

МІРОШНИЧЕНКО П.В.,
*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики
Запорізького національного університету
м. Запоріжжя, Україна*

ОЗНАКИ АДВОКАЦІЇ В ЖУРНАЛІСТСЬКИХ МАТЕРІАЛАХ ПРО КОНФЛІКТНО-ВРАЗЛИВІ ГРУПИ

Про правозахисну журналістику, або ж журналістську практику на цінностях прав і свобод людини, в Україні не власне медійні, а радше медіакритичні (медіадослідницькі), дискусії точаться віднедавна. Спроби ретельно й по-науковому чітко охарактеризувати це явище на конкретних прикладах журналістської практики, зокрема в ширшому контексті адвокаційної медіадіяльності, припадають здебільшого на 2018 рік, коли було опубліковано першу частину збірника «Права людини та мас-медіа в Україні» [1], з матеріалами випускників проєкту «Академії прав людини для викладачів/ викладачок журналістики». В них лунають перші заклики дослідити феномен власне української правозахисної або ж адвокаційної журналістики, адже суспільний запит і попит на таку медійну практику зростають, а інформаційний простір не зволікає з пропозицією. Так, К. Шендеровський та І. Виртосу, зокрема, зауважують: «В українських сучасних ЗМІ набули популярності журналісти, які пишуть про права людини, виділяються й українські видання, які інформують про права людини регулярно і всеосяжно. Серед таких можна назвати «Радіо Свобода», «Крим.Реалії», Громадське радіо, Громадське ТБ, сайт Центру інформації про права людини, «Українська правда», «Острів», «Вгору» та ін» [2, с. 22]. Тут же наголошено на зростанні кількості та, вочевидь, ролі лідерів думок, акторів блогосфери, громадських активістів, здатних фахово й цікаво висвітлювати різні суспільно значущі проблеми в соціальних

мережах. Це (зростання) дослідники пов'язують з активізацією громадянського суспільства під впливом подій революції Гідності [2, с. 22].

Незважаючи на те, що українські журналісти та медіадослідники на той час вже мали посібник «Адвокаційна журналістика: світовий та український досвід» [3], випущений 2013 року, матеріали, присвячені аналізу різних аспектів правозахисної журналістської практики всіх трьох частин збірника «Права людини в мас-медіа» (з 2018 до 2021 р.) можна вважати першими науково-прикладними спробами визначити й інтерпретувати поняття «правозахисна/ адвокаційна журналістика» на підставі спільного й відмінного. Однак міркування, викладені в посібнику 2013 р., й нині зберегли власну актуальність, як і критерії, запропоновані його авторами для «препарування» журналістських матеріалів з метою виявити їхню імпліцитну адвокаційність.

У закордонній медіакритиці та журналістській діяльності увага до тренду «адвокація в журналістиці» стала особливо пильною у 2000-х роках. Як зазначає Т. Іванюха, «науковці та журналісти-практики (Д. Берман, Р. Дженсен, Е. Мерріман, С. Спруел, М. Фостер) сходилися на думці, що цей вид медіадіяльності спрямований на просування політичних або соціальних ідей та має на меті зміну світу на краще в тих питаннях, яких торкається журналіст. Адвокаційний вид діяльності протиставляли об'єктивному та сенсаційному журналізму, а також пропаганді, як суміжні розглядали поняття «radical journalism», «critical journalism», «activist journalism», «social justice journalism» (М. Фостер)» [4, с. 22].

Власне, на підставі узагальнення наукового та журналістського, суто прикладного, закордонних підходів до розуміння понять «правозахисна журналістика» й «адвокаційна журналістика» як споріднених і в багатьох контекстах взаємозамінних в українських медіастандах усталився такий самий погляд на цей медійний тренд. Так, адвокаційну журналістику розглядають як широке поняття, що включає в себе правозахисну журналістську практику, тобто медійну діяльність, що ґрунтується на цінностях прав і свобод людини. Щоправда, й досі в українському науковому медіадискурсі лунають заклики подати чіткіші дефініції, визначитися з іманентними властивостями, спільними й відмінними рисами адвокаційної та правозахисної журналістики на підставі ретельного аналізу конкретних і різноманітних прикладів цих медійних практик [2, 3].

Якщо говорити про те, чим журналістська адвокація відрізняється від журналістського правозахисту, то насамперед слід відзначити широту тем і проблем першої. Адвокаційні журналістські матеріали порушують не тільки проблематику конфліктно-вразливих груп (КВГ), тобто тих спільнот, чиї голоси, видимість/ присутність у медійному та, згрубша, суспільному полі недостатньо почуті/ помітні. Відповідно, суспільство може навіть не здогадуватися про гостроту їхніх проблем, значущість їхніх прагнень, а отже, щодо них (проблем, прагнень), як і стосовно представників цих КВГ, можуть формуватися, або ж усталюватися, негативні стереотипи, розвиватися хибна (незріла) громадська думка. Адвокація в журналістиці – це однозначно проартикульований суб'єктивний виступ «проти чогось або за щось», але коло тем і проблем цього виступу не обмежується гостро соціальними питаннями. Воно включає не менш гострі політичні, економічні, екологічні та ін. проблеми та виклики.

