

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**  
Історичний факультет  
Кафедра соціології

## **Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної (магістерської) роботи  
освітнього ступеня: магістр

на тему: «Конструювання регіональної політичної ідентичності у  
всеукраїнських друкованих медіа»

Виконав: студент 6 курсу, групи ІССм-21  
спеціальності 054 «Соціологія»

Огарков Д. С.

Керівник: канд. соц. наук Демків О. Б.

Рецензент: канд. соц. наук Калиняк О. Т.

Львів – 2021 року

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА ФРАНКА**

Факультет історичний

Кафедра соціології

Освітній рівень: магістр

Галузь знань 05 – Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність 054 «Соціологія»

**«ЗАТВЕРДЖУЮ»**

**Завідувач кафедри соціології**

**проф. Пачковський Ю. Ф.**

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2021 року

**З А В Д А Н Н Я**

**НА ДИПЛОМНУ (КВАЛІФІКАЦІЙНУ) РОБОТУ СТУДЕНТУ**

**Огаркову Денису Сергійовичу**

1. Тема роботи «Конструювання регіональної політичної ідентичності у всеукраїнських друкованих медіа»

**керівник роботи доц. Демків Олег Богданович**

затверджені Вченою радою факультету від “25” листопада 2019 року № 6

2. Строк подання студентом роботи: 03 грудня 2021 року

3. Вихідні дані до роботи

1. Іванов В. Основні теорії масової комунікації та журналістики: Навчальний посібник За науковою редакцією В. Різуна. Київ: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.

2. Соснюк Є. Концепції політичної ідентичності у соціальних науках. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 2019. №4. С. 118-135.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретико-методологічний аналіз політичної культури в аксіологічному вимірі.

1.1. Поняття політичної культури.

1.2. Концептуальні підходи до аналізу політичної культури

1.3. Проблема цінностей у соціологічному дослідженні політичної культури.

Розділ 2. Цінності у політичній культурі сучасного українського суспільства: прикладний аспект.

2.1. Специфіка соціологічних досліджень цінностей політичної культури.

2.2. Структура політичних цінностей жителів Львівщини

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

К-ть рисунків – 12; к-ть таблиць – 5; к-ть додатків – 6.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	доц. Демків О. Б.		
II	доц. Демків О. Б.		

7. Дата видачі завдання: 1.11.2021

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної (магістерської) роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Написання вступу до роботи	березень 2021	
2.	Написання теоретико-методологічного розділу	квітень-травень 2021	
3.	Розробка програми та інструментарію дослідження	серпень-вересень 2021	
4.	Аналіз емпіричних даних, отриманих в ході дослідження	жовтень 2021	
5.	Написання емпіричного розділу	жовтень-листопад 2021	
6.	Підсумки, робота над висновками	листопад 2021	

Студент \_\_\_\_\_ **Огарков Д. С.**  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_ **Демків О. Б.**  
( підпис ) (прізвище та ініціали)

## ЗМІСТ

<i>Вступ</i> .....	3
<b>Розділ I.</b> Теоретико-методологічні засади дослідження проблеми конструювання регіональної політичної ідентичності.....	6
1.1. Поняття ідентичності та політичної ідентичності у соціогуманітарних науках та соціології зокрема.....	6
1.2. Соціологічне моделювання конструювання регіональної політичної ідентичності у всеукраїнських друкованих медіа.....	20
Висновки до розділу I.....	30
<b>Розділ II.</b> Регіональна політична ідентичність крізь призму всеукраїнських друкованих медіа: прикладний аспект.....	33
2.1. Специфіка соціологічних досліджень політичної ідентичності в українських реаліях. Вторинний аналіз.....	33
2.2. Опис, аналіз та інтерпретація авторського емпіричного дослідження на тему: «Конструювання регіональної політичної ідентичності в засобах масової комунікації».....	47
Висновки до розділу II.....	59
<b><i>Висновки</i></b> .....	62
<b><i>Список використаної літератури</i></b>	
<b><i>Додатки</i></b>	

## ВСТУП

**Політична ідентичність** – це глибоко вмонтована система цінностей, традицій, міфів, ритуалів та практик, яка сформувалася історично, з розвитком культурних, політичних, економічних та етно-національних зв'язків. Тема політичної ідентичності залишається цікавою, актуальною та потребує дослідження науковцями таких дисциплін як історія, філософія, соціологія, політологія та психологія, оскільки уже три десятиліття українське суспільство переживає глибинні зміни. А тому політична ідентифікація – це багатовимірний динамічний процес, **практична актуальність** дослідження якого в дійсності є справою державного значення, тому що (регіональна) політична ідентичність населення тієї чи іншої країни на пряму визначає її перспективи та довговічність. Особливо вивчення цієї проблематики актуальна для України, для якої характерна певна доля небезпечності соціально-політичних перетворень.

**Теоретична актуальність.** Наразі поняття ідентичність набуває дедалі більшого значення в соціологічних дослідженнях зарубіжних та вітчизняних дослідників таких як Е. Еріксон (E. Erikson), Е. Гідденс (A. Giddens), З. Бауман (Z. Bauman), Дж. Рітцер (G. Ritzer), П. Бергер (P. Berger), В. Ядов, А. Ручка, С. Макеєв та інші. Категорія ідентичності в соціальному і політико-культурному вимірах закріпилася в соціальній психології, соціальній філософії, політичній соціології (З. Бауман (Z. Bauman), П. Бергер (P. Berger), П. Бурд'є (P. Bourdieu), Е. Гідденс (A. Giddens), Г. Ділігенський, М. Кастельс (M. Castells), Е. Лакло (E. Laclau), Ш. Муфф (S. Mouffe), С. Холл (S. Hall) та інші). Ідентичність у політичному вимірі характеризується широким трактуванням. Вона є проекцією національної, цивілізаційної, етнонаціональної, релігійно-конфесійної, територіальної, статево-вікової, культурної та інших складових соціальної ідентичності в політичну сферу. Політична ідентичність є багатовимірним поняттям, відображає динамічний характер, можливість адаптації людини до реальності, що змінюється, адаптації до нових викликів життя. У сучасних умовах трансформація

ідентичності є одним з ключових факторів соціальних змін, динамічно перетворюючи співвідношення статусних позицій індивідів і змінюючи їх соціально-політичні переваги та ціннісні орієнтації. Аналіз політичної ідентичності ускладнюється її розмитістю, багатозначністю, дискусійністю навколо самого терміну «ідентичність».

**Мета:** опис особливостей конструювання регіональної політичної ідентичності у всеукраїнських друкованих медіа

**Завдання:**

- ✓ Розглянути історичне становлення та трактування ідентичності, політичної ідентичності та регіональної політичної ідентичності в соціогуманітарних науках.
- ✓ Встановити та описати специфіку вивчення ідентичності та політичної ідентичності в соціології.
- ✓ Сформулювати авторські трактування базових понять.
- ✓ Проаналізувати напрацювання інших дослідників, праці яких присвячені темі (регіональної) політичної ідентичності.
- ✓ Розробити програму авторського дослідження та його інструментарію
- ✓ Окреслити особливості конструювання регіональної політичної ідентичності в медіапросторі.
- ✓ Провести авторське соціологічне дослідження на тему: «Конструювання регіональної політичної ідентичності в засобах масової комунікації».

**Об'єкт:**

- *За загальною проблематикою:* конструкти регіональної політичної ідентичності
- *За критерієм носія проблеми:* публікації політичного характеру

**Предмет:** особливості конструювання регіональної політичної ідентичності

**Теоретико-методологічною** базою для реалізації дослідження було обрано соціальний конструктивізм (якщо точніше, конструкціонізм). Зважаючи на основні засади обраної парадигми дослідження, ми

розглядатимемо основні засоби конструювання регіональної політичної ідентичності в сучасних всеукраїнських друкованих медіа. Дослідження буде здійснене методом комп'ютеризованого контент-аналізу. У роботі використано такі загальнонаукові методи як аналіз та синтез, а зібрані матеріали будемо аналізувати через клас *TfidfVectorizer()*, що у модулі *sklearn* мови програмування Python.

**Практичне значення отриманих результатів.** Результати можуть стати базою для подальших досліджень. Вони будуть придатними використовуватися у компаративних дослідженнях, для аналізу динаміки та зміни ситуації в описаній темі.

**Структура роботи** складається з двох розділів, чотирьох підрозділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків до роботи, списку джерел та використаної літератури, який налічує 36 позицій, та додатки. Кількість сторінок основного тексту: 63.

# РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ КОНСТРУЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Цей розділ присвячено загальному висвітленню історії появи таких понять як «ідентичність» та (регіональна) «політична ідентичність». Розглянемо відповідні концептуальні продукти різних шкіл дослідників, серед яких здебільшого представники соціальної та політичної науки. На плечах гігантів соціологічної думки ми окреслимо власну інтерпретацію механізмів конструювання регіональної політичної ідентичності в медіа.

## 1.1. Поняття ідентичності та політичної ідентичності у соціогуманітарних науках та соціології зокрема.

Походження поняття «ідентичність» пов'язане з латинським словом «*identitas*», що означає «справжність». З англійської (*identity*), французької (*identité*) та німецької (*Identität*) мов перекладається як «ідентичність», «автентичність», «особистість», «індивідуальність». Таким чином, категорія «ідентичність» тісно пов'язана не лише з поняттям «ідентичність», але й з появою поняття «індивід» у різних дисциплінарних контекстах, а також із утвердженням у європейській традиції дискурсів. «відмінність», «інакшість», «автентичність», тощо. У соціальних науках ідентичність визначається як багатовимірна, змінна категорія, сконструйована соціокультурними, історичними, політичними та іншими факторами та суб'єктами [10, 495].

Ідентичність як психологічна категорія вперше окреслюється З. Фрейдом, який дослідив Едипів комплекс, згідно якого син асоціює себе з батьком, шукаючи спільності у розрізі цінностей, моральних норм, рольової поведінки, які так чи інакше відповідають на питання «Що таке бути чоловіком?» або «Як бути чоловіком?». Пізніше вчений застосував це поняття для аналізу групових явищ. Механізм формування групової згуртованості і групової ворожнечі є відображенням Едипового комплексу. На груповому рівні сутністю ідентичності є проекція особистістю своїх почуттів (поклоніння



чи ненависті) до лідера групи<sup>1</sup>. Відчуття суперництва і агресії екстраполюється на «чужих», «не своїх». Так індивідуальні чинники формування ідентичності впливають на становлення і формування ідентичності групової. Далі ідеї психоаналізу в політиці розвинули Г. Воллес (G. Wallas), Г. Лассвел (H. Lasswell), І. Джаніс (I. Janis), Г. Салліван (H. Sullivan), А. Девіс (A. Davis), Д. Барбер (D. Barber). Вони довели вплив ідентичності на прийняття політичних рішень. Пріоритетність психологічного підходу лежить у взаємозв'язку внутрішніх мотивів індивіда та впливу зовнішнього середовища. У межах цього підходу ідентичність розглядається як процес переживання людиною узагальненого смислу свого «Я»: *«суб'єктивне натхненне відчуття тотожності і цілісності»*, *«переживання відповідності самому собі»*. З іншого боку на перший план виходять інтеракційні аспекти: система соціальних зв'язків особистості. Ідентичність встановлюється в результаті збігу «образу Я» і відображення його іншими людьми [14].

Однією з сучасних проблем *політології* є вивчення ідентифікації людини у політичному просторі. Самоусвідомлення своєї ролі у політичному процесі як суб'єкта політики багато в чому пояснює характер інституційних трансформацій в сучасному світі. Ідентичність як синтезуючий концепт дозволяє проводити якісний аналіз «суб'єктивного чинника» суспільного розвитку на різних рівнях, зокрема – інтегрованість індивіда в систему політичних відносин. Сучасна людина «включається» до різних типів колективних ідентичностей – традиційних суб'єктів політичного процесу, неполітичних акторів, неструктурованих спільнот різних рівнів, що в цілому формує політичний простір сучасного суспільства.

Ідентичність є відображенням цивілізаційної, національно-етнічної, релігійно-конфесійної, соціально-демографічної, соціокультурної та інших складових соціальної ідентичності на політичну сферу. Політична

---

<sup>1</sup> За аналогією це може бути держава або інша батьківська фігура.

ідентичність є багатовимірним поняттям, що передбачає динамічний характер та можливість адаптації людини до флуктуаційної реальності. Трансформація ідентичності є одним з ключових факторів соціальних змін, оскільки вона переінакшує співвідношення індивідуальних статусних позицій, що означає зміну їхніх соціально-політичних переваг або навіть ціннісних орієнтацій.

Формування політичної ідентичності є, з одного боку результатом когнітивної самостійної роботи через пізнання особливостей різних соціальних груп і співвідносить себе з носіями схожих політичних рис і якостей. З іншого боку – людина не має повної свободи у виборі референтної спільноти, адже політична ідентичність включає проєкції різних складових соціальної ідентичності. У ситуації політизації означених складових людина залучається у процес реалізації інтересів представниками цих груп через вплив на політичну владу. Таким чином, механізми формування політичної ідентичності виступають як єдність об'єктивних чинників і умов, що сприяють груповому різноманіттю в політиці, а також суб'єктивних зусиль людини, спрямованих на когнітивне опанування цього різноманіття.

**Політична інституалізація**<sup>2</sup> вважається у колах науковців одним з механізмів формування політичної ідентифікації, яка фіксує політичні відмінності та систему мотивацій, що у результаті формує звичні моделі поведінки для людей, які знаходяться на спільних «координатах» у політичному просторі. Габітуалізація нормативного порядку посилює почуття тотожності людини з тими, хто схожий з нею за функціями і роллю у політичній системі.

Іншим механізмом політичної ідентифікації є **політична комунікація**, яка формує загальний світогляд та уявлення щодо політичних відмінностей. Завдяки комунікації стає можливим [25]:

- 1) акцентування значимості одних груп і формування на цій основі *домінантної ідентичності*

---

<sup>2</sup> Створення нормативного порядку, який закріплює особливе положення кожної статусної групи у політичній ієрархії, визначає її характерні риси, найважливіші функції та умови входження до неї нових учасників.

- 2) інформування про появу нових політичних відмінностей
- 3) артикуляція групових інтересів, здатна актуалізувати у її представників почуття тотожності, співучасті і бажання включатися в активну боротьбу

Соціологи розширили предметне поле дослідження ідентичності, надаючи їй нового значення – соціального. Специфіка соціологічного підходу до аналізу ідентичності полягає в 1) *розгляді її як соціального конструкту, що підлягає емпіричному спостереженню, 2) дослідженні впливу різних соціальних інститутів на її формування, 3) установленні взаємозв'язків між різними типами ідентичностей.*

Специфіка соціологічного підходу до визначення процесу ідентифікації полягає в тому, як соціальні інститути<sup>3</sup> впливають на самовизначення особистості<sup>4</sup>, а також які наслідки наявності чи відсутності процесу ідентифікації [24].

Варто зазначити, що ідентичність органічно поєднується на особистісному та соціальному рівні. Відтак, соціальна ідентичність – це продукт усвідомлення групових уявлень, норм, цінностей та інтересів. Конкретні уявлення стають поширеними в відповідному соціальному осередку у разі об'єднання людей у спільноти.

Американський соціолог Е. Еріксон (E. Erikson) започаткував теорію ідентичності, а також ввів поняття ідентичності в науковий обіг. Він не відмежовує соціальну реальність від особистісної ідентичності. Згідно думки дослідника, причинами формування ідентичності є мінливі процеси та культурні особливості в соціумі. Саму ідентичність автор означає як *«почуття органічної приналежності індивіда до своєї історичної епохи й типу міжособистісної взаємодії, що властива цьому періоду»*. Виділяється, зокрема [18]:

---

<sup>3</sup> І чому саме ці, а не інші.

<sup>4</sup> Тоді як у психології досліджуються психічні механізми процесу ідентифікації особистості.

- *Групова ідентичність* як інтегрованість у спільноти; що підкріплено суб'єктивним відчуттям внутрішньої єдності
- *Психосоціальна ідентичність*, яка надає індивіду відчуття значимості її діяльності у певних соціальних колах

Французький класик соціології Е. Дюркгейм (E. Durkheim) поставив проблему механізмів формування зв'язків індивіда з різними спільнотами та його роль. Не застосовуючи дефініції «ідентифікація», дослідник розробив теорію трансляції соціальних ідентичностей, розкриваючи структуру й процеси конструювання «соціальної сутності» особистості. Врешті, ця струнка система «надіндивідуального» відображає в індивідах групову приналежність<sup>5</sup>. Згідно Е. Дюркгейма, «соціальна сутність» (тобто, соціальна ідентифікація) передається в процесі соціалізації міжгенераційної соціалізації.

Засновник структурного функціоналізму та теорії дій Т. Парсонс (T. Parsons) розумів соціальну ідентифікацію як символізовану через мову, ідеологію, цінності, релігійні норми систему кодів, яка детермінує поведінку індивіда у суспільстві. Відповідно, можна прийти до висновку, що ідентичність є структурною властивістю особистості, а не просто станом. Т. Парсонс інтерпретує ідентичність як спосіб прийняття соціальних ролей при інтеграції в групу. Таким чином, класик соціології виділяє етнічні, вікові, спадкові, ворожі, статусні, неформальні, традиційні, групи за інтересами та інші [24].

Символічний аспект у соціальній людській природі, утворенні її ідентичності та оточуючого осередку, розкривають такі представники символічного інтеракціонізму як Ч. Кулі (C. Cooley), Дж. Мід (G. Mead) та І. Гофман (E. Goffman). Так, Дж. Мід за допомогою ідентичності визначає психологічний механізм включення індивіда до життєдіяльності суспільства, обґрунтовуючи свою думку тим, що свідомість та ідентичність особи дістає цілковитий вияв усередині символічної системи установок соціальної групи як

---

<sup>5</sup> Релігійні вірування, моральні норми й принципи.

цілого, виступаючи істотно опосередкованими стосунками з ними. Парадокс полягає в тому, що індивід усвідомлює власну ідентичність лише в тому видаку, коли дивиться на себе очима інших. Ч. Кулі розглядає проблему (само)ідентичності з позиції теорії «дзеркального Я» (looking-glass-mind), відповідно до якої самовідчуття людини визначається її ставленням до відчуття самості іншої свідомості та ставленнями інших до неї, тобто, соціальна самість для нього – це дзеркальна самість – те, що відображається у свідомості інших. Дослідник зазначав, що «суспільство й індивід – невід’ємні аспекти якогось єдиного цілого тому, де б ми не виявили індивідуальний факт, то ми можемо віднайти там й соціальний факт, який його супроводжує» [24].

«Кожній соціальній ролі відповідає певна ідентичність» - такої думки дотримувався представник феноменологічної школи П. Бергер (P. Berger), виходячи з рольової теорії Ч. Кулі та Дж. Міда, згідно якої типова реакція впливає з типового очікування. Базова суспільна рольова типологія стає поведінковою матрицею, імперативно зобов’язуючи ідентифікуватися індивіда відповідно до ролі [24].

