

## ПСИХОЛІНГВІСТИЧНИЙ ПІДТЕКСТ ПОДІЙ ЄВРОМАЙДАНУ В НЕЗАЛЕЖНІЙ УКРАЇНІ

**Марія Зубарєва**

канд. наук із соц. ком., старший викладач,  
Національний університет «Острозька академія»,  
Україна,  
[maxazub@mail.ru](mailto:maxazub@mail.ru)

*У статті розглянуто психолінгвістичний вплив на свідомість суспільства та появу нових неологізмів в обиході суспільства, пов'язаних із подіями Майдану (Євромайдану). Розкрито ключові принципи впливу мас-медіа на політичну свідомість громадян, особливості відбору тем журнальних та газетних публікацій, «гарячих» анонсів головних радіо- і телепередач. Спираючись на об'єктивне відображення подій Євромайдану в Україні з боку вітчизняних фахівців-соціологів, політологів та фахівців з вивчення впливу мас-медіа простежено єдину консолідацію з приводу розвитку відповідних політичних подій та їх наслідків для країни в цілому. На основі відповідних фактів проілюстровано потік інформаційного негативу від часів Помаранчевої Революції і до подій Євромайдану. Особливу роль відведено психолінгвістичному потоку, який характерний для часів сьогодення та пов'язаний із ім'ям діючих державних діячів. Обґрунтована позиція щодо того, що політичний стан України можна оцінювати із того, якими фразами оперують ЗМІ чи простий народ.*

**Ключові слова:** Євромайдан, психолінгвістичний вплив, неологізми, мова ворожнечі, медійна публіка, колективний психоз, векторний вплив

*В статье рассмотрено психолингвистическое влияние на сознание общества и появление новых неологизмов в обиходе общества, связанных с событиями Майдана (Евромайдана). Раскрыты ключевые принципы влияния масс-медиа на политическое сознание граждан, особенности отбора тем журнальных и газетных публикаций, «горячих» анонсов главных радио- и телепередач. Опираясь на объективное отражение событий Евромайдана в Украине со стороны отечественных специалистов-социологов, политологов и специалистов по изучению влияния масс-медиа прослежена единая консолидация по поводу развития соответствующих политических событий и их последствий для страны в целом. На основе соответствующих*

фактов проілюстрован потік інформаційного негатива со времен Оранжевой Революции и к событиям Евромайдана. Особая роль отведена психолінгвістическому потоку, который характерен для настоящего времени и связан с именем действующих государственных деятелей. Обоснована позиция относительно того, что политическое положение Украины можно оценивать по тому, какими фразами оперируют СМИ или простой народ.

**Ключевые слова:** Евромайдан, психолінгвістическое влияние, неологизмы, язык вражды, медийная публика, коллективный психоз, векторное влияние.

*The article discusses psycholinguistic impact on the consciousness of society and the emergence of new neologisms used in society related with Maidan events (Euromaidan). It reveals key principles influence of the media on the political consciousness of citizens, especially the selection of topics magazines and newspaper publications, «hot» major announcements on radio and television. Based on an objective reflection of events of Euromaidan in Ukraine from national experts -sociologists, political scientists and experts on the media impact of is traced singular consolidation as to the development of the definite political developments and their implications for the country as a whole. On the basis of the relevant facts it's illustrated by the flow of negative information from the Orange Revolution and before the events of Euromaidan. A special role has psycholinguistic flow that is typical for the time of day and the name associated with the current state figures. It's grounded position on the fact that the political situation in Ukraine can be evaluated from the fact that phrases operating media or common people.*

**Key words:** Euromaidan, psycholinguistic influence, neologisms, enmity language, media public, collective psychosis, vector effect.

## Вступ

Серед усіх сфер суспільної діяльності політика найбільше потребує спеціального висвітлення у ЗМІ, у встановленні та підтримці постійних зв'язків між її суб'єктами. Мас-медіа хоч і покликані вирішувати специфічні завдання у політичній системі та суспільстві, в дійсності вони досить самостійні, мають власні амбіційні цілі та різні прийоми їх досягнення. Вплив на політику ЗМІ здійснюється, насамперед, за допомогою відповідного інформаційного процесу, що, в свою чергу, дозволяє потрібним чином формувати думку суспільства і кожного.