Адвокаційний журналістський матеріал завжди авторський, що проявляється в чіткому суб'єктивному погляді, дещо волонтаристському підході до роботи з фактами. На відміну від традиційної журналістики, де всі факти мають вкладатися в прокрустове ложе безстороннього, збалансованого, достовірного, правдивого, точного погляду автора/ки, виклад думки журналістів-адвокаційників зазвичай будується на двох радикально протилежних поглядах/ міркуваннях/ практиках. В адвокаційному медійному матеріалі здебільшого не буває півтонів у смислах/ розуміннях магістральної теми/ проблеми. Тут не має місця для інтерпретації сенсів у дусі «не все так однозначно». Цільова аудиторія адвокаційних журналістських матеріалів має чітко розуміти, яка думка/ погляд/ ставлення до проблеми/ теми правильні/ конструктивні/ продуктивні. Адже журналіст/ка прагне розвинути в неї (аудиторії) таке саме як і його/її власне сприйняття проблеми, таке саме, що сповідують представники організацій/ рухів/ ініціатив, чиї інтереси часто-густо трансюють журналісти-адвокаційники. Радикальні думки та погляди чують краще. До цього тактичного кроку журналісти-адвокаційники вдаються свідомо, адже їхня стратегічна мета – започаткувати зміни в суспільному сприйнятті/ ставленні/ поведінці, заручившись якомога чисельнішою підтримкою, що згодом має позначитися на запровадженні нових корисних суспільних практик.

Способи висловлювання журналістів-адвокатів, як стверджують фахівці, неодмінно мають включати потужне ключове повідомлення, викладене емоційно, просто та зрозуміло. Водночас воно повинно зберігати чіткий зв'язок із адвокаційною кампанією, закликаючи до дій на її користь [3]. Широка та щира підтримка медійниками адвокаційних кампаній від громадських правозахисних організацій/ініціатив також є одним із яскравих маркерів журналістського матеріалу не просто як правозахисного, а, власне, адвокаційного. Медійна підтримка будь-якої адвокаційної кампанії вкрай важлива, адже «висловлення думки як такої не призведе до змін, яких вимагає адвокація. Зміни можливі, якщо відбудеться згуртування громадян навколо однієї ідеї/мети і готовність рухати ці зміни. Через продукти (публікації, радіо- та телеінтерв'ю, програми тощо) цільова аудиторія має почути щось таке, що сколихне розуміння нею проблеми, змусить залучитися до публічного обговорення, виступити проти обставин чи навпаки підтримати ідею, на якій сфокусовано кампанію» [2, с. 23].

Спільними для правозахисної й адвокаційної журналістики є принципи інклюзії: рівність і недискримінація, руйнація шкідливих стереотипів, фахове висвітлення випадків порушення прав людини, реальні «нестандартні» історії, інформування про державну політику щодо КВГ і контроль за втіленням цих рішень, спонукання різних груп населення до участі в інклюзивному прийнятті рішень, оновлення медійного процесу завдяки збільшенню в ньому представників КВГ не тільки як героїв матеріалів, а й експертів, медійників. Як у власне правозахисних, так і адвокаційних журналістських матеріалах, вони (представники КВГ) у жодному разі не є пасивними об'єктами піклування, опіки, безвольними людьми, не здатними до змін в особистому й суспільному житті, як їх часто зображають у традиційній журналістиці, на жаль. У ній подекуди й досі стосовно представників КВГ (членів національних громад, дітей, жінок, людей з інвалідністю, літніх людей, багатодітних родин, людей, які живуть з ВІЛ, наркозалежних, осіб без громадянства, осіб з психічними порушеннями, бездомних, колишніх ув'язнених, ВПО, ЛГБТКІ+ та ін.) використовують мову ворожнечі – клішовані словосполучення зневажливого змісту й дискримінаційного характеру. Наприклад, «ВІЛ-інфіковані», «люди з особливими потребами/ обмеженими можливостями», «цигани», «наркомани», «мігранти», «люди нетрадиційної

сексуальної орієнтації» тощо. Безумовно, у правозахисних і, власне, адвокаційних журналістських матеріалах використання такої лексики можливе лише як ілюстрація найпоширеніших форм вербалізації думок/міркувань/ ставлень, змінити які й має на меті конкретний правозахисний чи адвокаційний медійний продукт. І це радше виняток, ніж правило.

