

УДК 665.254.22

© О. М. Левчук, к.філол.н., доцент,  
КПІ ім. Ігоря Сікорського, Київ, Україна

**АКТУАЛЬНА ПРАГМАТИКА РЕДАГУВАННЯ В МЕДІА:  
БАЗОВІ АСПЕКТИ ЗАВДАНЬ**

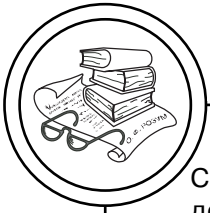
**У контексті соціокомунікаційних проблем інформаційно-смыслового протистояння виділено і схарактеризовано базові аспекти завдань у поточній практиці редакторів ЗМК, що актуалізувалися з початком російсько-української неконвенційної війни.**

**Ключові слова: редакторська медіапрактика; дефрагментація інформаційних потоків; встановлення достовірності повідомлень у медіа; депрофесіоналізація медійної праці; фільтрація контенту на якість; ефект «камери відлуння» в медіа; фактчекінг; великі дані; редактор-куратор; компенсація/нейтралізація гіпертрофованих емотивів у медіамеседжах.**

**Постановка проблеми**

Звідтоді, як світ початку ХХІ століття опинився у іншій реальності не лише медійній (поява інтернету і феномен соцмереж), а соціо- та військово-політичній (злам Російською Федерацією потсдамської моделі глобальної безпеки анексією Криму та вторгненням на український Донбас і в Сирію), експерти з проблем медіа та практики системи ЗМК намагаються окреслити базові параметри нової інформаційної екосистеми. У ситуації, коли картина світу змінюється вже не щодня, а щогодини, фахівці мусять оперативно визначатися з приводу дієвих засобів компенсації тих часом непередбачуваних ефектів, що їх тягнуть за собою зміни в способах інтерпретування й поширення масової інформації та глобальна транс-

формація культури її опрацювання. Українські медійники, зокрема медіаекспертний та редакторський корпус, навіть окремі митці мусили першими реагувати на виклики, пов'язані з відбиттям воєнної гібридної агресії, інформаційним, символічним та смисловим протиборством у контексті нового різновиду неконвенційної війни. Її поточну динаміку, феномени, прийоми та форми протистояння відображено в працях П. Померанцева «Нічого правдивого і все можливе», О. Забужко «...І знов я влізаю в танк», Г. Почепцова «Інформаційні війни. Новий інструмент політики», Є. Магди «Гібридна війна. Вижити і перемогти», а також оперативних публікаціях В. Горбуліна, С. Тихого, О. Мусафірової, Л. Смоли, О. Довженка, А. Кокотюхи, Т. Фісенко, А. Санченка,



С. Фіялки... Перелік можна продовжити щонайменше вдвічі, проте у ньому аж надто скромно представлено позиції основних «регуляторів» інформаційних потоків — редакторів. Але ж від точної активності редакторату багато в чому залежать масові уявлення про «горизонт подій» та, відповідно, форми суспільної реакції на деструктивні дії у медіапросторі. Вони логічно мусять тягнути за собою політичні оцінки фактам агресії в інструментарії медіа та ініціювати не так блокування небажаних впливів, як активне їх упередження. Бо ж суто реактивні моделі протистоянь на полі медіа за гібридних воєнних дій істотного ефекту не спричиняють, призводячи хіба до виснаження й деморалізації.

### Мета роботи

Дати комплексний огляд критично актуальних в умовах гібридної агресії для ЗМК проблем редакторської практики стосовно до фокусування професійних завдань редакторам на новітній прагматичній медіапраці, породженій переходом масової комунікації XXI ст. у режим постправди з хаотичною фрагментацією інформаційних потоків.

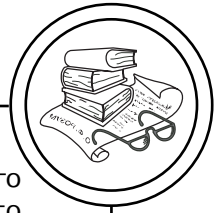
Реалізувати поставлену мету покладено, синтезуючи результати найбільш актуальних медіа-студій, спрямованих у виразити закономірності формування через медіа трансформативної картини реальності, щоби окреслити арсенал дієвих засобів для застосування у редакторському інструментарії й скоригувати професійні задачі редакторів адекватно до динаміки й структури сучасного медіапростору.

### Результати проведених досліджень

Дефрагментування медіаінформації в режимі потоку за критичного перевантаження каналів її сприйняття у людини очолює нині порядок денний у проблематиці роботи редакторів сучасних медіа, як традиційних (періодик, радіо, ТБ), так і новітніх (соцмереж, інтернет-медіа).

Сучасний медіапотік являє мозаїку не зв'язаних між собою фрагментів інформації, в кращому разі об'єднаних у технологічні блоки на кшталт формалізованих переліків, списків, рейтингів тощо. За останні 10–15 років це найбільш істотно змінило структуру і обсяг медіатекстів, їх жанри й функціональні типи («формати»). Читач нині дістав забагато візуальних альтернатив, тому воліє сприймати одну думку, викладену в одному абзаці. Отже, й редактори медіа відповідно спонукають авторів робити їх викладові структури (абзаци, тематичні блоки) якомога стислішими, хай навіть ті вже складаються з одного речення (див. ресурс Quartz — <https://qz.com/>).

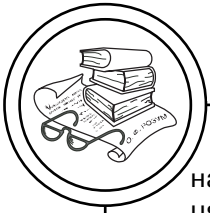
Втім, людський мозок історично призвичаєний рецептувати інформаційну картину реальності як ієрархію зв'язаних між собою сюжетів. Після того, як розпорядок життя людства перестав визначатися світловим днем (поява і масова доступність штучного освітлення — див. [1]), відчуття часу у людини стало залежати від ритму подання їй соціально важливих даних, які надходять потоково. Інтернет ніби деформував час, і той став для людей перебувати у прямій залежності від споживаної ними інформації [2].