Яскравий представник соціального інтеракціонізму І. Гофман запропонував модель взаємодії «Я» та оточуючого світу, яка представляє собою сукупність соціальних ролей «Я», що й є одночасно рефлексією над власними соціальними ролями, а також виділив три види ідентифікацій, які інтегрують поняття соціальної детермінації та враховують індивідуальну своєрідність особистості [24]:

- 1) *Соціальна ідентифікація* – відображає типізацію особистості іншими на основі атрибутів її груп приналежності – «соціальне Я»
- 2) *Особистісна ідентифікація* – комплекс індивідуальних ознак особистості, що характеризують її як об’єкт у часі й просторі – «фізичне Я»
- 3) *Я-Ідентифікація* – ідентифікація як суб’єктивне сприйняття індивідом своєї життєвої ситуації й власної своєрідності – «рефлексивне Я»

Учений вважає, що жодна людина в своєму житті не бажає бути зовсім непомітною, але в той же час зовсім і повністю відрізнятись від інших. Особиста ідентичність є соціальним феноменом, оскільки інформація про факти життя людини відома її партнерам по комунікації й впливає на сприйняття власної ідентичності [24].

Г. Теджфел (H. Tajfel), як представник когнітивного підходу, брав за основу усвідомлення індивідом свого членства у соціальній групі на ціннісному та емоційному підґрунті. Тобто, це знання індивіда про приналежність до певної групи, а також емоційна значимість його групового членства є осовим стрижнем соціальної ідентифікації [24].

Наприкінці 70-х – початку 80-х років ХХ століття на основі критики ситуативного підходу виникла теорія самокатегоризації Дж. Тернера (J. Turner), згідно якої деперсоналізація корелює з високим рівнем соціальної ідентифікації. Відтак, зміна сприйняття навколишньої дійсності спричиняється самовизначенням індивіда та самовіднесенням до референтних груп через певні ознаки, що набули соціального значення [24].

Згідно поглядів П. Бергера та Т. Лукмана (T. Luckmann) ідентичність, безумовно, є значущим елементом суб'єктивної реальності – вона перебуває у діалектичному взаємозв'язку із суспільством, а також формується соціальними процесами, які детерміновані соціальною структурою. Будь-яке суспільство має певну історію, в процесі якої виникають специфічні ідентичності, проте ці історії творяться людьми, які в свою чергу наділені специфічними ідентичностями. Особливі історичні соціальні структури породжують *типи ідентичності*, які вивчаються в індивідуальному порядку. У цьому сенсі можна стверджувати, що в українця відмінна ідентичність від польської чи російської, у львів'янина – відрізняється від ідентичності жителя Одеси, у програміста-розробника баз даних вона так само не схожа на ту, якою наділений патологоанатом і тд. Установки та поведінка як раз-таки залежать від таких типізацій, що означає, що типи ідентичності можна спостерігати у повсякденному житті, а твердження про них [типізації], відповідно, можна

верифікувати: доводити чи спростовувати. Очевидно, що статус таких типізацій не можна порівнювати з конструкціями соціальних наук, а верифікація не відповідає канонам наукового методу. Варто поки залишити методологічну проблему точного співвідношення повсякденних типізацій до соціальних конструктів [13].

Теорії ідентичності завжди включені у більш загальну інтерпретацію реальності, вони наче вмонтовані в символічний універсум з його теоретичними легітимаціями і видозмінюється разом з характером останніх.

Якщо теорії ідентичності завжди включаються у більш широкі теорії реальності, тоді варто розуміти це в термінах логіки цих теорій. Наприклад, психологія інтерпретує певний емпіричний феномен як одержимість демонічними сутностями, має в якості пояснювальної матриці міфологічну теорію космосу, а тому вона не вміщається в інтерпретацію, яка не має міфологічної точки відліку. Таким чином, психологія, трактуючи феномен в термінах електричних порушень головного мозгу, має за базу всепроникну наукову теорію реальності, як людської та і нелюдської. Простіше кажучи, психологія завжди передбачає космологію. У психіатрії є термін «орієнтованість на реальність», проте психологічні теорії незавжди доцільно прикладати без врахування соціальної реальності. Скажімо, психоаналіз навряд придатний для інтерпретації проблем ідентичності у деревнях Гаїті, тоді як вудуїстська психологія може надати в цьому випадку схеми інтерпретації більшої емпіричної точності. Ці два психологічних підходи демонструють свою емпіричну адекватність завдяки їх застосуванню в терапії, але жодна з них не доводить онтологічного статусу власних категорій. Ані боги Вуду, ані лібідозна енергія не можуть існувати за межами світу, що визначається існуючим соціальним контекстом. У такому контексті вони існують завдяки соціальному визначенню та інтерналізуються в якості реальності в ході соціалізації. Сільські жителі Гаїті одержимі, а інтелектуали мегаполісів, таких як Нью-Йорк, невротичні. Одержимість та невроз є складовими елементами об'єктивної та суб'єктивної реальності в *таких*

*контекстах*. Ця реальність емпірично доступна в повсякденності. Щодо адекватності психологічних теорій можна сказати інакше: вони адекватні, допоки відображають ту психологічну реальність, яку прагнуть пояснити. Але якщо би все зводилось тільки до цього, що взаємозв'язок між теорією та реальністю не був би діалектичним [13].

Головним поштовхом до набуття ідентичності є потреба брати участь у певних соціальних сферах, відповідно, мати соціальний статус та необхідний для цього набір соціальних ролей. Коли ідентичності індивіда визнаються іншими, тоді соціальна активність є для нього задовільною. З одного боку, індивіди самі конструюють соціальну реальність через її інтерпретацію, з іншого боку – вони лише відтворюють практику, яка формується під впливом існуючих об'єктивних обставин міжгрупового впливу.

Процес концептуалізації поняття політичної ідентичності має тривалу та ще далеку від завершення історію, адже сьогодні це поняття розуміють як відкритий постійно переосмислюваний та вдосконалюваний конструкт, тому особливе значення має детальний аналіз становлення поглядів науковців на політичну ідентичність, що відкриває шлях до глибшого розуміння цього феномену, а також дає змогу окреслити перспективні напрями його дослідження. Наразі, значна частина дослідників зійшлась на тому, що концептуалізація поглядів на політичну ідентичність здійснювалась у три етапи. Середина ХХ століття вважається точкою відліку для системного вивчення феномену політичної ідентичності – це період так званої **«першої хвилі концептуалізації»**, ознаменований початком емпіричних досліджень. У першу чергу маються на увазі група американських дослідників<sup>6</sup>, відомі як розробники «мічиганського проекту». Надихнули їх психоаналітичні та біхевіористські ідеї, що прослідковується у базових положеннях їхньої концепції, згідно якої політичну ідентичність розглядають ототожнюють із

---

<sup>6</sup> А. Кемпбелл (A. Campbell), (G. Gurin) Г. Гурін, У. Міллер (W. Miller)



партійною. Досліджуючи феномен політичної ідентичності, науковці дійшли таких висновків [31, 120]:

- Люди хочуть відчувати близькість із собі подібними
- Подібність пробуджує у них певні відчуття
- Люди визнають партійні відмінності як істотні

На думку дослідників, пересічні громадяни не розмірковують ідеологічними конструктами категоріями – відповідність між ідеологічними установками та політичними поглядами є дуже низькою або взагалі відсутньою у більшості. Більшість керується так званою афективною (когнітивною) картою, не вдаючись у подробиці щодо спірних проблем або загальної ідеологічної орієнтації, що й визначає їхній електоральний вибір. Згідно результатів досліджень американських учених, нестача знань щодо складних ідеологічних концепцій компенсувалася лояльністю до тієї чи іншої партії. Сама партійна ідентичність вважається похідною від соціального досвіду виборців, їхньої первинної та групової соціалізації. Таким чином сформувалася концепція *«американського виборця»* [31, 121].

У 1960-х роках *«мічиганська модель»* була загальноприйнятою. Автори книги *«Американський виборець»* вважали, що *«в демократичному суспільстві зі сталою двопартійною системою політична ідентичність пов'язана з психологічною залученістю в політику і сприяє формуванню громадської думки, впливає на електоральну поведінку, перешкоджає створенню нових партійних рухів та сприяє стабільності чинної партійної системи»*. Завдяки цьому вона виконує такі функції [31, 121]:

- 1) Структурування суспільства
- 2) Інтеграція інтересів груп
- 3) Фіксування корпоративного настрою реальних або символічних груп
- 4) Формування громадської думки і забезпечення соціального контролю за поведінкою громадян

Більше того, стала політична ідентичність членів партійної організації сприяє ефективності її діяльності й виконує психотерапевтичну роль<sup>7</sup>.

Задоволення потреби у визнанні –ще одна важлива функція політичної самоідентифікації громадян. У деяких випадках вона відіграє провідну роль щодо мотивації політичної поведінки, оскільки сприяє перетворенню потреб у дії, а також допомагає індивідам орієнтуватися в політичному просторі. Ідентичність є продуктом імітації поведінки референтної групи та результатом усвідомлення можливостей та переваг від відповідної моделі поведінки, що справедливо й при формуванні політичної ідентичності індивіда. Тому, автори концепції прирівнюють політичну ідентичність до партійної, оскільки остання включає загальні ідеологічні орієнтації, інтереси та настрої представників певних соціальних груп, забезпечує соціальний контроль за поведінкою громадян та визначає їхній електоральний вибір.

Естафету щодо вивчення політичної ідентичності приймають британські вчені після появи «Американського виборця». У 1974 році вийшла друком книга Д. Батлера (D. Butler) та Д. Стоукса (D. Stokes) «Політичні зміни у Британії» як підбиття підсумків результатів панельних досліджень групи Британських електоральних досліджень (BES). Проаналізувавши результати цих досліджень, вчені дійшли висновку, що такі суспільні проблеми як забезпечення загального добробуту в державі (welfare state), страйки та імміграція найбільше впливають на формування політики партій та електоральну поведінку громадян, тому що перевиборчі програми політичних партій формувалися навколо цих проблем. Відповідно, електоральний вибір громадян переважно визначався мірою привабливості запропонованих варіантів розв'язання соціальних проблем. Типовий британський виборець був адаптував схилився до правого чи лівого політичного спектру залежно від установок щодо спірних питань [31, 121-122].

---

<sup>7</sup> Знижує тривожність, дає відчуття своєї причетності до реалізації соціально значущих цілей

У середині 1980-х років американські політологи й соціологи визнали недосконалість концепції партійної ідентичності та піддали його скепсису внаслідок зниження частки «ядерного електорату» республіканської та демократичної партій, що поставило хрест на теорії політичної ідентичності як відображенні суто партійної [31, 122].

Формування «**другої хвилі**» починається в Європі в середині 1970-х років і триває впродовж наступної чверті століття. Ці процеси пов'язують з [31, 123]:

- Початком емпіричних досліджень щодо формування загальноєвропейської ідентичності (програма «Євробарометр»)
- Оцінкою впливу на політичну поведінку різних моделей соціальної ідентичності (Ф. Шлезингер (P. Schlesinger), Р. Картер (R. Carter), Дж. Гелмс (J. Helms)), передусім етнічної, а також гендерної, конфесійної, професійної
- Дослідження впливу явищ глобалізації/глокалізації та становлення інформаційного суспільства (М. Кастельс (M. Castells)).

У цей період з'являються наукові праці, присвячені кризовим проявам політичної ідентичності. Тема кризової та негативної ідентичності, яку вперше висвітлив Е. Еріксон, була особливо поширеною. Особливо зверталась увага на гендерних аспектах політичної самоідентифікації. Також цікавим видається висвітлення кореляції насилля та із віросповіданням (наприклад, релігійним фундаменталізмом) у формуванні політичної ідентичності. Досліджувалась проблематика впливу стану економіки та ЗМІ на сталість партійних політичних уподобань. Традиційно досліджувались ролі класової належності у формуванні політичних перспектив індивідів, особливостей ідентифікації окремих соціально-демографічних і статусних груп.

У 1990-х роках провідними стали дискусії щодо глобалізації та інформаційного суспільства у контексті формування політичної ідентичності. У науковій моді було прийнято висловлюватись про зменшення значущості національної держави та інших класичних політичних інститутів у формуванні

політичної ідентичності, а пояснювалось це тим, що на тлі зростання потенціалу наднаціональних об'єднань (наприклад, Європейського Союзу), та розвитку транскордонних міжрегіональних зв'язків національна держава ніби зникає. Натомість за умов глобалізації етнічна ідентичність не просто пов'язана із політичною самоідентифікацією, а й сама набуває політичного характеру – це приклад втраченої ідентичності, яка наче б то існує, але є безголосою, і може проявитись лише за певних умов. Спосіб життя в різних державах стає більш уніфікованим, але спостерігається тенденція до збереження власної культурної та мовної окремішності [31, 123].

Важливий концептуальний внесок робить теорія проектування майбутнього М. Кастельса, який описуючи «суспільства майбутнього» як інформаційні, акцентується на тому, що влада більше не є складовою інститутів (держави), організацій (капіталістичних фірм) або носіїв символів (корпоративних ЗМІ та церкви). На думку іспанського соціолога, криза двох головних інститутів індустріального суспільства – сім'ї та національної держави, призвела до пошуку нової мережі соціальних зв'язків на основі мінливої ідентичності. Тепер влада належить інформаційним кодам, на підставі яких суспільство організовує соціальні інститути. Політичні партії вичерпали свій потенціал. Політичні доктрини, які беруть свої витoki з часів Великої французької революції, на кшталт лібералізму або соціалізму за нових соціальних умов та контекстів виявляються позбавленими свого практичного сенсу. У постіндустріальному інформаційному суспільстві ідея захисту особистості та її унікальності заміщує ідею класової боротьби. Відштовхуючись від цього, М. Кастельс виокремлює три типи ідентичності [31, 124]:

- 1) легітимну ідентичність, породжену індустріальним суспільством з його традиційним розумінням громадянського суспільства та національної держави;
- 2) ідентичність опору, пов'язану із переходом до нового типу цінностей

3) проективну ідентичність, яка визначається формуванням особистості-суб'єкта.

Таким чином, політична ідентичність визначається одночасно у трьох вимірах як:

- 1) Система традиційних установок громадян, що зумовлюють їхнє ставлення до суспільних та державних інститутів
- 2) Система цінностей, що виникає у представників певних соціальних груп унаслідок опору зовнішнім впливам і вможливує для них збереження або підтримання власної самобутності
- 3) Спосіб організації власної суспільної та політичної активності особистості

«Третя хвиля» (1990-ті – початку 2000-х рр.) характеризується усвідомлення прикладним призначенням вивчення різних моделей політичної ідентичності в країнах Євросоюзу. Вектор дискусій повернувся в бік новоспеченої концепції під назвою «політика ідентичності», головною рисою якої є дуалізм об'єкта аналізу: установки індивідуальної політичної свідомості вивчаються у комбінації з наслідками запровадження політики мультикультуралізму та толерантності щодо мігрантів та представників нехристиянських релігій. Політичну ідентичність тепер визначається як сукупність наднаціональних ідеологічних цінностей та політичних уподобань, об'єднаних за цивілізаційними ознаками. «Третя хвиля» акцентує увагу на взаємозв'язку національної (загальногромадянської) та етнічної ідентичностей [31, 124-125].

Н. Кристенсен (N. Kristensen) у статті «Значення та виміри політичної ідентичності» розглядає перелік підходів до концептуалізації поняття «політична ідентичність», починаючи з марксистського та диспозиційно-структурального підходу П. Бурдьє, підкреслює, що всі ці підходи є досить обмеженими, тому що охарактеризовують будь-яку ідентичність (в тому числі й політичну), як продукт соціально-економічної структури. Тобто, індивід залежно від своєї позиції в системі виробництва або в соціальній структурі

приречений обирати заздалегідь віддетерміновану ідентичність. Проте сфера політики має певну автономію у вигляді таких чинників як культура, ціннісні орієнтації, які не вкладаються в зазначені концепції. Хоча деякі науковці критично ставляться не лише до окремих концепцій політичної ідентичності, а й до використання концепту ідентичності загалом. Наприклад, Р. Брубейкер (R. Brubaker) та Ф. Купер (F. Cooper) скептично оцінювали інструментальний потенціал концепції ідентичності для соціологічного аналізу. Американські науковці пропонують замість ідентичності вивчати ідентифікацію, переходити від дослідження груп до вивчення проектів їх створення, що, на їхню думку, дає змогу акцентувати увагу на процесі, який розкриває способи бачення, інтерпретації та репрезентації реальності і наближає соціологів до практики [31, 126].

## **1.2. Соціологічне моделювання конструювання регіональної політичної ідентичності у всеукраїнських друкованих медіа.**

Політична ідентичність декларує себе як асоціювання індивіда із певною соціальною групою. З одного боку це партійна ідентичність, з іншого – національна або ідеологічна. Така групова ідентичність формується у межах аудиторії відповідного джерела масової інформації, яке володіє ресурсами впливу на аудиторію, потенціалом для створення та подальшого розвитку групових смислів, конструювання символічної та ідеологічної матриці для підтримки єдності.

В. Малінін зазначає: *«У процесі теоретичного аналізу політичної ідентичності необхідно враховувати такі характеристики, як історичні умови, особливості етнічного складу населення, релігії та конфесії, представлені на даній території, рівень урбанізації, політичну культуру та рівень інституціоналізації влади та громадянського суспільства»*. Політичні ідентичності індивідів зазнають суттєвих трансформацій під впливом ЗМІ шляхом певних практик та комунікативних технологій, зокрема, маніпулятивних [20].

Епістемологічна невизначеність дефініції «ідентичність» («політична ідентичність»), неоднозначна інтерпретативність, через ставлення до поняття, як до того, що само собою розуміється, ускладнює дотримання рамок предметного поля його аналізу і застосування в межах політичної чи соціальної науки. Відтак, актуальним залишається теоретичні напрацювання щодо поняття «ідентичність», а також визначення його основних вимірів [34].

Г. Міненков визначає три основні методологічні підходи: примордіалізм, есенціалізм і конструктивізм. У дослідженні регіональної ідентичності особливу роль відіграють примордіалізм і конструктивізм [21]. Примордіалізм наголошує на колективних діях символічного (ритуального) характеру, а також на емоційному значенні групової приналежності. Етнічність – це міжпоколінна сукупність людей зі стійкими мовно-культурними та психічними особливостями. Ключовим ментальним конструктом примордіалізму виступає усвідомлення необхідності належності до однієї спільноти та підкреслене відокремлення від інших. Натомість для конструктивістів ідентичність не сприймається як даність – це своєрідний результат самопрезентації: іманентної та контекстуальної. Ідентичність має соціальний характер і є продуктом соціальної взаємодії [23].

