

Отримано: 1 жовтня 2021 р.

Прорецензовано: 2 грудня 2021 р.

Прийнято до друку: 3 грудня 2021 р.

e-mail: liudmyla.pidkuimukha@gmail.com

DOI: 10.25264/2519-2558-2021-12(80)-59-62

Підкуймуха Л. М. Habemus parat: рецепція приїзду в Україну Папи Римського Івана Павла II у засобах масової інформації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2021. Вип. 12(80). С. 59–62.

УДК: 811.161.2'42:070:272-732.2-051

Підкуймуха Людмила Миколаївна,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української мови,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»,

НАВЕМУС ПАРАМ: РЕЦЕПЦІЯ ПРИЇЗДУ В УКРАЇНУ ПАПИ РИМСЬКОГО ІВАНА ПАВЛА II У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У статті проаналізовано основні засоби на мікро- і макрорівні, що їх використовували медіа для висвітлення приїзду Папи Івана Павла II до України 2001 року. Матеріалом слугували новини, аналітичні статті, огляди, думки як прихильників приїзду, так і противників, що містилися в щоденній українській газеті «День», Інтернет-виданні «Українська правда» та «Радіо Свобода». Для дослідження застосовано методи дискурс-аналізу, загальнонаукові методи систематизації та узагальнення, а також елементи контент-аналізу.

У роботі встановлено, що чітка позиція авторів матеріалів, яка полягала в позитивному зображенні приїзду Понтифіка, прослідковується як в експліцитних висловлюваннях, так і в позитивно конотованих епітетах, метафорах, порівняннях. Визначено, що з метою впливу на адресатів було подано опінії української інтелігенції, авторитетів громадської думки щодо Папи і його перебування в Україні.

Ключові слова: дискурс-аналіз, Понтифік, медіа, рецепція.

Liudmyla Pidkuimukha,
Candidate of science, Associate Professor,
National University of Kyiv-Mohyla Academy

HABEMUS PARAT: RECEPTION OF THE POPE JOHN PAUL II ARRIVAL IN UKRAINE IN THE MEDIA

The article analyzes the main means at the micro and macro level, which were used by the media to cover the visit of Pope John Paul II to Ukraine in 2001. The study has been based on the daily broadsheet newspaper «Den» [Eng. literally Day], the online newspaper «Ukrains'ka Pravda» [Eng. literally Ukrainian Truth], and «Radio Svoboda» [Eng. Radio Liberty]. The methods of systematization and generalization, discourse analysis (van Dijk) as well as elements of content analysis have been applied.

The paper establishes that the clear authors position, which consisted in a positive image of the Pontiff arrival, can be traced both in explicit statements and in positively connoted epithets, metaphors, comparisons. On the other hand, the opinions of the Moscow Patriarchate representatives as well as the leader of the Communist Party Petro Symonenko, who were against Pope arrival, have been also presented for the objectivity. In addition, abstract and confessional vocabulary in the aforementioned media has been analyzed. Therefore, this paper opens a discussion about religious themes in modern media. In our further investigations, we would concentrate on how Tomos on the Autocephaly of the Ukrainian Orthodox Church have been presented in different discourses and genres (TV news, printed media, interviews, social media texts, etc.).

Key words: discourse analysis, pontiff, media, reception.

У червні 2021 року виповнилося 20 років з моменту приїзду Папи Римського Івана Павла II до України. До цієї дати загальнонаціональні засоби масової інформації, як-от інформаційна служба «Радіо Свобода», інформаційне агентство «Інтерфакс», інтернет-видання «Лівий берег», а також декілька західноукраїнських онлайн-медіа зробили низку матеріалів. Автори розпитували очевидців тієї події, брали інтерв'ю в наближених до Папи осіб, зокрема, його особистого секретаря Мечислава Мокшицького, перших осіб держави того часу, наприклад, тодішнього президента Леоніда Кучми. Проте часто матеріали були новинного характеру і радше подавали інформацію про заходи, приурочені до річниці приїзду (молебень, виставка, відкриття проспекту тощо), аніж вдавалися до характеристики Понтифіка.