Політичний стан в Україні можна оцінювати із того, якими фразами оперують ЗМІ чи електоральні маси. Так, із початку Майдану майже кожного дня ми чуємо такий набір слів,

як «телемайдан», «євромайданівці», «антимайдан», «люстрація», «закордонні донори» та ін.

Нові слова взагалі, і слова періоду «майдану» і «постмайдану» зокрема – завжди дуже точний індикатор того, що зараз хвилює суспільство: здоровий спосіб життя, інтернет-технології, спілкування в соцмережах чи новий політичний курс країни. Очевидно, що на сьогодні під дією деяких нехитрих психолінгвістичних прийомів йде безпосередній вплив на свідомість мас. Йде векторний вплив на думки людей, їхній спосіб життя, намагаючись направити «потрібні ідеї» політиків в «потрібне русло». Саме тому, є актуальним вивчення прийомів психолінгвістичного впливу на свідомість людей. Особливо цікавим видається дослідження неологізмів, що з'явилися спочатку Євромайдану і до політичних подій сьогодення.

### **Аналіз досліджень і публікацій**

Вивчення феномену мас започатковано роботами ряду дослідників періоду XIX – поч. XX ст., які вперше звернулися до розгляду феномену мас (Ж. Бодріяр, Е. Каннеті, Г. Лебон, С. Московічі, С. Кара-Мурза та ін.). Проте, існують певні труднощі, з якими стикається кожен, хто приступає до вивчення феномену мас крізь призму суспільно-політичних реалій. Особливо це стосується об'єктивного відображення подій Євромайдану в Україні з боку вітчизняних фахівців-соціологів, політологів та фахівців з вивчення впливу мас-медіа. Адже те, що відбувається у психолінгвістиці заслугоує окремого дослідження. Зокрема, це стосується появи нових неологізмів та їх безпосереднього впливу на свідомість людей, на вектор їх нового «переломного» мислення, яке асоціюється із надією на краще життя.

**Метою** статті є висвітлення психолінгвістичного підтексту подій Євромайдану в незалежній Україні.

*Завдання дослідження:*

- розглянути психолінгвістичний вплив на свідомість суспільства та появу нових неологізмів;
- розкрити ключові принципи впливу мас-медіа на політичну свідомість громадян;
- дослідити психолінгвістичний потік, який характерний для часів сьогодення та пов'язаний із ім'ям діючих державних діячів.

### Методи та методики дослідження

Для розуміння механізмів впливу повідомлень масової комунікації на суспільство використовувалися методи контент-аналізу, можливості семіотичного аналізу, дискурс-аналізу.

### Результати дослідження

Майдан, як соціальне явище, є фактом ініційованого «колективного психозу» із серйозним потенціалом трансформації в більш серйозну стадію на індивідуальному рівні. Розкрутка політиками пристрастей, які в свою чергу проілюстровані методикою «ін'єкцій» в колективне «безсвідоме», знаходить свій відбиток і на сьогоднішній день. Українська медійна публіка, захлинувшись у багаторічних потоках власного інформаційного негативу, час від часу намагається бути «правдивою», а тому пропонований «потік свідомості» зверху намагається впливати на свідомість кожного з нас.

Події в Україні залишили свій слід в лінгвістиці. Головний неологізм – це саме поняття «євромайдан», яке тепер позначає практично будь-яке масове зібрання, що критично ставиться до чинної влади. Суспільство і по сьогоднішній день плутає значення таких слів, як «свобода», «інтереси нації», «воля». А таке слово, як люстрація, трактується вкрай широко: тут і очищення влади від тих, хто мав відношення до колишнього режиму, і викидання чиновників у сміттеві баки групами радикально налаштованих громадян.

Також можна зустріти такі нові психолінгвістичні інтерпретації слів, як «перформанс» («Голе життя», тобто бідне – від жіночого руху «Femen»), «інсталяція» (наприклад, установка надгробки Путіна у вигляді Гітлера), «абстракціонізм» (політична композиція «Реформи – в життя!» покликана наділити банальну фразу «Дайте грошей» особливим символічним підтекстом). З іншого боку у ЗМІ тиражувалося судження: «Погані» міністри відгуляють свої міністерські відпустки на належну їм суму «на оздоровлення», а на «недосвідченість» нових міністрів, можна буде з легкістю «списати» невдачі та провали найбільш важкого, осінньо-зимового періоду (Куракин, 2015).