Ю. Качанов визначає ідентичність як є ознаку «входження» особистості в соціальну позицію. Основну роль у формуванні ідентичності, на думку багатьох дослідників, відіграють культурні чинники. Значення культурного чинника у визначенні ідентичності наголосила відома дослідниця в галузі українського краєзнавства Л. Нагорна, відносячи до терміну «ідентичність» культурну норму, яка відображає емоційні реакції спільнот та індивідів. Ідентичність є результатом процесу ідентифікації, що виконує функції самоопису та самовизначення. Таким чином, ідентичність можна розглядати як результат процесу ідентифікації, що показує психологічні та соціальні механізми формування ідентичності, а в широкому сенсі – як процес формування, функціонування та розвитку ідентичності суб'єкта. Особливість

цієї суб'єктивності полягає в тому, що вона має суб'єктивно-рольовий, функціональний, сконструйований характер [10, 496-497].

Згідно з думками Б. Гентрі (B. Gentry), *«ідентичність формує багато аспектів життя: від того, як ми бачимо світ, до того, як ми поводимося»*. Автор вважає, що *«поняття політичної ідентичності найкраще можна зрозуміти як внутрішню розповідь про своє політичне «я»*. *Ідентичність – це історія, яку ми розповідаємо собі та іншим про те, хто ми є, ким ми були і ким ми бачимо себе в майбутньому»*. Соціально-психологічний підхід (**соціальний конструкціонізм**) розглядає «Я» людини як динамічну взаємодіючу з навколишнім світом сутність, а не ізольовану автономну. Диспозиції особистості та її ідентичності набувають мінливості в соціальній взаємодії. Ідентичність – це структуруючі та обмежуючі спілкування дискурси в контексті взаємодії. Зокрема, С. Віддікомб (S. Widdicombe) і Р. Вуффітт (R. Wooffitt) визначають ідентичність як відкритий для змін продукт соціальної взаємодії. Таким чином, ідентичність – це не даність, вона завжди чимось обумовлена [17].

Існує такий вид політичної комунікації як символічна політика. С. Поцелуєв вважає, що вона націлена не на раціональне осмислення, а на нав'язування стійких смислів шляхом відтворення образів та візуальних ефектів. Символічна політика – це не просто дія з використанням символів, а дія, яка виступає як символ» [28].

Комунікативна практика доводить, що символічна політика реалізується в межах моделі *«суб'єкт-об'єкт»* та *«суб'єкт-суб'єкт»*. У першій моделі, що є властивою для національного рівня, влада виступає як одноосібний суб'єкт, що здійснює своєрідне символічне насилля над соціумом-об'єктом. Друга модель, характерна для рівня регіональної та локальної символічної політики, передбачає формально символічну рівність щодо семіотичного конструювання політичного дискурсу [29].

Технології символічної політики є важливими засобами досягнення ідеологічних та інформаційно-комунікативних цілей у політиці. Сучасні



технології взаємодії влади та суспільства, такі як електронні прийоми, портали обговорення законопроектів, блоги політиків, ЛСД (лідери суспільної думки) пробують створювати образ прозорої та ефективної влади. Технологічні засоби символічної політики стають важливими інструментами в процесі мобілізації населення. Такі технології, як зміна символів, створення та відновлення пам'яток, організація святкових заходів, виступають як засоби формування різних групових ідентичностей, у першу чергу – локальних.

На думку О. Морозової, локальна ідентичність як загальне почуття причетності може реалізовуватися через ідентифікацію з окремими елементами [22, 143]:

- 1) *ідентифікація з малою батьківщиною – місцем народження;*
- 2) *ідентифікація з особливостями ландшафту і клімату;*
- 3) *ідентифікація зі значимими історико-культурним подіями;*
- 4) *ідентифікація з видатними постатями: відомими історичними та сучасними особистостями, з близькими, друзями, колегами по роботі;*
- 5) *ідентифікація з економічної спеціалізацією територій і рівнем соціально-економічного розвитку;*
- 6) *ідентифікація з особливими рисами, які приписують колективній поведінці.*

Залучаючи важливі для суб'єкта культурно-історичні, соціально-економічні та геополітичні смисли в політичне життя регіону, органи влади здатні конструювати регіональну політичну ідентичність, використовувати підтримку жителів у політичних цілях. Таким чином, структуру регіональної політичної ідентичності доцільно представити у вигляді таких базових елементів:

- 1) *звернення до локальної географії;*
- 2) *значимі місця регіону, символічний центр;*
- 3) *символічні цінності локальної ідентичності (предмети гордості, значимі історичні події);*
- 4) *пантеон героїв – реальних та міфічних;*

- 5) уявлення про структуру спільноти;
- б) ритуали відтворення ідентичності (загальні свята, регулярні спільні масові заходи).

Символічні засоби – особливий ресурс, що дозволяє конструювати єдину спільноту, легітимізувати існуючий порядок речей і мобілізувати громадян на спільні дії за допомогою формування почуття спільності. До символічних вимірів політики ідентичності можуть бути віднесені топоніміка, міські культурні ландшафти, міські пам'ятники, державні ритуали, символи – все те, що може бути наочно сприйнято громадянами в повсякденному житті, те, що конструює смисли повсякденності соціального світу і втілює політичну пам'ять спільноти. Певний тип репрезентації минулого знаходить своє відображення в особливих практиках комеморації, а «загальноприйняті» уявлення про минуле є однією з головних опор ідентичності сучасних політичних спільнот.

Пам'ять у політиці ідентичності виступає як комплекс комунікативних структур, синхронізуючих соціальні очікування. Такий комплекс підтримується символічним дизайном. Для трансляції політики пам'яті створюється «символічний контейнер» соціальної ідентифікації або, іншими словами, ряд символічних комплексів. У ряду цих символічних комплексів знаходяться міф і ритуал, які виступають важливим символічним компонентом політичної ідентичності, у зв'язку із чим С. Поцелуєв зазначає: *«В сучасних суспільствах політичний міф визначає рамкові умови сприйняття та інтерпретації політичної реальності, формулює певну політичну онтологію і тим самим захищає політичне ігрове простір»* [27].

Міф конструює політичну ідентичність. Приймаючи на віру той чи інший міф, індивіди ототожнюють себе з конкретною політичною роллю і набувають ідентичність. Більше того, політичний міф вводить бінарну опозицію «друг-ворог», «ми-вони», «свої-чужі» – він створює когнітивний фундамент політичної ідентичності, світоглядну картину для кожного, хто залучений у політичне співтовариство. Міф пояснює політичну реальність,

емоційно насичуючи її завдяки персоналізації політичних сил і тенденцій. За допомогою міфу політична реальність осмислюється в контексті історичної пам'яті, а людина стає ідеологічно «дієздатним» актором у політичній сфері». Політичні міфи у вигляді образів постачають необхідний рівень політичного знання про буденність і формують політичну ідентичність. Ідентичності формуються, трансформуються і закріплюються завдяки політичним ритуалам, які є символічним засобом відтворення політичних міфів. Роль ритуалів у символічній політиці залежить від ідеологічних і культурних функцій політичних міфів, які порівняно з міфами традиційних товариств вільні від релігійного наповнення і знаходять технологічний потенціал.

Серед основних інструментів найчастіше використовується політичний міф та політичний ритуал. Символічний потенціал міфу та ритуалу в умовах комплексних комунікативних структур використовується владою в процесі здійснення політики ідентичності та політики пам'яті, тобто, цілеспрямованої діяльності з конструювання єдиного політичного співтовариства, що має спільні риси та цілі.

Таким чином, ключовий момент політики пам'яті – висвітлення і підкреслення в колективній пам'яті певних подій, які конструюють спосіб розуміння політичних подій в теперішньому часі. Друга вісь символічного самовизначення – просторова. Саме тут розуміється специфіка території, заповнена характерними для неї символами і закріплення в текстах, які транслуються від покоління до покоління. І найбільше це зберігається саме на локальному рівні. Отже, наразі актуально є не лише побудова привабливого образу своєї території, але і конкретно-наукове вивчення змістовних особливостей локальних та регіональних ідентичностей, вивчення процесів, притаманних внутрішньому стану сучасних регіонально-локальних соціокультурних товариств.

Мас медіа впливають на процес формування ідентичності будь-якого типу, що зумовлено потребою у визнанні індивіда, який асоціює і відносить себе до певної референтної групи. Мас медіа репрезентує ідентичності у

соціальному просторі в силу прагнення індивідів бути почутими. ЗМІ стають містком між представниками різних ідентичностей. Залежно від теоретичних підходів, дослідники виокремлюють індивідуальну або колективну ідентичності. Саме в межах останньої прийнято говорити про політичну ідентичність. В умовах глобалізації політична ідентичність громадян формується під впливом цивілізаційної ідентичності.

Автори *теорії порядку денного* (agenda setting) в ході дослідження мас-довели, що мас-медіа дотримуються спільних пріоритетів під час відбору основних тем для висвітлення. Тобто, одні події висвітлюють у мас-медіа, інші – замовчують. Привертання уваги суспільства до певних проблем робить останні актуальними, хоча інколи вони можуть бути досить далекими від справжніх потреб аудиторії. Мас-медіа нерідко самі конструюють проблеми, привертаючи до них увагу аудиторії. М. МакКомбс (M. McCombs) і Д. Шоу (D. Shaw) дотримувались такої позиції. При цьому штучно неможливо створити актуальну проблему – натомість зміщуються акценти й утримують на них увагу аудиторії протягом певного часу. Ця теорія розглядає насамперед сферу інформування, але саме в цьому моменті відбувається активне формування громадської думки (відтак і політичної ідентичності). Автори теорії особливо підкреслювали той факт, що медіа не лише повідомляють про подію, а й визначають міру важливості та пріоритетність того чи іншого інформаційного приводу. Особливо в період передвиборних дебатів визначається міра важливості окреслених кандидатами проблем, що, безумовно, залишає відбиток на електоральному виборі, так як аудиторія схильна голосувати за тих, хто вправніше обіцяє розв'язати актуальні проблеми [16, 198-200].

М. МакКомбс виділив умови, достатні для досягнення ефекту від передачі інформації:

- 1) *регулярність і тривалість передачі інформації*, тобто як довго вона діє на аудиторію;

2) *близькість до безпосереднього досвіду індивіда* – інформація, яка не стосується цього досвіду ефективніше впливає на установки індивіда

Більшість відомостей про навколишній світ (особливо в галузі політики) індивід отримує через ЗМІ. При цьому, як ми вже зазначили вище, медіа не просто повідомляють про події, а за допомогою різноманітних комунікативних засобів акцентують увагу на одних новинах за рахунок інших. Таким чином структуруються погляди «інфоспоживачів» та вибудовуються шкали пріоритетів подій. Тобто, «порядок новин» стає певною мірою порядком сприйняття суспільством навколишнього світу. Дослідники поділяють погляди свого попередника Б. Коена (В. Cohen), який вважав, що хоча медіа і не визначають, що думати людям, але вони часто впливають на те, про що думають люди. Іншим натхненником теорії порядку денного вважають видатного американського журналіста й соціолога У. Ліппманна (W. Lippmann), однією з тез якого було те, що новинні медіа відкривають вікно у світ, який існує за межею безпосереднього досвіду, і визначають сприйняття цього світу. Тобто, людина сприймає не реальний, а квазісвіт або псевдосвіт, породжений ЗМІ. Багато подій і не існувало би взагалі для широкого загалу, якби вони [події] не з'являлись у псевдосередовищі. Отже, основне положення теорії порядку денного полягає в тому, що *теми, на яких фокусується увага в новинах, із часом публіка почала сприймати як важливі, тобто медійна програма задавала порядок денний громадській програмі* [16, 199-200].

Г. Фанкхаузер (G. Funkhouser) проаналізував новини В'єтнамської війни у 1960-х рр., реакцію на них з боку медіа й пересічних американців. Виявилось, що пік медійної активності збігається не на моменти загострення ситуації, а після них. Відповідно і загострення реакції американців «запізнювалось» порівняно з реальними подіями, але чітко збігалось з піками медійного висвітлення [16, 200-201].

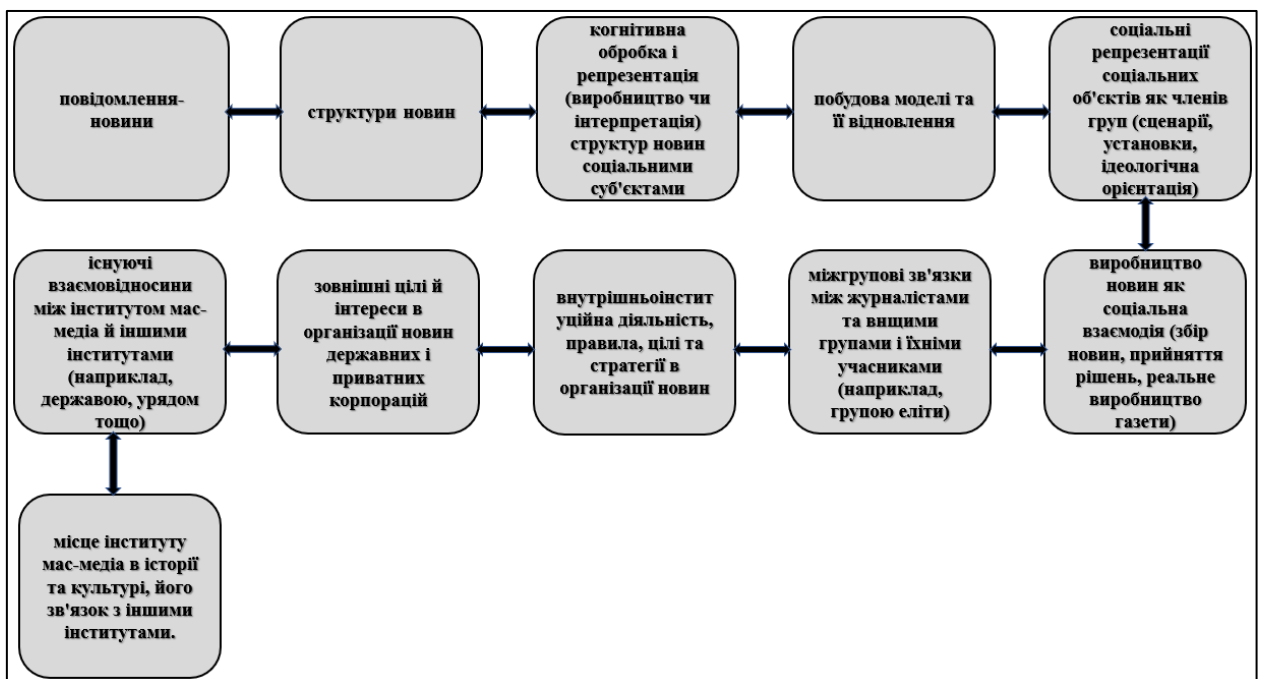
Було встановлено три основних моделі порядку денного:

- 1) *модель уваги*, коли увага реципієнтів зосереджується на темах, встановлених медіа;

- 2) *модель особливості*, виділення реципієнтами певних тем під впливом мас медіа;
- 3) *модель пріоритетності*, яку знов-таки для реципієнтів встановлює мас-медіа.

Підкреслимо ще раз, що ефект від порядку денного мінімальний у випадку, якщо «інфоспоживач» особисто зіштовхується з проблемою у повсякденності, і максимальний, якщо це стосується теми, котра реципієнтам не відома на власному досвіді.

Серйозний внесок в аналіз виробництва новин належить Т. ван Дейку (T. van Dijk). Він запропонував дискурсивний підхід до вивчення медіа-текстів. Тобто, медіа-контент має вивчатися у контексті соціокультурної діяльності, аналізувати їхню структурну організацію. Т. ван Дейк аналізував зв'язки між новинними повідомленнями, їхньою структурою, процесом їх виробництва і сприйняття, діяльність журналістів і їхній соціальний статус, вплив соціальних репрезентацій, інституціональні та структурні взаємовідносини. Ось ланцюжок, який він пропонував:



**Рисунок 1. Ланцюжок новинного виробництва за Т. ван Дейком.**

В аналіз новин вводилось поняття макроструктури для опису глобального змісту і зв'язаності дискурсу. Форму новинного дискурсу задають

схематичні структури (так звані *суперструктури*). Під час обробки новин індивіди керуються своїми переконаннями й установками, дістаючи з пам'яті та знань компоненти, які допомагають сприймати новини. Нідерландський лінгвіст дійшов висновку, що виробництво новин є не простий і пасивний процес, а набір конструктивних стратегій, який перебуває під соціальним та ідеологічним контролем [16, 208-209].

Основними механізмами конструювання політичної ідентичності через ЗМІ є впровадження у суспільну свідомість певних установок, стереотипів, стікання певних суспільних настроїв та моделювання громадської думки. На жаль, регіональні ЗМІ не завжди дотримуються політики консолідації, політичного консенсусу та толерантності під час виборчих кампаній, висвітлення подій, що відбуваються в державі, сприяє ще більшій поляризації українського суспільства. Наприклад, дослідницький дискурс-аналіз національної преси 2004-2005 років. Щодо змісту та форм національної ідеї в Україні вони продемонстрували, що у важкі часи ескалації протистояння не виявили достатньої консолідації. Залишаючись переважно рупором настроїв, які домінували в кожному з регіонів, вони добровільно чи мимоволі розпалюють конфронтацію.

### **Висновки до розділу I**

Політична ідентичність має досить довгу традицію дослідження приблизно з початку другої чверті ХХ століття. Причому науковий інтерес був присутнім не лише з боку політологів – це питання цікавило соціологів, психологів та етнологів також. Станом на сьогодні політична ідентичність залишається відкритим конструктом, який закликає до вдосконалення на розширення теоретичних надбань.

Найбільш плідно концептуальні розробки здійснювались у три хвилі:

- 1) представниками так званого «мічиганського проекту», які подарували світу концепцію «американського виборця», та британськими дослідниками, які підняли питання щодо проблематики електорального вибору у контексті політико-ідеологічних флуктуацій;

- 2) європейськими дослідниками 1970-х рр., які відчули віяння нової епохи та сформулювали концепцію глобалізації та її наслідків для ідентичності тогочасних індивідів;
- 3) дослідниками «третьої хвилі», яка характеризується усвідомленням прикладним призначенням вивчення різних моделей політичної ідентичності в країнах Євросоюзу, коли вектор дискусій повернувся в бік концепції «політики ідентичності», де визначну роль відіграють наднаціональні ідеологічні цінності та політичні вподобання. наних за цивілізаційними ознаками.