З огляду на актуалізацію теми в сучасному медійному дискурсі, у цій статті ми проаналізуємо, як українські ЗМІ 2001 року висвітлювали приїзд Папи Римського до України, до яких засобів вдавалися, аби продемонструвати свою позицію чи здійснити вплив на читача. Важливим для цього дослідження став лінгвоестетичний підхід, а також застосування контент-аналізу. У роботі використано загальнонаукові методи систематизації та узагальнення, дискурс-аналізу.

Методологію аналізу засобів масової інформації представлено в дослідженнях Т. ван Дейка, що в них науковець подає структуру побудови такого дискурсу, який містить кілька глибинних рівнів. Автор виокремлює локальні (мікроструктури) та глобальні (макроструктури) рівні аналізу дискурсу. Мікроструктури передбачають зв'язки в середині самого повідомлення, тобто аналіз морфологічних, словотвірних, лексичних, семантичних, синтаксичних засобів. Дослідження макроструктур пов'язане з аналізом зв'язків цілого інформаційного поля. До глобальних структур належать семантичні макроструктури, а також формальні суперструктури [26]. У нашій роботі вдаватимемося до аналізу матеріалу як на рівні мікро-, так і макроструктур.

На необхідності багатofункційного підходу до медіатекстів наголошує й Н. Фейрклаф: «У медіадискурсі аналізують не лише традиційні лінгвістичні аспекти слова: семантику, граматику, синтаксис пропозиції або менші синтаксичні єдності, але й більші текстові блоки, що в них виявляється зв'язність, як-от організація повороту бесіди в інтерв'ю, цілісна структура новинного матеріалу» [38, с. 79-80].

Матеріали ЗМІ нині вважають окремим видом дискурсу з індивідуальними характеристиками та жанрами, що обумовлено соціально-комунікативним потенціалом повідомлень, розрахованих на масового адресата, а розгляд медіа як дискурсу уможливує вийти за межі структури та змістового боку, дає змогу розглянути форми презентації конкретного мовленнєвого журналістського тексту і його екстралінгвальні чинники [25, с. 105-106].

Масмедійний дискурс – це «зв'язний вербальний чи невербальний, усний чи письмовий текст разом з соціокультурними, прагматичними, психологічними факторами, що є виражений за посередництвом засобів масової комунікації. Його подано в подієвому аспекті, він є дією, бере участь у соціокультурній взаємодії і відображає механізм свідомості комунікантів» [28, с. 132]. Основне завдання масмедіа полягає в зображенні актуальної реальності, обробленні й передаванні даних широкій аудиторії, систематичному поширенні соціально значущої інформації [24].

Щодо класифікації дискурсів ЗМІ, то О. Ширяєва, виходячи із жанрового розмаїття масмедіа, вирізняє такі типи дискурсів: новинний, репортажний, інформаційно-аналітичний, есеїстичний, рекламний та PR-дискурс [36].

Подібну класифікацію розробив і Є. Кожем'якін, за основу якої взяв жанрово-функційні особливості медійного простору: новинний, рекламний, промоційний (PR); інформаційний, аналітичний, публіцистичний; ідентифікувальний, репрезентувальний та ідеологічний дискурси [31, с. 17]. Т. Добросклонська, своєю чергою, класифікує новини, інформаційно-аналітичні і рекламні тексти й features [27].

А. Белл зауважує, що визначення медіатексту виходить за межі традиційного розуміння тексту як певної послідовності слів. Воно є значно ширшим, адже передбачає також звукові й голосові параметри, візуальні образи, тобто медіатексти втілюють технології, що їх застосовують для створення та розповсюдження таких текстів [37, с. 35]. Наприклад, статті в традиційній пресі чи Інтернет-медіа, окрім текстового оформлення, передбачають також і графічне – діаграми, фотографії тощо.

