

О. В. Бакун

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

Когнітивно-оцінні чинники формування дискурсу журналу «Український тиждень»

Бакун О. В. Когнітивно-оцінні чинники формування дискурсу журналу «Український тиждень». Досліджується оцінювання журналістами «Українського тижня» подій і фактів відповідно до шкали «добре – погано» у сполученні з ієрархією потреб. Показано зв'язок оцінних і морально-етичних категорій. Співвіднесено журналістські оцінки подій в Україні й країнах Європи з особливостями національної ментальності. Проаналізовано, за допомогою яких засобів і в рамках якого типу спілкування будується дискурс часопису.

Ключові слова: *морально-етичні категорії, журналістський дискурс, ієрархія потреб, концепти ДОБРО і ЗЛО, шкала оцінок «добре – погано».*

Бакун А. В. Когнитивно-оценочные факторы формирования дискурса журнала «Український тиждень». Исследуется оценивание журналистами журнала «Український тиждень» событий и фактов в соответствии со шкалой «хорошо – плохо» в сопряжении с иерархией потребностей. Показана связь оценочных и морально-этических категорий. Производится попытка соотнести журналистские оценки событий в Украине и странах Европы с особенностями национальной ментальности. Проанализировано, с помощью каких средств и в рамках какого типа общения строится дискурс издания.

Ключевые слова: *морально-этические категории, журналистский дискурс, иерархия потребностей, концепты ДОБРО и ЗЛО, шкала оценок «хорошо – плохо».*

Bakun Alexandra. The cognitive-estimative forming factors of the Ukrajins'kyj Tyzhden' (Ukrainian Week) magazine discourse. The article explores the evaluation of some events and facts by the journalists of the Ukrajins'kyj Tyzhden' magazine in accordance with the «nice – bad» scale connected with the hierarchy of necessities. The bond of evaluative and ethical categories is shown. An attempt to correlate the journalistic estimations of events in Ukraine and some European countries with the features of national mentality is made. The means of discourse creation of this magazine and its communicative type is analyzed.

Key words: *mental and ethical categories, journalistic discourse, the hierarchy of needs, the concepts GOOD and EVIL, the value scale nice – bad.*

Співвідношення такого важливого складника соціальних комунікацій, як журналістський дискурс, та морально-етичних категорій є надзвичайно багатоплановим. У першу чергу, звертають на себе увагу такі проблеми, як моральний аспект у роботі журналіста і вплив етичних категорій різного порядку на зміст журналістських матеріалів. Можна стверджувати, що зазначені проблеми в наш час особливо актуальні. Крім того, вони видаються евристично цінними й перспективними, але ще

недостатньо і нерівномірно дослідженими в українському журналістикознавстві. Слід зазначити, що деяким особливостям журналістської професійної етики, моральним законам, які може або не може за певних умов порушувати журналіст, присвячено низку праць, зокрема декілька книжок (серед найвідоміших авторів назвімо Д. С. Аврамова, Р. Г. Бухарцева, Г. В. Лазутіну, О. Левітаса, О. Д. Кузнецову, В. Іванова та В. Сердюка). Водночас дослідження етичних категорій у самих медіа-

текстах є темою мало розробленою в журналістикознавстві. Серед небагатьох дослідників подібної проблематики можна назвати Н. Г. Герасимчук, яка цікавилася моральними аспектами у творчих пошуках українських репортерів (2002). У контексті російського мовознавства О. В. Кисельова досліджувала прагматику побутування етичних концептів (передусім – «обов'язок», «совість», «обман») у сучасному публіцистичному дискурсі (на матеріалі журналу «Нева», робота проведена у м. Череповець, 2006). Серед інших мовознавчих праць дотичними до цієї теми можна вважати статті різних авторів у великому збірнику «Логический анализ языка. Языки этики» за редакцією Н. Д. Арутюнної (Москва, Інститут мовознавства РАН, 2000), а також низку робіт, присвячених окремим етичним складовим мовної картини світу певного народу, серед них – лінгвокультурологічне дослідження В. І. Кононенка, присвячене репрезентації духовно-культурних концептів «слава», «віра», «зло», «гріх», «зрада», «страх» та «сум» в українській мовній картині світу (Київ, 2008), аналіз використання в старослов'янській мові базових, на думку дослідниці, для середньовічного мислення категорій «добро», «зло», «благо» та «благочестя», проведене Т. І. Вендіною (Москва, інститут слов'янознавства РАН, 2002), або дослідження лінгвоетичних концептів «щастя» й «блаженство», проведене на матеріалі російської художньої літератури О. М. Михайленко (Краснодар, 2006). Відображення етичних категорій у політичному дискурсі (який частково перетинається з журналістським) досліджувала, зокрема, С. А. Тихонова (на прикладі репрезентації концепту «evil» («зло») в американському політичному дискурсі (м. Омськ, 2005). Разом із тим концепто- та дискурсотворчий потенціал морально-етичних категорій, у тому числі – базових категорій Добра і Зла, а також співвідношення позитивних та негативних етичних оцінок у дискурсі українських ЗМІ, наскільки відомо, у журналістикознавстві спеціально не вивчався і заслуговує на окреме дослідження.