Політична ідентичність є похідною від соціальної ідентичності. За своєю природою вона раціональна і рефлексивна. Індивід співвідносить свою статусну позицію, систему політичних поглядів та цінностей з відповідним набором інших осіб або з політичними суб'єктами: держава, політичні партії, групи інтересів чи масові рухи. Узагальнюючи різні підходи до визначення політичної ідентичності можна резюмувати, що політична ідентичність утверджується в процесі відношення людини до інших індивідів та політичних інститутів на основі її ідейно-політичних цінностей та вподобань. Найбільш значущі індивідуальні політичні позиції та орієнтації значною мірою визначають електоральний вибір та інші форми політичної поведінки. Формування ідентичності в постмодерністському суспільстві є більш комплексним процесом навіть порівняно з дисциплінарним модерністським суспільством, в якому держава та ідеологія відігравали особливу роль у побудові політичної ідентичності. Постмодерністське суспільство, як мережевою структурою втрачає цінність ідеології та державності, дещо розмиваючи національну самоідентифікацію. Ще однією характерною тенденцією є підвищення національно-культурної самобутності етнічних та конфесійних меншин, субкультур, що посилює роздробленість національно-державних спільнот. Співіснування множинних ідентичностей у межах однієї політичної системи збільшує ризики конфлікту між соціальними групами, незважаючи на спроби сучасних держав, використовуючи різні моделі



політики<sup>8</sup>. Тому завданням сучасних постмодерністських держав є побудова такої універсальної моделі політичної ідентичності, яка б консолідувала суспільство на основі норм і цінностей, які сприймаються всіма членами суспільства. При цьому основним механізмом формування будь-якої моделі ідентичності є опора на культурні, цивілізаційні та соціальні пріоритети та практики, які існують у суспільстві. Регіональна ідентичність відноситься до колективного типу політичної ідентичності і є одним із основних елементів побудови «регіону» як специфічного соціально-політичного простору. Регіональна ідентичність конструюється через розуміння зв'язку між громадою та простором в історичному та культурному політичному контексті.

Конструювання, трансляція та підтримка певних ідентифікаторів, зокрема, в контексті політичної ідентичності лежить і на медіа, як на псевдосередовищі, в межах якого новини, ті повідомлення, що призначені для реципієнта, структуруються та подаються таким чином, що реципієнт сприймає когнітивні обробки, образні репрезентації, сюжети, наративи та ідеологічні конструкти «правильно» з точки зору суб'єктів політичної комунікації, якщо притримуватись моделі «*суб'єкт-об'єкт*». Лідери громадської думки є одним з найбільш ефективних інструментів поширення політичних дискурсів на маси реципієнтів. Такий процес виробництва новин є не спорадичним, а носить вельми інституційний характер, що означає узгодженість політичного дискурсу з групами еліт, представниками влади або певними корпоративними інтересами. З цієї тези можна зробити висновок, що не буває воістину незалежних ЗМІ – є лише медіа, які прямо<sup>9</sup> або опосередковано<sup>10</sup> залежні.

У наступному розділі будемо звертатись до напрацювань переважно вітчизняних вчених, які просто блискуче та бездоганно пояснили контекст формування української регіональної політичної ідентичності та умови її

---

<sup>8</sup> Наприклад, «плавильний котел» або «мультикультуралізм»

<sup>9</sup> Знаходяться під впливом, наприклад, політичних партій і є глашатаями політичних партій. Якщо пригадати американський контекст, то прикладом можна навести трансляцію республіканських поглядів у Fox News або підтримку цілої ідеологічної екосистеми демократичної партії з боку New York Times або Washington Post.

<sup>10</sup> Мовиться здебільшого про блогерів, політичних оглядачів, чії погляди, якщо виключити фактор фінансування, можуть бути навіяні певними соціокультурними контекстами.

дослідження. Зокрема, поділимося результатами авторського соціологічного дослідження та розкриємо глибше методику збору та підходи до аналізу даних.

## РОЗДІЛ II. РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИЧНА ІДЕНТИЧНІСТЬ КРИЗЬ ПРИЗМУ ВСЕУКРАЇНСЬКИХ ДРУКОВАНИХ МЕДІА: ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТ

### 2.1. Специфіка соціологічних досліджень політичної ідентичності в українських реаліях. Вторинний аналіз.

У сучасній українській соціогуманітарній науці викристалізувалась важлива дослідницька тематика регіональних ідентичностей у сукупності з проблематикою мови та історичної пам'яті із врахуванням контексту регіональної відмінності. Мислення, скероване уніфікаційною стратегією владарювання несе в собі загрозу, оскільки має установку на спрощення й тотальність. Звідси й випливає концепція «двох Україн». Слідуючи за цією логікою, доводиться звертатись до моностілізму, тобто ієрархії, згідно якої треба буде оцінити різні варіанти української культури з точки зору ступеня їхньої «українськості». За цим слідує канонізація, коли «найукраїнськіший» варіант мислення та поведінки має бути закріплений жорсткими нормативами, а «чужі» прояви культурних моделей мають бути витіснені та виключені з актуального соціокультурного простору. Тому, початок позбавлення ілюзій щодо реалій українського соціокультурного простору лежить у розумінні та прийнятті факту існування регіональних відмінностей. Бо застосування міфу «двох Україн» у політичній риторичі несе в собі пресупозицію *«підтримуй своїх, бо прийдуть інші»*, і містить ставлення до цього іншого як до чужого і обов'язково ворожого. Тому варто шукати комунікаційні схеми сприйняття Іншого між представниками різних регіонів. Необхідна реконструкція уявлення про полярність регіонів шляхом розвитку регіоналістики, оскільки, на нашу думку, наявність специфічних культурних та соціально-економічних відмінностей між Донбасом та Галичиною не є достатньою підставою для розвитку риторики ворога [30, 7-8].

На дослідницьку увагу заслуговують не тільки взаємні стереотипи заходу та сходу України, сформовані значною мірою упередженими фільмами радянських часів та радянськими підручниками історії, а й глибші

«упередження здорового глузду». Досить багато уявлень українського суспільства про себе з середини 1990-х рр. зазнало значних змін. Це стосується, зокрема, ототожнення культури та держави. Тобто уявлення, що культурна гомогенність<sup>11</sup> з плином часу потребує єдності політичної організації. Сюди варто віднести й сумніви, чи українська мова є достатньо розвинутою для застосування в науці та бізнесі. Звідси ж й впливають побоювання, що державний статус української мови призведе до заборони використання російської, що, згущуючи фарби, означатиме, імператив спілкування українською у родині чи в колі друзів, або навпаки – експансивність різного роду російськомовного контенту обов’язково перетре українські культурні та мовні коди. Важливо розрізняти щонайменше два значення поняття «регіональна ідентичність» [30, 9]:

- 1) ідентифікація з регіоном («донецчанин», «львів’янин»)
- 2) особливості ідентифікаторів (вік, стать, національність, професія), що мають представники регіону

Ці два значення згодом наче сплавляються, утворюючи доволі спрощену картину, де образи «двох Україн» впорядковані за принципом бінарних опозицій та набувають радикалізованого звучання. З іншого боку, набір ідентифікаторів, похідний з етнічної та територіальної ідентичності, спрямований на асоціювання з минулим, цінностями спадкоємства й усталеністю. Ідентичності спрямовані на сучасність та майбутнє залишаються поза увагою. Ототожнення з Україною може формуватися не тільки на базі історичної пам’яті, а й через зростання української громадської ідентичності у гуманітарному контексті. Мається на увазі перемога Олександра Усика, проведення Євро-2012 в Україні, вихід збірної України у четверть фіналу Євро-2020, прогресивні наукові здобутки українських вчених і тд. Тому з точки зору формування національної ідентичності стають гуманітарні проекти. Неможливо не процитувати Ю. Сороку, яка висловила вже понад

---

<sup>11</sup> Мова, історія, культурні традиції

15 років тому і наче б то зазирнула у майбутнє: *«Безумовно основою консолідації суспільства має стати інтегральна символічна система, одним з шляхів пошуків та створення якої і є дослідження регіональних ідентичностей. Тому цінності руху в цьому напрямку мають передувати цінностям «локальних перемог», навіть якщо це стосується визнання героїв, ушанування пам'яті чи висвітлення «темних плям» історії. Це шлях переборення застарілих стереотипів, шлях самопізнання та самоусвідомлення, де важливішим є не перемога однієї зі сторін (наприклад, факт встановлення чи знесення пам'ятника), а той суспільний розголос, що утворюється завдяки актуалізації питання, те, які знання завдяки цьому публічному обговоренню перетворюються на повсякденні уявлення. Цінність компромісу, що є підґрунтям такого бачення ситуації, потребує в нашому суспільстві не тільки суспільного поширення, а й наукового дослідження, яке має базуватися на плюралістичному баченні суспільства»* [30, 10].

Потрібно розуміти, що поділи існують в усіх країнах. Наприклад, існує дві Канади: англо- та франкомовна, зорієнтовані на США і на Європу відповідно. Чи українські поділи настільки ж серйозні, як у США, де розмежування між демократами і республіканцями, насправді істотні?

Львів та Донецьк варто розглядати не як міста, а як регіони. Донбас та Галичина на повсякденному рівні продукують цілковито відмінні візії розвитку країни. Ці візії (проекти) з різним ступенем адекватності вже потім відображають ідеологи. Хоча «ідеологи» варто сприймати обережно, адже воно дещо скомпроментоване, тому в українських політичних реаліях ідеологічні концептуалізації виникають *ad hoc*, а згодом від них легко відмовляються. Візія – це духовно-практичне утворення, яке зумовлює способи сприйняття дійсності певною людською спільнотою, а також типові реакції цієї спільноти на соціальні проблеми. Для кращого сприйняття це поняття можна означувати як певний суспільний проект, який перетворюється на прогноз, що самозбувається [30, 13].

Для Донбасу українська модерна нація є співгромадянством, де етнічна приналежність не пріоритетною ознакою – це особиста справа. У межах політичної нації припускається мультикультурність, мультлінгвізм та розмаїтість стилів життя. Суспільною лояльністю є громадянська лояльність до політичної спільноти. Ця лояльність реалізується в стосунках «громадянин – нація» [30, 13].

Натомість проєкт Галичини базується на етнічній лояльності. Він прагне досягнути єдності етносу, культури та конфесії. Особливо останнє як мета, неможлива в своєму втіленні, оскільки Галичина в конфесійному плані кардинально відрізняється від решти України. Проте на повсякденному рівні в регіоні ці лояльності зростаються в єдиний духовний кластер. Обидва проєкти можуть бути цілком успішними окремо, але реалізувати їх одночасно в межах однієї країни неможливо [30, 13].

Полярність Донбасу та Галичини в регіональній системі України зовсім не означає їхню приреченість на ворогування. Просто ці два регіони є найбільш чітко оформленими регіональними спільнотами, і кожна з них має достатньо артикульовану самосвідомість. Формування в них різних суспільних проєктів примушує їх мешканців пильніше придивлятися одне до одного. Тому загалом досить аморфна регіональна система України структурується не на лінії «центр – периферія», а «Схід – Захід». Звідси й концепція про дві України, яка набула свого найбільшого розквіту на рівні політичної риторики під час президентських виборів в Україні 2004 року та внаслідок подій на Майдані та початку Українсько-Російської війни 2014 року, коли інтерпретований як російськомовний, проросійськи налаштований, схильний до лівих ідей авторитарний Схід, протиставлявся україномовному, орієнтованому на європейський вибір, демократично-ліберальному та схильному до правих сил Заходу України. Така схематизація може бути зручним політичним сценарієм, однак занадто спрощена для наукового дискурсу. Великий український простір постійно переживає соціальні

трансформації на всіх рівнях суспільного життя, що в принципі унеможливило проведення пролонгованих досліджень в умовах динамічних змін [30, 15].

Як ми вже зазначили, ідентифікаційна система галичан є більш сталою і гомогенною порівняно з нестійкою і гетерогенною моделлю донеччан. Причому для трьох поколінь львів'ян прослідковується виразне переважання етнічної ідентичності, а для донеччан основні позиції ідентифікації пов'язані із демографічними) і професійними аспектами з різною вагою для різних поколінь. Якщо у Львові до найбільш пріоритетної етнічної ідентифікації долучається й політична: націоналістичні (середнє і старше покоління) та демократичні (молодь) преференції, то у Донецьку до найрозповсюдженішої професійної ідентифікації додається соціальна (для молоді - безробітний, для старшого покоління - бідний). Варто зазначити, що для обох регіонів такий ідентифікатор як «радянська людина» практично відсутній (за винятком незначного відсотка серед старшого покоління у Донецьку). Те саме констатуємо відносно ідентифікації себе з етнічною групою росіян [35, 16-17].

В. Сусак зробив висновок на підставі опрацювання матеріалів фокус-групових дискусій 2000-2001 рр., зробленого ним у Львові і Донецьку, що львів'яни формують більш статичне соціальне середовище, тоді як донеччанам властива динамічність та менша міжгенераційна солідарність. Крім того, відірваність молодшого покоління донеччан від старшого в оцінці минулих і сучасних суспільно-політичних подій зближає ідентифікаційні моделі молодших поколінь полярних регіонів при збереженні відмінностей між середніми і старшими поколіннями в обох містах [35, 10-11].

Водночас, мова залишається етноподільним чинником. Хоча для 82,7% молодих донецьких респондентів рідною мовою була російська і водночас 68,2% опитаних називали себе українцями. Це парадоксальне явище внутрішньої розщепленості етнічної ідентичності молоді є вагомим аргументом на користь тези про формування єдиної політичної нації в Україні, коли етнічний та лінгвістичний аспекти втрачають пріоритетність і виступає

скоріше фактором політичної маніпуляції, аніж ключовим предиктором поділу на «своїх» та «чужих» [35, 12].

Щодо політичної ідентичності, то вона виражається здебільшого у вигляді емоційних побажань із політичним забарвленням, аніж у якості реальних організованих політичних рухів. До того ж ситуативний фактор говорить про те, що зі зміною політичної кон'юнктури зміниться й політичні пререференції, запити [35].

Додатковою тезою щодо дихотомії «Захід-Схід» в українському суспільстві виступає відсутність чіткої візії необхідного для України суспільного договору як серед Галичан так і серед жителів східної України. Аморфність у поглядах відображає певний «змаргіналізований» стан українського суспільства, яке затрималося у перехідному пострадянському періоді. Хоча спільним є те, що на Заході та на Сході країни люди однаково виділяють розшарування за рівнем доходів, криміналізованість та нерівність перед законом, як найголовніші проблеми українського соціуму. Винятком хіба виступає рівень релігійності [36].

**Таблиця 2.1.**

**Регіональний розподіл відповідей на запитання  
«Якою мірою перераховані якості притаманні нашому суспільству?»**

№	Риси суспільства	Галичина, 2014 р.		Донбас, 2014 р.	
		Середнє*	Станд. відхилення	Середнє*	Станд. відхилення
1.	Справедливість	2,3	1,4360	2,7	1,5629
2.	Гуманність	2,6	1,2000	2,6	1,4117
3.	Економічна ефективність	2,1	1,2767	2,5	1,5138
4.	Рівність усіх перед законом	2,0	1,2751	2,3	1,6468
5.	Військова сила	2,2	1,3036	2,2	1,3960
6.	Культурний розвиток	2,9	1,0586	2,9	1,3059
7.	Розвиток науки	2,6	1,0151	2,8	1,3292
8.	Розвиток освіти	2,9	1,1807	3,0	1,3219
9.	Сексуальна свобода	2,3	1,5257	2,7	1,6313
10.	Терпимість до чужих поглядів	2,3	1,1212	2,4	1,2962
11.	Рух шляхом прогресу	2,3	1,1461	2,4	1,4315
12.	Криміналізованість	3,1	1,5597	3,2	1,6723
13.	Релігійність	3,5	1,1471	2,8	1,2243
14.	Взаєморозуміння між людьми	2,8	1,1162	2,8	1,3273
15.	Розшарування за рівнем доходів	3,2	1,5820	3,4	1,6584

\*Наведені характеристики вимірювалися за 5-бальною шкалою, де 5 балам відповідає варіант відповіді – «дуже сильно» якості притаманна, 4 – «значно», 3 – «середньо», 2 – «слабо», 1 – «дуже слабо», 0 – «важко відповісти». Середній бал, менший за 3, свідчить про слабку притаманність певної якості соціальній системі, а більший за 3 – середнє й більш яскраве вираження.



Тим не менш, дані, приведені Центром Разумкова (2012 р.), демонструють, що в уявленнях українців артикулюється відчуття суспільного розколу [32].

**Таблиця 2.2.**

**Регіональний розподіл відповідей на запитання «Як Ви вважаєте, чи існує розкол суспільства?», %**

	Захід	Центр	Південь	Схід
«Існує»	34,1	39,0	59,5	41,1
«Не існує»	49,0	44,8	24,8	42,9
«Важко відповісти»	17,0	16,2	15,7	16,0

Етнокультурний регіоналізм створює допоміжні труднощі у формуванні національної ідентичності та консолідації українського суспільства. Також певної уваги потребує формування на державному рівні політики ідентичності заснованої на громадянському консенсусі та демократичних цінностях, які враховують етнічні, культурні, конфесійні та лінгвістичні особливості українських регіонів. Питання консолідованої політичної ідентичності є одним з найскладніших від початку незалежності України, тому що формування політичної нації, вирішення завдань демократичних перетворень можливе лише за умови єдності в ідентифікаційних орієнтирах більшості населення. Тому пріоритетним напрямком сучасної української соціогуманітарної науки є пошук ефективних засад розвитку ідентичності, нових форм та інструментів консолідації громадян шляхом формування «проектної» ідентичності та відповідного суспільного запиту на неї. Основним завданням політики ідентичності в цей період є формування такої загальнонаціональної ідентичності, яка виявлялася не лише в колективному позиціонуванні відносно інших національних держав як основи цілісності нації, а й як предмет узгодження того, як така спільнота репрезентує соціальні цілі та принципи. Саме в цьому сенсі політична ідентичність виступає основою і механізмом соціальних трансформацій. Станом на сьогодні очевидно, український шлях до демократії виявився нелінійним і набагато

складнішим, ніж це здавалося на початку соціальних реформ, що супроводжується глибоким системним суспільним розколом та кризою політичної ідентичності українців.

Сьогодні науковий дискурс свідчить про необхідність вивчення джерел специфічного розвитку українських регіонів з урахуванням їхніх історичних, соціально-економічних, цивілізаційних, культурних та політичних особливостей. Головним «регіоналізатором» була історія, яка визначила відмінності й особливості соціально-економічного становища Південного Сходу, Західної України та Наддніпрянщини. Основними чинниками «регіональності» Південного Сходу та Заходу України є [10, 493]:

- 1) різні темпи та засоби асиміляції, зумовлені перевагою тих чи інших конфесій, сусідніх культур, відмінностями в уявленнях про владу, власність та інші категорії;
- 2) «розчинення» українства у низці регіонів з поліетнічним населенням Росії, яке втілювалось імперським урядом наприкінці XVIII – другій половині XIX ст., у процесі індустріалізації Донбасу, а також у радянський тоталітарний період, особливо після 1939 р.