І проблема нині є не тільки в тому, що надмалими порціями (квантами) інформації за мінімум часу неможливо передавати складні сенси. Для переробки уривків інформації, отриманих через медіа у хаотично перемішаному (квантованому або ж мозаїковому) вигляді, хоч у скільки-небудь певну зв'язність (а з таких зв'язностей монтується картина світу) людський мозок мусить здійснювати колосальну додаткову роботу з «перемонтажу» смислів. Оскільки потік хаотичних медіаквантів повсякчас наростає, то сприймачі масової інформації, замість дошукувати причинно-наслідкових зв'язків та орієнтуватися у потоці повідомлень ЗМК стосовно їх, повідомлень, мети й направленості, мусять найбільших зусиль докладати до вибудовування чогось на кшталт сюжету, що він є для них формальним носієм смислу. Культуролог і соціолог Д. Дондурей повсякчас наголошував, що масове виробництво смислів як *«уявлень людей про життя є найбільшим виробництвом XXI століття, тобто й раніше це було вельми важливо, але сьогодні... це виробництво номер один, це важливіше за нафту, газ, космос, війну»* [3]. Та ж світовідчуттям сучасних споживачів повідомлень з медіа є радше дезорієнтація у смисловому просторі без різниці, спонтанна вона чи зумисна. Під тиском усе навалнішої маси незв'язних порцій інформації люди, не маючи змоги усвідомити їх мету і спрямованість, перестають робити далекосяжні висновки, цураються спроб вникнути в загальну картину подій, а відтак і уникають нести відповід-

дальність за свої вчинки. До чого призвела експлуатація цього ефекту редакторами в ЗМК та ботами-пропагандистами в соцмережах, бачимо на прикладі пост-колоніальних конфліктів та війн післярадянської доби — від бакинського погрому й карабаського конфлікту до московсько-української неконвенційної війни.

Кожен, хто тривалий час працює професійно з новинами чи в соцмережах, аналізуючи їх смислові доміанти, коли відстежує інформаційні тренди, раз-по-раз ловив себе на тому, що, споживаючи їх роздрібнену інформацію, впадає в стан, близький до трансю. Відчуття плину часу при цьому втрачається, емоційні реакції зазнають спрощення, стають інтенсивнішими і ніби монополізуються в якійсь окремій емоції. Рятунком від інформаційного трансю електронних медіа і соцмереж парадоксально виявилось велике лінійно структуроване повідомлення (*лонгвід* [4]). З огляду на це у редакторській медіапрактиці нині дедалі активніше застосовують моделі оповідальності, ще недавно традиційні суто для красного письма у рамках книжкової культури. Мається на увазі цільна зв'язна оповідь — носій більш як одного сенсу, в якій структурно увиразнено початок, середину (з кульмінацією) і кінець (розв'язку, висновок). Елементи, з яких складається така оповідь, «сервіровані» для сприйняття у медіа особливо ретельно — кожна невелика порція сюжетної інформації тримає не тільки зв'язок з попередніми та наступними, а й супроводжується гіперпосиланнями, корисними для розуміння



напряму оповіді. У психології ця конструкція має назву «арка сюжету» (варіант «story arc» тут означає не «історію» як науку, а сюжетну оповідь). З її допомогою людині легше перерозподілити увагу: якщо об'єктів уваги в медіа стало забагато — отже, часу на ознайомлення з кожним окремим об'єктом бракуватиме, зате збільшується обсяг часу, що його люди у підсумку вділяють на ознайомлення з медіаінформацією, коли її правильно «сервіровано» [5]. Цей різновид подачі матеріалів у медіа зараз називають *атомізованим контентом*, який відрізняється від квантованого (він же мозаїковий) тим, що його зручно дроблена структура не просто полегшує сприйняття даних, а забезпечує сміслову цільність та лінійну зв'язність викладу за браком часу для мобілізації уваги сприймачів [6].

Професійні редактори при дефрагментації медіаданих у поточковій їх обробці послуговуються триактною традиційною «аркою сюжету» ще й тому, що ця форма подання матеріалу дає сприймачам змогу не перебувати весь час у напрузі, сприймати потік даних з медіа ніби «на тлі», що є комфортно. Власне, «арка сюжету» закріплює сприйняття плинного у знайомій багатьом структурі, чим значно спрощує процедури обробки (дефрагментації та аналізу зв'язків) медіаданих. Можна стверджувати, що прийом цей подекуди забезпечує функцію фільтра у формуванні порядку денного сучасних медіа. Електронні ЗМК віднедавна втратили монополію на формування суспільного «горизонту подій», натомість ця функція

перейшла до соцмереж з їх оповідно-сюжетними домінантами (вірабельними переказами, «бойовими картинками», міні-коміксами тощо). Недаремно ж нинішня новинарна комунікація так тяжіє до різних форм *сторітелінгу* (оповідацтва в поданні новин [7]). А терапевтичний для медіапрактики ефект «довгих текстів», оповідно зорганізованих «аркою сюжету», нині проявлює нам новітній феномен «людей-історій» — масової представленості популярних оповідачів у традиційних ЗМК та соцмережах. Персоналізованість «аркової» подачі матеріалу в сучасних медіа недаремно занурила їх редакції у стан *двошвидкісної журналістики* — коли новинарний потік та «довгі тексти» там опрацьовують дві різні робочі групи на чолі з окремими редакторами [8].

Власне, й популярні автори та блогери в умовах *трансмедіа* (оповідні комунікації в єдиній логіці одразу через усі доступні медіаканали, ЗМК, на різних медіаплатформах [9]) самі набули вже статусу окремих медіа, ба навіть стали серіальними брендами — героями, нараторами і режисерами водночас. Як правило, рівень компетентності цих «брендованих» оповідачів на увагу їхніх аудиторій впливає опосередковано: масовою популярністю можуть користуватися нині як майстер репортажу цифрової доби Ден Гіллмор, так і громадська дописувачка з юридичною освітою Олена Степова. Вони, подібно в чомусь до фахових редакторів, кожен у власному контексті спрощують своїм сприймачам орієнтацію в медіа-



просторі–часі, виводячи їх з інформаційного трансю соцмереж і новинарних стрічок, тобто — теж працюють як фільтри медіапотуку.

Парадокс полягає хіба в тому, що «люди-історії» небавом перетворюють себе на... серіал. Ці оповідачі так активно квантуються в інфопросторі, показують попеременно різні аспекти власних особи й життя, що скласти цільне уявлення про їх істинні особистості навряд чи представляється можливим. Така медіа-людина ніколи *«не показує себе цілковито, а являє різні боки своєї особистості, подекуди не завжди істинної, але завжди — поверхневої. Іноді людина діє від особи маски, ролі»* [10]. Тож розрізнити, чи персоналізований дискурс «людини-історії» провадиться від імені реальної особи, чи це різні ступені «маскарадної» імітації (як-от актор Арестович у ролі політичного «пророка»), або ж у медіасередовищі змодельовано таким чином штучну (підробну, фейкову) особу (на кшталт містифікованої «Каті Деткіної» А. Лебедева), нині вкрай непросто. З цього випливає найбільш кричуща проблема редагування в сучасних медіа — встановлення достовірності як самого повідомлення в медіа, так і факту справжності його джерела, а головне — їх співвідносності в одному контексті.