На думку багатьох учених, категорії «добро» і «зло» є основою етики. Український філософ М. Г. Тофтул зазначає: «Зміст категорії „добро“ іноді ототожнюють із сутністю моралі взагалі, хоча більшість учених розглядає добро як морально-позитивне начало, зло – як морально-негативне, а саму етику як учення про добро і зло» [8 : 26]. У «Філософському енциклопедичному словнику» (1997), який базується

великою мірою на матеріалі багатьох статей сучасних філософських словників Німеччини, США й Англії, міститься таке визначення поняття «добро»: «Добро – основна моральна цінність, духовна цінність сама по собі» [10:140]. Спеціалісти з етичної психології Л. М. Попов, О. Ю. Голубева, П. М. Устін вважають, що «на рівні психіки та її зовнішніх проявів добро і зло є органічними елементами установок, мотивів, цілей, ціннісних орієнтацій, уявлень та категоріальних структур індивідуального пізнання» [6 : 43]. Тому видається важливим проаналізувати, як особистісні уявлення й погляди авторів на морально-етичні категорії «добро» і «зло» та оцінні категорії «добре – погано» впливають на зміст матеріалів сучасних українських журналістів.

Говорячи про категорії «добро» і «зло», вважаємо за необхідне зазначити, що сутнісні смисли цих категорій співвідносяться у своєму дискурсивному виразі з оцінною формою («добре», «погане» або «погано»), що відображається в українській мові, зокрема, на лексичному рівні (іменник *добро* та прислівник *добре* майже збігаються за формою і мають спільний корінь *добр-*). На це вказує і визначення понять «добро» і «зло», яке дає Т. У. Кузьміна у «Філософському енциклопедичному словнику» (1983): «Добро і зло – нормативно-оцінні категорії моральної свідомості» (курсив наш – О. Б.) [4:171]. Пов'язаність морально-етичних категорій «добро» і «зло» й оцінки відображає журналістський дискурс, актуалізуючи в різних контекстах то один, то інший план. Наявність оцінної форми дихотомії «добро – зло» приводить до необхідності враховувати особливості прагматичних уявлень представників журналістського корпусу.

Серед споживачів журналістських матеріалів досить розповсюджена думка, що сучасний український журналістський дискурс є загалом «чорнушним», тобто наявний стереотип про те, що журналісти найчастіше освітлюють негативні сторони нашого життя, а теми виключно обмежені політикою, життям відомих людей та ставленнями до них. Тому актуальним видається проведення дослідження, спрямованого на з'ясування того, яким насправді є співвідношення кількості повідомлень про погані та добрі новини і які теми найчастіше висвітлюються в ЗМК.

Мета статті – визначити числове співвідношення матеріалів з негативним інформаційним забарвленням до позитивних й нейтральних за духом статей у дискурсі журналу

«Український тиждень» і спробувати виявити когнітивні чинники, які сприяють віддаванню переваги тій чи іншій оцінці, а також дослідити, як оцінно-нормативна шкала «добре – погано» впливає на формування журналістського дискурсу.