Наслідком тривалого і складного процесу формування етно-політичної специфіки регіонів сучасної України стало формування регіональних особливостей самоідентифікації під впливом політичних, історичних, соціально-економічних факторів. Тому в сучасності спостерігаються преференції багатовекторності (гео)політичного спрямування, неоднотайна оцінка минулого та візія перспективи майбутнього України.

Регіональна полярність актуалізується в кризові часи зміни. Нагальною потребою для вирішення суспільно значущих проблем стає мобілізація та єдність широких верств населення під впливом політичних еліт та груп інтересів. За таких обставин етнічна та регіональна ідентичності стають ключовими факторами формування політичної ідентичності. Прикладом використання регіональних відмінностей у політичних цілях є виборчі кампанії XXI століття та трагічні події 2014 р. на південному сході України.

Майже 20 років основою політичної боротьби в Україні була не концептуальна конкуренція, а конфліктологічні технології, засновані на моделюванні «образу ворога», поділі України на регіональні сегменти та використанні політтехнологіями «двох українських конструктів». Формування етнорегіональної політичної ідентичності особливо актуалізується у такому сприятливому контексті. Політичної еліти також виступає актором посилення акценту на локальних соціокультурних відмінностях або соціально-класових протистояннях [10, 495].

В українському науковому дискурсі існує багато підходів до визначення регіону. Загалом більшість вчених сходяться на думці, що проголошення сукупності територій регіоном можливе лише за наявності певних ознак:

- спільності історичної долі;
- культурних особливостей групи (матеріальних та духовних);
- географічної єдності території;
- уніфікований або спільний тип економіки;

Це поняття досить багатогранно розкривається в міжнародно-правовій практиці міждержавних відносин. Зокрема, Хартія регіоналізму Європейського Парламенту (1998 р.) трактує регіон як однорідний простір, що характеризується фізико-географічною, етнічною, культурною спільнотою, а також спільною економічною структурою та історичною долею [1].

За різними критеріями в сучасній Україні налічується від 3 до 11 регіональних утворень. Досліджуючи регіональні особливості етнополітичних процесів в Україні, авторський колектив<sup>12</sup> Інституту політичних та етнічних досліджень імені Кураса НАН України у монографії «Етнополітичні процеси в Україні: регіональні особливості» виділив чотири макрорегіони у вітчизняному публічному просторі: Західний, Центральний, Південний та Східний.

---

<sup>12</sup> М. Панчук (керівник), В. Євтух, В. Войналович, В. Котигоренко, О. Калакура, Н. Кочан, Н. Макаренко, Т. Горбань, А. Ляшенко, Л. Ковач

Вчені віднесли вісім найбільші західні області до Західного макрорегіону – Волинська, Рівненська, Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Хмельницька, Закарпатська та Чернівецька<sup>13</sup>.

Центральний макрорегіон складають Житомирська, Вінницька, Кіровоградська, Черкаська, Полтавська, Сумська, Чернігівська, Київська області та м. Київ<sup>14</sup>.

До Південного макрорегіону входять Дніпропетровська, Одеська, Миколаївська, Херсонська, Запорізька області та Автономна Республіка Крим<sup>15</sup>. До східного макрорегіону вчені віднесли три найсхідніші області – Харківську, Донецьку та Луганську<sup>16</sup>.

Автори також звертаються до досвіду соціокультурних регіонів України: Закарпаття, Східної Галичини, Волині, Дніпра, Поділля, Слобожанщини, Донбасу, Криму, Північного Причорномор'я [26].

У дослідженні Центра Разумкова 2016 року «Ідентичність громадян України в нових умовах: стан, тенденції, регіональні особливості» використовували такий поділ України на регіони [6, 58-64]:

- *Захід*: Волинь, Закарпаття, Івано-Франківськ, Львів, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області;
- *Центр*: місто Київ, Вінницька, Житомирська, Київська, Кіровоградська, Полтавська, Сумська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська області;
- *Південь*: Миколаївська, Одеська, Херсонська області;
- *Схід*: Дніпропетровська, Запорізька, Харківська області;
- *Донбас*: Донецька та Луганська області.

Відмінності в історичному досвіді різних регіонів України вплинули на соціокультурну та мовну структуру їх мешканців. Як показали результати міжрегіонального соціологічного дослідження 2014-2015 рр. Мовна та культурна диференціація справді близька до регіональної та політичної

---

<sup>13</sup> 23,2% населення за переписом 2001 р.

<sup>14</sup> 30% населення за переписом 2001 р.

<sup>15</sup> 27% населення за переписом 2001 р.

<sup>16</sup> 21% населення за переписом 2001 р.

диференціації. У зв'язку з цим автори національної доповіді «Україна: шлях до консолідації суспільства» виділяють такі історико-культурні регіони України:

- *Галичина та Волинь*: з домінуванням української мови та українсько-європейської (меншою мірою на Волині) культурної самобутності;
- *Центральна та Північна Україна* (Київ, Чернігів, Поділля, поворот, Центр і, меншою мірою, Закарпаття та Буковина): з переважанням української мови та українсько-європейської культурної самобутності;
- *Південна та Південно-Східна Україна*: з переважанням російської мови та слов'яно-радянської культурної самобутності
- *Донбас*: аналогічно до попереднього регіону – з домінуванням російської мови та слов'янської радянської культурної самобутності;
- *Столиця* (Київ): російсько-український білінгвізм та європейсько-українська культурна ідентичність, через що Київ відокремлений від решти типів у культурному сенсі.

За словами Л. Угрин, окрім Західної та Східної України, не варто ігнорувати існування ще двох великих регіонів – Центру та Півдня, які характеризуються як спільними, так і відмінними рисами із Заходом та Сходом. Центр має великий консолідаційний потенціал для синтезу регіонального розмаїття України. Крім того, і Схід, і Захід також регіонально диференційовані, наприклад, на Заході є ще чотири субрегіони – Галичина, Волинь, Закарпаття та Буковина. Тим не менш, регіональні ідентичності Західної та Східної України є найбільш акцентованими та символічними в масовій свідомості, ЗМІ, політичному дискурсі, науковій літературі, а також найбільше впливали і впливають на суспільно-політичні процеси в сучасній Україні. Кожен із цих регіонів характеризується своєрідним геополітичним розташуванням, особливим історико-політичним досвідом та соціокультурною своєрідністю. Вони фактично уособлюють характерні регіональні політичні культури нашої держави [33].

Як наголошує Н. Макаренко, «історично обумовлена націоналізація Заходу та інтернаціоналізація Сходу є найбільш впливовими і не менш різноманітними тенденціями, які сформували особливості національної ментальності українського населення, посилення диференціації всередині країни у межах єдиного географічного простору» [19].

Згадана вище Л. Угрин вважає, що регіональні відмінності в Україні глибші, ніж у країнах Європи, і набувають рис цивілізаційного характеру. Було сформульовано наступні тези [10, 508-509]:

- 1) *регіональні ідентичності сформувалися раніше, ніж утворилася держава;*
- 2) *регіональна ідентичності домінує (особливо на Сході та Півдні) над національною;*
- 3) *сприйняття регіональної різноманітності є спрощеним;*
- 4) *спостерігається дихотомія регіональних ідентичностей Заходу та Сходу, особливо на ідеологічному та політичному рівнях, елементи відчуженості у взаєморозумінні;*
- 5) *регіональної та політичної ідентичності є взаємозалежними;*
- 6) *спроба конструювання етнічних відмінностей (українців та росіян) є основою західної та східної ідентичності;*
- 7) *відтворення та оформлення регіональних ідентичностей в Україні знаходяться під впливом зовнішніх факторів;*

Л. Нагорна вважає, що Україна може бути типовим прикладом того, наскільки болісним і непростим може бути процес розвитку локальних ідентичностей, які за відсутності державності та «розчленування», переросли в національну ідентичність, і як після здобуття незалежності пішли за зворотною динамікою – оформленням регіональної ідентичності. Природне прагнення регіонів забезпечити власну самодостатність<sup>17</sup> стимулюють зростання регіональної самосвідомості та кристалізацію територіальних

---

<sup>17</sup> Не кажучи вже про можливі федералістські і навіть сепаратистські тенденції на місцях

інтересів. Основна увага Л. Нагорної зосереджена на розумінні ризиків і загроз, які породжує травмована історична пам'ять, антонімічність політичних орієнтацій та диверсифікація суспільної свідомості, що склалася на цій основі. Вона наголошує, що без розробки цілісної системи базових цінностей і фундаментальних принципів, здатних закріпити суспільство, Україна й надалі буде приречена на роздвоєння орієнтації, кризи ідеалів та політичне протистояння. Сьогодні, на думку автора, необхідно усвідомити, що майбутнє України як незалежної держави залежить від того, які принципи (національно-громадянські чи локально-етнічні) будуть формувати рамки ідентифікаційних практик. Відтак, чинниками регіональної ідентифікації є:

- *територіальні відносини*, що виникають на основі спільного чи сусіднього проживання представників соціальних груп різного масштабу та культурної ідентифікації,
- *символи, образи, наративи, міфи* про кордони й унікальність регіону та перспективи регіонального розвитку.

Ці підстави для консолідації регіональної громади активно підтримуються регіональними елітами та ЗМІ, стаючи невід'ємним аспектом регіональної політики.

Регіональна політична ідентичність є фундаментом у збереженні соціально-політичного простору, оскільки розвиває систему знань про край та формує відчуття «малої батьківщини», тим самим забезпечуючи належний ступінь згуртованості регіональної спільноти та визначаючи механізми соціальної взаємодії.

Результати соціологічного дослідження (2006 р.) Центра Разумкова показують, що 44,4% громадян України першочергово пов'язують себе з місцем проживання (тобто, присутній фактор локальної ідентичності). Майже третина (31,3%) декларували всеукраїнську ідентичність, 14,8% – регіональну [8]. Аналогічне дослідження 2015 року [7] демонструє наступну картину: 40% респондентів відповіли, що вони «насамперед» асоціюють себе з Україною та з конкретним місцем проживання, 11,4% респондентів вказали,

що пов'язують себе з регіоном проживання. Процес формування політичної нації стикається з низкою проблем, особливо в умовах відкритого військового конфлікту на Донбасі. У свідомості населення різко зросли страхи перед загрозою нападу зовнішнього ворога<sup>18</sup>, що призвело до консолідації цивільного населення та збільшення кількості тих, хто назвав себе громадянами України. Так, за даними Інституту соціології НАН України, відсоток тих, хто ідентифікує себе як громадянин України, зріс з 2013 по 2015 рік на 6,5% – з 51% до 57,5%. Але глибший аналіз показує, що ідентифікація жителів регіонів з українським громадянством не є однорідною. Якщо серед жителів заходу та центру країни вони вважають себе громадянами України відповідно 65% і 64%, то серед жителів Півдня – 45%, а Донбасу – лише 39%<sup>19</sup>.

Ці приклади демонструють дві тенденції [15]:

- 1) *збільшується кількість громадян, які ідентифікують себе з Україною;*
- 2) *місцева ідентичність зберігає свою цінність.*

Це пов'язано, на нашу думку, не тільки з розмиванням національної ідентичності під впливом глобальних факторів, але, в конкретно українському випадку, це також пов'язано з тенденцією посилення регіонального поділу (лінгвістичного, культурного, геополітичного) в Україні. З одного боку, регіональний розкол зумовлений об'єктивними факторами<sup>20</sup>, з іншого – ця тема активно педалюється політичною елітою з метою отримання електоральних симпатій та інших політичних дивідендів.

Регіональна ідентичність має велике інструментальне значення. Це створює механізми для забезпечення позитивної ідентичності у своїй свідомості, налаштованості на пріоритет власних цінностей, виховання самооцінки. Але вона однаково здатна стимулювати викривлені образи інших ідентичностей, манію величі та ксенофобію. Потенціал регіональних ідентичностей залежить не лише від привабливої сили тяжіння, а й від сили чи

---

<sup>18</sup> З 9,5% у 2013 році до 52% у 2015 році

<sup>19</sup> Мова йде про підконтрольні українській владі території

<sup>20</sup> Історією регіонального розвитку, етнокультурними відмінностями, особливостями економічної структури регіонів



слабкості національно-громадянської ідентичності. Ці дві ідентичності можуть доповнювати один одного, але за певних умов вони можуть чинити опір одна одній. Отже, у разі неналежної спроможності державних інституцій існує гіпотетична можливість розвитку регіоналізму за деструктивним сценарієм.

## **2.2. Опис, аналіз та інтерпретація авторського емпіричного дослідження на тему: «Конструювання регіональної політичної ідентичності в засобах масової комунікації»**

У межах прикладного дослідження об'єктом аналізу було обрано статті львівської газети «Високий Замок», реципієнти якої переважно розташовані в Західному та Центрально-Західному регіонах України. Попри те, що видання вважається всеукраїнським, надалі, ми все одно можемо робити умовиводи щодо конструювання саме регіональної політичної ідентичності – в нашому випадку, Львова та Львівської області. У часових рамках ми вирішили обмежитись до одного року<sup>21</sup>, хоча технічні можливості дозволяють охопити й більший обсяг статей.

Генеральна сукупність складає рівно 2000 статей за період від 30 жовтня 2020 року до 10 листопада 2021 року. Така кількість статей є оптимальною згідно методів Інституту вивчення суспільної думки Геллапа з урахуванням загальної помилки 2-3% при ступені надійності 95%. При цьому, збільшення вибірки до 3000 зменшить помилку лише на 1%, тому буде достатнім опрацювати наявну кількість статей. Аналізувати будемо усі опубліковані блоги, проте сфокусуємо увагу лише на публікаціях, які стосуються політичної тематики.

Емпіричної базою дослідження було обрано комп'ютеризований кількісний контент-аналіз, підкріплений модулями мови програмування Python<sup>22</sup>. В ході частотного текстуального аналізу виявимо в статтях ключові слова та знайдемо кореляції між останніми. Реалізуємо аналіз в межах моделі

---

<sup>21</sup> Жовтень 2020 – листопад 2021.

<sup>22</sup> Requests, bs4, newspaper, csv, pandas.

TF-IDF та «Bag of Words», суть яких описана нижче. Результати таких процедур стануть підґрунтям до артикуляції висновків щодо специфіки конструювання політичної ідентичності у друкованих медіа на регіональному рівні.

Початковою точкою аналізу є посилання офіційного сайту газети «Високий Замок»: <https://wz.lviv.ua/blogs?start=0>, яке дозволить провести декомпозицію веб-сайту та витягнути звідти елементи, які складатимуть зібрані дані, необхідні для подальшого аналізу. Будь-який веб-сайт є просто HTML<sup>23</sup>-розміткою з дизайнерськими «прикрасами» мови стилізації CSS<sup>24</sup>.

```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <meta charset="utf-8">
    <meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge">
    <title></title>
    <meta name="description" content="">
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
    <link rel="stylesheet" href="">
    <style>
      .lead {
        padding: 10px;
        margin: 10px;
        background-color: rgb(155, 155, 155);
      }
    </style>
  </head>
  <body>
    <h1>List of all leads in database</h1>

    {% for lead in leads %}
      <div class="lead">
        <a href="/leads/{{lead.id}}">{{lead.first_name}} {{lead.last_name}}</a>. Age: {{lead.age}}
      </div>
    {% endfor %}
```

**Рисунок 2. Теоретичний приклад вигляду HTML-розмітки.**

Таким чином, з допомогою Python треба для кожної статті витягнути заголовок, дату публікації, посилання на статтю та автора публікації<sup>25</sup>. Такий нехитрий алгоритм виконується для кожної сторінки через впровадження «пагенації» в коді (від англ. *«pagination»*, тобто, послідовний перехід від однієї сторінки до наступної) [12]. Проміжні результати зберігаємо у csv-

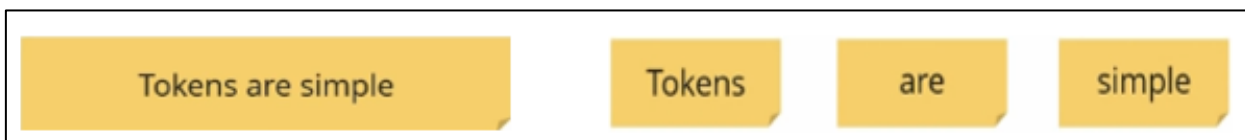
<sup>23</sup> HyperText Markup Language.

<sup>24</sup> Cascading Style Sheets.

<sup>25</sup> Останнє на хід аналізу та висновки практично ніякого впливу немає – просто авторське побажання.

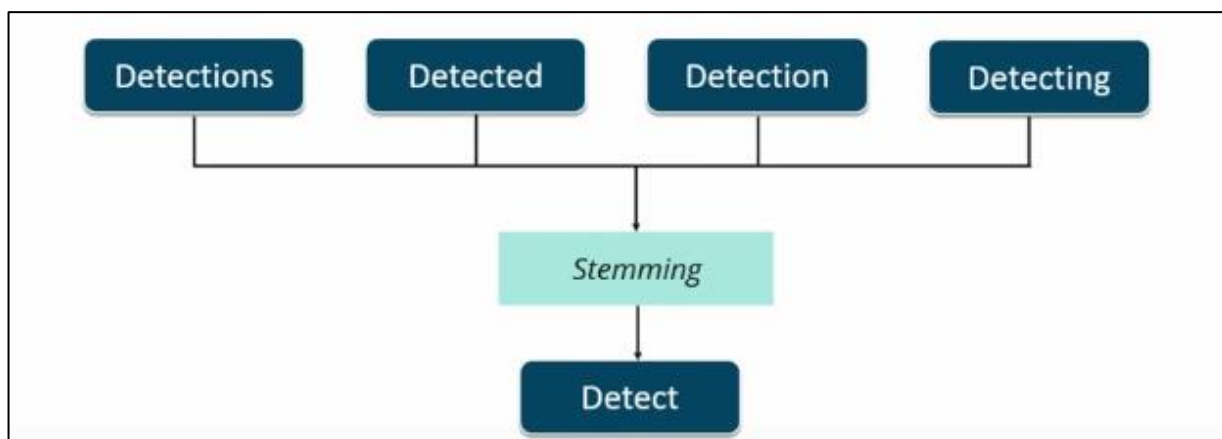
файл<sup>26</sup>, після чого вичитуємо збережені 2000 посилань і по кожному з них дістаємо основний текст окремої статті, після чого також зберігаємо результати в інший csv-файл. Тобто, web scraping було виконано двома python-скриптами. Ми хочемо, щоб кожен бажаючий міг повторити ці дії, тому код приведено у Додатках Б-Г.

Після того, як статті зібрано, переходимо до процедури аналізу даних. Далі описано застосовані техніки аналізу текстових даних. Перш за все почнемо з поняття токенізації (*tokenization*). **Токенізація** – це розбиття даних на дрібні токени. У контексті аналізу текстів даними може бути речення, абзац або ціла книга. Відповідно, токеном можна вважати окреме слово [11].



