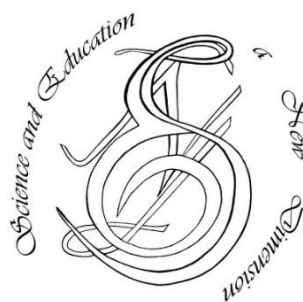


# SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

# HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES



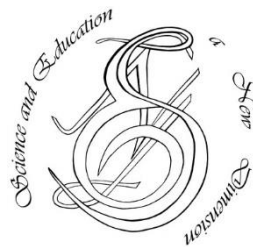
**p-ISSN 2308-5258**

**e-ISSN 2308-1996**

III(9), Issue 53, 2015

**SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION**

**Humanities and Social Sciences**



Editorial board

**Editor-in-chief: Dr. Xénia Vámos**

**Honorary Senior Editor:**

**Jenő Barkáts, Dr. habil. Nina Tarasenkova, Dr. habil.**

**Andriy Myachykov**, PhD in Psychology, Senior Lecturer, Department of Psychology, Faculty of Health and Life Sciences, Northumbria University, Northumberland Building, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

**Edvard Ayvazyan**, Doctor of Science in Pedagogy, National Institute of Education, Yerevan, Armenia

**Ferenc Ihász**, PhD in Sport Science, Apáczai Csere János Faculty of the University of West Hungary

**Ireneusz Pyrzyk**, Doctor of Science in Pedagogy, Dean of Faculty of Pedagogical Sciences, University of Humanities and Economics in Wrocław, Poland

**Irina Malova**, Doctor of Science in Pedagogy, Head of Department of methodology of teaching mathematics and information technology, Bryansk State University named after Academician IG Petrovskii, Russia

**Irina S. Shevchenko**, Doctor of Science in Philology, Department of ESP and Translation, V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

**Kosta Garow**, PhD in Pedagogy, associated professor, Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Bulgaria

**László Kóti**s, PhD in Physics, Research Centre for Natural Sciences, Hungary, Budapest

**Marian Wloshinski**, Doctor of Science in Pedagogy, Faculty of Pedagogical Sciences, University of Humanities and Economics in Wrocław, Poland

**Melinda Nagy**, PhD in Biology, associated professor, Vice-Rector, J. Selye University in Komarno, Slovakia

**Alexander Perekhrest**, Doctor of Science in History, Prof. habil., Bohdan Khmelnytsky National University in Cherkasy, Ukraine

**Nikolai N. Boldyrev**, Doctor of Science in Philology, Professor and Vice-Rector in Science, G.R. Derzhavin State University in Tambov, Russia

**Olga Sannikova**, Doctor of Science in Psychology, professor, Head of the department of general and differential psychology, South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky, Odesa, Ukraine

**Oleg Melnikov**, Doctor of Science in Pedagogy, Belarusian State University, Belarus

**Riskeldy Turgunbayev**, CSc in Physics and Mathematics, associated professor, head of the Department of Mathematical Analysis, Dean of the Faculty of Physics and Mathematics of the Tashkent State Pedagogical University, Uzbekistan

**Roza Uteeva**, Doctor of Science in Pedagogy, Head of the Department of Algebra and Geometry, Togliatti State University, Russia

**Seda K. Gasparyan**, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology, Professor and Chair, Yerevan State University, Armenia

**Svitlana A. Zhabotynska**, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology of Bohdan Khmelnytsky National University in Cherkasy, Ukraine

**Tatyana Prokhorova**, Doctor of Science in Pedagogy, Professor of Psychology, Department chair of pedagogics and subject technologies, Astrakhan state university, Russia

**Valentina Orlova**, CSc in Economics, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ukraine

**Vasil Milloushev**, Doctor of Science in Pedagogy, professor of Department of Mathematics and Informatics, Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Plovdiv, Bulgaria

**Veselin Kostov Vasilev**, Doctor of Psychology, Professor and Head of the department of Psychology Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Bulgaria

**Vladimir I. Karasik**, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology, Professor and Chair, Volgograd State Pedagogical University, Russia

**Volodimir Lizogub**, Doctor of Science in Biology, Head of the department of anatomy and physiology of humans and animals, Bohdan Khmelnytsky National University in Cherkasy, Ukraine

**Zinaida A. Kharitonchik**, Doctor of Science in Philology, Department of General Linguistics, Minsk State Linguistic University, Belarus