Коли мова заходить про функції соціальної – як її частини – масової комунікації, вказують кілька цілей та задач комунікації, і, відповідно, засобів масової комунікації. Серед них – інформування, застереження, розважання, маніпуляція (ідеологічний вплив), рекламна та освітня дії. Початковою причиною, з якої людям необхідне спілкування, є потреби окремої людини або групи людей. Цілі комунікації обслуговують ті чи інші потреби, такі, як виживання, підтримка стосунків з іншими людьми, переконання інших діяти якимось чином, одержання влади над людьми, отримання інформації, творча діяльність тощо [2:44].

Дискурс ЗМК – явище багатогранне. У журналістських повідомленнях слід розрізняти потреби об'єкта повідомлення, потреби того, на кого впливають дії об'єкта повідомлення, а також комунікативні цілі, які слугують тим чи іншим запитам журналіста – автора матеріалу. Журналіст, у свою чергу, намагається задовольнити певну кількість потреб реципієнта повідомлення. Отже, виникає необхідність з'ясувати, як у сучасній гуманітаристиці розглядається сукупність людських потреб.

Питанням співвідношення потреб займався американський психолог Абрагам Маслоу (1908–1970). Учений запропонував концепцію самоактуалізації, яка є популярною в теоріях менеджменту та бізнес-комунікацій, у той час як у журналісткознавстві залишається незаслужено недооціненою. Нам видається коректним звернутися до згаданої концепції для систематичного розподілу тем аналізованих журналістських матеріалів.

За теорією А. Маслоу, людина має кілька рівнів потреб, і у більшості випадків потреба більш високого рівня може з'явитися, лише коли усі потреби більш низького рівня задоволені. Автор теорії вказував, що мотиви людини можна поділити на дві великі категорії: дефіцитарні (або Д-мотиви) і мотиви зростання (буттєві, або Б-мотиви). Д-мотиви є стійкими детермінантами поведінки, сприяючи задоволенню дефіцитарних станів (голоду, холоду тощо). Їх відсутність, на думку А. Маслоу, викликає хворобу. Д-мотивація націлена на зміну несприятливих умов, що викликають напругу. Б-мотиви ж можуть виникнути, на

думку вченого, лише у людини розвиненої, і спрямовані вони «назовні». Поняття, тісно пов'язані з Б-мотивами, за А. Маслоу, – це «істина, справедливість, краса» [5].

Базові потреби людини можна подати у вигляді такої приблизної схеми:

- 1) фізіологічні потреби;
- 2) потреба в безпеці;
- 3) потреба в приналежності до суспільства;
- 4) потреба у визнанні суспільством;
- 5) потреба в самореалізації (самоактуалізації), творчості та саморозвитку.

Термін «самоактуалізація» використовувався ще швейцарським психологом і філософом культури К. Г. Юнгом (1875–1961). За Юнгом, самоактуалізація означає кінцеву мету розвитку особи, досягнення нею повноти на базі якнайбільшої диференціації й інтеграції різних її сторін. Близькі за змістом до ідеї самоактуалізації також концепції «прагнення до самоствердження» і «творчого Я» австрійського психолога А. Адлера (1870–1937) [1:13].

Теорію А. Маслоу нерідко піддають критиці за надмірну категоричність. Утім, сам А. Маслоу вказував на те, що насправді потреби не можна звести до чіткої ієрархії (і тим більше піраміди, яку сам А. Маслоу не малював), і найбільше цікавився випадками інверсії, коли заради потреб вищого порядку людина нехтує потребами фізіологічними (їжа, сон) або потребою в безпеці. Також автор теорії наголошував на тому, що більшість жителів західного світу не відчуває критичного рівня незадоволення базових потреб: так, жителі США або країн Західної Європи лише у крайніх випадках можуть відчувати смертельний голод [5].

Якщо спробувати зіставити українські реалії з теорією А. Маслоу, виникає питання, як виглядає стан справ у нашій країні на тлі ситуації, характерної для західного світу. Особливо цінним для дослідження видається такий ракурс цього питання: як подають українську ситуацію ліберальні ЗМІ, зокрема, журнал «Український тиждень» (далі – «УТ»).