На межі перетину масмедійного та комп'ютерного дискурсів утворився новий тип – дискурс онлайн-медіа. В Україні Інтернет-ЗМІ з'явилися у 1999–2000 рр. [29, с. 474] й архіви більшості з них є у вільному доступі.

Онлайн-видання здатні поєднувати в собі аспекти масової періодики і залучення до глобальної інформаційної мережі [23, с. 9-10]. Серед переваг онлайн-медіа над традиційними дослідники називають інтерактивність, мультимедійність, персоналізацію тощо. Саме тому шораз частіше люди надають перевагу онлайн-ресурсам, адже «Інтернет як медійна сфера – синтез преси, радіо, телебачення з економією часу, простору і коштів» [29, с. 475]. До того ж, попри інформативну функцію, такі ЗМІ в той чи той спосіб виконують також «світоглядно- і навіть ідеологотворчу функцію, будучи чи не найбільшим суспільним авторитетом сьогодення» [35, с. 85]. Таким чином, електронні ЗМІ здатні сприяти формуванню колективної свідомості, а відтак визначати напрями культурного, політичного, економічного та соціального розвитку суспільства.

Важливою для нашого дослідження вважаємо класифікацію Г. Кашуби, яка виокремлює три групи українських Інтернет-ЗМІ:

- ✓ Інтернет-версії друкованих ЗМІ (наприклад, “Дзеркало тижня”, “Експрес”, “Тижень”);
- ✓ сайти інформаційних агентств (“УНІАН”, “УКРІНФОРМ”, “RegioNews”);
- ✓ власне Інтернет-видання (“Українська правда”, “IPress.ua”) [29, с. 475].

Для дослідження ми брали щоденну українську газету “День”, Інтернет-видання “Українська правда” та інформаційну службу “Радіо Свобода”.

Приїзд Папи Римського Івана Павла II в Україну в аналізованих виданнях здебільшого має новинний характер, його подано у хронологічній послідовності, про що, зокрема, свідчать заголовки статей: «Папа Іоанн Павло відслужив першу месу в Києві у присутності ста тисяч віруючих» [12], «Вчора увечері у Львові відбулася зустріч Папи Римського Івана Павла II з молоддю» [6].

Аналізованим матеріалам властиві такі компоненти естетичного дискурсу масмедійних текстів, як інтенсивність, емоційність, оцінність, образність. Автори, наприклад, експліцитно виражають своє ставлення до приїзду Івана Павла II, про що свідчать такі фрагменти: «Перша подія такого масштабу в Україні за дві тисячі років» [22]; «Це особлива подія у житті України» [8]; «Честь для Держави Україна» [7]; «Животворячий вплив на суспільну свідомість, на міжнародний імідж України» [21]; «На декілька днів візиту буде повернуто обтрозичливу увагу країн Заходу» [1].

Такі структури наявні як в авторській мові, так і в прямій – інтерв'ю, експертна оцінка, думки й погляди відомих українців тощо. Кореспонденти також висвітлюють значення візиту для українців, їхнього духовного становлення: «Візит Святійшого Отця, без сумніву, збагатить нас усіх духовно. Суспільство стане більш консолідоване» [21] і, за словами письменниці Оксани Забужко, «очистить Україну від того душевного і духовного бруду, який тут накопичувався» [8]. Українська народна артистка Ніна Матвієнко в інтерв'ю газеті “День” зазначає, що «ця людина [Папа Римський – Л.П.] хоче об'єднати нас у любові. Усі його дії спрямовані на те, щоб ми жили в мирі» [21].

Тематика приїзду в Україну Глави католицької церкви зумовила використання в ЗМІ абстрактної та конфесійної лексики: *чудо, любов, милосердя, благословення, духовність, мораль, віра; меса, богослужіння, Божественна літургія, Христос, Богородиця, Серце Марії, конфірмація, миропомазання* тощо. Наприклад, Разом з тим, прес-секретар повідомив журналістів, що на цьому *богослужінні* знаходиться священик УПЦ (МП), який «хотів взяти участь в месі та побути разом з Папою» [5]. «Це маленьке українське *чудо*», – підкреслив він [5] ...Другий день перебування понтифіка в наших палестинах розпочався з *Божественної літургії* за латинським обрядом [12]. Дехто з них готувався до *конфірмації* – обряду *миропомазання*, що залучає дітей до Церкви [12] диною основою, яка може об'єднати народи, є *мораль і духовність* [16] Не дивлячись ні на що Кучма заговорив про *милосердя і любов до ближнього*» [16]. Зауважимо, що в аналізованих текстах семантичне ядро абстрактної лексики найчастіше привносить саме позитивну інформацію.