**Zoltán Poór**, CSc in Language Pedagogy, Head of Institute of Pedagogy, Apáczai Csere János Faculty of the University of West Hungary

Managing editor:

**Barkáts N.**

© EDITOR AND AUTHORS OF INDIVIDUAL ARTICLES

The journal is published by the support of Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe  
BUDAPEST, 2015

**Statement:**

By submitting a manuscript to this journal, each author explicitly confirms that the manuscript meets the highest ethical standards for authors and coauthors. Each author acknowledges that fabrication of data is an egregious departure from the expected norms of scientific conduct, as is the selective reporting of data with the intent to mislead or deceive, as well as the theft of data or research results from others. By acknowledging these facts each author takes personal responsibility for the accuracy, credibility and authenticity of research results described in their manuscripts. All the articles are published in author's edition.

**The journal is listed and indexed in:**

INNO SPACE SCIENTIFIC JOURNAL IMPACT FACTOR: 2.642

DIRECTORY OF RESEARCH JOURNAL INDEXING

ULRICHS WEB GLOBAL SERIALS DIRECTORY

UNION OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS YEARBOOK

SCRIBD

ACADEMIA.EDU

GOOGLE SCHOLAR

## CONTENT

<b>ARCHITECTURE</b> .....	6
The Remains of The Ojców Health Resort <i>E.J. Sadowska</i> .....	6
Das kommunikative Phänomen „des Interessanten“ in der Architektur <i>S.O. Schubowitsch, J.V. Shmurko, A.D. Tschepeluk</i> .....	12
<b>CULTUROLOGY</b> .....	15
Cultural activity of social actors in the construction of visualization and understanding of its results <i>Yu.I. Martsiychuk</i> .....	15
<b>SOCIOLOGY</b> .....	19
The problem of integration of the child into the social life <i>E. Klimenko</i> .....	19
The out-cultic practices of modern Christian churches: concepts, phenomena, typology <i>V. Luybchuk</i> .....	24
Poverty and overweight person in the gastronomic dimension from the European society of the old order to the post-industrial modernity <i>V.V. Nikolenko</i> .....	29
<b>SOCIAL COMMUNICATIONS</b> .....	34
Current situation of internet TV in Ukraine <i>S.O. Dobrova</i> .....	34
Interactivity of Government Communications: Electronic constituent <i>O. Harmatiy</i> .....	38
The development dynamics of the party press in Ukraine <i>V.V. Georgiievskva</i> .....	43
2012 Media models of Ukraine: the status and content filling <i>N.F. Eliashevskva</i> .....	47
The idea of national education in deciding Ukrainian national identity <i>I.M. Yevdokymenko</i> .....	53
The influence of the advertising on the audience of the printed media: axiological aspect <i>M.O. Kitsa</i> .....	58
Modern features of functioning of the press as a sociocultural phenomenon <i>O.M. Parubets</i> .....	61
Reception of pro-European journalism of the Drahomanovs'-Kosachs' dynasty in modern informational space of Ukraine <i>S.V. Semenko</i> .....	65
Important aspects of innovative approaches to the functioning of the electronic document in commercial enterprises of Ukraine <i>Shevchenko O.V.</i> .....	69
Transformation of the photojournalism in the context of convergence of media <i>H. Tsukanova</i> .....	73

## ARCHITECTURE

# The Remains of The Ojców Health Resort

E. J. Sadowska\*

Institute of the History of Architecture and Historical Monuments Preservation, Cracow University of Technology, Cracow, Poland

\*Corresponding author: ewajanina@gmail.com

Paper received 22.06.15; Accepted for publication 30.06.15.

**Abstract.** The health resort in Ojców was active during the XIX and XX centuries until the year 1939. More than ten brick and timber buildings associated with the functioning of the resort have survived to this day. The decoration of these buildings spread to the villages nearby. The town of Ojców lies in the area of the Ojców National Park, founded in 1956, which was incorporated into the Jurassic Landscape Parks Group.

**Keywords:** *Ojców, Ojców National Park, The Natura 2000 Network of nature protection areas, gothic royal castle of Casimir the Great, permanent ruin, health resort, the Swiss-Ojców(Alpine) architectural style, the Chapel On The Water*

### Introduction

The author works at the Institute of The History of Architecture And Historical Monuments Conservation of the Cracow University of Technology and has supervised numerous students' architectural surveys as part of her work in the Timber Architecture Science Club, of which she is the supervisor. The aforementioned surveys have produced a wealth of survey documentation in the form of drawings and photographs of timber buildings located in the Ojców National Park. The author was also a part of a multidisciplinary team that consisted of an ethnographer, historian and an architect, which developed dossiers on the historical buildings of Ojców.