Передусім слід зазначити, що проведене дослідження дозволяє дійти попереднього висновку, що автори «УТ» звертають увагу на незадовільний стан реалізації найнижчих потреб у пересічних українців. Проте більш уважний аналіз співвідношення статей у номері дозволяє побачити значно складнішу картину. Співвідношення матеріалів наштовхує на думку, що подолання загалом негативної ситуації в українському соціумі може йти різними шля-

хами. Наприклад, у серії матеріалів «20 років свободи» автори пропонують можливі способи розвитку суспільства, економіки країни та покращення стану культури, але це є саме пропозицією, а не вказівкою. Дискурсу матеріалів аналізованого журналу притаманна діалогічність та відсутність категоричності. Остаточний висновок має зробити читач.

Для аналізу було обрано 100 статей, опублікованих у журналі «Український тиждень» у кінці 2009 – на початку 2010 року.

Щоб розглянути на конкретних прикладах, як виглядає співвідношення оцінок щодо реалізованості/нереалізованості різних рівнів потреб, було вибрано 160 негативних і позитивних тверджень зі статей загальним обсягом у 516 тис. 150 знаків і здійснено спробу співвіднести їх із рівнями базових потреб за теорією А. Маслоу.

Особливо цікавим видається питання, чи відображені у досліджуваному нами журналістському матеріалі випадки інверсії.

Матеріали із серії «20 років свободи», у яких розповідається про шлях європейських країн колишнього соцтабору, дають змогу зіставити ситуацію в Україні та ближчих до Західної Європи країнах, визначити ставлення авторів до різних реалій, вектор, який пропонують автори статей для українського суспільства.

Журналісти «УТ» намагаються, не нагнітаючи негативних емоцій відносно українських реалій, підтримуючи віру в Україну, на прикладі центральноєвропейських держав та країн Балтії показати, що саме завдяки прагненню інтелігенції та критичної маси населення до вищих цінностей досягається задоволення нижчих потреб, показують, що це – більш привабливий проект, ніж той, який досі був репрезентований в Україні. Так, у статті «Демократія без ілюзій», що входить до серії матеріалів «20 років свободи», автор Жанна Безп'ятчук цитує слова пересічного угорця: «Для мене найпомітнішою зміною останніх десятиліть є зміцніле прагнення молоді здобувати гарну освіту, відкривати нові можливості в навчанні й на ринку праці» («УТ», 2009, № 42, С. 33). В інтерв'ю-статті під назвою «Історія прориву» фінський історик Генрик Мейнандер на питання «Дія яких саме чинників допомагала втілювати в життя модель суспільства рівних можливостей у Фінляндії?» відповів: «Насамперед важливо, що фінська аристократія (...) не була надто заможною і впливовою. (...) Фінські жінки першими в Європі отримали виборчі права. (...) Відбулася уніфікація всіх ланок освіти. (...) По-

ступово ми утвердили меритократичну модель розвитку: лише знання і здібності потрібні для того, щоб просуватися соціальною драбиною вгору» («УТ», 2009, № 49, С. 40).

Відповідаючи на питання щодо «чорнухи» в журналістському дискурсі, потрібно відмітити, що автори намагаються подавати новини максимально різнобічно. У публікаціях журналу «УТ» трапляються то позитивні повідомлення, то негативні. Так, у публікаціях щодо стану справ у нашій країні бачимо співвідношення 16 позитивних до 35 негативних повідомлень, щодо Угорщини (серія «20 років свободи») – 5 позитивних до 8 негативних. Стан справ у нинішній Латвії переважно через те, що країна виявилася неготовою до світової фінансової кризи та через недостатньо продуману внутрішню політику, журналісти описують як достатньо важкий, але вважають, що в перспективі Латвія зможе побороти цю ситуацію (6 позитивних оцінок у співвідношенні з тридцятьма двома негативними). Натомість щодо Фінляндії бачимо загалом щасливу картину: 13 позитивних до 7 негативних повідомлень, тобто можна умовно представити когнітивно-оцінні особливості сприйняття конкретної реальності у такий спосіб: у сучасній Фінляндії автори статей в «УТ» бачать майже вдвічі більше добра, ніж зла.

Чим можна пояснити переважання негативних повідомлень над позитивними в описі ситуації в Україні? Для відповіді на це питання слід звернутися до досліджень української ментальності й культури, пов'язаної з мовою.

