*. Rowman & Littlefield Publishers, 2009. 196 p.
10. Tyler Cowen. *Creative Destruction: How Globalization Is Changing the World's Cultures*, Princeton University Press, 2004. 192 p.

УДК: 02.993

БОРОТЬБА «НЕГАТИВНИХ» ХРИСТИЯН З НАЦІОНАЛ- СОЦІАЛІСТАМИ В ПЕРІОД ТРЕТЬОГО РЕЙХУ

Марія Микосянчик

Рівненський державний гуманітарний університет

Україна, 33027, м. Рівне, вул. Ст. Бандери, 12

e-mail: kiu@rshu.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4308-6434>

Анотація. Церква як суспільна інституція відіграє дуже важливу роль в житті християнина, адже вона вибудовує ряд цінностей, які становлять опору внутрішнього світу людського буття. Між фізичним та духовним світом існує взаємозв'язок, посередником якого є Церква. Якщо прослідкувати історичні епохи, то зразу стає зрозуміло, що релігія відіграла велику роль у житті кожного народу. Вона була не менш важлива ніж культура, література та мистецтво й нерідко саме релігія змінювала хід подій в історичному потоці. Основи християнської концепції базуються на Десяти Заповідях, одна з яких застерігає: «Не вбивай». Ця заповідь набрала своєї актуальності в період Другої світової війни, коли на

ЗМІСТ

РОЗДІЛ I ІСТОРІЯ УКРАЇНИ

Шандор Фьольдварі ГРОМАДЯНСЬКИЙ РОЗВИТОК ЯК КОРИНЬ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ СВОЄРІДНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ — ПРАВОСЛАВНІ БРАТСТВА У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ КОНФЕСІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ	3
Микола Романчук, Руслан Пальчевський УЧАСТЬ ПЛАСТУНІВ У СКЛАДІ УКРАЇНСЬКОГО ЛЕГІОНУ СІЧОВИХ СТРІЛЬЦІВ (1914-1918 РОКІВ).....	8
Іван Пушук ТРАГЕДІЯ ЧЕСЬКОГО МАЛИНА ОЧИМА УКРАЇНСЬКИХ СУСІДІВ: УСНОІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТ	13
Віктор Іванчук, Валентина Добровичинська УКРАЇНСЬКА ІНТЕЛІГЕНЦІЯ РІВНОГО У ВІДЗНАЧЕННІ ПАМ'ЯТНИХ ДАТ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІСТОРІЇ (1941–1944 РОКІВ).....	22
Руслан Сіромський «ОБЕРГТИ ВІД НЕБАЖАНИХ КОНТАКТІВ»: ПОВОЄННІ ПОЇЗДКИ ПЕТРА КРАВЧУКА В ЗАХІДНІ ОБЛАСТІ УРСР.....	25
Олександр Дмитрук, Валерій Шеретюк ДУХОВНО-МОРАЛЬНЕ ВИХОВАННЯ МОЛОДІ - НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОСВІТНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»	31
Оля Сорочинська ЗОВНІШНІ ВІДНОСИНИ ТА МІЖНАРОДНА ПІДТРИМКА УКРАЇНИ В МОВАХ ВІЙНИ	38

РОЗДІЛ II ВСЕСВІТНЯ ІСТОРІЯ ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Олег Озимчук АНАЛІЗ ВПЛИВУ РИМСЬКИХ ВЕТЕРАНІВ НА СУСПІЛЬСТВО В ПЕРІОД ІМПЕРІЇ.....	45
Олег Озимчук, Катерина Джумаєва ПОВСТАННЯ ХЕРЕВАРДА УЕЙКА (1070-1071) В АНГЛІЙСЬКОМУ КОРОЛІВСТВІ.....	52