Зважаючи на захоплення останніх років «народною журналістикою» та «породженим користувачами вмістом» у ЗМК, що є наслідком так званого звільнення авторства через безпрецедентно прямий доступ для публікаторів до масової аудиторії у соціальних мережах, маємо констатувати

тренд на подальшу *депрофесіоналізацію медійної праці*. Особливо це виражене тепер в ігноруванні редакторських послуг, а не походить суто від розширення числа каналів, платформ та можливостей будь-кому опублікувати будь-що на який завгодно предмет без огляду на досвід і компетентність. Це тому, що початкова бізнес-модель соціальних мереж, на відміну від традиційних медіа, вимагає доступу до необмеженої кількості джерел за цілковито відсутньої там фільтрації контенту на якість, тобто — без редактури [11].

Втім, досі редактор, і тільки він, професійно годен обстоювати актуальність-несуперечливість-достовірність-точність вихідного продукту в медіа, бо тільки редактори (а не блогери, влогери чи інші медіасеріальні «лідери суспільної думки») несуть кінцеву відповідальність («копірайт») за те, що виходить за їх підписом — тобто з фіксуванням юридичної відповідальності! — унаслідок багатоаспектної обробки ними потоку квантованих даних. Бо ж нині замало інформацію знайти, зібрати, відсепарувати і, проаналізувавши, видати медіа-продукт, гідний загальної уваги. В такий само спосіб технологічно еквівалентно тепер генерують у медіадискурс і фейки, і «медійні качки», і маніпулятивні повідомлення під «прикриттям» поважних інформагенцій та немедійних установ, що їх потому цитують та масово перепощують у сотнях тисяч копій [12]. І от ця багатократно медіаспотворена картина подій спонтанно чи зумисно легітимується, коли дістає відображення в експертних висновках.



А на підставі означених висновків невдовзі приймаються або ж блокуються важливі рішення в царині міждержавних стосунків [13]. Отже, нині головне завдання для медійника доби *постправди* (це неконвенційне ім'я псевдоістини під машкарою «особистої/корпоративної позиції» — от її приклад [14]) — *зорганізувати подання зацікавленим групам сприймачів через медіа актуальної для них інформації в соціально безпечний спосіб*.

Утім, якщо до генерування й трансляції смислів долучено вже силу-силенну непрофесійних комунікаторів, то доречним та своєчасним вважаємо поширити дію редакторського «права відповідальності» у медіа й на «людей-брендів», «людей-історій». Адже саме вони своїм коментаторським втручанням у медіадискурс за допомогою інтернет-інструментарію діяльно наснажують нині той емоційно-оцінний стан масової свідомості, знаний як громадська думка. Як слушно зауважує С. Фіялка, сучасні інтернет-видання, перехопивши ініціативу в ЗМК, перетворилися на масові дискусійні портали. Там з однаковим успіхом формують як порядок денний, «інформаційний горизонт» суспільства, так і відволікають увагу від його присутніх проблем, знищують репутації, пліткують, провокують і деморалізують публіку, що під навалюю квантованого медіапоту почала шпортатися в соціокультурних та ціннісних орієнтирах [15]. Інститут традиційних медіа, на жаль, втратив у нас соціально-організаційну функцію ще раніше, замінивши її сервісно-технологічною під тиском «дик-

татури форматів і продюсерів», у межах яких так зручно просувати сприймачам комерційно-політичні пропозиції. Це, вочевидь, пояснюється ефективністю застосування різного штибу часткових ідеологій, бо ж ідеологія в початковому розумінні — це фабрика мотивації малих і великих соціальних груп (за А. Асмоловим [16]). Кожен такий центр впливу на суспільство нині воліє мати якщо не своє медіа (чи спікера-блогера в «серіальній особі» соцмереж), то хоча б виділений канал інформації. Як побічний ефект різнонаправленості мотивувань, це спричинило небачену досі какофонію меседжів, що створює ефект «білого шуму». Й пересічною реакцією в аудиторіях на те «медійне покриття» є напочатку спонтанне, а згодом і свідоме заперечення сприймачами будь-чого повідомлюваного ЗМК (його етапи — відсторонення, відторгнення, скептицизм). Тож, констатує Р. Скрипін, українському суспільству на рівні від медіа до громадських інституцій натеper «критично бракує довіри всіх до всіх» [17]. Так, рівень довіри до медіа в Україні торік, за даними «Інтерньюзу», фіксувався біля позначки в 50 % плюс-мінус 5 % в обидва боки — натомість понад 60 % респондентів стверджували, що вже вміють розрізняти якісні і замовні/пропагандистські матеріали в ЗМК та соцмережах [18].

Не знаходячи для себе у ЗМК гідних довіри версій сюжетів «хто винен?», «що робити?» і «кому вигідно..?», нинішні технологічно устатковані сприймачі, самі та в групах, беруться до з'ясування

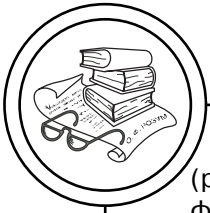




локальних істин. І що далі у тому вони просуються — тим менше схильні довіряти даним, що з ними мають справу в медіапотопі. Часто-густо спостерігаємо у таких групах ефект «камери відлуння» [19], коли критичні настанови щодо предмета — а саме правдивості й достовірного відображення подій у медіа — підштовхують групу ентузіастів-медіакритиків до радикальних форм упередженості. В практиці українських медіа- та мережових стосунків такі настанови дістали меметичне узагальнення як «зрада», тобто — беззастережне відкидання групою будь-яких позиційних настанов, крім негативної. Натомість спостерігається й зворотній ефект зниження критичності до медіаінформації у осіб, котрі пасивно підпорядковують свою волю групі: *«...Той, хто перебуває в оточенні ближніх, менше схильний перевіряти інформацію та висловлювання. Натомість самотні читають новини критичніше. Це помітно й тоді, коли не відбувається жодної безпосередньої соціальної взаємодії — коли інші залишаються мовчазними, але їхні імена присутні у віртуальному середовищі»* [20]. Породжена обома названими ефектами гіперполяризація уявлень про світ, формованих через соцмережі у вигляді «інформаційних бульбашок» чи «тунелів сприйняття», почала підважувати демократичні інститути виборів: віднедавня механізм ізолятивної маніпуляції, породжений дією/взаємодією соціальних медіа (зокрема пар Facebook-Twitter, Facebook-Instagram), розглядають як глобальну загрозу на рівні радіаційного забруднення [21].