У даному контексті не можливо не погодитися із думкою Г. Лебона, що натовп здатен сприймати тільки образи, причому, чим яскравіше образ, тим краще сприйняття. Чудесне і легендарне

сприймається краще, ніж логічне і раціональне. Поведінка натовпу завжди мінлива, адже вона реагує на відповідні імпульси (Лебон, 1896).

Безпосереднє «володіння» політичною владою – прерогатива ЗМІ. Вони не тільки особливим чином здійснюють відбір новин, що поставляються інформаційними агентствами, а й самі приймають активну участь у пошуку та оформленні їх, виступають їх коментаторами і розповсюджувачами. Вектори розповсюдження інформації в сучасному світі настільки різноманітні і суперечливі, що самостійно зрозуміти усі тенденції не в змозі ні окрема людина, ні навіть певне коло фахівців. Тому відбір найбільш «гарячої» інформації та її подання в доступній масовій аудиторії формі, а також її коментування – важливе завдання цілісної системи ЗМІ. Поінформованість громадян прямо залежить від того, як, з якими цілями і за якими критеріями відбирається інформація, як глибоко вона показує реальні факти після її інтерпретації і редукції, здійснених газетами, радіо і телебаченням, а також від способу і форм її інформаційної подачі.

Суспільство поки ще до кінця не усвідомило, що ЗМІ сьогодні – це найважливіша форма військового озброєння. Ефективність цієї форми озброєння тому й ефективна, що більшість, які приходили раніше на «майдан» не розуміли, що все це знімається на телебачення, що вони є «пікселями» на телевізійному екрані. С.Г. Кара-Мурза у своїй праці «Маніпуляція свідомістю» досить чітко розповідає про методи маніпуляції. Спираючись на дану працю можна стверджувати, що на сьогодні відбувається програмування думок і устремлень окремих осіб і мас, їхніх настроїв і навіть психічного стану з метою забезпечити потрібну поведінку. Мас-медіа, використовуючи відповідні інструменти намагаються маніпулювати політичною свідомістю громадян (Кара-Мурза, 2004).

За останні важкі для України роки із початку Майдану специфічних слів з'явилися десятки. Мова ворожнечі заповнила собою все. Колоради і кріп, ватники і правосекі, карателі, хунта, жидобандерівці і фашисти, Лугандон, Луганда і Донбабве і багато-багато іншого. Цих інгредієнтів «мовного бульйону», в якому ми всі варимося і деколи закипає, стає все більше. Деякі слова, які звичайно вживаються з негативним підтекстом, під час Майдану отримали позитивний смисл.

І всі ці роки українці як нація залишалися оптимістами. З різних ЗМІ можна було почути, що багато частин радянської імперії не стануть європейськими, або європеїдними, тому що вони не були до цього готові. А надія простого громадянина відрізняється від надії раба. Раб сподівається: якось воно буде. Громадянин думає інакше: я повинен щось зробити і я сподіваюся, що це призведе до необхідного результату. Але є один нюанс. Цим оптимістом в Україні може бути і майже сімдесятирічна людина, яка продовжує жити з девізом «Я повинен щось робити». І своєю небайдужістю не дає зупинитися іншим, у яких, можливо, починають опускатися руки. З усіх каналів ми чуємо про те, яка ми щира нація, нація повна надії, нація, яка повинна трохи почекати і світле майбутнє не за горами.

Один із надзвичайно цікавих засобів політичного впливу ЗМІ – формування кола учасників, визначення тем, напрямків дискусій, які концентрують увагу громадськості та уряду. ЗМІ на основі відповідних знань та умінь визначають, що доцільно виносити на суд громадськості. Відбір політичних учасників та тем обговорень, вимог здійснюється не тільки в залежності від амбіцій власників і керівників ЗМІ, а й під впливом спеціальних нехитрих законів, що складаються в умовах плюралізму інформації в сучасному ринковому суспільстві.

При виборі тем публікацій і передач ЗМІ спираються на такі ключові принципи (Пугачев, 2004: 22 ):

1. Пріоритетність та привабливість теми. Повідомлення ЗМІ стосуються таких проблем, як загроза миру, тероризм, різні катастрофи та ін.

2. Неординарність фактів. Інформація про екстремальні події – голод, війни, злочини і т.д., тобто теми, які домінують над висвітленням явищ суспільного життя. Як правило спостерігається схильність ЗМІ до інформації негативного характеру і гучних сенсацій.