На мовленнєвому рівні експресивна насиченість передається риторичними запитаннями, окличними реченнями, а також лексичними одиницями з експресивною забарвленістю. Наприклад, *Якими будуть наслідки цього візиту?* [14]. *Чи може він знайти слова примирення в Україні?* [14].

Попри загальну позитивну рецепцію приїзду Папи до України, автори задля об'єктивності подають і позиції противників Понтифіка й Ватикану, тобто думку представників Української православної церкви Московського патріархату. З такими солідаризувалася верхівка Комуністичної партії України та інші ностальгіки за радянським минулим.

Для фундаменталістськи налаштованих членів УПЦ МП Ватикан – споконвічний ворог, джерело зла, а одне із ключових завдань Православної Церкви вбачають у боротьбі з католицизмом. Саме вони розглядали приїзд Папи як зазіхання на “свою” територію: *Ми не можемо схвалювати візит до України Римського папи Івана Павла II хоча б тому, що, попри традицію він приїхав сюди без згоди нашої церкви. Хоча Україна є канонічною територією УПЦ МП [...] Загалом вважаю, що Президент Кучма зробив неправильно, зарпосивши Римського папу, і не мав права говорити від імені всього народу України, коли вітав Римського папу* (о. Олександр, Церква Пресвятої Богородиці, УПЦ МП) [21]. Дехто зі священнослужителів Церкви відкрито обзивав Папу ворогом українського народу, підозрюючи його в злодійських намірах – «красти православної душі»: *... как вор православных человеческих душ, який «раздавая подарки, постарается обратить представителей молодого поколения в католичество* («Время. МН.8.6.2001 р.) [7]. Звернімо увагу, що цю позицію в одному з матеріалів подано саме російською мовою, аби підкреслити, що така думка є чужою і неприйнятною для українського суспільства.

На шпальтах видань зазначено і про незначну кількість таких противників Папи: автори вдаються до антонімів *більшість – меншість*, використовують такі ад’єктиви, як *одноосібні, ізольовані*, аби підкреслити, що таких “опозиціонерів” було небагато: *Поруч з абсолютною більшістю української громадськості, яка до візиту Івана Павла II ставиться наскрізь позитивно, є незначна, але дуже криклива меншість, яка не приховує свого роздратування, ба навіть обурення і протестує проти приїзду до України Папи Римського* [7]. *Активні противники візиту виглядають досить ізольованими* [1].

Іронічно-саркастичного відтінку висловленню надає лексема *священочаліє*, що в тексті подано за фонетичним принципом. У такий спосіб медіа імпліцитно демонструють, про яку саме церкву йдеться. *Священочаліє Церкви одноставне в негативному ставленні до візиту Папи* [1]. Метафорично УПЦ МП у матеріалах номіновано *ленінською конфесією*, а агресивно налаштованих парафіян – *помічниками московської режисури. Антирелігійна сила віруючих “ленінської конфесії”, що стали добровільними помічниками московської режисури* [7]. Як відомо, метафоричній моделі завжди властиве емотивне забарвлення. На переконання А. Ортоні, Дж. Клоурта, А. Коллінза, емоції доцільно розглядати як результат деяких форм когнітивної діяльності, оскільки конкретна концептуалізація ситуації дає змогу передавати емоції певного типу [33, с. 314].