### The Ojców National Park

Ojców is a town located in the central part of the Prądnik Valley, in the center of the Ojców National Park, which lies in the southern part of the Cracow- Częstochowa Upland.

Towards the end of the XIX century, Stanisław Jan Czarnowski founded the Regional Museum, which served the resort's patrons.

During the time between the First and Second World Wars, on the initiative of the famed natural scientist, professor Władysław Szafer, a monograph had been written on the flora and fauna of the Prądnik and Sąsów Valleys, which was published in 1924 in the journal *Ochrona Przyrody*. The monograph contained a design of the future natural preserve, which was to encompass lands donated to the nation by the Czartoryski family, as well as the properties of the communities located along the Prądnik Valley, ranging from the village of Sułoszowa to Hamernia and the Sąsów Valley, from the villages of Sąsów to the mouth of the Valley in the area of Ojców. A health resort was planned atop the Złota Góra hill. These plans were not implemented during the time of the Interbellum. The Ojców National Park, the sixth of its kind in Poland, was founded by the Ordinance of the Council of Ministers of 14<sup>th</sup> of January 1956. Its surface at that time amounted to 1570/59 ha. In 1981, the Jurassic Landscape Parks Group was established within the borders of the Małopolskie Voivodship. The Ojców National Park was a part of it. Along the borders of the Park, a safety zone was set up, which would take up 7000 ha. In 1997 the borders of the Park were redrawn along with its safety

zone. The area of the Park was increased up to 2145,62 ha, while its safety zone was reduced to 6777 ha [1]. The Ojców National Park is a part of the European Network of Nature Protection Areas Natura 2000.

The Park is located within the administrative borders of the communities of Skała, Jerzmanowice-Przebinia, Wielka Wieś and Sułoszowa, all located in the Małopolskie Voivodship. The region of Ojców is famous for the attractions of the Prądnik Valley, especially its caves, of which two are especially renowned. One, with three chambers and nearly 420 meters of corridors, called the Cave of Łokietek (the historical ruler was said to have hid there during towards the end of the XIII and the beginning of the XIV centuries, when Cracow was occupied by the Czech king's army) and the Dark Cave, with one chamber and a length of 90 m, with an archeological preserve of its own, with a recreated Neanderthal camp from around 120 000 BCE, which is open for tourists.

### The Royal Castle

Ojców is very well known for the ruins of a gothic style royal castle, founded by Casimir the Great in the XIV century. The castle was erected as a part of a chain of fortifications that were intended by the king for the protection of the realm's southern and western borders, specifically the border with Silesia, which does not run along any natural barriers. The castle is of the upland castle type, with the line of its curtain walls adjusted to the shape of the terrain. It is situated atop a rocky limestone plateau, more or less in the center of a natural bottleneck of the Prądnik river valley. It safeguards the road to Cracow, which was the capital of the kingdom at the time of the castle's foundation, located at the bottom of the valley bed. The main element of the castle is an octagonal stone tower, also called a donjon, from French, which is preserved to this day. The area of the castle bears evidence of the existence of a long bridge which was connected to the main castle gate. Similar bridges have been preserved in Lanckorona, Lipowiec and Dobczyce [2]. The preserved castle gatehouse shows evidence of being reconstructed many times.

The castle was leased towards the end of the XIV century. Due to neglect by its governing starosts, it fell into ruin. It was reconstructed and expanded around the year 1620. In the years 1655-1657 it was taken over by the Swedes, who



**Fig. 1-2.** The castle in Ojców, phot. by E. J. Sadowska

used it as a storehouse and spared it from being destroyed. The building was inhabited during the first half of the XIX century – the last Polish starost of Ojców, Teofil Załuski of the coat of arms of Rawicz, was the host of the last king of Poland, Stanisław August Poniatowski. We know how the castle looked like in that period thanks to the lithographs by Zygmunt Vogel (1764-1826), who would develop pictures of “national mementoes”. At the beginning of the XIX century, due to increased taxation on behalf of the Austrian Empire during the time of the partitions, the profits from the lands around Ojców are significantly reduced. The castle, no longer maintained, repaired or even inhabited, slowly falls into ruin yet again. In 1829, after the defeat of Napoleon, Ojców was included in the lands of the Congress Kingdom of Poland and was nationalized and then sold by the government to a private buyer. The new owner, Konstanty Wolicki, orders the crumbling curtain walls of the

castle dismantled, leaving only the gatehouse and the octagonal refuge tower. [3]