Як би не було, але всебічна перевірка достовірності фактажу (фактчекінг) уже актуалізована в окремій спеціалізації редакторів медіа і мережових, і традиційних, у цьому зв'язку навіть можна говорити й про появу нового редакційного напрямку. «Професійний» фактчекінг безпосередньо опрацювання даних, що їх практикують групи ентузіастів у мережі під керівництвом і за сприяння фахових медійників (приміром, Snopes, FirstDraft, StopFake, FactCheck, Лапшеснималочная тощо). Нещодавно проведений у Стенфордському університеті експеримент (Sam Wineburg, Sarah McGrew) з дослідження, як саме різні сприймачі шукають медіаінформацію та оцінюють її надійність, підтвердив, що тільки спеціально підготовлені до фактчекінгу люди не просто оцінюють інформацію, а прискіпливо розглядають її в контексті, під різними кутами зору [22]. Перш ніж оцінити незнайомий контент, фактчекери здійснюють додатковий пошук (lateral reading) та уявляють приблизний план того, як аналізувати і оцінювати нову інформацію (taking bearings). Цей підхід «сильної евристики» дозволяє здійснювати якісну оцінку фактажу за проміжки часу, значно менші, аніж потрібно, скажімо, для кількісного аналізу фактів у контенті ЗМК.

Натомість засміченість інформаційного простору неправдивими, вигаданими й спотвореними даними (дезінформацією, містифікаціями, фактоїдами абощо) зростає нині швидше, ніж на чергові фейки та медіаманіпуляції підготовлені для цього спеціалісти



(редактори, піар-менеджери, фахівці з кризових комунікацій) та активісти у мережі. Дійшло до того, що наприкінці 2017 року проблема засилля фейкових новин у медіа та соцмережах уже розглядається урядами й політичними блоками на рівні стратегій національної безпеки [23]. Змушено визнаючи, що соціальні мережі перетворилися на повноцінні медіа, євродепутати вийшли з пропозицією розповсюдити на всі види соцмереж дію законів, за якими працюють традиційні ЗМК, а на-самперед — вимогу стежити за коректністю розповсюджуваної через них інформації. Критиці улягають, зокрема, «особливі» донедавна претензії соціальних мереж на фільтрувальні функції, що й з ними ті явно не дають ради за сучасних форм соціальної комунікації [24].

У цьому зв'язку очевидною представляється потреба не просто розширювати коло залучених до фактчекінгу з-поміж критично мотивованої публіки, а почати цілеспрямовано підвищувати рівень критичності в аудиторіях медіа, починаючи з раннього шкільного віку. Для цього редактори та медіа-експерти з медіапедагогами розробляють візуалізовані й навіть анімовані «підкажчики» — для мережевих ентузіастів фактчекінгу [25] та для широкого кола зацікавлених у перевірці достовірності поточних даних [26].

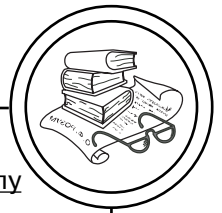
На підтвердження універсального характеру порад, наведених у зазначених вище ресурсах, автор популярного сайту *mediactive.com* і посібника для медіактивістів Ден Гілмор укрain кон-

кретизовано окреслює нам потребу в масовій медіаграмотності:

*«Надлишкова інформація вимагає, аби ми зайняли активну позицію щодо медіа, щоб, з одного боку, керувати потоком, що навалюється на нас щодня, а з іншого — висловлювати експертні судження з приводу важливості того, з чим зустрічаємося. Звичне пасивне сприйняття новин та інформації, притаманне кінцю ХХ століття за ери мас-медіа, неприпустиме в сучасну епоху цифрової медіасфери, коли інформація надходить до нас майже звідусюди й майже від будь-кого» [27].*

Це неабияк слушне зауваження, бо водночас із демократизацією публікаційного доступу до медіа, власне, повинен відбуватися й зустрічний процес, а саме — підсилення уваги до контексту подання фактів у ЗМК із поточною синхронізацією всіх медіаданих, стосовних до одної теми/проблеми у кореляції з мотивами поширювачів та способами поширення. Опікуватися цим віднедавна має у медіа *галузь великих даних (big data)*, що у ній провідну роль відіграють редактори-куратори, які діють на засадах проектної організації медіапотоків [28]. Вони не тільки зорганізують і синхронізують верифікаційні процеси, а й збирають та опрацьовують інформацію про медійних персон («людей-брендів» у медіа та політиці), надаючи їх актуальні досьє для широкого доступу (принаймні, так влаштовано розділ «Персона — Культура и общество» сайту *Liga.Досьє та підресурс «Генштаб»* на *ЦензорНет*). Такі



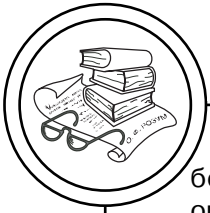


ресурси й надані ними організаційні можливості дозволяють нині з високою достовірністю, а головне — оперативно визначити у медіапоточці, чи є недосконала медіа-інформація наслідком випадкової помилки, або ж це ознаки застосування маніпулятивних прийомів — від непрозорого контексту повідомлень до прямого обману чи містифікування включно. Певні надії вже покладаються й на застосування технології блокчейн у боротьбі з навалою медійних фейків, бо помічено, що «мінімальна зміна контенту накладає свій емоційний фон на події», а отже можна в процесі аналізу побачити не лише первинну версію контенту, а й усе, що в ньому було змінено («історію правок») [29]. У перспективі дані, зібрані та проаналізовані з метою вдосконалення й верифікації медіаматеріалів, можуть прислужитися у практиці *журналістики розслідувань*, започаткувавши соціально резонансну тему або й новий розслідувальний напрям у медіа (як-от Bellingcat, Conflict Intelligence Team тощо).