Для того, щоб висвітлити значення приїзду Папи Римського, автори матеріалів апелюють до лідерів громадської думки, моральних авторитетів України. У такий спосіб журналістам вдається подавати альтернативну opiniю та навіть впливати на погляди своїх читачів. О. Поліщук зазначає, що «при такому інформаційному орієнтуванні відбувається опертя на чуттєву основу. Людська думка стає образно спрямованою, і для неї значення матимуть естетично-екстралінгвістичні чинники» [34, с. 167].

У газеті “День” зібрано коментарі докторів наук, письменників, народних артистів, дисидентів, професорів тощо, які висловлюються щодо дій Московського патріархату. *Їх [представників Московського патріархату – Л.П.] дії – дикість. Я вважаю, що вони люди амбітні й на першому плані у них не релігійне вчення, а політика* (Ніна Матвієнко, співачка) [21]. *Ця церква постала «в усій красі» – не як духовна установа, а як суто політична інституція, покликана затримувати Україну в сфері московського впливу* (Максим Стріха, письменник) [21]. *Він [приїзд – Л.П.] показав розділ між українською і російською цивілізаціями. І магомети, і індуїсти, і буддисти – усі приймають Папу, як людину, яка варта честі й поваги, та тільки Московський патріархат і сам Алексій показали своє невігластво* (Роман Іваничук, професор Львівського державного університету) [21].

У статтях, інтерв’ю й аналітичних оглядах мають місце окремі ознаки інформативних текстів: наявні кількісні дані й статистика (*За даними всеукраїнського представницького опитування, проведеного фірмою СОЦІС спільно з Фондом «Демократичні ініціативи», у лютому цього року (опитано 1200 респондентів) 44% опитаних ставилися до візиту Папи Римського позитивно, 4% – негативно, 14% – не змогли дати однозначної оцінки, 23% відповіли, що їм однаково і 16% не змогли відповісти на запитання, оскільки нічого не знали про візит Папи в Україну. Більшість учасників опитування (60%) також з різних причин вважали, що цей візит істотно підвищить престиж України на міжнародній арені* [8], антропоніми, зокрема імена персоналії, що були знаковими в той період (*Леонід Кучма, Оксана Забужко, Ліна Костенко, Максим Стріха, Ніна Матвієнко та ін.*), лексичні одиниці, що позначають соціальні реалії – *влада, корупція, багатство, бідність* тощо. Наприклад, *Як передають кореспонденти, упродовж візиту в Україну Папа висловлюється про болючі питання українського сьогодення, такі як корупція, зловживання владою* [6].

Важливим аспектом у вивченні дискурсу є дослідження поняття, яке В. Кулик визначає, як процес “називання”, тобто вибір лексеми для певного значення [32, с. 68]. Так, для «називання» Івана Павла II автори послуговуються такими номінаціями: *Папа Римський Іван Павло II, Глава католицької церкви, Глава Держави Ватикан, Предстоятель однієї зі світових церков, Святіший отець, Понтифік, Pontifex maximus, Папа Войтила* тощо. Явище синонімії в публіцистичному тексті уможливило уникнути тавтології. Вдаються журналісти і до метафорики в номінації, що є одним із засобів створення експресії та необхідною умовою функціонування мови засобів масової інформації. За допомогою метафори тексти періодичних видань стають більш виразними, емоційними. У таких виразах, як *наступ до своїх віруючих, достойний гість з Вічного міста, одна з найвидатніших особистостей ХХ ст., один із провідних лідерів сучасності, фігура всесвітнього масштабу* відображено позитивне ставлення аналітиків, авторів, спікерів, осіб, які давали інтерв’ю, до постаті Івана Павла II. Додаткової характеристики додають й ад’єктиви *легендарний, видатний, світлий, святий*, що виступають епітетами й у своїй семантиці мають позитивну оцінку. Значення метафори полягає в тому, що вона формує модельну роль, тобто не лише визначає уявлення про об’єкт, але й визначає категорії, у яких він осмислюється. Вживання метафор «означає більш чи менш свідомий вибір на користь якоїсь із них, а отже, на користь певного представлення описуваного об’єкта і світу загалом» [32, с. 68]. У такий спосіб, ЗМІ виконують не лише функцію передавання й поширення інформації, а також беруть участь у процесі формування ідей і поглядів, оскільки таке повідомлення здатне взаємодіяти з адресатами і впливати на їхні переконання.

