

Євсюков Олександр Феліксович,
провідний науковий співробітник
Національного наукового центру
«Інститут судових експертиз ім. Засл.
проф. М. С. Бокаріуса» Міністерства
юстиції України, кандидат педагогічних
наук, доцент

ЛІНГВІСТИЧНІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ ОЗНАКИ ПУБЛІЧНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ В КОМПЛЕКСНИХ СУДОВИХ ЕКСПЕРТНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Аналіз сучасної експертної практики свідчить, що упродовж останніх років, в умовах воєнного стану в Україні, зростає попит на проведення судовими експертами державних спеціалізованих установ комплексних судових психолого-лінгвістичних досліджень з орієнтовним переліком питань, а саме:

1. Чи містяться у наданих на дослідження матеріалах інформація щодо виправдування, заперечення, схвалення або підтримки збройної агресії; виправдування, заперечення, схвалення або підтримки окупації територій інших держав; висловлювання, виражені у формі спонукання до зміни чи повалення державної влади діями насильницького характеру; висловлювання, виражені у формі спонукання до захоплення державної влади; інформація щодо виправдування, заперечення, схвалення або підтримки зміни меж та державних кордонів країн; висловлювання, виражені у формі спонукання до виправдування, заперечення, схвалення або підтримки зміни меж та державних кордонів країн; інформація щодо виправдування, заперечення, схвалення або підтримки співпраці з країною-агресором?

2. Якщо так, то у якій формі міститься вказана інформація?

3. Чи є вказана інформація публічною?

4. Якщо встановлена інформація має публічний характер, то який потенціал впливу вона має на аудиторію, яка з нею ознайомлювалась?

Перше та друге питання вирішується судовим експертом в рамках лінгвістичного дослідження. Четверте питання вирішується судовим експертом-психологом відповідно до результатів лінгвістичної частини даного дослідження. Третє питання вирішується сумісно експертами з лінгвістичного та психологічного дослідження.

У процесі вирішення завдань щодо публічності інформації експерти, як правило, керуються такими термінами і поняттями:

1. Засоби масової інформації (ЗМІ), мас медіа (Massmedia) – преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, Інтернет, кінематограф, звукозаписи та відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити та панелі, домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку. Всім цим засобам притаманні якості, що їх об'єднують – звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, корпоративний зміст виробництва і розповсюдження інформації. Термін мас медіа застосовується також до організацій, які контролюють ці технології, наприклад, телевізійних каналів або видавництв [1].

2. Інформація – сукупність мовних висловлювань про світ, події та про стан справ, про ставлення відправника інформації до цих подій. Інформація – це те, про що читач може довідатися з публікації. Це можуть бути відомості як про конкретний стан справ у навколишньому світі (фактологічна, фактуальна інформація) або про типові події (узагальнювальна інформація), так і про те, що думають про навколишній світ ті чи інші люди, у тому числі й автор статті (оцінювальна інформація). Інформація може бути нейтральною, позитивною або негативною [1].

3. Публічний – а) Який відбувається в присутності публіки, людей; прилюдний. б) Призначений для широкого відвідування, користування; громадський. *Прилюдний* – 1. Який відбувається,

здійснюється, виявляється у присутності людей. // Який відбувається, здійснюється з допуском сторонніх осіб; відкритий, гласний. // Розрахований на ознайомлення сторонніми особами. // Признач. для публіки [1].

Для публічності необхідною умовою є наявність публіки – адресату інформаційного повідомлення (впливу). Про наявність та кількість такої публіки може свідчити кількість тиражованих та доступних примірників досліджуваних об'єктів, кількість переглядів та репостів інформаційного повідомлення у соціальних мережах.

До ключових характеристик публічної інформації можна віднести такі:

- 1) зафіксованість;
- 2) наявність розпорядника;
- 3) доступність.

Особливістю публічності інформації в наданих на дослідження матеріалах є їх відкритість і доступність для ознайомлення (прочитання, перегляду) широкому колу осіб. У психологічному значенні публічна інформація є загальнодоступною для сторонніх осіб. Так, предметом розміщення публічної інформації можуть бути книги, підручники, навчальні посібники, примірники газет, плакати, листівки, поштові повідомлення, голосові повідомлення соціальні мережі, інтернет-ресурси та ін. з метою донесення наявної в них інформації до необмеженої кількості людей. Усе зазначене, разом із лексичним визначенням поняттям публічності, свідчить про публічний характер відомостей у наданому на дослідження матеріалі.

Таким чином, на основі проведених досліджень за лінгвістичними та психологічними ознаками встановлюється що, інформація у наданих на дослідження матеріалах (об'єктах), має публічний характер, або має приватний характер.

Список використаних джерел

1. Великий тлумачний словник сучасної мови URL: <https://slovnyk.me/dict/vts>.

Зайка Наталія,

старший науковий співробітник відділу лінгвістики Українського мовно-інформаційного фонду НАН України, Інститут україністики Варшавського університету, кандидат філологічних наук

Митнік Ірена,

професор Інституту україністики Варшавського університету, доктор габілітований, професор

Пшибиш Оксана,

ад'юнкт Інституту україністики Варшавського університету, доктор

**МОВА ПРАВА І НАВЧАННЯ ПЕРЕКЛАДУ:
про підручник *Ukraiński język prawny i prawniczy*.
Część 2. Ochrona danych osobowych (2024)**

В умовах цифровізації різних аспектів сучасного життя особливої ваги набуває проблема захисту персональних даних. У комунікаційному просторі вона пов'язана не лише з технологічними аспектами безпеки, а й із правовим забезпеченням приватності людини – її права контролювати власну інформацію, уникати небажаної ідентифікації та неправомірного використання особистих даних. Захист персональних даних стає надзвичайно важливим завданням також для глотодидактики та перекладознавства.