The castle's subsequent owner, Wojciech Prandowski, ordered the castle to be renovated under the eye of a famous architect, who graduated from the Academy of St. Lucas in Rome. The design featured a reconstruction in the English neo-gothic style, yet it was never implemented, just like the design of the reconstruction of the royal castle on the Wawel hill, due to political reasons. In 1859, another owner, Aleksander Przeździecki, was also toying with the idea of rebuilding the castle, but his plans were foiled by the beginning of the January Uprising. In 1891, a survey of the castle is conducted and a documentation of it is developed by Tadeusz Stryjeński, a graduate of the Technical Universities of Zurich, Vienna and Paris, an architect who combined a career in design with that of a scholar and conservator of historical monuments. The bridge is dismantled, the moat leveled and the upper six meters of the tower are torn down due to structural instability of its walls. In the years 1913-1945 the castle was owned by Maria Ludwika Czartoryska, who ordered the tower and gate covered with roofs. The Ojców castle enters a state of a permanent ruin, with only some of its chambers used for the purposes of a museum and to manage tourist traffic. [4]

The concept of a permanent ruin emerged in the field of historical monuments conservation theory at about the same time as the castle became one itself. The main reason of the preservation of such ruins was their role in making their immediate countryside more picturesque, as well as being authentic. [5]

Ojców is a part of the Trail of Eagles' Nests, a sightseeing trail founded by Kazimierz Ignacy Nałęcz Sosnowski (1875-1954), an activist of the Society of the Tatra Mountains and a propagator of hiking tourism. The trail itself has a length of 164 kilometers. It crosses the territory of the Małopolskie and Śląskie Voivodship, connecting the fortresses of Korzkiew (knightly castle), Ojców (ruins of a royal castle), Pieskowa Skała (royal castle), Rabsztyn (ruins of a knightly castle), Bydlin (ruins of a knightly castle), Smoleń (ruins of a knightly castle), Pilice (ruins of a knightly castle), Ogrodzieniec (ruins of a knightly castle), Morsko (ruins of the Bąkowiec knightly castle) and Olsztyn near Częstochowa (ruins of a royal castle). Some sources also claim Tęczyn (the ruins of the castle of the Tęczynski family in Rudno, near Krzeszowice) and Lipowiec (ruins of a castle of the bishops of Kraków in Babice- Wygielzów near Chrzanów). [6]

### **The Ojców Health Resort**

In the XIX century and until the year 1939, Ojców was a health resort. Hydrotherapy was the main curing method used here. Patrons would often visit the resort not only because of ill health, but also for patriotic reasons. They were attracted by the proximity of the castle of Casimir the Great and of Cracow, which was once the capital of the kingdom of Poland, and which then was located in a different partition. After 1855, the reduced form of the Swiss Alpine architectural style began to spread in the Russian partition of the former Congress Kingdom of Poland, which was later appropriated in Ojców and turned into the Swiss-Ojców architectural style. The first buildings to be erected at the resort can be connected to Antoni Stacherski, a builder who worked in Warsaw and Cracow [7]. After a period of eco-