Український мовознавець В. І. Кононенко зазначає, що для української лінгвокультури концепти «зло», «гріх» є надзвичайно важливими. Учений виділяє їх серед таких духовно-культурних і абстрактно-емоційних концептів, як ВОЛЯ, ДОЛЯ, СЛАВА, ВІРА, ЗРАДА, СТРАХ та СУМ [3]. Як зазначають етнопсихологи, більшість українців важко переживають кривду [7:434]. Таким чином, велику кількість повідомлень негативного характеру можна пояснити як об'єктивною дійсністю, яку намагаються описувати автори статей в «УТ», так і когнітивно-оцінковими домінантами в ментальності українських журналістів. Концептуалізуючи світ крізь призму своєї лінгвокультури, важливою частиною якої є поняття «зло», «гріх» у напруженому співвідношенні з поняттями Добро і Любов, Злагода, а також Краса, журналісти, на наш погляд, несвідомо описують стан речей як трохи більш кризовий, далекий від дійсного.

Характеризуючи ті чи інші повідомлення як позитивні або негативні, а також розподіляючи їх відносно ієрархії потреб, зіштовхуємось із проблемою складності визначення межі між об'єктивним і суб'єктивним сприйняттям досліджуваного. Вважаємо, що зауважена ситуація є не випадковою, але методологічно значущою.

Деякі філософи вказують на те, що сучасна наука, як і сучасна філософія, є пост-некласичною, тобто у ній доволі сильний дух постмодернізму. На результати дослідження впливає позиція дослідника, а не лише матеріал, який аналізується [9]. У такій нетривіальній задачі, як спроба систематизувати журналістські матеріали за ієрархією потреб, які є поштовхом до комунікації, дослідник також не може бути абсолютно неупередженим, і отриманий результат вказує не лише на погляди авторів досліджених статей в «УТ», але й абсорбує погляд на світ автора дослідження.

Відповідно до результатів нашого дослідження найбільше зацікавлення – чи то пак занепокоєння – у авторів статей в «УТ» викликає стан задоволення потреби в безпеці (ми віднесли до такого 60 випадків із 160, як позитивних, так і негативних) у жителів України (7 позитивних повідомлень, 33 негативних), центральноєвропейських держав (Угорщина – 2 позитивних, 7 негативних повідомлень із 13), північноєвропейських (Фінляндія – 2 позитивних, 6 негативних) та країн Балтії (1 позитивний, 3 негативних). Як відомо, поняття добра та зла відносні і залежать від особистісних поглядів суб'єкта мовлення.

Серед повідомлень про події, які загрожували безпеці об'єктів повідомлення, є як абсолютні, негативність яких більшість реципієнтів не стала б заперечувати, так і ті, які реципієнтами зі світоглядними та політичними поглядами, відмінними від поглядів авторів «УТ», можуть бути сприйняті не лише як не негативні, а й як ті, що не торкаються проблеми безпеки України та українців. До перших, абсолютно негативних, повідомлень можна віднести матеріали, в яких ідеться про педофілію, голодомор, смерть від грипу (тут незадоволені потреби найнижчого порядку – фізичні, і в третьому випадку незадоволення цієї потреби досягло критичної відмітки), теракти в РФ, ДТП, спричинені посадовцями, спустошення монголами Києва у XIII ст. тощо. Як приклад *відносно* негативних повідомлень можна привести статті про продаж Францією кораблів «Містрал» Росії, вбивство в кінці 1950-х рр.

двох провідників УПА в Німеччині, знищення художників бойчуківської школи радянською владою та ін.

Незважаючи на те, що особливу увагу авторів статей в «УТ» викликає реалізація потреби в безпеці, ступінь її нереалізованості є, вочевидь, не настільки високою, щоб перешкодити усім громадянам України та деяких країн Європи намагатися реалізувати потреби більш високого рівня. Так, із загальної кількості у 160 оцінок 26 ми віднесли до рівня знадоби приналежності до суспільства, 34 – до потреби у визнанні суспільством, 25 – до найвищого, за А. Маслоу та К. Г. Юнгом, рівня потреб – потягу до самоактуалізації та реалізації у творчості.