**Рисунок 3. Наочне зображення процедури токенізації.**

За токенізацією слідує процедура **стематизації** (*stemming*), яка, на перший погляд, дістає зі слова (токену) коріння, але насправді алгоритм працює так, що позбувається таких частин слів як закінчення або суфікс. Замість стематизації в інформаційному пошуку може застосовуватись **лематизація** – приведення словоформи до її нормальної форми (леми) [11].

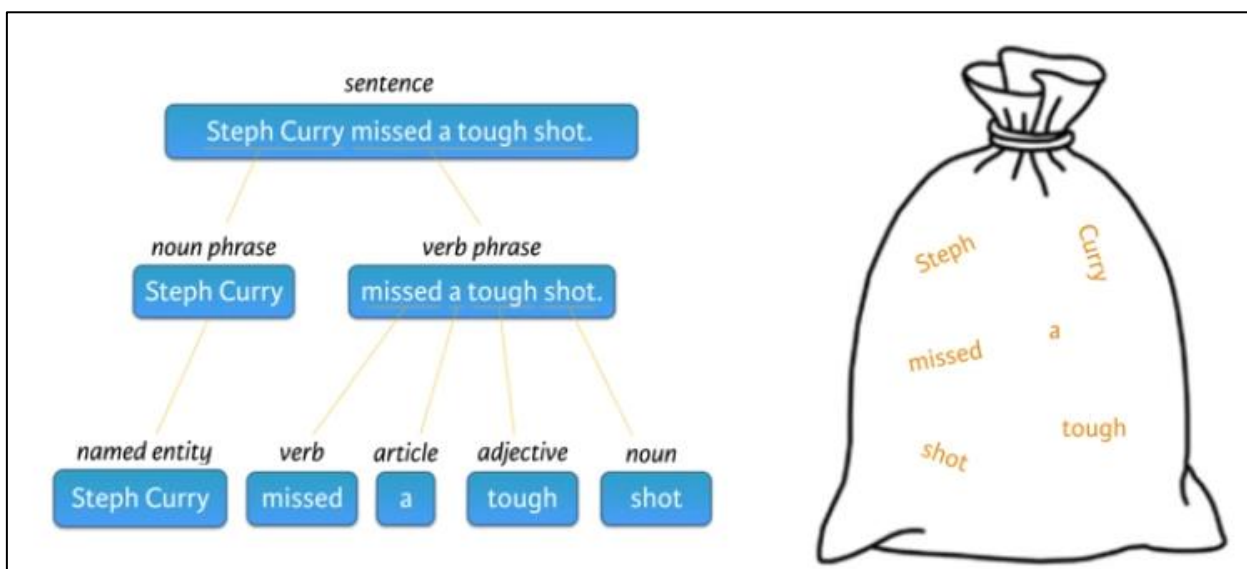


**Рисунок 4. Наочне зображення процедури стематизації.**

Якщо узагальнити, то при читанні даних (документ з новинами/статтями) створюється «корпус». Корпус – це, висловлюючись

<sup>26</sup> Comma-separated value.

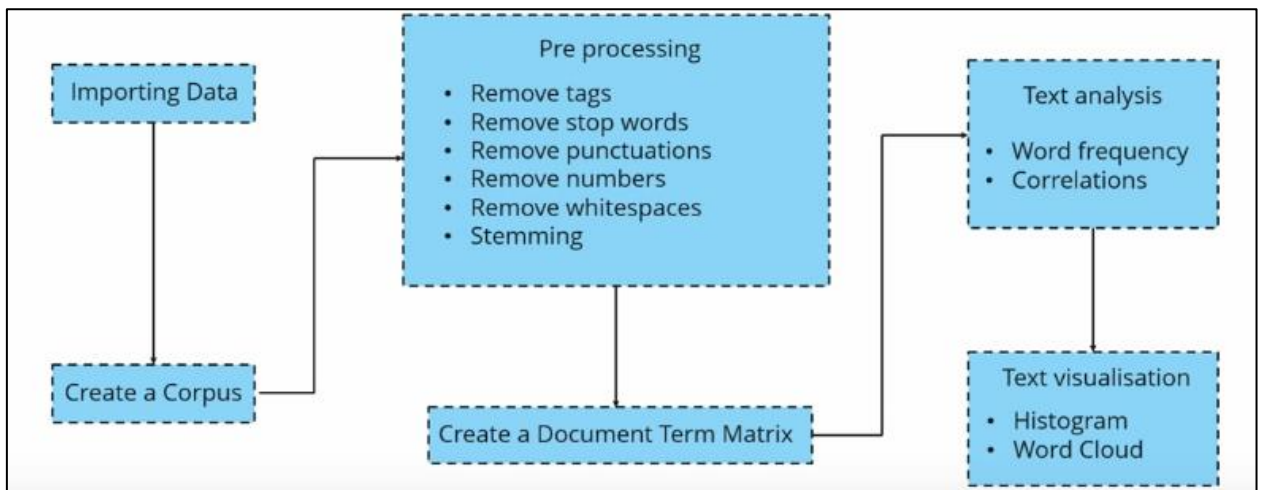
термінологією об'єктно-орієнтованого програмування (ООП), об'єкт, який дозволяє застосовувати до нього відповідні методи. Якщо конкретніше, методи препроцесингу, коли очищаємо дані від тегів, «стоп-слів»<sup>27</sup>, знаків пунктуації, чисел, пробілів, після чого дані піддаються стематизації або лематизації. Коли етап препроцесингу завершений, дані набувають іншого стану (instance), трансформуючись від корпусу до документально-словарної матриці (*Document-Term Matrix*), яка перевертає (pivoting) таблицю, результатом чого є матриця, де документи (статті/новини) відповідають рядкам, унікальні токени/леми – стовпцям, а клітинки – кількості токенів або лем на один документ. Такий підхід<sup>28</sup> дозволяє нам далі проводити частотний або кореляційний аналіз та візуалізувати результати в звітах у вигляді тих же гістограм або стовпчикових діаграм [11].



**Рисунок 5. Візуалізований приклад моделі Bag of Words.**

<sup>27</sup> Слова, які самі по собі не несуть змістового наповнення. Наприклад, частки: *б, би, хай, це, отак, та, ну, як, аж, навіть* і тд.

<sup>28</sup> «Bag of Words» Model – дуже проста репрезентація.



**Рисунок 6. Загальна схема аналізу текстових даних.**

Для кращого сприйняття продемонструємо як влаштована DTM на прикладі одного речення: «**If** it looks like a **duck**, swims like a **duck**, and **quacks** like a **duck**, then it probably is a **duck**». Таким чином речення відповідає документу (рядку), а слова, які складають це саме речення, розміщені у стовпцях, що дає змогу легко орієнтуватись у структурі та частотних проявах цього речення. Варто пам'ятати, що такий вигляд даних є непридатним для аналізу, тому що він наповнений «шумами», на кшталт знаків пунктуації та часток («стоп-слів»). Відтак, препроцесинг є найбільш важливою та найдовшою частиною аналізу текстових даних [11].

		Terms												
		If	it	looks	like	a	duck	,	swims	and	quacks	then	probably	is
Docs	{	1	2	1	3	4	4	3	1	1	1	1	1	1
		Frequencies												

**Рисунок 7. Приклад Document-Term Matrix без стематизації даних.**

Після препроцесингу (стематизації) речення «*If it looks like a duck, swims like a duck, and quacks like a duck, then it probably is a duck*» набуде вигляду «*look like duck swim like duck quack like duck probabl duck*», що, на перший

погляд, видається повною нісенітницею, проте саме такі дані, як на рисунку нижче, є добрими для подальшого аналітичного застосування [11]:

look	like	duck	swim	quack	probabl
1	3	4	1	1	1

**Рисунок 8. Приклад Document-Term Matrix із застосуванням стематизації даних.**

Дані такого вигляду ще називаються уніграмою. Загалом N-грами як важливий статистичний інструмент дозволяються розширювати модель «мішка слів», включати в аналіз й порядок слів. Залежно від обчислювальних потужностей, можна застосовувати хоч 5-грами. Наприклад, біграми – це два сусідні слова<sup>29</sup> у корпусі текстів [11].

look_like	like_duck	duck_swim	swim_like	duck_quack	quack_like	duck_probabl	probabl_duck
1	3	1	1	1	1	1	1

**Рисунок 9. Приклад біграми у корпусі текстів.**

Отже, ми будемо застосовувати TF-IDF як аналітичний інструмент в контексті цього прикладного дослідження. **TF-IDF** – це такий статистичний показник для оцінки важливості слів у контексті документа, який є частиною колекції у корпусі. Важливість слова прямо пропорційна частоті вживань у документі та обернено пропорційна частоті вживань слова в інших документах корпусу [11].

$$TF(t, d) = \frac{freq(t, d)}{\sum_i^n freq(t_i, d)}$$

**Рисунок 10. Формула розрахунку TF (частоти слова).**

TF (term frequency або частота слова) – це пропорція кількості фігурування одного слова до загальної кількості слів у документі. При цьому документ нормалізується базуючись на його довжині. Також відкидається дуже мала та надмірно велика частота слів в усьому корпусі. Простіше можна

<sup>29</sup> А точніше токени.

сказати так: нам неважливо наскільки довгим (великим) є документ, просто скажіть, яка відносна частка конкретного слова відносно всього документу. Натомість IDF (inverse document frequency або обернена частота документа) – це інверсія частоти, з якою слово зустрічається в документах корпусу. Саме IDF зменшує вагу надто часто вживаних слів [11].

$$IDF(t) = \log\left(\frac{N}{count(t)}\right)$$

**Рисунок 11. Формула розрахунку IDF (оберненої частоти документа).**

Таким чином, TF-IDF розраховується за формулою  $TF(t,d)*IDF(t)$  [11].

Для чистоти прикладного дослідження ми вважаємо за потрібне лишити зібрані дані відкритими до перегляду<sup>30</sup>, що буде свідченням неупередженості аналізу. Перейдемо вже до презентації результатів збору та аналізу даних. Почнемо з того, що газета «Високий Замок» є глибоко політизованою газетою, де активно підживлюється той чи інший порядок денний. Відтак, 85% статей або опублікованих блогів є політичного спрямування, де подаються бачення лідерів громадської думки щодо успіхів та провалів української влади у зовнішній політиці, піднімаються питання щодо некомпетентності центральної влади, висвітлюються події на Сході країни, політично зафарбовується будь-яка дискусія щодо вакцинації та статистики захворювань й смертей від COVID-19, а особлива увага приділяється персоні чинного президента В. Зеленського. Звісно, є й інші категорій обговорень, наприклад, про той же коронавірус [3], але у більш неупередженому вигляді без суб'єктивних суджень, висвітлюються питання здоров'я [9] (користується популярністю У. Супрун), а також Є. Клопотенко [4] ділиться рецептами смачних страв. Нижче у таблиці представлена середня кількість переглядів у трьох найбільш висвітлених публікаційних категоріях:

<sup>30</sup> Дані авторського соціологічного дослідження «Конструювання регіональної політичної ідентичності в засобах масової комунікації». URL: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/11RU06HF5rzUVVtcCW8HJoUOn6qJwCMQUVE1tLXWNf1o/edit#gid=0>





до нитки, розказуючи несмішні жарти про «продай собаку, сплати комуналку» і тицяючи пальцями на папіредників. За ці два роки я втомився слухати, читати, дивитись ідіотські відмазки, придумані глядачами, чому бубочка не винуватий. Я втомився від тицяння пальцями на папіредників, замість обговорення результату роботи за два роки. І, в принципі, для мене нічого не міняється. Чим довше глядачі будуть імітувати, що нічого не відбувається, тим сильніше в їхні двері буде стукати реальність. І коли зараз вона тільки стукає в двері, то згодом реальність буде вибивати їх чи рубати сокирою. Але мені сумно і огидно. Я втомився спостерігати не так за цирком, а за совково-обов'язковим «хлопанням в ладошки», видавлюванням з себе сміху крізь біль і сльози, тому що заплатив за квиток на цирк і мусиш сміятися, хоч тобі й не смішно» [2]. Сюди ж відносяться й деякі випадки журналістки Я. Соколової.

Дослідницька гіпотеза про те, що у газеті «Високий Замок» превалюють статті радикального політичного темпераменту справдилась і не має підстав бути відхиленою. У якості підтвердження зверніть увагу на результати, зафіксовані у Таблиці 2.4. Варто додати, що радикальність політичного темпераменту зумовлена не тільки шквальною критикою центральної влади (особливо фігури президента Зеленського) або агресивною риторикою поглядів на зовнішню політику або геополітику, але й характерним примордіалізмом висловлювань, що простягається червоною ниткою крізь порядок денний. Можна сказати, що примордіалізм виступає осьовим принципом конструювання регіональної політичної ідентичності.

**Примордіалізм** (авторське визначення) – наголошення на важливості плекання мови, культури, етносу, унікальності, самобутності і тд.; підкреслення окремішності та декларування неприпустимості змішування «своїї» культури з проявами «чужої» (наприклад, неприпустимість використання російської мови на всіх рівнях життєдіяльності або свідоме уникнення перегляду або прослуховування російських/російськомовних медіа, блогосфери, музики); апелювання до славетного минулого та традицій.

Таблиця 2.4.

**Частотний та відсотковий розподіл статей у розрізі політичного темпераменту**

<i>Політичний темперамент</i>	<i>Частота</i>	<i>Частка, %</i>
<i>Радикальний</i>	1140	67
<i>Помірний</i>	499	29,4
<i>Вульгарний</i>	61	3,6

Нічого неочікуваного немає в тому, що більш радикальні статті є цікавішими для читачів, як мінімум тому що гучні заголовки більше спонукають до перегляду основного змісту:

Таблиця 2.5.

<i>Політичний темперамент</i>	<i>Середня кількість переглядів</i>
<i>Радикальний</i>	553
<i>Вульгарний</i>	474
<i>Помірний</i>	461

Цікавим виявився інший, можливо, на перший погляд неочевидний факт, який заслуговує більшого вивчення у подальшу: популярність політичної статті складає не радикалізм або поміркованість висловлювань, а те, хто її автор. Тобто, важливим чинником у політичній комунікації, а, отже, й у конструюванні політичної ідентичності виступають лідери громадської думки, кожен з яких має свою міру популярності, історію успіху, репутацію, харизму та привабливість. Таким чином, середня кількість переглядів для статей у розрізі міри радикальності складає 420, а у розрізі лідерів громадської думки – 548. Тобто, публікація політичного спрямування буде більш привабливою на 30,3% для читача, якщо її автором буде лідер громадської думки, який збирає більше симпатиків/прихильників. Сконструйований порядок денний буде прийматись більш ефективно масами, якщо він артикулюється персоною, популярною в межах певного регіону.

Щоб з'ясувати, який саме порядок денний конструюється газетою «Високий Замок», ми виокремили та зобразили у багатовимірному векторному

просторі ключові слова та розбили їх на групи за допомогою класифікаційному алгоритму машинного навчання k-means (к-середніх). Кожен окремий кластер відповідає якомусь тематичному блоку, який виступає однією з генеральних ліній порядку денного, сконструйовано в ЗМІ. Врешті, ми змогли виокремити чотири кластери:

1) **Президент Зеленський та його оточення** – *(червоний колір)*:

- Дискурс: чинний президент України є некомпетентним; політика стала шоу-бізнесом, черговим «Кварталом-95»; його оточення потрапляє у постійні скандали – невдала кадрова політика; його рішення порушують конституцію;
- Ключові слова: Разумков, Мендель, ВР<sup>31</sup>, КС<sup>32</sup>, ОП<sup>33</sup>, канали, протест, пропаганда, засідання, брехня, Банкова

2) **Проблеми внутрішньої політики** – *(синій колір)*:

- Дискурс: провалена вакцинація; спалах захворювань на COVID-19, ніяких суттєвих реформ не відбувається, деолігархізація для відволікання уваги; Зеленський саботував операцію з «вагнерівцями»; проблема війни не вирішена
- Ключові слова: вакцина, щеплення, covid, Коломойський, ОРДЛО<sup>34</sup>, реформи, ціни, домовленості, окуповані території, млрд. грн., олігарх, судді, скасування, правосуддя, економіка, фонд;

3) **Україноцентризм** – *(зелений колір)*:

- Дискурс: якби Схід країни був українізованим, то ніякої війни би не було; закон про мову це досягнення – потрібно більше ініціатив з українізації; радянська спадщина – ракова клітина українства; люди з радянською ментальністю уповільнюють прогрес; «Геть від Москви», усе російське та радянське є ворожим та чужим;

---

<sup>31</sup> Верховна Рада.

<sup>32</sup> Конституційний Суд.

<sup>33</sup> Офіс Президента.

<sup>34</sup> Окремі райони Донецької та Луганської областей.

Радянський Союз скалічив українців (голодомор, репресії, переселення/заслання, русифікація)

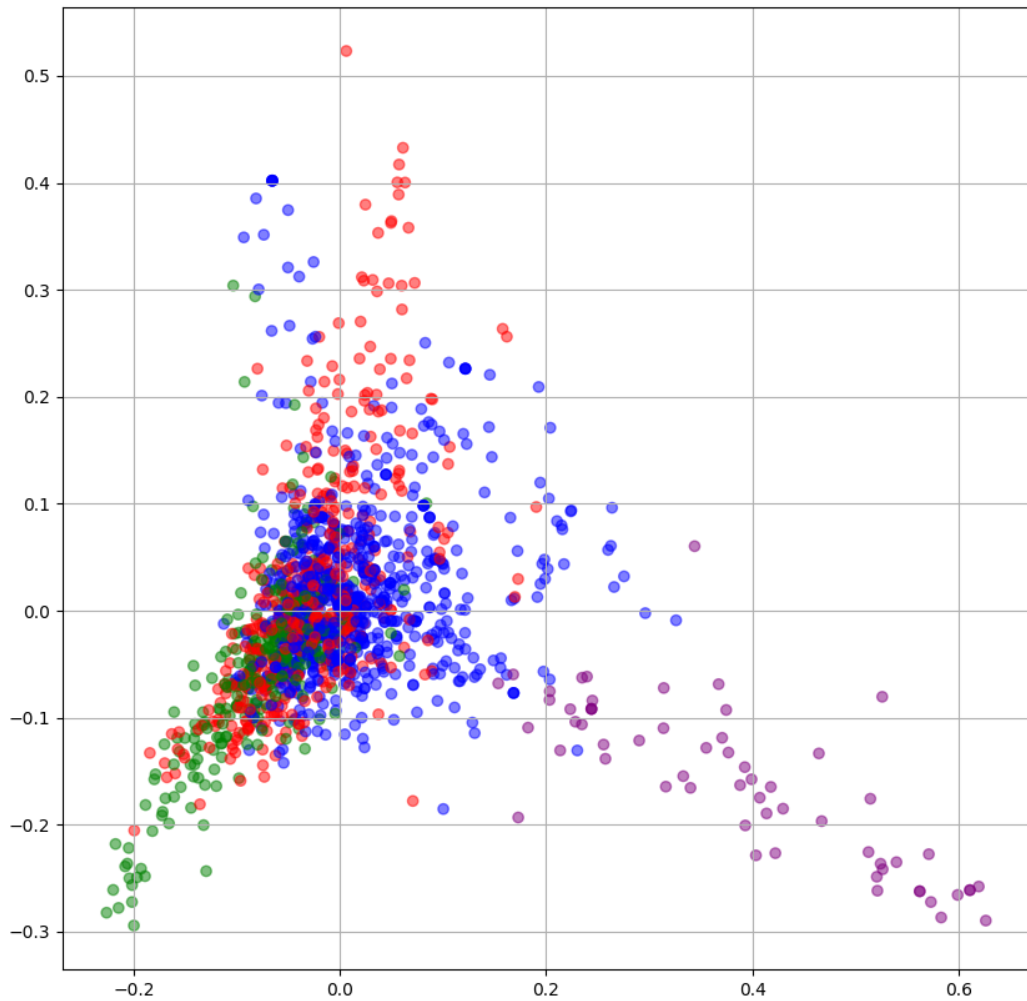
- Ключові слова: радянський, репресії, українська мова, народ, справедливість, смерть, імперія, державність, європейський, національний, покоління, слава, герої;

#### 4) **Міжнародні відносини** – *(фіолетовий колір)*:

- Дискурс: США та ЄС – друзі України; важливим є співробітництво з західними партнерами, які враховують українські інтереси; треба вирішувати проблему енергетичної залежності від Росії; Росія – окупант
- Ключові слова: Росія, США, Байден, Німеччина, Меркель, вторгнення, анексія, Газпром, ООН, домовитися, діалог, Китай, Трамп, друзі, ЗСУ, реалізація, транзит, Вашингтон, ПДЧ, альянс, платформа, дипломатія.