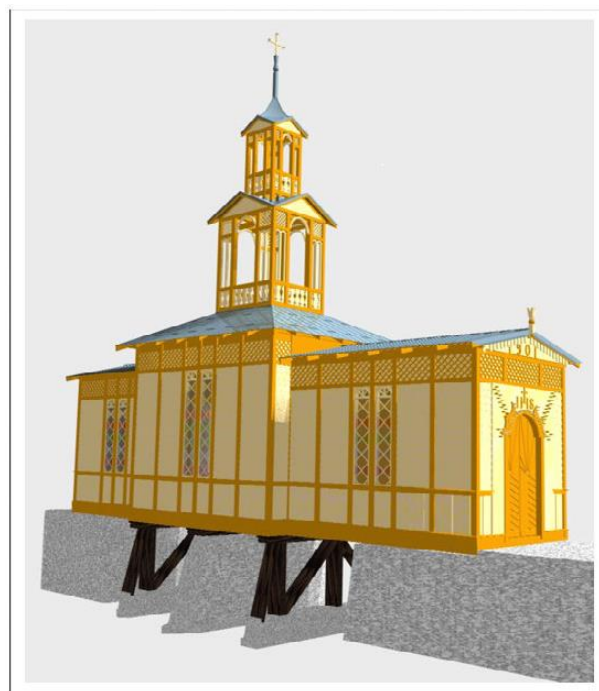
conomic hardship due to repressions after the collapse of the January Uprising (1863), the resort saw further development after 1887. The resort's general layout and timber and brick buildings are preserved to this day. These, among others, include: the "Pod Łokietkiem" Hotel, which was erected in place of what was left of a royal brewery in 1860 on the orders of Aleksander Przeździecki, the owner of the Ojców castle and the resort itself at the time. It is located beyond the bridge on the Prądnik and is built in the Swiss-Ojców style. It used to offer the so called hot baths. It is currently a chapter of the Władysław Szafer Natural Museum of the Polish Academy of Sciences. The "Pod Kazimierzem" Hotel, which is very similar in terms of architecture, is situated right across. The Villa Jadwiga, constructed in 1910, has an interesting southern facade, which is asymmetric, with a tower protruding from its western part, with a pyramid hip roof. The shape and detail of the building bears strong features of the Viennese secessionist style. It was the seat of the administration of the holdings of the Czartoryski family before the start of World War II. After the war ended, it was adapted to the needs of the Forestry Vocational School. In the years 1965-1968 it featured a natural science exhibit, with 1968 marking its conversion to the headquarters of the Ojców National Park management. The Villa Goplana, the main building of the resort, was built in 1895 in the Ojców variant of the Swiss style, and housed a sanatorium, along with the needed infrastructure. Due to its failing technical condition it was dismantled in 1937. Other historical villas, such as the villa "Pod Berłem", from 1885, the villa "Pod Koroną" of 1910 and the Grzybowski family villa, also from 1910, are timber buildings with a similar and notable decoration of their gables, verandas, balconies and window frames. They still serve visiting tourists.

The Warsaw Bazar – a single story timber building erected in the Swiss-Ojców- Zakopane style, dated to the end of the XIX century, hosts a general store, has lost most of its identifying features due to a series of modifications. Thankfully, its original appearance has been thoroughly documented. Apart from the store, it also houses a chapter of the Ethnographic Museum of the Polish Tourism Association.

The Chapel On The Water of St. Joseph the Tradesman, dated to 1901, stands in the place where the former Resort Baths were situated, which served to accommodate wave baths on the Prądnik river, appropriating some of that building's structure [8]. According to local folklore, it was supposedly built on the water to subvert a ban on constructing new Catholic shrines or churches on the soil of Ojców issued by Tsar Nicholas II. The founder of the Chapel was the director of the Hydropathic Institute, doctor Stanisław Niedzielski. The chapel has a symmetrical, rectangular floor plan, with an intersecting square in its center. Its outline is that of a cross, with its longer beam 11 meters long. The shorter is 5 m long. It rests atop concrete pillars and abutments fixed into the rocky river bed. It is an early example of the use of this construction material. Stylistically, the Chapel is labeled as a conglomerate of the features of the Swiss style, which were very common for health resorts of the period, the Zakopane style, developed by Stanisław Witkiewicz (deemed as a uniquely Polish, national style, based on the folk decorative and architectural motifs of the Podhale region) and the local



Fig. 3. The Chapel On The Water in Ojców, phot. by E.J. Sadowska



PERSPEKTYWA III

Fig. 4. Survey documentation of the Chapel On The Water in Ojców: Maciej Adamczyk and Filip Chabowski under the supervision of Ewa Janina Sadowska, 2002.

decorative motifs of the Ojców rural area. Its walls are clad with wooden boards in distinctive patterns. The first pattern, located between the base and about a fifth of the height of the wall, consists of vertical boards, with each second board slightly in front. Above this section, the boards are horizontal, in a pattern that imitates louvers or



blindings. This section is the largest. The highest, and slimmest, section forms a see-through truss made of small boards. In the center of the roof, a small and modest flèche is located. The gable roof is covered with galvanized steel sheets. The chapel's tall and narrow arched windows are symmetrically laid out in pairs and separated into panes by cross-shaped sashes, with the space above the arch adorned with semicircular beaming sun motifs. The panes of the windows are made of stained glass.