Головне в цій соціально значущій справі, знов-таки, не плутати процес (викриття шляхом критичного аналізу) з результатом розслідування (забезпечення громадського контролю задля особистої та суспільної безпеки). А така підміна мотивів, до слова, спостерігається у медійників і блогерів дедалі частіше під дією жорсткої настанови на критику, яку не обмежено усвідомленням того, що, крім їх власної позиції, можуть мати слушність і «чужі» погляди з відмінних ракурсів у інших контекстах [30]. Понижу-

вати градус емоційного накалу у внутріредакційному процесі — дуже давня і, певно, найбільш складна задача редакторів ЗМК. Редакторський фах передбачає випрацюване до професійного інстинкту «чуття меж», за які не слід виходити самому та — що важливіше — утримувати від небезпечно хибних «переступів» своїх колег і автуру. Нині збільшення кількості медійних джерел та потреба будь-що боротися за увагу сприймача («рейтинг понад усе») спонукає медійників переступати ці межі, починаючи з фальшування титульних елементів (заголовків, врізів, «зачіпок») і аж до фабрикації цілих хибних дискурсів. Натомість по-справжньому фаховий редактор за етично дражливих нагод якраз і набуває фахової переконливості в моделюванні перед колегами імовірних ексцесів від фальшування, продиктованого їх зятятістю, самовпевненістю чи небажанням зважати на позицію, відмінну від особистих/групових/корпоративних уподобань. Та головне — редактору покладено завжди і всім нагадувати, що за фактами в медіа повинні стояти не пристрасті, а смисли, прояснювані у стратегічній перспективі певними інтерпретаціями. Але ж якраз на емоціях інтерпретатори контенту й спекують найчастіше та найвигадливіше.

Тож виконувати емоціо-стабілізаційну регулятивну функцію редакторам доби постправди доводиться не тільки в організованостях сучасних медіа. Їх професійні навички з розрядки емотивних напруг, як ніколи досі, запотребовано в повсякденному медіаспоживанні, сповненому



безперервних інформаційних операцій та атак медійною панікою упереміж з розгонами у соцмережах нових і новіших порцій компромату. Відверте спекулювання на емоціях публіки править у тому за головний інструментарій не менше, ніж латентна експлуатація психофізіологічних вразливостей мас, тотально занурених у потоки з різнонаправлених квантів медіаданих. Пропаганда у її сучасних формах закритично педалює пристрасті у синхронізованому по всіх каналах медійному впливі на масові несегментовані аудиторії, повторюючи однотипні настанови постійно й багаторазово. Мета цього впливу через емоції з негативною домінантою — формування від'ємних іміджів та громадської думки в негативних контекстах [31]. За рахунок пропагандистського бомбардування емоціями через медіа на аудиторії-мішені має чинитися системний вплив згідно з алгоритмом їх соціокомунікативної хаотизації, що діє в три основних етапи: деморалізація—дезорганізація—дезінтеграція.

### Висновки

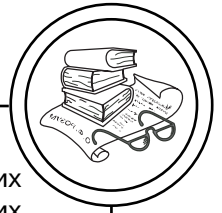
За умов гострого протиборства у віртуальному та інформаційному середовищах ефективні дії з нейтралізації фейків та на випередження емоційних спекуляцій у медіапросторі забезпечують тепер ні більш ані менш, як стратегічну перевагу на полі бою, де засобам фізичного (військово-технічного) впливу відводиться хіба роль статистів у «робленні картинки» в медіа для створення «сильної переговорної позиції» (евфемізм з кремлівсько-

го політичного лексикону, що означає шантаж політичного керівництва однієї сторони конфлікту ескалацією активних воєнних дій з боку іншої з метою примусити до поступок). Отже, ціна редакторської прискіпливості з компенсації/нейтралізації гіпертрофованих емотивів у медіамедсєджах дорівнює тепер військово-тактичній перевазі сторони, на боці якої редактор виступає як на домашньому, так і на зовнішньому інформаційному фронті. Тому й діяльність сучасних редакторів у межах будь-яких медіаплатформ повинна відбуватися передовсім на засадах соціальної та громадянської відповідальності, особливо ж — якщо корпоративні інтереси ЗМК входять із ними в конфлікт.

У світлі окреслених тут обставин місія редакторів сучасних медіа розширюється у виконанні ними таких професійних задач:

— методичне відстежування активності нефахових медіадіячів, при істотному зростанні аудиторій окремих з них і перетворенні такого автора на лідера громадської думки — встановлення неформальних контактів із ними задля експертно-методичного супроводу їх контенту спочатку в професійному секторі ЗМК, а згодом і в соціальних мережах (адже тепер «людина-історія» виконує функцію «фільтра» даних і концепцій для решти медіаспоживачів);

— сприяння активним членам аудиторій медіа традиційних та новітніх у набутті навиків з перевірки достовірності даних, що ними мозаїчно перенасичений медіапростір, тобто — поширення медіаосвітньої інформації на всі



можливі групи споживачів з метою підвищити їх критичність до даних медіапотоків;

— редакторська курація резонансних тем медіапростору, постійне аналізування за допомогою інструментарію великих даних причин і закономірностей активізації певних тем та напрямів формування інформаційних потоків;

— активна участь у заходах зі стабілізації/нейтралізації емо-

ційного фону в медіа за різних інформаційних нагод (реальних і хибних), що передбачає не лише вчасне викриття емотивних спекуляцій, а й потребу аналізувати зміни загального фону емоцій у різних царинах медійного поля, щоб упереджувати можливі панічні спалахи, вкиди соціально подразливих даних та операції з активних заходів у рамках смислового та інформаційно-військового протистоянь.

### Список використаної літератури

1. Шивельбуш В. Розчаклована ніч. До історії штучного світла у XIX столітті / В. Шивельбуш; пер. з нім. О. Юдін. Київ: Ніка-Центр, 2014. 216 с. (Серія «Ідеї та Історії»; вип. 10).

2. Квантование информации: медиареальность, которая скоро уйдёт // mediakritika.by [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/3099/kvantovanie-informacii-media-realnost-kotoraya-skoro-uydet>. Название с экрана. Язык рус.

3. Россияне в поисках друзей и врагов / инт. К. Лариной с Л. Гудковым и Д. Дондуреем / 2014 // Эхо Москвы. 21.03.2014 (скрипт радиопередачи) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://echo.msk.ru/programs/year2014/1283366-echo/>. Название с экрана. Язык рус.

4. Лонгрід — Вікіпедія. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%BD%D0%B3%D1%80%D1%96%D0%B4>.

5. Как меняются люди под воздействием медиа? // Cossa [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cossa.ru/234/13669/>. Название с экрана. Язык рус.

6. Словарь новых медиа // mediatoolbox [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mediatoolbox.ru/dictionary/>. Название с экрана. Язык рус.

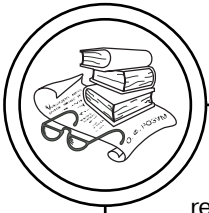
7. Дорош М. Сторітелінг на папері та планшеті / М. Дорош // MediaSapiens [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://osvita.mediasapiens.ua/web/online\\_media/storiteling\\_na\\_paperi\\_ta\\_plansheti/](http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/storiteling_na_paperi_ta_plansheti/). Назва з екрана. Мова укр.