3. Новизна та унікальність фактів. Як правдо, людей більшою мірою цікавлять повідомлення, які ще не встигли отримали великої популярності. Це нові дані про результати стану економіки, про кількість незайнятого населення, про утворення нових політичних партій та їх лідерів і т.д.

4. Політичний успіх. В телепередачі та статті потрапляють повідомлення про успіхи політичних лідерів, партій

або цілих держав. Особлива увага зосереджується на переможцях на виборах або в рейтингових опитуваннях.

5. Високий суспільний статус. Чим вище статусний рівень джерела інформації, тим впливовіше вважається інтерв'ю або телепередача, оскільки мається на увазі, що їх популярність прямо пропорційна рангу людей, які повідомляють ці відомості. Саме тому, найбільш високий рейтинг та доступ до ЗМІ мають політики, військові, міністри і т.д. Вони завжди на перших сторінках газет і головних радіо- і телепередачі.

Іноді, повертаючись до подій, які призвели народ до такого відчаю, ЗМІ починають критикувати минушу владу, публікуючи різні інтерв'ю та додаючи у коментаріях свої точки зору. Так, як відомо, для України властивий «фермент супротиву». І початок цього ферменту тягнеться із часів Помаранчевої революції, і пов'язаний із ім'ям В. Ющенко. Народ щиро прагнув змін, а зміни так і не відбулися. Можна зустріти досить одкровенні публікації із приводу того, яким неспроможним був Президент. Як бджоляр він, звичайно, хороший фахівець, але як менеджер величезної країни - він повна нікчема ... І до речі, В. Ющенко якраз не вистачало гнучкості, не подвійних стандартів, а політичної гнучкості у відносинах і з Євросоюзом, і з Росією (Центр «Пента», 2014).

Тому були злети і були падіння. Але раптом – ось цей новий Майдан, який називали Революцією Гідності. Це була не зовсім революція, яка змітала все на своєму шляху. Але народ вимагав гідності. Спершу – ці молоді хлопці, студенти, і поступово – все більше і більше людей . Постає слушне питання, чи були у людей ілюзії стосовно тих людей, які прийшли до влади, а саме до П. Порошенка, А. Яценюка та О.Турчинова. Ні, не було. Але народ не думав, що вони знову настільки будуть не розуміти свою країну. Замість того, щоб бачити – або хоча б відчувати, вони не у змозі зробити а ні те, а ні інше. Але про бажання щось змінити в нашій країні, з вуст влади ми постійно чули від ЗМІ, які намагалися створити позитивний імідж кожного із них. Говорилося про те, що П. Порошенко – точно не В. Ющенко і тим більше не В. Янукович. Пріоритетом для П. Порошенка, це абсолютно очевидно, буде європейська інтеграція. Він для себе бачить у цьому якусь фішку, адже саме на шляху євроінтеграції йому легше домогтися успіху і, скажімо

так, показати українцям якийсь конкретний результат. У рішенні інших проблем йому доведеться набагато складніше, і там швидких результатів не буде (Центр «Пента», 2014). І знову народ змушений був повірити. Українці голосували за П.Порошенка, хоча ілюзій не мали. Образ майбутнього Президента був чистим, ясним та дещо ідеалізованим.

Але пройшов якийсь час і знову ЗМІ відображують політичні події та надають оцінку діяльності Президента дещо в іншому ракурсі. Так, на різних телеканалах можна побачити програми, у яких обговорюється, що так і не зробив Президент. Зосереджується увага телеглядача на тому аспекті, що ми переживаємо період, коли треба робити серйозні реформи все швидше і швидше. Особливо гостро стоїть позиції щодо припинення ворожнечі між Росією і Україною, яка триває і по сьогодні. І ці дії Президента П.Порошенка народ виправдати не може. З іншого боку, простежується деяке розуміння причини. Президент – більше гарний бізнесмен, а не політик, якому властиві рефлексії бізнесмена. А рефлексії бізнесмена і рефлексії політика – не завжди поєднані. Але вони – влада – катастрофічно втрачають час. У нашій країні має з'явитися де Голль, який швидко й успішно навів порядок в зруйнованій після війни Франції. Так, він був жорсткою людиною, але нам якраз сьогодні необхідна диктатура закону, не диктатура особистості. Але, на жаль, П. Порошенко зовсім не де Голль і це, насправді, дуже страшно. Багато в чому, що відбувається сьогодні у нас в країні, винні зарубіжні донори, які «вигодували» тут громадянське суспільство, працююче виключно за гроші (Глузман, 2015).