The interior is a single chamber and contains three wooden altars. The main one, called the Altar of the Mother of God Helper of the Faithful due to containing a painting made in the beginning of the XX century by one of the patrons - Zofia Cichocka from Warsaw, has a rising sun motif at its top, similar to the decoration of the gables of huts from the Podhale region. Below the sun motif there are figurines of five saints. The altar is flanked by two eagles, that symbolize the rebirth of Poland, with each rising above three snakes, representing the three partitioning powers: Russia, Austria and Prussia. The side altars also have their tops fashioned in a manner similar to the gables of huts. The one on the right hand side of the main altar is the altar of the patron of the Chapel, St. Joseph, the one on the left is dedicated to Pope Pius V. The authors of the altars were local craftsmen, including Władysław Zawisza. They were overseen by Ignacy Chmielowski, a carpenter from Ojców. [9]

In the beginning of the XX century, there stood a dam to the south of the Chapel, which allowed the creation of another attraction for the patrons of the resort in the form of an artificial lake. It was also a reservoir of drinking water for the resort, as well as for water used in the so-called "wave baths". Below the dam, on the other side of the Prądnik river, stood the power plant. Ojców was a resort with a very modern infrastructure. The traces of the dam are clearly visible, as well as those of the unused mill and the foundation of the power plant. The nearby natural spring of St. John was appropriated for the purposes of gathering drinking water and fitted with a brick base in 1933. The beginning of the previous century also saw the construction of a gloriolite above the filtration reservoir, which was octagonal in shape and supported by eight columns. It sported a timber domed roof clad with steel sheets.

The secondary outlet of the spring is located near the Chapel. It was used for drawing water for medical purposes at the Goplana Spa House. The spring yields 4-6 litres of water per second. The water is only minimally mineralized and, as modern scientific research has revealed, has no properties beneficial to health. The southern part of the Spa Park is the location of the villa "Uroczka" ("Darling" in Polish), built in 1890 and belonging to the owner of Ojców, Ludwik Krasiński. [10]

In front of the bridge on the Prądnik, there is a chapel with a pillar and beam structure on a square floor plan, covered with a hipped roof with a cladding of shingles and a pinnacle at the top. It also sports the figure of St. Jan of Kęty (Kanty) - a professor of the Academy of Cracow, one of the patrons of the city. The figure is dated to the end of the XIX and the beginning of the XX century. The image of the saint is shown in a professorial black gown with a stoat fur finish. The author of the sculpture is unknown. [11]

The "Na Postoju" ("on the stop" in Polish) building is a timber structure for the waiting travelers from 1930, designed in the Zakopane style. Its body is divided into three parts, the middle of which has a large glazed wall, while a small-leaved linden tree grows out of the interior, overshadowing the roof.

The Jurassic Landscape Parks Group was founded, as was already mentioned, in the December of 1981 by a proclamation issued by the National Council of the Voivodship in Cracow. It is comprised of six landscape parks and a safety zone which protects their interior. The task set before the Group, according to the proclamation, was tending to the local expression of architecture in the spirit of the region. An analysis of historic and modern forms of architecture of the region was performed and developed by a group of authors: prof. arch. Maria Łuczyńska-Bruzda, mgr arch. Zbigniew Myczkowski, dr Ewa Janina Sadowska and mgr arch. Jadwiga Środulska- Wielgus, in consultation with prof. arch. Janusz Bogdanowski, dr arch. Krystyna Pawłowska and dr arch. Jan Władysław Rączka. The goal of the analysis was to obtain reference material for the preparation of guidelines for newly designed buildings so that forms typical of the local countryside would be preserved. An analysis of cartographic data and historic iconography was performed, as well as that of the historical documentation and field studies conducted by the Landscape Architecture Institute of the Kraków University of Technology, the Institute of the History of Architecture And Historical Monuments Preservation of the Cracow University of Technology, the Ethnographic Museum of Kraków, the Slavic Ethnography Institute of the Jagiellonian University, the Institute of the Arts of the Polish Academy of Sciences, the Material History Institute of the Polish Academy of Sciences in Kraków, the Historical Monuments Protection Office of the Cracow City Hall and a query of literary sources. Existing buildings, some dated to 1800-1920 - the oldest, as well as those with a transitory form from the years 1920-1960, including the Interbelum and post-war period, along with the modern ones from the years 1960-1980 were documented.