8. Словарь новых медиа // mediatoolbox [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mediatoolbox.ru/dictionary/>. Название с экрана. Язык рус.

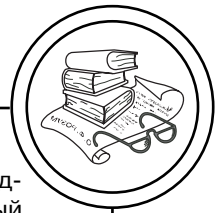
9. Женченко М. І. Поняття «мультимедіа», «крос-медіа», «трансмедіа» у науковому дискурсі цифрової доби / М. І. Женченко // Наукові записки Інституту журналістики. 2013. Т. 52. С. 72–75. Режим доступу: [file:///C:/Users/ole/Downloads/Nzizh\\_2013\\_52\\_12%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ole/Downloads/Nzizh_2013_52_12%20(1).pdf). Назва з екрана. Мова укр.

10. Квантование информации: медиареальность, которая скоро уйдёт // mediakritika.by [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mediakritika.by/article/3099/kvantovanie-informacii-media-realnost-kotoraya-skoro-uydet>. Название с экрана. Язык рус.

11. Почепцов Г. Г. Інформаційні фактори посилення і послаблення військової дії / Г. Г. Почепцов // MediaSapiens [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/informatsiyni\\_faktori\\_posilennya\\_i\\_poslablennya\\_viyskovoji\\_dii/](http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/informatsiyni_faktori_posilennya_i_poslablennya_viyskovoji_dii/). Назва з екрана. Мова укр.



12. Wardl C. Fake news. It's complicated / C. Wardl // FirstDraft [Electron. resource]. Access link: <https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/>.
13. Кардін Бен. Аналіз гібридної війни Кремля проти України / пер. П. Козак / Бен Кардін // РадіоЛемберг — [radiolemberg.com](http://radiolemberg.com) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://radiolemberg.com/ua-articles/ua-allarticles/senator-ben-kardin-analiz-hibrydnoyi-viyny-kremlya-proty-ukrayiny>. Назва з екрана. Мова укр.
14. Лютий Т. Кінець прекрасної епохи. В кожного своя пост-правада / Т. Лютий // Деловая столица — [dsnews.ua](http://dsnews.ua) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.dsnews.ua/society/kinets-prekrasnoyi-epohi-v-kozhnogo-svoya-post-pravda-19112016180000>. Назва з екрана. Мова укр.
15. Фіялка С. Інтернет-коментарі в системі масової комунікації / С. Фіялка // Вісник Книжкової палати. 2015. № 9. С. 47–48.
16. Доктор психологических наук, профессор, заведующий кафедрой психологи личности психологического факультета МГУ Александр Асмолов / инт. В. Шендерович // Радио Свобода [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.svoboda.org/a/420208.html>. Название с экрана. Язык рус.
17. PRIME: Муждабаев. Гість Роман Скрипін. 15.01.2018 // ATR Channel: канал YouTube. Режим доступу: [www.youtube.com/watch?v=ZsvbHXmpdyU&t=1768s](http://www.youtube.com/watch?v=ZsvbHXmpdyU&t=1768s). 2018. 15 січня 2018. 54 хв. 31 сек. 21265 перегл. Коротка анот. (20.01.2018, 1240 (UTC + 1:00)).
18. За рік знизилась довіра українців до телеканалів та інтернет-ЗМІ — дослідження Internews // MediaSapiens [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/za\\_rik\\_znizilas\\_dovira\\_ukraintsiv\\_do\\_telekanaliv\\_ta\\_internetzmi\\_doslidzhennya\\_internews/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/za_rik_znizilas_dovira_ukraintsiv_do_telekanaliv_ta_internetzmi_doslidzhennya_internews/). Назва з екрана. Мова укр.
19. Facebook: «камери відлуння» і для новин / пер. С. Кривенко // Збруч [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zbruc.eu/node/63621>. Назва з екрана. Мова укр.
20. Fact-Checking: Die unkritische Gruppe / Фактчекінг: некритичний у групі // [scinexx.de](http://www.scinexx.de) [Electron. resource]. Access link: <http://www.scinexx.de/wissen-aktuell-21492-2017-05-24.html>.
21. Madrigal A. C. What Facebook Did to American Democracy / A. C. Madrigal // The Atlantic [Electron. resource]. Access link: [www.theatlantic.com/technology/archive/2017/10/what-facebook-did/542502/](http://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/10/what-facebook-did/542502/).
22. Owen Laura Hazard. Even smart people are shockingly bad at analyzing sources online. This might be an actual solution / Laura Hazard Owen // NiemanLab [Electron. resource]. Access link: <http://www.niemanlab.org/2017/10/even-smart-people-are-shockingly-bad-at-analyzing-sources-online-this-might-be-an-actual-solution/>.
23. Вендик Ю. «Мистер Путин — бандит»: Европарламент обсудил российскую пропаганду / Ю. Вендик // BBC. Русская служба [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.bbc.com/russian/news-42726472?ocid=socialflow\\_twitter](http://www.bbc.com/russian/news-42726472?ocid=socialflow_twitter). Название с экрана. Язык рус.
24. Кокотюха А. Соцмережі як основний ресурс поширення фейків / А. Кокотюха // Детектор Медіа [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/133813/2018-01-18-sotsmerezhi-yak-osnovnii-resurs-poshirennya-feikiv/>. Назва з екрана. Мова укр.
25. Ейсмут В. Інструменти фактчекінгу: як професійно відрізнити брехню від правди / В. Ейсмут // Інститут масової інформації [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekinguyak-profesiyno-vidriznyati-brehnyu-vid-pravdi/>. Назва з екрана. Мова укр.



26. Как читать новости, чтобы не дать себя обмануть. Краткое руководство по медиаграмотности // Настоящее время. 28.12.2017 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.currenttime.tv/a/how-to-spot-fake-news/28382192.html>. Название с экрана. Язык рус.

27. Гіллмор Д. Mediactive / Д. Гіллмор; [пер. з англ. О. Головки, журналіст-редактор Т. Рогова]. Запоріжжя: Interlink Academy for International Dialog and Journalism, Institute for Society and Communication, 2017. 213 с. С. 19. Режим доступу: [https://interlink.academy/wp/wp-content/uploads/2017/12/Mediactive\\_Dan-Gillmor\\_Ukrainian.pdf](https://interlink.academy/wp/wp-content/uploads/2017/12/Mediactive_Dan-Gillmor_Ukrainian.pdf). Назва з екрана. Мова укр.