За результатами дослідження можна зробити висновок, що, на думку журналістів «УТ», громадяни України та центральноєвропейських країн мають багато можливостей і, що найголовніше, – бажання задовольняти потребу в самоактуалізації і творчості (19 позитивних повідомлень порівняно з 6 негативними). Як приклад матеріалів, де задоволення потреби в самоактуалізації та творчості оцінене позитивно, можемо привести статті про перевидання «Кобзаря» Т. Шевченка з ілюстраціями «бойчуківця» Василя Сідляра під назвою «Кобзар без шароварів», про концерт легенди української рок-музики, гурту «Брати Гадюкіни» у 2006 р. (після більш ніж 10 років мовчання) та ідею зверненості сучасних угорців у майбутнє, а не у минуле (стаття «Демократія без ілюзій») у № 42 «УТ». Негативна ж оцінка дана в таких матеріалах, як вступна стаття редактора «УТ» Юрія Макарова щодо відсутності цензури в мистецьких акціях (стаття має назву «Fu.ing Siit», за нікнеймом (Shiitman) виконавця «перфомансу» під стінами Верховної Ради, й опублікована у № 49 за 2009 р.), та ін.

Як вказував автор теорії самоактуалізації А. Маслоу, надзвичайно важко визначити, якою саме потребою викликана конкретна дія актанта, або, в нашому випадку, комуніканта. Здійснене в дослідженні співвіднесення того ж повідомлення з кількома групами потреб: так, жодного разу в досліджуваних матеріалах не траплялися повідомлення про задоволення або незадоволення потреби першого порядку (фізичні потреби) відокремлено від інших потреб. На нашу думку, у досліджуваних статтях вони завжди були зчеплені з потребами більш високого порядку, зазвичай – потребою в безпеці. Наприклад, повідомлення про маніпулювання інформацією щодо згвалтування дітей в Артеку можна співвіднести з достатньо високою

потребою у визнанні суспільством (для тих, хто намагається донести цю інформацію до реципієнта), більш низькою, ближчою до фізичної, потребою в безпеці дітей та інших членів суспільства (чи можна вважати себе в безпеці пересічним громадянам, коли у славнозвісному таборі був скоєний такий злочин, який досі не є розплутаним?), та, глибоко всередині, фізичною або психологічною потребою гвалтівників. Проблема безпритульності, яку піднімають автори аналізованих статей, також є багатоплановою, і апелює до кількох рівнів людських потреб: як потреб у їжі, здоровому існуванні, так і потреби у приналежності до суспільства і визнання ним.

Багато статей у досліджуваному журналі присвячені економічним питанням. Однозначно співвіднести потреби, на які впливають позитивно або негативно описані у статтях події, з одним конкретним шаблоном вимог важко, адже вони охоплюють одразу кілька потреб. Так, повідомлення про активний розвиток нових галузей економіки Фінляндії, у тому числі високотехнологічних («УТ», 2009, № 49), указує на те, що у цій країні є або будуть задоволені потреби як нижчого порядку (фізіологічні: створення нових робочих місць → робота → достатня кількість їжі та наявність житла), так і вищого (розвиток, а відповідно, самоактуалізація вчених). Повідомлення про можливе зміцнення гривні до 7,7–8\$ торкається як проблеми задоволення нижчих потреб (нижчі ціни → вища якість життя українців: фізіологічні потреби, дефіцитарний мотив), так і питання престижу української валюти та українців у світі (потреба у визнанні суспільством, буттєвий мотив).

Таким чином, ми можемо стверджувати, що семантичні поля «Добро/Зло» у дискурсі журналістських матеріалів «УТ» знаходяться у взаємодоповнювальних конфігураціях, при цьому автори створюють динамічну картину: показаний активний рух сходінками потреб.

Автори аналізованого журналу намагаються розвивати свого читача, даючи погляд на оточуючий світ з різних точок зору. У кожному номері знаходимо економічний та політичний огляди ситуації в Україні та світі, а також матеріали з історії та кілька аналітичних матеріалів стосовно культурних подій. Достатньо часто журнал друкує аналітичні статті експертів з-поза свого журналістського корпусу: політологів, культурологів, істориків, суспільних діячів.