The documentation contained a list of the types of existing architectural forms: types and subtypes, framed in a local view in order to evaluate the need for protection and revalorization, the indication of valuable traditional form and the restructuring of discovered deviations. A comparison was made between site layouts of single house sites, group and individual farming establishments and their historical development. A typology of houses and farm buildings was established, from the earliest forms to their modern counterparts, with schematics related to their floor plans, facades, proportions of the overall building and its constituent parts, the placement of the buildings in the various layouts, as well as the details of the buildings. The fill scope of research was performed in the villages of Sąsypów (the safety zone of the Ojców National Park, to the north of the analyzed area, upland type, forking village layout with colonies, former Russian partition), Kaszów (lowlands protected landscape, southern part of the analyzed area, chain and valley type village, former Austrian partition) and Raciborowice (eastern part of the analyzed terrian, landscape park, valley and square with multiple roads type, suburban type, includes manor and folwark, former Austri-

an partition) as they were the farthest from each other within the scope of the subregions of the analyzed area.

The charts were composed into the following sheets:

- A The village in relation to the administrative system, topographic and water/lake systems, functional and transportation grid, architectural and landscape regionalization, the relations with the system of protected areas.
- B The composition and structure of a settlement: its spatial development and changes throughout history, the layouts of its architectural interiors and its relation to the immediate landscape, the urban structure of a village and the names of the parts of a village

- C. Landscape and architectural interiors, outstanding buildings. Analysis of the composition of a village in a historical context.
- D. Individual, group and combined sites and farms.
- F. Residential, residential and farm buildings, oldest preserved forms at times of analysis, transitional forms, modern forms.
- G. Farm buildings, in analogy of sheet F,
- H. Details.

The villages around the former Ojców health resort have buildings in them which have decorative motifs inspired by those in Ojców. [12]