28. Левчук О. М. Інформаційне кураторство як статус редакторського фаху / О. М. Левчук. XXII Міжнар. наук.-практ. конф. з пробл. вид.-поліграф. галузі: тези доп., Київ, 27 квіт. 2016 р. Київ: УкрНДІ СВД, 2016. С. 65–68.

29. Юзькова А. Віталій Шумаков, The World News: «Blockchain може вирішити проблему фейків у ЗМІ» / А. Юзькова // Na chasi [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://nachasi.com/2017/12/27/vitalij-shumakov-talk/>. Назва з екрана. Мова укр.

30. Холоденко О. Наталья Лигачева: Самая опасная зависимость сегодня для журналиста — это зависимость от собственных убеждений / О. Холоденко // Детектор Медіа [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://detector.media/community/article/133264/2017-12-20-natalya-ligacheva-samaya-opasnaya-zavisimost-segodnya-dlya-zhurnalista-jeto-zavisimost-ot-sobstvennykh-ubezhdenij/>. Назва з екрана. Мова рос.

31. Фісенко Т. Прояви гібридної агресії на масовокомунікаційному рівні / Т. Фісенко // Вісник Книжкової палати. 2016. № 11. С. 26–29.

## References

1. Shyvelbush, V. (2014). *Rozchaklovana nich. Do istorii shtuchnoho svitla u XIX stolitti [A mournful night. To the history of artificial light in the nineteenth century]*. Kyiv: Nika-Tsentr, 216 [in Ukrainian].

2. Kvantovanie informatsii: mediareal'nost', kotoraya skoro uynet [Quantization of information: media reality that will soon go away]. *mediakritika.by*. Retrieved from <http://mediakritika.by/article/3099/kvantovanie-informacii-media-realnost-kotoraya-skoro-uydet> [in Russian].

3. (2014). *Rossiyane v poiskakh druzey i vragov [Russians in search of friends and enemies]*. *Ekho Moskvy*. Retrieved from <https://echo.msk.ru/programs/year2014/1283366-echo/> [in Russian].

4. *Lonhrid – Vikipediia. Vilna entsyklopediia [Longridge – Wikipedia. Free Encyclopedia]*. Retrieved from <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%BD%D0%B3%D1%80%D1%96%D0%B4> [in Ukrainian].

5. *Kak menyayutsya lyudi pod vozdeystviem media? [How do people change under the influence of the media?]*. *Cossa*. Retrieved from <http://www.cossa.ru/234/13669/> [in Russian].

6. *Slovar' novykh media [Dictionary of New Media]*. *mediatoolbox*. Retrieved from <http://mediatoolbox.ru/dictionary/> [in Russian].

7. Dorosh, M. *Storitelinh na paperi ta plansheti [Page layout on paper and tablet]*. *MediaSapiens*. Retrieved from [http://osvita.mediasapiens.ua/web/online\\_media/storiteling\\_na\\_paperi\\_ta\\_plansheti/](http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/storiteling_na_paperi_ta_plansheti/) [in Ukrainian].

8. *Slovar' novykh media [Dictionary of New Media]*. *mediatoolbox*. Retrieved from <http://mediatoolbox.ru/dictionary/> [in Russian].

9. Zhenchenko, M. I. (2013). *Poniattia 'multymedia', 'kros-media', 'trans-media' u naukovomu dyskursi tsyfrovoi doby [The concept of 'multimedia', 'cross-media', 'transmedia' in the scientific discourse of the digital age]*.





*Journal of Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 52, 72–75. Retrieved from [file:///C:/Users/ole/Downloads/Nzizh\\_2013\\_52\\_12%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ole/Downloads/Nzizh_2013_52_12%20(1).pdf) [in Ukrainian].

10. Kvantovanie informatsii: mediareal'nost', kotoraya skoro uynet [Quantization of information: media reality that will soon go away]. *mediakritika.by*. Retrieved from <http://mediakritika.by/article/3099/kvantovanie-informacii-media-realnost-kotoraya-skoro-uydet> [in Russian].

11. Pocheptsov, H. H. Informatsiini faktory posyleniia i poslableniia viiskovoi dii [Information factors of strengthening and weakening of military action]. *MediaSapiens*. Retrieved from <http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/informatsiyni-faktori-posilennya-i-poslablennya-viyskovoii-dii/> [in Ukrainian].

12. Wardl, C. Fake news. It's complicated. *FirstDraft*. Retrieved from <https://firstdraftnews.com/fake-news-complicated/> [in English].

13. Kardin, B. Analiz hibrydnoi viiny Kremliia proty Ukrainy [Analysis of the hybrid war of the Kremlin v. Ukraine]. *RadioLemberh — radiolemberg.com*. Retrieved from <http://radiolemberg.com/ua-articles/ua-allarticles/senator-ben-kardin-analiz-hibrydnoyi-viyny-kremliya-proty-ukrayiny> [in Ukrainian].

14. Liutyi, T. Kinets prekrasnoi epokhy. V kozhnogo svoia post-pravda [The end of a beautiful era. Everyone has his own post-truth]. *Delovaya stolitsa — dsnews.ua*. Retrieved from <http://www.dsnews.ua/society/kinets-prekrasnoyi-epohi-v-kozhnogo-svoia-post-pravda—19112016180000> [in Ukrainian].

15. Fialka, S. (2015). Internet-komentari v systemi masovoi komunikatsii [Internet comments in the system of mass communication]. *Journal of Visnyk Knyzhkovoii palaty*, 9, 47–48 [in Ukrainian].

16. Doktor psikhologicheskikh nauk, professor, zaveduyushchii kafedroy psikhologi lichnosti psikhologicheskogo fakul'teta MGU Aleksandr Asmolov [Alexander Asmolov PhD, Professor, Head of Department of Psychology Personality, Psychological Faculty of Moscow State University]. *Radio Svoboda*. Retrieved from <https://www.svoboda.org/a/420208.html> [in Russian].

17. (2018 ). PRIME: Muzhdabaiev. Hist Roman Skrypin [PRIME: Muzhdabaiev. Guest is Roman Skrypin]. *ATR Channel: kanal YouTube*. Retrieved from [www.youtube.com/watch?v=ZsvbHXmpdyU&t=1768s](http://www.youtube.com/watch?v=ZsvbHXmpdyU&t=1768s) [in Ukrainian].