Таким чином, можемо зробити висновок, що такі медіа-ресурси, як газета «Високий Замок» конструюють націоналістичну, антиурядову, войовничо налаштовану, експансивну, антиросійську, проєвропейську регіональну політичну ідентичність із сильною історичною та колективною пам'яттю та чітко артикульованим баченням української національної перспективи [5].

Код, за допомогою якого можна відтворити результати, знаходиться у Додатках Г-Д.



**Рисунок 12. Кластери-репрезентації порядку денного газети «Високий Замок»**

### **Висновки до розділу II**

У цьому розділі ми перейшли від розглядання загальних концепцій регіональної політичної ідентичності до питання реалізації прикладних емпіричних досліджень в умовах української політичної реальності та соціокультурного контексту. Було підняте питання регіональних відмінностей – воно й надалі залишатиметься відкритим, оскільки при порівнянні таких сформованих регіонів як Донбас та Галичина усвідомлюється їхня унікальність, самобутність та великий проектний потенціал. Утім, наводяться аргументи як на користь безперспективності конструктивного діалогу між регіонами, так і на можливість компромісу й консолідаційних тенденцій.

Користуючись надбаннями таких видатних дослідників як Н. Черниш, Л. Нагорна, Л. Угрин та Ю. Сорока, ми виявили умови та чинники формування регіональної політичної ідентичності на теренах сучасної України, її характер та які переваги й приховані небезпеки вона в собі несе для української державності. Дослідження Інституту соціології НАН України та Центра Разумкова дозволили прослідкувати динаміку стану політичної ідентичності українців, їхню асоціацію себе з нацією та місцем проживання (регіоном).

Під час авторського соціологічного дослідження було виявлено, що медіа відіграють важливу роль у конструюванні регіональної політичної ідентичності. Повністю підтвердились наступні гіпотези:

- ✓ Газета «Високий Замок» є сильно політизованою, що підтверджується публікаціями політичного спрямування, частка яких складає 85%, що навіть на відсотків 10-15 більше, ніж ми очікували.
- ✓ Політичний темперамент у переважній більшості публікацій характеризується як радикальний, тобто, інформація подається лідерами суспільної думки здебільшого в агресивній або нападаючій манері. Присутня тільки критика дій центральної влади, а особливо нещадно піддається цькуванню будь-яка промова або будь-яке рішення президента Зеленського. Разом з тим присутня частка статей, які є відверто вульгарними, хамськими та принижуючими, що, на нашу думку, принижує тільки гідність самого видавництва і лежить за межами журналістських стандартів та етики.
- ✓ Багатьом політичним статтям властива примордіалістська або націоналістична риторика, яка характеризується апеляцією до славетного минулого, героїзацією одних та дегуманізацією інших історичних постатей, романтизацію традицій, виділенням ознак «істинних» українців (що безумовно веде до примірювання різних українців за умовною шкалою українськості)
- ✓ Ми змогли виділити тематичні блоки, сконструйовані у «Високому Замку» у вигляді кластерів, описаних вище, у кінці підрозділу 2.2.

- ✓ Кількість переглядів статті залежить від експресивності заголовка або іншими словами від радикальності політичного темпераменту. Це дійсно так: якщо статті характерний радикальний політичний темперамент, вона має шанси бути більш популярною. Тим не менш, це все. Найбільше медіа-успіх публікації в контексті політичної комунікації визначається автором самої публікації або, інакше кажучи, лідером громадської думки.

## ВИСНОВКИ

Українська регіональна ідентичність переживала важкий перебіг свого формування в силу історичних, економічних та соціокультурних обставин. Власне, історія є головним «регіоналізатором», оскільки сучасні українські регіони з'явилися та усвідомили свою унікальність набагато раніше, ніж в Україні з'явилася своя державність, і вони розвивались під проводом інших імперій: Австро-Угорської та Російської. Звідси й відмінні паттерни політичної поведінки, традиції політичної боротьби та моделі політичної комунікації, і все це врешті-решт складає політичну ідентичність.

Політичні апетити зростають з усвідомленням регіоном своєї окремішності. Неприборканість регіоналізму несе в собі потенційні ризики та небезпеки такі як сепаратизм та громадянські конфлікти. У таких регіонів як Донбас та Галичина вже є чітко окреслені проекти майбутнього України. Проте їхні візії органічно втілюються тільки поокремо. В іншому випадку є великі ризики щодо суспільного розколу. Тим не менш, ми вважаємо, що регіональна полярність висвітлюється як неподоланна у медіа під час виборних кампаній як засіб маніпуляції електоратом, кінцевими бенефіціарами чого є групи політичних та фінансово-промислових еліт. Побудова системи базових цінностей та фундаментальних принципів здатна відповісти на питання «Навіщо нам жити разом?», а головне – сприятиме посправжньому демократичним перевтіленням.

Проаналізувавши контент газети «Високий Замок», приходиш до висновку, що це чергове медіа, яке ставить перед собою мету здобування політичних балів для політичної сили, яка стоїть за ним за рахунок роздроблення суспільства, зокрема, на ґрунті політизації гуманітарних питань, таких як мова. Агресивність подачі інформації, тобто, радикальність політичного темпераменту в кінцевому результаті формує лише хибне відчуття непохитності та істинності політичних переконань, месіанство секти «думаючих двадцяти п'яти відсотків» або манію величі провідників «руського мира».



Необхідно усвідомити, що Україна є багатонаціональною, територіально розлогою, багатоконфесійною, багатомовною країною зі складною, сповненою травм історією, на яку припадає тільки 30 років незалежності та співжиття в унітарному державному устрої. Ще просто немає такого проекту політичного майбутнього України, який би запропонував такий суспільний договір, який був би прийнятним та привабливим для всіх регіонів від Донбасу до Закарпаття. Тому, на наш погляд, ідеологічні конструкти, артикульовані у таких виданнях як «Високий Замок» і які відображають стан політичної ідентичності та культури, залишаються наразі актуальними здебільшого по Збруч. Сучасний український філософ С. Дацюк сказав би щось в дусі, що націоналізм – це ресентимент, який пригнічує всяке конструктивне мислення, зводить все до понять мови, землі та крові. Ресентимент – це шлях помсти, що веде до примітивізації.

Тому ми вважаємо за доцільне в перспективі досліджувати питання конструювання суспільного договору або проектів переформатування державності у контексті регіоналістики, політичної ідентичності та пошуку нових принципово інакших шляхів політичної комунікації із залученням лідерів громадської думки.

## Список джерел та використаної літератури

### Список джерел

- 1) Resolution on Community regional policy and the role of the regions and Annexed Community Charter for Regionalization. *European Parliament* [Електронний ресурс] 1998. 12 с. URL: [http://aei.pitt.edu/1758/1/ep\\_resolution\\_regional\\_11\\_88.pdf](http://aei.pitt.edu/1758/1/ep_resolution_regional_11_88.pdf)
- 2) Заплатив за квиток на цирк і мусиш сміятися? URL: <https://wz.lviv.ua/blogs/427913-paplatyv-za-kvytok-na-tsyрк-i-musysh-smiiatysia>
- 3) Канада готується до вакцинації проти Covid-19. Чим корисний її досвід. URL: <https://wz.lviv.ua/blogs/425459-kanada-hotuietsia-do-vaktsynatsii-proty-covid-19-chym-korysnyi-ii-dosvid>
- 4) Пиріг готую з курячими стегнами та базиліком. Виходить ароматно і смачно. URL: <https://wz.lviv.ua/blogs/439418-pirig-gotuyu-z-kuryachimi-stegnami-ta-bazilikom-vikhodit-aromatno-i-smachno>
- 5) Результати авторського соціологічного дослідження: Конструювання регіональної політичної ідентичності в засобах масової комунікації.
- 6) Центр Разумкова. Ідентичність громадян України в нових умовах: стан, тенденції, регіональні особливості, 2016. 134 с.
- 7) Центр Разумкова. Особливості ідентичності окремих мовних і національних груп, 2015. – С. 84-102.
- 8) Центр Разумкова. Спільна ідентичність громадян України: особливості і проблеми становлення, 2006. 56 с.
- 9) Чим небезпечна миготлива аритмія. URL: <https://wz.lviv.ua/blogs/424231-chym-nebezpechna-myhotlyva-arytmiia>

### Список літератури

- 10) Balabanov, K., Pashyna, N., & Lysak, V. Regional Identity in Ukraine: Formation Factors and Functions / Konstantyn Balabanov, Nataliia Pashyna, Victoriia Lysak // *Studia Politica: Romanian Political*

*Science Review*, 2019 №19(3-4). С. 491-513. URL: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-68454-6>

- 11) Bengfort B., Bilbro R., Ojeda T. *Applied Text Analysis with Python. Enabling Language-Aware Data Products with Machine Learning*; O'Reilly. 2018. 350 p.
- 12) Mitchel R. *Web Scraping with Python. Collecting More Data from the Modern Web*; O'Reilly. 2018. 279 p.
- 13) Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. Москва: «Медиум», 1995. 323 с.
- 14) Гурієвська В. Сутність та формування політичної ідентичності. / *Національні цінності й національні інтереси в системі публічного управління: матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю / за заг. ред В. Куйбіди, І. Розпутенка. Київ: НАДУ, 2017, т.2. С. 15-19.*
- 15) Злобіна О., Шульга М., Бевзенко Л. Соціально-психологічні чинники інтеграції українського соціуму / О. Г. Злобіна, М. О. Шульга, Л. Д. Бевзенко та ін. // за наук. ред. О. Г. Злобіної. Київ: Інститут соціології НАН України, 2016. 276 с.
- 16) Іванов В. Основні теорії масової комунікації та журналістики: Навчальний посібник За науковою редакцією В. Різуна; Київ: Центр Вільної Преси, 2010. 258 с.
- 17) Ільницький В. Політична ідентифікація як психологічний механізм самовизначення студентів у контексті політичної культури. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Психологія», 2020, № 10. С. 27-31.*
- 18) Колісник О. До проблеми визначення соціокультурних контекстів понять «ідентичності» та «самоідентифікації» *Соціологічний аналіз сучасних соціокультурних процесів* : колективна монографія / за наук. ред. В. В. Танчера. Київ: КНУКіМ, 2017. С. 118-132.

- 19) Макаренко Н. Національна ідентичність: особливості регіонального виміру. Київ: ІПіЕНД імені І. Ф. Кураса НАН України, 2010. №2 (46). С. 100-116.
- 20) Малінін В. Процес формування політичної ідентичності в умовах глобалізації: особливості та складові. *Актуальні проблеми політики*, 2013. Вип. 49. С. 194-199.
- 21) Миненков Г. Концепт идентичности: перспективы определения. *Live Journal*, 2015. URL: <https://guralyuk.livejournal.com/547306.html>.
- 22) Морозова Е. Локальная идентичность: формы актуализации и типы. *ПОЛИТЭКС*, 2008. № 4. С. 139–151.
- 23) Нагорна Л. Регіональна ідентичність: український контекст. Київ: ІПіЕНД імені І. Ф. Кураса НАН України, 2008. 405 с.
- 24) Орешета Ю. Соціологічні підходи до проблеми ідентифікації та ідентичності особистості. *Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія*, 2015. №1 (5). С. 79-84.
- 25) Остапенко М. Політична ідентичність як синтезуючий концепт політичної науки. *Науковий часопис НПУ імені М. Драгоманова*, 2015. Вип. 16. С. 93-99.
- 26) Панчук М., Євтух В., Войналович В., Котигоренко В., Калакура О., Кочан Н., Макаренко Н., Горбань Т., Ляшенко О., Ковач О. Етнополітичні процеси в Україні: регіональні особливості : монографія / [М. Панчук та ін.; редкол.: Ю. Левенець (голова) та ін. // НАН України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса. – Київ: ІПіЕНД, 2011. 394 с.
- 27) Поцелуев С. Символическая политика: к истории концепта / С. Поцелуев // *Символическая политика*. Вып. 1: Конструирование представлений о прошлом как властный ресурс. Москва, 2012. 334 с.
- 28) Поцелуев С. Феномен символического диалога в политике: условия возможности и российские практики / С. Поцелуев // *Вопросы философии*, 2014. № 7. С. 144–153.

- 29) Ростецька С. Роль символної політики у формуванні локальної ідентичності // *Політикус*, 2017. Вип. 3. С. 119-123.
- 30) Сорока Ю., Куромія Г., Кононов І., Ціммер К., Міхеєва О., Горізонтов Л. Регіональні ідентичності в сучасній Україні та методи їх вивчення / Юлія Сорока, Гіроакі Куромія, Ілля Кононов, Керстін Ціммер, Оксана Міхеєва, Леонід Горізонтов // *Україна модерна*, 2007, №12(2), Львів-Донецьк: соціальні ідентичності в сучасній Україні. Спеціальний випуск. С. 7-25.
- 31) Соснюк Є.. Концепції політичної ідентичності у соціальних науках. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 2019. №4. С. 118-135.
- 32) Тиркус Ю. Внутрішньополітична консолідація як умова інтеграції України до ЄС. *Грані*. 2014. Т. 17 № 8. С. 113–118.
- 33) Угрин Л. Вплив регіональних ідентичностей на політичний процес в Україні. *WestUkr Journal*, 2007. URL: [http://westukr.itgo.com/ugryn\\_cpd\\_conf\\_0701.html](http://westukr.itgo.com/ugryn_cpd_conf_0701.html)
- 34) Угрин Л. Сутність та основні виміри політичної ідентичності: теоретичний аналіз. *S.P.A.C.E*, 2017. №3. С. 9-13.
- 35) Черниш Н.. Одна, дві чи двадцять дві України: соціологічний аналіз соціальних ідентичностей представників трьох поколінь мешканців Львова і Донецька / Наталя Черниш // *Дух і літера*, 2002, №11-12. С. 6-20.
- 36) Щудло С. Особливості ідентифікації сучасного українського суспільства: динаміка регіонального сприйняття. *Габітус*, 2016. № 1. С. 40–45.

## **ПРОГРАМА СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

### ***I. Методологічна частина***

#### **1.1. Проблемна ситуація.**

Політична ідентичність набирає все більшої ваги у сучасному світі, де загострюється і виходить на новий рівень боротьба за ресурси, серед яких людський є одним із найбільш важливих. Одним з шляхів «захоплення» людських ресурсів є оволодіння їхніми думками, переформатування їхньої свідомості, взяття під контроль їх знань та уявлень про навколишній світ, базові цінності, справедливість або ж політичну реальність. Відтак, існують засоби конструювання образів «друга» або «ворога», добра чи зла, гордості та сорому. Таким засобом виступають різного роду медіа, за якими стоять різні групи інтересів, політичні еліти, представники фінансово-промислових груп, іноземні агенти впливу та інші кінцеві бенефеціари.

Проблематика політичних ідентичностей в Україні актуалізується й у зв'язку із посиленням такого виклику, як є зовнішньополітичний тиск сусідніх держав. Політика останніх і, відповідно, задіяні політичні механізми у низці випадків спрямовані на «переорієнтацію» чи переформатування української громадянської ідентичності як усвідомленої особистістю необхідності належності до співтовариства Української держави як колективного суб'єкта зі своїми власними ідентифікаційними ознаками: територіальними, політичними, культурними та іншими.

**1.2. Тема соціологічного дослідження:** Конструювання регіональної політичної ідентичності в засобах масової комунікації.

**1.3. Мета:** виявлення специфіки та механізмів конструювання регіональної політичної ідентичності на прикладі газети «Високий Замок».

#### **1.4. Завдання:**

- ✓ Виявити рівень політизованості видання, порівнявши частотність статей політичного спрямування зі статтям інших тем, таких як спорт, творчість і тд.

- ✓ Згрупувати статті політичного спрямування відповідно до категорій:
  - Статті радикального політичного темпераменту
  - Статті помірнього політичного темпераменту
- ✓ Кластеризувати новини:
  - Виділити кількість кластерів політичних статей.
  - Проінтерпретувати кластери політичних статей як віддзеркалення сконструйованого порядку денного.
- ✓ Змодельовати механізм конструювання та складові політичної ідентичності Західного регіону;

### 1.5. Об'єкт:

- ✓ *За критерієм загальної проблеми:* регіональна політична ідентичність українців як реципієнтів новинного контенту
- ✓ *За критерієм носія проблеми:* блоги видавництва «Високий замок»

**1.6. Предмет:** особливості конструювання регіональної політичної ідентичності українців

### 1.7. Теоретична інтерпретація базових понять.

**Помірний політичний темперамент** (*авторське визначення*) – подача інформації виглядає як запрошення-пропозиція до ґрунтовної зваженої політичної дискусії з наведенням аргументів на користь запропоновано рішення суспільних проблем або політичної ідеології.

**Радикальний політичний темперамент** (*авторське визначення*) – агресивно подана ідеологічно забарвлена стаття з наявністю образів ворога або «чужого», глуфом над останнім, «дієвими» рецептами вирішення артикульованої проблеми та можливим закликком до дії, що може супроводжуватись апелюванням до емоцій реципієнтів.