Яскравим прикладом журналістського матеріалу з ознаками адвокації можна назвати текст «Еспресо» від 27 лютого 2024 р. «УПЦ КП позбавила військового та ЛГБТ-активіста медалі. Інші захисники та діячі відмовились від нагород» (<https://espresso.tv/suspilstvo-upts-kp-pozbavila-viyskovogo-ta-lgbt-aktivista-medali-inshi-zakhisniki-ta-diyachi-vidmovilis-vid-nagorod>). У ньому деталізовано позицію героя матеріалу – Віктора Пилипенка, подано докладні відповіді на основні журналістські питання, у заголовку чітко сформульовано ключове повідомлення з указівкою на належність героя до двох КВГ, причому наголошено на його участі в гей-активізмі. Думка протилежної сторони – представників УПЦ КП – подана, з позиції традиційної журналістики, вкрай ощадливо: в матеріалі розмістили лише офіційне повідомлення Церкви з приводу анулювання ордена. Ймовірно, для ліпшого та «надійнішого» балансу традиційного журналістського тексту його автори б спробували взяти розгорнутий коментар щонайбільше в самого Філарета, аби з'ясувати не тільки його позицію як предстоятеля УПЦ КП, а всієї Церкви, стосовно конкретної ситуації із нагородженням військовим-геєм, а й щодо ЛГБТК+-спільноти загалом. Це б, припускаю, могло б «розмити» проблему матеріалу, чого вдалося уникнути тексту «Еспресо» завдяки лаконічному та прозорому щодо сенсів офіційному повідомленню УПЦ КП. Думки протилежних сторін, отже, набули радикальної форми, символізуючи непримиренні позиції. Варто також звернути увагу на ще один важливий компонент заголовку – «інші захисники та діячі відмовились від нагород». Річ у тому, що від самого початку цієї історії – допису Віктора Пилипенка у фейсбуці – військові та громадські діячі, незважаючи на власну сексуальну орієнтацію й гендерну ідентичність, на підтримку автора повідомлення відмовлялися від нагород Церкви, заявляючи про це в соцмережах та на інших медійних майданчиках. Це свідчить про зв'язок цього журналістського матеріалу, як і багатьох подібних в інших медіа, зі стихійною адвокаційною кампанією на підтримку військових, зокрема тих, що належать до ЛГБТК+-спільноти.

Так само чудовим прикладом журналістського тексту з ознаками адвокації можна вважати матеріал Лесі Богдан («Divoche.Медіа») від 26 березня 2024 р. «Ми одна нація, нам немає що ділити»: Три історії вимушених переселенок» (<https://divoche.media/2024/03/26/my-odna-natsiia-nam-nemaie-shcho-dilyty-try-istorii-vymushenykh-pereselenok/>). У ньому подано історії трьох жінок зі Сходу та Півдня України, що були змушені виїхати на Захід країни після повномасштабного вторгнення. Ці історії вони розповідають самостійно. Авторка майже не втручається в оповідь. Її присутність проявляється, власне, у логіці побудови та сюжетних вигинах наративу героїнь, з чого стає зрозуміло, що авторка матеріалу провела з ними тривалі й емоційно нелегкі розмови, торкнувшись багатьох аспектів життя ВПО в незвичному (мовно, звичаєво, ба навіть географічно) середовищі. У тексті зовсім немає думок/ оцінок/ ставлень представників місцевого, автохтонного населення до ВПО загалом, його героїнь зокрема. Про виклики в їхній адаптації, пов'язані з-поміж іншого з їхньою протидією поширеним на Заході країни негативним стереотипам про ВПО зі Сходу, вони (героїні) розповідають самі, тобто баланс як такий, із позиції традиційної журналістики, у матеріалі відсутній зовсім, однак попри це він не втрачає гармонійної цілісності та повноти. Особливо яскраво в тексті реалізовано принципи інклюзії: жінки тут діяльні відповідальні суб'єкти, що не потребують опіки й піклування. Вони демонструють нетиповий для традиційної журналістики спосіб поведінки ВПО – людей, свідомих власної (соціальної/ професійної/ життєвої) цінності, готових бути суспільно корисними, допомагати іншим. Ще одним промовистим маркером цього матеріалу як адвокаційного є його належність «Divoche.Медіа» – виданню, що характеризує себе так: «Ми залишаємося незалежним та чесним жіночим виданням вже 10 років. На відміну від багатьох жіночих сайтів ми прагнемо відверто говорити про жінок та надати платформу для різноманітних голосів, які розповідають про справжнє життя, реальні проблеми жінок, їхні потреби, страхи, надії, про їхній досвід, успіх та досягнення» [5]. Спрямування цього інтернет-ресурсу на правозахист жінок як представниць КВГ цілком очевидне, як і зв'язок конкретного журналістського матеріалу з цією загальною адвокаційною кампанією сайту.

Список використаних джерел

1. Права людини та мас-медіа в Україні : збірник конспектів лекцій [Тексти] / авт. кол. ; за ред. Виртосу І., Шендеровського К. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. 260 с.
2. Шендеровський К., Виртосу І. Правозахисна або адвокаційна журналістика: концептуальний підхід становлення та розвитку медіадіяльності. *Права людини та мас-медіа в Україні* : збірник конспектів лекцій [Тексти] / авт. кол. ; за ред. Виртосу І., Шендеровського К. Київ : Інститут журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка. 2018. С. 27–43.
3. Виртосу І., Бащокова С. Адвокаційна журналістика: світовий та український досвід. Луганськ : Поступ, 2013. 72 с.
4. Іванюха Т. В. Адвокаційна журналістика як світова медіапрактика та метажанр. *Держава та регіони*. Серія : Соціальні комунікації. 2020. № 2. С. 35–40.
5. Divoche.Медіа. Незалежний жіночий журнал. URL: <https://divoche.media/>