Важлива проблема нашого суспільства на даний час, яка так гостро стала після Євромайдану – самоізоляція, відсутність консолідації в суспільстві. В Україні дуже велика кількість культурних людей, вже з'являються молоді покоління, які добре знають мови, у світі взагалі відбуваються тектонічні зміни, відбувається глобалізація, – хочемо ми цього чи ні. Але наша проблема в тому, що ми залишаємося самоізолятованими. Це не може бути продиктовано згори і це не повинна бути консолідація навколо якогось одного політика. Суспільство сильно піддається обіцянкам, можливостям добре жити у перспективі. Особливо це часто можна зустріти із вуст А. Яценюка. Проведення реформ,



боротьба з корупцією, стабілізація курсу гривні, будівництво «стіни» на кордоні з Росією та запровадження безвізового режиму з ЄС – всі ці обіцянки протягом минулого року українцям давав прем'єр А. Яценюк. Його підлеглі анонсували парад перемоги в Севастополі, вихід України з СНД і «міні-революцію» в медицині. Результат висвітлення інтерв'ю із прем'єром був доволі не радужним. Експертні думки різних фахівців, які були включені у публікацію цьому підтвердження. Адже зосереджено уваги читача на тому, що заяви А. Яценюка про те, що реформи почуються через деякий час, – це просто словесна завеса, ширма, мета якої – сховати бездіяльність. Уряд дійсно діє, але прем'єр навіть не може назвати, що він реформує і для чого він це робить, при цьому говорить про якісь наслідки. Те, що він називає реформами, насправді є технічними поправками. Всі уряди, без шуму, скорочують апарат, оптимізують або ліквідують якісь відомства, які віджили свій час, міняють структури всередині. Але ніхто ніколи про це направо і наліво не розповідає (Ексклюзив «Гордона», 2015).

Необхідно відмітити, що за часів В.Януковича керівництво переважної більшості українських телеканалів намагалося передбачати можливу реакцію можновладців. У даному випадку слід говорити не тільки про утиски свободи слова діючою владою, слід окремо відзначити таке поширене явище, як самоцензура в ЗМІ. Поступово з наших телеканалів зникла критичність стосовно влади, зникли коментарі експертів, схильних давати скептичні оцінки діяльності державних управлінців. Раніше на утиск прав журналістів і виникнення інших проблем зі свободою слова в Україні з приходом нової влади вказували «Репортери без кордонів» та інші міжнародні правозахисні організації.

На нашу думку, від подій Євромайдану більшість журналістів налаштована дуже рішуче. Цілком імовірно, що, заручившись певними аргументами і фактами, вони будуть шукати допомоги у міжнародних структур. Адже різні спроби контролювати медіа-простір, неможливість певної частини суспільства виказати своє невдоволення, направити свої думки в конструктивне легальне русло, чреваті накопиченням протестних настроїв і додаткової напруженістю в країні (Центр «Пента», 2010).

## Висновки

Оцінки зростаючого впливу ЗМІ на політику і суспільство прямо протилежні. З одного боку, в них можна побачити паростки нової, більш високої і гуманної цивілізації, інформаційного суспільства, простежити реальний рух до «гетерогенного, особистісного, антибюрократичного, що шукає, мислячий у творчій державі». З іншого боку, констатуючи спустошуючий і руйнівний вплив на особистість і культуру мас-медіа, і особливо телебачення, можна оцінити зростаючу роль інформаційної влади вельми песимістично.

Психолінгвістичний потік, потік неологізмів здатні точно передати суспільні настрої в Україні. У свою чергу, ЗМІ тільки підсилюють і так нестабільні настрої суспільства. Усе поступово згасає під впливом комп'ютерного монітору та телевізійного екрану, які стають все більшими і проникають всюди. Вони поглинули усе: реальність, нас самих і наше ставлення як до дійсності, так і до майбутнього.