На нашу думку, автори статей «УТ» будують взаємини зі своїми читачами на принципах

неманіпулятивного, гуманістичного типу спілкування. Дискурс журналістських матеріалів у цьому виданні недовгочасний, діалогічний, автори апелюють до вдумливого читача – і тим самим підтримують у нього аналітичне мислення. Таким чином, журналісти «УТ» сприяють задоволенню вищих потреб читача: у прийнятті в суспільстві та у саморозвитку. У матеріалах журналу «УТ» автори вдаються до таких мовних засобів, як риторичне, або відкрите, питання, тобто де-факто ведуть діалог із читачем. Так, у кінці колонки редактора у № 50 за 2009 рік Юрій Макаров вказує: «Звісно, можна запитати: до чого тут конфлікт правої та лівої ідеологій? Даруйте, не я перший почав». Мирослав Маринович у «Відкритому листі до колег учасників Руху опору у Східній Європі та наших партнерів у Західній Європі» запитує: «Якщо через згадані приниження (візова бюрократія, з якою доводиться боротися кожен раз при в'їзді до західних країн – О. Б.) доводиться проходити мені, кавалерові Ордену Республіки Польща «За заслуги», а також багаторічному партнерові Посольства Республіки Польща у Києві й Польського Консульства у Львові, то що тоді говорити про пересічних українців?»

Також на користь відкритості та діалогічності досліджуваного журналу свідчить постійна рубрика «Зворотний зв'язок», у якій автори подають коментарі читачів на матеріали з попереднього номера «УТ», причому як схвальні, так і критичні відгуки. Читачам пропонують залишити свої зауваги та коментарі до статей на сайті www.ut.net.ua або в блозі Тижня ut-magazine.livejournal.com.

Таким чином, можна дійти висновку про те, що когнітивні структури авторів журналістських матеріалів впливають не лише на зміст повідомлення, у тому числі на його етично-моральну наповненість, але й на спосіб формування дискурсу, на тип спілкування з читачем. Автори статей у журналі «Український тиждень» оцінюють стан справ у нашій країні здебільшого негативно, але пропонують читачеві, до якого ставляться як до шанованого співрозмовника, кілька фреймів дії, вказують на існування різних можливих напрямків розвитку. Найбільше занепокоєння у журналістів «УТ», на наш погляд, викликає стан безпеки України та її громадян. Направленість матеріалів цього журналу дозволяє дійти висновку, що, на думку авторів, пріоритетним шляхом захисту себе, своєї країни та своєї свідомості є культурний та особистісний розвиток кожного з українців,

прагнення їх до вищих цінностей, до духовних надбань людства.

Література

1. Биографический энциклопедический словарь. — М. : Большая Российская энциклопедия, 2006. — 712 с.
2. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации: [Учеб. пособие] / В. Б. Кашкин — Воронеж : ВГТУ, 2000. — 175 с.
3. Кононенко В. І. Українська лінгвокультурологія: [Навч. посіб.] / В. І. Кононенко — К. : Вища шк., 2008. — 327 с.
4. Кузьмина Т. А. Добро и зло / Т. А. Кузьмина // Философский энциклопедический словарь / [Гл. редакция: Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов] — М.: Сов. энциклопедия, 1983. — С. 171—172.
5. Маслоу А. Г. Дальние пределы человеческой психики / Абрахам Гарольд Маслоу ; пер. с англ. А. М. Татлыбаевой. — СПб. : Евразия, 2002. — 432 с.
6. Попов Л. М. и др. Добро и зло в этической психологии личности / Л. М. Попов, О. Ю. Голубева, П. Н. Устин — М.: Институт психологии РАН, 2008. — 240 с.
7. Савчук Б. Українська етнологія / Борис Савчук. — Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2004. — 559 с.
8. Тофтул М. Г. Категорії добра і зла / М. Г. Тофтул // Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. Філософські науки. — Вип. 40. — Житомир : ЖДУ, 2008. — С. 26—31.
9. Фейерабенд П. Избранные труды по методологии науки / Пол Фейерабенд. — М. : Прогресс, 1986. — 542 с.
10. Философский энциклопедический словарь / Ред-сост.: Е.Ф. Губский, Г.В. Кораблева, В.А. Лутченко. — М. : ИНФРА-М, 1997. — 576 с.