Олег Озимчук, Юлія Остапчук ОСОБИСТІЙ ВПЛИВ АЛЕНОР АКВІТАНСЬКОЇ НА ЗАГОСТРЕННЯ АНГЛО-ФРАНЦУЗЬКИХ ПРОТИРІЧ В XII – НА ПОЧАТКУ XIII СТОЛІТЬ.....	60
Ольга Арама МОЛДАВСЬКО-ПОЛЬСЬКО-ЛИТОВСЬКІ ВІДНОСИНИ В ПЕРІОД КРИЗИ В ОСМАНСЬКІЙ ІМПЕРІЇ (1510-1512)	68
Galina Costețchi MOLDOVA'S RELATIONS WITH POLAND DURING THE CRISIS MILITARY-POLITICAL FROM 1648-1674.....	73
Юрій Андрощук НАЦІОНАЛІЗМ ЯК РУШІЙНА СИЛА ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ПОЛІТИКИ: ДОСВІД СЕРЕДИНИ XVII - ПОЧАТКУ XIX СТ.....	85
Анастасія Ковальчук, Руслан Постолювський БАЛКАНСЬКІ КРАЇНИ У ВЕРСАЛЬСЬКІЙ СИСТЕМІ МИРНИХ ДОГОВОРІВ.....	91
Володимир Сухий, Ольга Сєверова ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ В АНГЛІЇ.....	99
Степан Синяк, Наталія Плюта РОЗВИТОК ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ПРЕСИ У США В XX СТ.	102
Марія Микосянчик БОРОТЬБА «НЕГАТИВНИХ» ХРИСТІЯН З НАЦІОНАЛ- СОЦІАЛІСТАМИ В ПЕРІОД ТРЕТЬОГО РЕЙХУ	109
Владислав Кладько, Інна Мартинчук ФАКТОРИ ПРОТИСТОЯННЯ МІЖ ІНДІЄЮ ТА ПАКИСТАНОМ В ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ XX СТОЛІТТЯ.....	115
Катерина Таєр-Ульянова ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРОТИБОРСТВО МІЖ СРСР І США В ПЕРІОД «ХОЛОДНОЇ ВІЙНИ»	121
Інна Вівчар ВПЛИВ КУЛЬТУРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ НА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ ІНСТИТУТІВ: АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ.....	127
Владислав Климовець, Інна Мартинчук ПОЗИЦІЯ США ЩОДО РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ В 2014-2022 РОКІВ.....	133
Оксана Кундеус СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ УКРАЇНИ.....	141

Іван Колінько
ЗДІЙСНЕННЯ ПРОЦЕСУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОГОВОРУ
ПРО КОЛЕКТИВНУ БЕЗПЕКУ (ОДКБ) У ХРОНОЛОГІЧНОМУ ПОРЯДКУ149

Олег Санжаревський
ПОРІВНЯННЯ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ НАРАТИВІВ ТЕРОРИСТИЧНИХ
ОРГАНІЗАЦІЙ ІДІЛ ТА ТАЛІБАґУ: ІДЕОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ156

РОЗДІЛ ІІІ

ДЖЕРЕЛОЗНАВСТВО, ІСТОРІОГРАФІЯ ТА КУЛЬТОРОЛОГІЯ

Андрій Слесаренко
ІВАН ФРАНКО ПРО ОДИНАДЦЯТИЙ КОНГРЕС СХОДОЗНАВЦІВ 1897 РОКУ165

Роман Михальчук, Оксана Пальчевська
ДОКУМЕНТИ З ІСТОРІЇ ТА КУЛЬТУРИ ЄВРЕЇВ МІЗОЧА: ФОРМИ
ДОКУМЕНТАЦІЇ ТА ЗБЕРІГАННЯ НА ПРИКЛАДІ МІЗОЦЬКОЇ
БІБЛІОТЕКИ168

Володимир Харчук
ВСЕСВІТНЯ ІСТОРІЯ В СУЧАСНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ172

Володимир Грицишин, Марія Грицишина
РОЛЬ ПОСТНЕОПАТРИСТИКИ В МІЖКОНФЕСІЙНИХ ВІДНОСИНАХ
СЬОГОДЕННЯ177

Віталій Ігнат'єв
ІСИХАЗМ ТА САКРАЛІЗАЦІЯ В ІСТОРІЇ КУЛЬТУРИ ТА ДЕРЖАВИ.....180

Юрій Ліннік
ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ УЧНІВ186

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....194

ЗМІСТ.....196

ISSN 2519-1942



НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії

ВИПУСК 35

Відповідальність за достовірність і точність наведених фактів, цитат, статистичних даних, власних імен та інших відомостей несуть автори опублікованих матеріалів та їх наукові керівники. Думки авторів статей з позицією редколегії можуть не співпадати.

Відповідальний за підготовку збірника до видання – **Валерій Шеретюк**

Комп'ютерна верстка – **Лариса Федорук**

Обкладинка – **Григорій Волохов**

Підписано до друку 30.11.2023 р. Папір офсетний.

Гарнітура «Times New Roman».

Наклад 300. Зам. № 254/1. Ум. друк. арк. 11,19.

ISSN 2519-1942

Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії: Рівненський державний гуманітарний університет. Збірник наукових праць. Випуск 35. Рівне, 2023. 199 с.

УДК 94(477) + 94(100)

А 43

ББК 63.3 (4Укр)

© Рівненський державний гуманітарний університет, 2023