**Примордіалізм** (*авторське визначення*) – наголошення на важливості плекання мови, культури, етносу, унікальності, самобутності і тд. Підкреслення окремішності та декларування неприпустимості змішування «своїї» культури з проявами «чужої» (наприклад, неприпустимість використання російської мови на всіх рівнях життєдіяльності або свідоме

уникнення перегляду або прослуховування російських/російськомовних медіа, блогосфери, музики).

### **1.8. Конструювання мережі операціональних змінних характеристик об'єкта дослідження**

Конструювання, трансляція та підтримка певних ідентифікаторів, зокрема, в контексті політичної ідентичності лежить на медіа, як на псевдосередовищі, в межах якого новини, ті повідомлення, що призначені для реципієнта, структуруються та подаються таким чином, що реципієнт сприймає когнітивні обробки, образні репрезентації, сюжети, наративи та ідеологічні конструкти «правильно» з точки зору суб'єктів політичної комунікації, якщо притримуватись моделі «*суб'єкт-об'єкт*». Лідери громадської думки є одним з найбільш ефективних інструментів поширення політичних дискурсів на маси реципієнтів. Такий процес виробництва новин є не спорадичним, а носить вельми інституційний характер, що означає узгодженість політичного дискурсу з групами еліт, представниками влади або певними корпоративними інтересами.

### **1.9. Робочі гіпотези дослідження:**

- **Гіпотеза-підстава:** інформаційне поле газети «Високий Замок» є сконструйованим.
  - **Гіпотеза-наслідок:** динаміка залученості реципієнтів до новини залежить від експресивності заголовку.
  - **Гіпотеза-наслідок:** можна виокремити, які саме тематичні блоки є домінуючими у порядку денному газети.
- **Гіпотеза-підстава:** газета «Високий Замок» в цілому є «високополітизованою».
  - **Гіпотеза-наслідок:** відсоток статей політичного спрямування складає 70% або вище.
- **Гіпотеза-підстава:** політичний темперамент та трансляція певної політичної ідеології іманентні політичним статтям будь-якого ресурсу.



- *Гіпотеза-наслідок*: політичні статті газети «Високий Замок» мають здебільшого радикальний політичний темперамент.
- *Гіпотеза-наслідок*: політичним статтям «Високого Замку» властива примордіалістська риторика, що означає близькість до націоналістичних ідей.

## ***II. Методична частина***

### **2.1. Характеристика емпіричної бази дослідження:**

Генеральна сукупність складає рівно 2000 статей за період від 30 жовтня 2020 року до 10 листопада 2021 року. Така кількість статей є оптимальною згідно методів Інституту вивчення суспільної думки Геллапа з урахуванням загальної помилки 2-3% при ступені надійності 95%. При цьому, збільшення вибірки до 3000 зменшить помилку лише на 1%, тому буде достатнім опрацювати наявну кількість статей. Аналізувати будемо усі опубліковані блоги, проте сфокусуємо увагу лише на публікаціях, які стосуються політичної тематики.

### **2.2. Опис методів і технік отримання інформації.**

Емпіричної базою дослідження було обрано комп'ютеризований кількісний контент-аналіз, підкріплений модулями мови програмування Python. В ході частотного текстуального аналізу виявимо в статтях ключові слова та знайдемо кореляції між останніми. Реалізуємо аналіз в межах моделі TF-IDF та «Bag of Words», суть яких описана нижче. Результати таких процедур стануть підґрунтям до артикуляції висновків щодо специфіки конструювання політичної ідентичності у друкованих медіа на регіональному рівні.

Початковою точкою аналізу є посилання офіційного сайту газети «Високий Замок»: <https://wz.lviv.ua/blogs?start=0>, яке дозволить провести декомпозицію веб-сайту та витягнути звідти елементи, які складатимуть зібрані дані, необхідні для подальшого аналізу. Будь-який веб-сайт є просто HTML-розміткою з дизайнерськими «прикрасами» мови стилізації CSS.

Таким чином, з допомогою Python треба для кожної статті витягнути заголовок, дату публікації, посилання на статтю та автора публікації. Такий нехитрий алгоритм виконується для кожної сторінки через впровадження «пагенації» в коді (від англ. *«pagination»*, тобто, послідовний перехід від однієї сторінки до наступної). Проміжні результати зберігаємо у csv-файл, після чого вичитуємо збережені 2000 посилань і по кожному з них дістаємо основний текст окремої статті, після чого також зберігаємо результати в інший csv-файл. Тобто, web scraping було виконано двома python-скриптами.

Після того, як статті зібрано, переходимо до процедури аналізу даних. Далі описано застосовані техніки аналізу текстових даних. Перш за все почнемо з поняття токенізації (*tokenization*). **Токенізація** – це розбиття даних на дрібні токени. У контексті аналізу текстів даними може бути речення, абзац або ціла книга. Відповідно, токеном можна вважати окреме слово.

За токенізацією слідує процедура **стематизації** (*stemming*), яка, на перший погляд, дістає зі слова (токену) коріння, але насправді алгоритм працює так, що позбувається таких частин слів як закінчення або суфікс. Замість стематизації в інформаційному пошуку може застосовуватись **лематизація** – приведення словоформи до її нормальної форми (леми).

Якщо узагальнити, то при читанні даних (документ з новинами/статтями) створюється «корпус». Корпус – це, висловлюючись термінологією об'єктно-орієнтованого програмування (ООП), об'єкт, який дозволяє застосовувати до нього відповідні методи. Якщо конкретніше, методи препроцесингу, коли очищаємо дані від тегів, «стоп-слів», знаків пунктуації, чисел, пробілів, після чого дані піддаються стематизації або лематизації. Коли етап препроцесингу завершений, дані набувають іншого стану (*instance*), трансформуючись від корпусу до документально-словарної матриці (*Document-Term Matrix*), яка перевертає (*pivoting*) таблицю, результатом чого є матриця, де документи (статті/новини) відповідають рядкам, унікальні токени/леми – стовпцям, а клітинки – кількості токенів або лем на один документ. Такий підхід дозволяє нам далі проводити частотний

або кореляційний аналіз та візуалізувати результати в звітах у вигляді тих же гістограм або стовпчикових діаграм.

Варто пам'ятати, що препроцесинг є найбільш важливою та найдовшою частиною аналізу текстових даних.

Отже, ми будемо застосовувати TF-IDF як аналітичний інструмент в контексті цього прикладного дослідження. **TF-IDF** – це такий статистичний показник для оцінки важливості слів у контексті документа, який є частиною колекції у корпусі. Важливість слова прямо пропорційна частоті вживань у документі та обернено пропорційна частоті вживань слова в інших документах корпусу.

TF (term frequency або частота слова) – це пропорція кількості фігурування одного слова до загальної кількості слів у документі. При цьому документ нормалізується базуючись на його довжині. Також відкидається дуже мала та надмірно велика частота слів в усьому корпусі. Простіше можна сказати так: нам неважливо наскільки довгим (великим) є документ, просто скажіть, яка відносна частка конкретного слова відносно всього документу.

Натомість IDF (inverse document frequency або обернена частота документа) – це інверсія частоти, з якою слово зустрічається в документах корпусу. Саме IDF зменшує вагу надто часто вживаних слів.

Таким чином, TF-IDF розраховується за формулою  $TF(t,d)*IDF(t)$ .

### **2.3. Обґрунтування логіки та методів аналізу даних.**

Головна мета полягала у здобутті переваги, яку може дати тільки використання інформаційних технологій, а саме така «дерутинізація» збирання й обробки даних, обсяг яких з плином часу лише зростає. Моніторинг новин, збирання інформації, її вичитка та подальше формулювання висновків – це довгий рутинний процес, який до того ж *a priori* підданий впливу людського фактору, тобто, такій праці властиві випадкові або систематичні помилки, що на виході означає зниження якості даних, а врешті й хибні висновки в аналітичних звітах. Відтак, автоматизація збирання та аналізу медійних даних має перелік переваг:

- Математична точність
- Посилений контроль якості даних
- Швидкість
- Економічність рішення

Разом з тим, такий підхід має суттєвий недолік: машини не розуміють контекстів та мають слабку інтерпретативну спроможність – вони дуже «тупі» та утилітарні. Обмеженням такого підходу є втрата багатства інтерпретації.

#### **2.4. Часові рамки дослідження:**

- ✓ **підготовчий етап** (створення програми дослідження та проведення пілотажного дослідження з визначенням та виправленням недоліків інструментарію) – листопад 2021 р.;
- ✓ **польовий етап** (збір та обробка даних контент-аналізу) – листопад 2021 р.;
- ✓ **післяпольовий етап** (аналіз та інтерпретація зібраних даних) – листопад 2021 р.

**2.5 Етичні засади дослідження:** авторські права при розгляді дописів та статей в новинарних колонках засобів масових інформації збережено.

```

from bs4 import BeautifulSoup
import requests
import csv

URL = "https://wz.lviv.ua/blogs?"
HOST = 'https://wz.lviv.ua'
HEADERS = {
    'accept': '*/*',
    'user-Agent': 'Mozilla/5.0 (Windows NT 10.0; Win64; x64) AppleWebKit/537.36
(KHTML, like Gecko) Chrome/95.0.4638.69 Safari/537.36'
}
WZ_CSV = 'wz/data/wz.csv'

def get_html(url, params=''):
    requested_page = requests.get(url, headers=HEADERS, params=params)
    src = requested_page
    print(src.url)
    return src

def get_content(html):
    soup = BeautifulSoup(html, "html.parser")
    items = soup.find_all("a", class_="uk-display-block")[2:]
    wz_news = []
    for item in items:
        wz_news.append(
            {'link': HOST + item.get("href"),
             'title': item.find("img").get("alt"),
             'date': item.find(class_='uk-margin-small-left tm-font-
cond').get_text(),
             'blogger': item.find(class_='tm-text-green uk-margin-small-
right').get_text()
            })
    return wz_news

def save_content(items, path):
    with open(path, 'w', newline='', encoding='utf-16') as file:
        writer = csv.writer(file, delimiter='|')
        writer.writerow(['link', 'title', 'date', 'blogger'])
        for item in items:
            writer.writerow([item['link'], item['title'], item['date'],
item['blogger']])

def parse():
    PAGINATION = input('Submit the number of pages to be parsed: ')
    PAGINATION = int(PAGINATION.strip())
    PAGINATION = PAGINATION + 1

```

```
html = get_html(URL)
if html.status_code == 200:
    try:
        wz_news = []
        for page in range(1, PAGINATION):
            print(f'Parsing page {page}...')
            html = get_html(URL, params={'start':page*20})
            wz_news.extend(get_content(html.text))
            save_content(wz_news, WZ_CSV)

        print('Parsing is finished')
    except:
        print('Something went wrong')

if __name__ == '__main__':
    parse()
```

```
import newspaper
import csv

READ_FILE = '/wz/data/wz.csv'
WZ_ARTICLES = 'C:\+Non_System\LNU\== Магістерська ==\content-
analysis\webscraping\wz\data\wz_articles.csv'

def read_article(file=READ_FILE):
    try:
        with open(file, 'r', encoding='utf-16', newline='') as file:
            data = file.readlines()[1:]
            url_column = []
            for row in data:
                print(f'Reading row: {row}')
                url_column.append(row.split('|')[0])

            print('Reading is finished!')

        return url_column

    except:
        print("Reading is failed!")

def save_article(articles, path):
    with open(path, 'w', newline='', encoding='utf-16') as file:
        writer = csv.writer(file)
        writer.writerow(['content'])
        for article in articles:
            writer.writerow([article])

    print('Saving is finished')

def parse_article(url_column):
    try:
        articles = []
        for url in url_column:
            print(f'Parsing URL: {url}')
            article = newspaper.Article(url, language="uk")
            article.download()
            article.parse()
            articles.append(article.text.replace('\n', ' '))

    except:
        print('Parsing is failed!')

    return articles
```

```
def parse_single_article(url):
    print(f'Parsing URL: {url}')
    article = newspaper.Article(url, language="uk")
    article.download()
    article.parse()
    article_text = article.text

    return article_text.replace('\n', '')

if __name__ == '__main__':
    articles = read_article()
    parsed_articles = parse_article(articles)
    save_article(parsed_articles, WZ_ARTICLES)
```



```

from bs4 import BeautifulSoup
import requests
import csv

HEADERS = {
    'accept': '*/*',
    'user-Agent': 'Mozilla/5.0 (Windows NT 10.0; Win64; x64) AppleWebKit/537.36
(KHTML, like Gecko) Chrome/95.0.4638.69 Safari/537.36'
}
WZ_ARTICLE_VIEWS_CSV = 'wz/data/wz_article_views.csv'

with open('wz/data/wz.csv', 'r', encoding='utf-16') as wz_data:
    wz_data = wz_data.readlines()[1:]
    wz_urls = []
    for row in wz_data:
        wz_urls.append(row.split('|')[0])

def get_html(url, params=''):
    requested_page = requests.get(url, headers=HEADERS, params=params)
    src = requested_page
    print(src.url)
    return src

def get_content(html):
    soup = BeautifulSoup(html.text, "html.parser")
    items = soup.find_all("a", class_="uk-link-reset uk-display-block uk-margin")
    wz_article_views = []
    for item in items:
        view = int(item.find(
            'div', class_='uk-margin-remove uk-text-
uppercase').get_text().split(' ')[-1])
        wz_article_views.append(view)
        print(f'*** Retrieving {view} views from {html.url} ***')

    return wz_article_views

def get_views(url_list):
    all_html_responses = [get_html(url) for url in url_list]
    all_article_views = [get_content(html_response) for html_response in
all_html_responses]

    return all_article_views

def save_content(items, path):

```

```
with open(path, 'w', newline='', encoding='utf-16') as file:
    writer = csv.writer(file, delimiter='|')
    writer.writerow(['views'])
    for item in items:
        writer.writerow(item)

if __name__ == '__main__':
    res = get_views(wz_urls)
    save_content(items=res, path=WZ_ARTICLE_VIEWS_CSV)
```

```
import pandas as pd

def percent_diff(bigger, smaller):
    result = (bigger/smaller-1)*100
    result = round(result, 1)
    return result

if __name__=='__main__':

    df_wz = pd.read_csv('wz/data/wz_final_categories.csv')

    categories_views = df_wz \
        .groupby(['article_category']) \
        .agg({'views':'median', 'article_category': 'count'}) \
        .sort_values(by='views', ascending=False)

    top_categories_views = categories_views[categories_views['article_category']
> 50].loc['COVID-19':'Політика', 'views'].reset_index()

    df_wz_political_articles = df_wz[df_wz['article_category'] == 'Політика']
    political_articles_percentage =
df_wz_political_articles.shape[0]/df_wz.shape[0]*100
    political_articles_dist = df_wz_political_articles \
        .groupby(['political_temperament']) \
        .agg({'views':'mean'}) \
        .sort_values(by='views', ascending=False) \
        .round(1)

    political_articles_mean_views = df_wz_political_articles \
        .groupby(['political_temperament']) \
        .agg({'views':'mean'}) \
        .sort_values(by='views', ascending=False) \
        .reset_index() \
        .round(1)

    political_temperament_mean_views = df_wz_political_articles \
        .groupby(['political_temperament']) \
        .agg({'views':'median'}) \
        .sort_values(by='views', ascending=False) \
        .mean() \
        .round(1)

    blogger_mean_views = df_wz.groupby(['blogger']) \
        .agg({'views':'median'}) \
        .sort_values(by='views', ascending=False) \
        .mean() \
        .round(1)
```

```
blog_pol_diff = percent_diff(blogger_mean_views,
political_temperament_mean_views)

print(f'> Top article categories by average frequency:\n\n
{top_categories_views}')
print(f'\n> Share of political articles, %: {political_articles_percentage}')
print(f'\n> Political articles distribution:\n\n{political_articles_dist}')
print(f'\n> Average views frequency in context of blogger:
{blogger_mean_views[0]}')
print(f'\n> Average views frequency in context of article radicalism degree:
{political_temperament_mean_views[0]}')
print(f'\n> Difference in average views by bloggers and articles radicalism
degree, %: {blog_pol_diff[0]}')

df_wz_political_articles.to_csv(path_or_buf='wz/data/wz_political_articles.csv',
index=False, sep='|')
```

```

import codecs
import string
from numpy.lib.utils import source
import pandas as pd
import matplotlib.pyplot as plt
from sklearn.cluster import KMeans
from sklearn.feature_extraction.text import TfidfVectorizer
from sklearn.decomposition import PCA
from spacy.lang.uk.stop_words import STOP_WORDS
from time import time

wz_political = pd.read_csv('wz/data/wz_political_articles.csv', sep='|')
wz_docs = wz_political['content'].to_list()
wz_docs = [doc.lower() for doc in wz_docs]

def remove_stops(doc, stops):
    words = doc.split()
    final = []
    for word in words:
        if word not in stops:
            final.append(word)
    final = ' '.join(final)
    final = final.translate(str.maketrans('', '', string.punctuation))
    final = ''.join([i for i in final if not i.isdigit()])
    while ' ' in final:
        final = final.replace(' ', '')
    return (final)

corpus = [remove_stops(doc=doc, stops=STOP_WORDS) for doc in wz_docs]

vectorizer = TfidfVectorizer(
    lowercase=True,
    max_features=200,
    max_df=45,
    min_df=10,
    ngram_range=(1,3)
)

vectors = vectorizer.fit_transform(corpus)

feature_names = vectorizer.get_feature_names()
dense = vectors.todense()
denselist = dense.tolist()

all_keywords = []
for doc in denselist:
    x=0
    keywords = []
    for word in doc:

```

```

        if word > 0:
            keywords.append(feature_names[x])
            x+=1
    all_keywords.append(keywords)

true_k = 4

model = KMeans(
    n_clusters=true_k,
    init='k-means++',
    max_iter=900,
    n_init=1
)

model.fit(vectors)

order_centroids = model.cluster_centers_.argsort()[:, :-1]
terms = vectorizer.get_feature_names()

with open(f'wz/data/cluster_results_{time()}.txt', 'w', encoding='utf-8') as f:
    for i in range(true_k):
        f.write('-'*30)
        f.write(f'\n*** CLUSTER_{i} ****')
        f.write('\n\n')

        for ind in order_centroids[i, :20]:
            f.write(terms[ind])
            f.write('\n')
        f.write('-'*30)
        f.write('\n\n\n')

kmeans_indices = model.fit_predict(vectors)
pca = PCA(n_components=2)

scatter_plot_points = pca.fit_transform(vectors.toarray())
colors = ['red', 'blue', 'green', 'purple']

x_axis = [o[0] for o in scatter_plot_points]
y_axis = [o[1] for o in scatter_plot_points]

fig, ax = plt.subplots(figsize=(10,10))
ax.scatter(x_axis, y_axis, c=[colors[d] for d in kmeans_indices], alpha=0.65)
ax.grid(True)

plt.savefig(f'wz/data/clusters_{time()}.png')

```