Вже сьогодні можна сказати, що від подій Євромайдану список обманів, помилок, пересмикувань, фальсифікацій, підтасовок, маніпуляцій величезний. Кінцева мета – спрямувати необхідний потік інформації з відповідним підтекстом у напрямок кожного із громадян нашої країни. Євромайдан, як старт нової словотворчості мас – одна із глобальних подій лінгвістики, психолінгвістики, мас-медіа. На нашу думку, позиція щодо того, якою наша країна буде у майбутньому і проте, що про це можна буде судити по тому, якими фразами будуть оперувати ЗМІ чи простий народ – і є цілковито обґрунтованою.

## ЛІТЕРАТУРА

- Ексклюзив «Гордона»: Миссия будет выполнена? Что обещал Яценюк в течение года и чего достиг* // Электронное издание «Гордон», 9 Марта, 2015. – Режим доступа: <http://gordonua.com/publications/obeshchaniya-kabminya-yatsenyuka-69542.html>
- Глузман С.* Очень надеюсь, что Петр Алексеевич, не дожидаясь третьего Майдана, все-таки начнет учиться управлять страной [Электронный ресурс] / С. Глузман // Электронное издание «Мир», 8 сентября 2015. – Режим доступа: <http://iamir.info/semen-gluzman-ochen-nadeyus-chto-petr-alekseevich-ne-dozhidas-tret-ego-majdana-vse-taki-nachnet-uchit-sya-upravlyat-stranoj/>
- Из украинских СМИ исчезает критика власти* [Электронный ресурс] Центр прикладних досліджень «Пента», 21 травня 2010 року. – Режим доступа: [http://penta.org.ua/expert\\_comments/27/](http://penta.org.ua/expert_comments/27/)

- Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием: монография / С. Кара-Мурза. – М. : Эксмо-Пресс, 2004. – 368 с.
- Куракин А.* Ля минор для электората и постмайданное искусство / А. Курарин // Электронное издание «Корреспондент», 11 августа 2015. – Режим доступа: <http://blogs.korrespondent.net/blog/events/3549950/>
- Лебон Г.* Психология народов и масс / Гюстав Лебон; [пер. с фр. А. Фридмана и Э. Пименовой]. СПб.: Издание Ф. Павленкова, 1896. – 329 с.
- Порошенко – точно не Ющенко* [Электронный ресурс] // Центр прикладних досліджень «Пента», 2 червня 2014 року. – Режим доступа: <http://penta.org.ua/publications/2139/>
- Пугачев В.П., Соловьев А.И.* Введение в политологию. Учебник для студентов вузов / В. П. Пугачев, А. И. Соловьев. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2004. – 479 с.

## REFERENCES

- Эксклюзив «Hordona»* (2015). «Myssyya budet vipolnena? Chto obeshchal Yatsenyuk v techenye hoda y cheho dostykh», available at: <http://gordonua.com/publications/obeshchaniya-kabmina-yatsenyuka-69542.html>
- Hluzman, S.* (2004). Ochen nadeyus, chto Petr Alekseevych, ne dozhydayas treteho Maydana, vse-taky nachnet uchyt'sya upravlyat stranoy, available at: <http://iamir.info/semen-gluzman-ochen-nadeyus-chno-petr-alekseevich-ne-dozhidayas-tret-ego-majdana-vse-taki-nachnet-uchit-sya-upravlyat-stranoj/>
- Kara-Murza, S.* (2004). *Manypulyatsyya soznanyem: monografyya*, Эксмо-Press, Moscow.
- Kurakyn, A.* (2015). *Lya mynor dlya elektorata y postmaydannoe yskusstvo*, [Online], available at: <http://blogs.korrespondent.net/blog/events/3549950/>
- Lebon, H.* (1896), *Psyhlohohyya narodov y mass*, Yzdanye F. Pavlenkova, Sankt-Peterburh.
- Puhachev, V. and Solovev A.* (2004). *Vvedenye v polytolohyyu*, Aspekt Press, Moscow.
- Tsentr prykladnykh doslidzhen «Penta»* (2014). Poroshenko – tochno ne Yushchenko. <http://penta.org.ua/publications/2139/>
- Tsentr prykladnykh doslidzhen' «Penta»* (2010). Yz ukraynskykh SMY yschezaet krytyka vlasty», available at: [http://penta.org.ua/expert\\_comments /27/](http://penta.org.ua/expert_comments /27/)

*Поштова адреса установи:*

Національний університет «Острозька академія»  
вул. Семінарська, 2  
Острог,  
35800

*Стаття надійшла до редакції 06.06.2015*