18. Za rik znizylas dovira ukraintsv do telekanaliv ta internet-ZMI — doslidzhennia Internews [Over the year, Ukrainians' trust in TV channels and online media has decreased — Internews study]. *MediaSapiens*. Retrieved from [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/za\\_rik\\_znizilas\\_dovira\\_ukraintsv\\_do\\_telekanaliv\\_ta\\_internetzmi\\_doslidzhennya\\_internews/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/za_rik_znizilas_dovira_ukraintsv_do_telekanaliv_ta_internetzmi_doslidzhennya_internews/) [in Ukrainian].

19. Facebook: 'kamery vidlunnia' i dlia novyn [Facebook: 'echo camera' and for news]. *Zbruch*. Retrieved from <https://zbruch.eu/node/63621> [in Ukrainian].

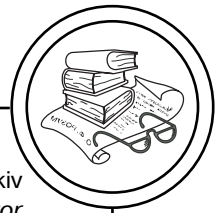
20. Fact-Checking: Die unkritische Gruppe. *scinexx.de*. Retrieved from <http://www.scinexx.de/wissen-aktuell-21492-2017-05-24.html> [in German].

21. Madrigal, A. C. What Facebook Did to American Democracy. *The Atlantic*. Retrieved from [www.theatlantic.com/technology/archive/2017/10/what-facebook-did/542502/](http://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/10/what-facebook-did/542502/) [in English].

22. Owen, L. H. Even smart people are shockingly bad at analyzing sources online. This might be an actual solution. *NiemanLab*. Retrieved from <http://www.niemanlab.org/2017/10/even-smart-people-are-shockingly-bad-at-analyzing-sources-online-this-might-be-an-actual-solution/> [in English].

23. Vendik, Yu. 'Mister Putin — bandit': Evroparlament obsudil rossiyskuyu propagandu ['Mr. Putin is a bandit': The European parliament discussed Russian propaganda]. *BBS. Russkaya sluzhba*. Retrieved from [http://www.bbc.com/russian/news-42726472?ocid=socialflow\\_twitter](http://www.bbc.com/russian/news-42726472?ocid=socialflow_twitter) [in Russian].





24. Kokotiukha, A. Sotsmerezhi yak osnovnyi resurs poshyrennia feikiv [Social network as the main resource for the distribution of fake]. *Detektor Media*. Retrieved from <http://detector.media/infospace/article/133813/2018-01-18-sotsmerezhi-yak-osnovnii-resurs-poshyrennya-feikiv/> [in Ukrainian].

25. Eismunt, V. Instrumenty faktchekingu: yak profesiino vidrizniaty brekhniu vid pravdy [Fact-checking tools: how to professionally distinguish a lie from the truth]. *Instytut masovoi informatsii*. Retrieved from <http://imi.org.ua/articles/instrumenti-faktchekingu-yak-profesiyno-vidriznyati-brekhnyu-vid-pravdy/> [in Ukrainian].

26. (2017). Kak chitat' novosti, chtoby ne dat' sebya obmanut'. *Kratkoe rukovodstvo po mediagramotnosti* [How to read the news so as not to let yourself be deceived. A brief guide to media literacy]. *Nastoyashchee vremya*. Retrieved from <https://www.currenttime.tv/a/how-to-spot-fake-news/28382192.html> [in Russian].

27. Hillmor, D. (2017). *Mediactive. Zaporizhzhia: Interlink Academy for International Dialog and Journalism, Institute for Society and Communication*, 213. Retrieved from [https://interlink.academy/wp/wp-content/uploads/2017/12/Mediactive\\_Dan-Gillmor\\_Ukrainian.pdf](https://interlink.academy/wp/wp-content/uploads/2017/12/Mediactive_Dan-Gillmor_Ukrainian.pdf) [in Ukrainian].

28. Levchuk, O. M. (2016). Informatsiine kuratorstvo yak status redaktorsko-ho fakhu [Information curatorial status as editorial specialty]. *XXII Mizhnar. nauk.-prakt. konf. z probl. vyd.-polihraf. haluzi: tezy dop.* Kyiv: UkrNDI SVD, 65–68 [in Ukrainian].

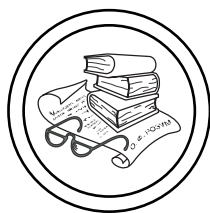
29. Yuzkova, A. Vitalii Shumakov, The World News: 'Blockchain mozhe vyrishyty problemu feikiv u ZMI' [Vitaliy Shumakov, The World News: 'Blockchain can solve the problem of fake media']. *Na chasi*. Retrieved from <https://nachasi.com/2017/12/27/vitalij-shumakov-talk/> [in Ukrainian].

30. Kholodenko, O. Natal'ya Ligacheva: Samaya opasnaya zavisimost' segodnya dlya zhurnalista — eto zavisimost' ot sobstvennykh ubezhdeniy [Natalia Ligacheva: The most dangerous addiction today for a journalist is dependence on one's own convictions]. *Detektor Media*. Retrieved from <http://detector.media/community/article/133264/2017-12-20-natalya-ligacheva-samaya-opasnaya-zavisimost-segodnya-dlya-zhurnalista-jeto-zavisimost-ot-sobstvennykh-ubezhdeniy/> [in Russian].

31. Fisenko, T. (2016). Proiavy hibrydnoi ahresii na masovokomunikatsiinomu rivni [Demonstration of hybrid aggression at the mass communication level]. *Journal of Visnyk Knyzhkovoï palaty*, 11, 26–29 [in Ukrainian].

**В контексте социокоммуникативных проблем информационно-смыслового противостояния выделены и охарактеризованы базовые аспекты задач в текущей практике редакторов СМК, актуализированные с началом российско-украинской неконвенциональной войны.**

**Ключевые слова: редакторская медиапрактика; дефрагментация информационных потоков; установление достоверности сообщений СМИ; депрофессионализация медийного труда; фильтрация контента на качество; эффект «камеры эхо» в СМИ; фактчекинг; большие данные; редактор-куратор; компенсация/нейтрализация гипертрофированных эмотивов в медиамеседжах.**



**The essential aspects of identifying targets for the current practice of the media editors having appeared to be topical within the beginning of the Russian-Ukrainian non-conventional war were distinguished and characterized in the context of social communicative issues of informational and semantic confrontation.**

**Keywords: editorial media practice; defragmentation of information flows; confirm the authenticity of the mass media messages; deprofessionalization of the media work; content filtering for quality identifying; the effect of 'echo chamber' in the media; fact-checking; big data; editor-curator; compensation/neutralization of hypertrophied emotions in media messages.**

Рецензент — Н. М. Фіголь, к.філол.н., доцент,  
КПІ ім. Ігоря Сікорського

Надійшла до редакції 01.12.17