Таким чином, Приїзд Папи Римського до України 2001 року медіа визначили як головну подію року, що й зумовило такий резонанс і всебічне висвітлення. Окрім новинної інформації про приїзд Понтифіка і його перебування в Україні, в аналізованих медіа – “Українська правда”, “Радіо Свобода”, “День” – було подано аналітичні статті, огляди, думки як прихильників приїзду, так і противників, коментарі представників української інтелігенції, інтерв’ю тощо.

Література:**Джерельна база**

1. Білецький М. Українське суспільство перед візитом Папи і після нього. *День*. 2001. №111. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/podrobici/ukrayinske-suspilstvo-pered-vizitom-papi-i-pislya-nogo> (дата звернення 20.07.2020).
2. Більше половини українців – «за» приїзд Папи. *Українська правда* : вебсайт. URL: [HTTPS://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/23/2982992/](https://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/23/2982992/) (дата звернення 14.08.2020).
3. Візит Папи Івана Павла II «відкриє для багатьох європейських політиків ширше очі на Україну», вважає экс-віце-прем'єр України, академік Микола Жулинський. *Радіо Свобода* : вебсайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/877088.html> (дата звернення 15.08.2020).
4. Візит Папи: шанс позбутися догм. *День*. 2001. №113. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/vizit-papi-shans-pozbutisya-dogm> (дата звернення 20.07.2020).
5. В Україні Папа помолодів на 10 років. *Українська правда* : вебсайт. URL: [HTTPS://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/27/2983021/](https://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/27/2983021/) (дата звернення 21.07.2020).
6. Вчора увечері у Львові відбулася зустріч Папи Римського Івана Павла II з молоддю. Радіо Свобода : вебсайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/877135.html> (дата звернення 22.07.2020).
7. Гваті І. «Не бійтеся». *День*. 2001. №110. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/ne-biytesya-0> (дата останнього доступу 22.07.2020).
8. Денисенко В. Ваші враження від візиту Папи Римського? *День*. 2001. №112. URL: <https://day.kyiv.ua/ru/article/podrobnosti/vashi-vrechateniya-ot-vizita-papu-rimskogo> (дата звернення 13.07.2020).
9. Зустріч Папи Римського Івана Павла II з представниками Всеукраїнської ради церков сприятиме налагодженню діалогу між українськими церквами і реалізації екуменічної ідеї. *Радіо Свобода* : вебсайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/877000.html> (дата звернення 23.07.2020).
10. Карп'як Д. Зближення та поєднання. *День*. 2001. №111. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/poshta-dnya/zblizhennya-ta-poiednannya> (дата звернення 28.07.2020).
11. Лукашенко і Алексій II «наїхали» на Папу Римського. Не називаючи імен. *Українська правда* : вебсайт. URL: [HTTPS://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/27/2983025/](https://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/27/2983025/) (дата звернення 30.07.2020).
12. Папа Іоанн Павло відслужив першу месу в Києві у присутності ста тисяч віруючих. *Українська правда* : вебсайт. URL: [HTTPS://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/24/2982995/](https://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/24/2982995/) (дата звернення доступу 30.07.2020).
13. Папа прибув до України повчитися в «апостола Павла». *Українська правда* : вебсайт. URL: [HTTPS://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/23/2982989/](https://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/23/2982989/) (дата звернення 29.07.2020).
14. Папа Римський і Україна «Особиста думка» на Німецькій хвилі. *Українська правда* : вебсайт. URL: [HTTPS://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/22/2982986/](https://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/22/2982986/) (дата звернення 14.07.2020).
15. Папа Римський – порушник закону і рятівник іміджу. *Українська правда* : вебсайт. URL: [HTTPS://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/23/2982991/](https://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/23/2982991/) (дата звернення 19.07.2020).
16. Після візиту Папи Кучма раптово повірив у Бога. *Українська правда* : вебсайт. URL: [HTTPS://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/27/2983028/](https://WWW.PRAVDA.COM.UA/NEWS/2001/06/27/2983028/) (дата звернення 18.07.2020).
17. Портников В. Пріоритети. *День*. 2001. №113. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/den-planeti/prioriteti> (дата звернення 19.07.2020).
18. Президент Польщі Олександр Квасьневський називає візит Папи Івана Павла II в Україну «великим успіхом» країни і президента Леоніда Кучми. *Радіо Свобода* : вебсайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/877231.html> (дата звернення 31.07.2020).
19. Провідні українські журналісти назвали найуспішнішими політиками червня 2001 року президента країни Леоніда Кучму, прем'єр-міністра Анатолія Кінаха і Папу Римського Івана Павла II. *Радіо Свобода* : вебсайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/877747.html> (дата звернення 29.07.2020).
20. Протести проти візиту Папи Римського Іоанна Павла II в Україну є незаконними, їх слід розцінювати як втручання у внутрішньополітичне життя нашої держави. *Радіо Свобода* : вебсайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/877002.html> (дата звернення 30.07.2020).
21. Теленчі О. Папи вистачить на всіх. *День*. 2001. №111. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/den-ukrayini/papi-vistachit-na-vsih> (дата звернення 29.07.2020).
22. Трофимова Н. Запитання «Дня». Ваші враження від візиту Папи Римського? *День*. 2001. №112. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/panorama-dnya/zapitannya-dnya-125> (дата звернення 12.07.2020).

Література

23. Ажгихина Н. И. Гендерные стереотипы в современных масс-медиа. *Женщины: свобода слова и творчества* : сборник статей. Москва: Эсланб, 2001. С. 5–22.
24. Володина М. Н. СМИ как форма «общественного диалога». *Язык современной публицистики* : сб. статей. Москва, 2005. С. 31–43.
25. Гапотченко, Н. С. Сучасні тенденції розвитку дискурсу французьких ЗМІ. *Studia Linguistica*. 2009. Вип. 2. С. 105–109.
26. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / пер. с англ. ; изд. 2-е. Москва : Эдиториал УРСС, 2015. 320 с.
27. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиа-речь). Москва : Флинта; Наука, 2008. 264 с.
28. Желтухина М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ [диссертация]. Москва : Институт языкознания РАН, 2004. 358 с.
29. Кашуба Г. І. Українські Інтернет-видання: комунікативно-лінгвістичні та правові аспекти. *Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналістика*. 2004. Вип. 25 С. 474–480.
30. Кибрик А. А. Модус, жанр и другие параметры классификации дискурсов. *Вопросы языкознания*. 2009. № 2. С. 3–21.
31. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*. 2010. №2 (73). Вип. 11. С. 13–21
32. Кулик В. М. *Дискурс українських медій: ідентичності, ідеології, владні стосунки*. Київ : Критика, 2010. 655 с.
33. Ортони А., Клоур Дж., Коллинз А. Когнитивная структура эмоций. *Язык и интеллект*. Москва, 1995. С. 314–385.
34. Поліщук О. П. Естетична інформація та феномен художнього мислення. *Практична філософія*. 2007. № 4 (№ 26). С. 165–170.
35. Фалафівка О. Я. Інтернет-ЗМІ України, Великобританії та Польщі як середовище творення сучасного медіаполітичного дискурсу. *Людина. Комп'ютер. Комунікація: зб. наук. праць*. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. С. 85–86.
36. Ширяева О. В. Информационно-аналитический дискурс как предмет коммуникативно-дискурсивного исследования. *Медиаскоп*. 2018. Вип. 4. URL: www.mediascope.ru/node/1218 (дата звернення 21.01.2021).
37. Bell A., Garret P. (eds). *Approaches to Media Discourse*. London : Wiley-Blackwell, 1998. 304 p.
38. Fairclough N. *Critical Discourse Analysis. Marges Linguistiques*. 2005. № 9. P. 79–80.