## REFERENCES

- [1] J. Partyka, Ojcowski Park Narodowy. Przewodnik turystyczny, Warszawa, Sport i Turystyka, Muza SA-2011.
- [2] M.B. Pawlicki, J. Czechowicz, E.J. Sadowska, Zamek-miasto - ogród w relacjach przeszłość przyszłości, In/ Zamki, miasta warowne, ogrody. Relacje historycznych założań fortyfikacyjnych oraz terenów zielonych w miastach zabytkowych, Komisja Architektury i Urbanistyki Polskiej Akademii Nauk Oddział Kraków, Samodzielna Katedra Teorii Architektury Krajobrazu i Kompozycji Ogrodowej Wydziału Architektury Politechniki Krakowskiej, ed. Janusz Bogdanowski and Mirosław Holewiński, Kraków-2002 p. 173-190; M.B. Pawlicki, J. Czechowicz, E.J. Sadowska, Zamek-miasto-ogród w relacjach przeszłość przyszłości /In/ Sprawozdania z posiedzeń Naukowych Polskiej Akademii Nauk. Oddział w Krakowie, V.45-2003, p.143-144.
- [3] Wilhelm Giersz, the assessor of building construction of the Cracow Voivodship develops his survey documentation, which is preserved at the Institute of Polish Art of the Polish Academy of Sciences. Katalog pomiarów zabytków architektury i budownictwa-Warszawa-1967; M. Walicki, Sprawa inwentaryzacji zabytków w dobie Królestwa Polskiego(1827-1862),Warszawa-1931; A. Laskowski, Nie tylko na Karmelu // Spotkania z zabytkami-1997-N.6, p.36; A. Radłowska, Wokół jednego zabytku, Stryjeński na Karmelu //Spotkania z zabytkami-1997-N.2, p.12.
- [4] J.T. Frazik, Ruiny zamku w Ojcowie. Problemy badawcze i konserwatorskie // Czasopismo Techniczne, LXXI-1966-N.4, p.28-34; M. Wojenka, Zamek ojcowski w dobie nowożytnej /In:/ Archeologia okresu nowożytnego w Karpatach Polskich, Krosno-2008-p.3-70, id., Zamek ojcowski w świetle archeologii // Alma Mater. Miesięcznik Uniwersytetu Jagiellońskiego-2008, Iss.1, p.88-93; M. Antoniewicz, Zamki na Wyżynie Krakowsko-Częstochowskiej. Geneza-Funkcje-Konteksty, Kielce-1998; J. Bogdanowski, Krajobraz i ruiny zamków // Teka Komisji Urbanistyki i Architektury PAN-1967, V.1, p.91-107; id., Systemy obronne w dziejach fortyfikacji // Teka Komisji Urbanistyki i Architektury PAN-1969-V.3, p.145-159; id., Sztuka obronna, natura i kultura w krajobrazie Jury, Kraków-1993; S. Kołodziejcki, Ojców /In:/ Leksykon zamków w Polsce, ed. L. Kajzer, Warszawa-2003, p.338-341; J. Janczykowski, E. Sadowska, Kasztele na polskim Spiszu // Teka Komisji Urbanistyki i Architektury Polskiej Akademii Nauk Oddział w Krakowie, V.22-1988, p.223-235; E.J. Sadowska, Kasztele renesansowe w Graboszykach // Wiadomości Konserwatorskie, N.14-2003, p.58-63; E.J. Sadowska, Oboronny renesansowy dwir u Graboszykach // Wisnyk N.531-2005, p.60-64.
- [5] J. Bogdanowski, Trwała ruina zamku jako problem konserwatorsko-krajobrazowy // Ochrona Zabytków-1977, Iss.1-2; A. Gruszecki, Polskie rozwinięcie angielskiej szkoły konserwacji ruin /In:/ Prace polskich architektów na tle kierunków twórczych w architekturze i urbanistyce. Materiały Międzynarodowej Konferencji 50 lecia Wydziału Architektury. Jubileusz 50 lecia Politechniki 1945-1995, ed. Białkiewicz, A. Kadłuczka, B. Zin, Kraków-1995, p.41-47; R. Barełkowski, Społeczna percepcja ruin zamkowych jako referencja dla potrzeb ochrony zabytków /In:/ Trwała ruina. Problemy utrzymania i adaptacji. Ochrona, konserwacja i adaptacja zabytkowych murów, ed. B. Szmygin, Lubelskie Towarzystwo Naukowe. Politechnika Lubelska. Polski Komitet Narodowy ICOMOS, Lublin-Warszawa-2010, p.7-17.
- [6] M. Mamica, Zamek ogrodzieniecki. Konserwacja ruin trwałych w duchu angielskiej szkoły konserwatorskiej przeniesionej na polski grunt. Diploma thesis at the Postgraduate Architectural And Urban Monuments Conservation Studies at the Cracow University of Technology, developed under the supervision of dr Ewa Janina Sadowska-2003; R.M. Magryś, Zamek Zawiszy Czarnego w Rożnowie. Diploma thesis at the Postgraduate Architectural And Urban Monuments Conservation Studies at the Cracow University of Technology, developed under the supervision of dr Ewa Janina Sadowska -2004; C. Piętkowa, J. Kacprzak, Budynek bramny zamku w Korzkwi. Diploma thesis at the Postgraduate Architectural And Urban Monuments Conservation Studies at the Cracow University of Technology, developed under the supervision of prof. W. Borusiewicz -1976; A. Rok., Założenia konserwatorskie docelowego zabezpieczenia ruin zamku biskupów krakowskich w Siewierzu. Zabezpieczenie i ekspozycja w formie trwałej ruiny. Diploma thesis at the Postgraduate Architectural And Urban Monuments Conservation Studies at the Cracow University of Technology, developed under the supervision of dr Ewa Janina Sadowska -2005; M. Stryzowska, Zamek pilicki w Smoleniu. Problematyka konserwacji ruiny trwałej. Diploma thesis at the Postgraduate Architectural And Urban Monuments Conservation Studies at the Cracow University of Technology, developed under the supervision of dr Ewa Janina Sadowska -2003; B. Wojda-Mucha, Ruiny zamków-ich konserwacja oraz możliwości adaptacji na przykładzie ruin zamku w Ojcowie, Ogrodzieńcu i Dobczycach. Diploma thesis at the Postgraduate Architectural And Urban Monuments Conservation Studies at the Cracow University of Technology, developed under the supervision of dr Ewa Janina Sadowska -2002.
- [7] Antoni Władysław Stacherski (11.06.1831-11.11.1861) has, after a six year internship in Warsaw, returned to Cracow in 1851 and started working at the City Construction Office, where he worked mostly under the supervision of Karol Kremer, working on, among other things, the reconstruction of the Cracow Arsenal, which was then incorporated into the Czartoryski Museum, which were then owners of the lands of Ojców. Polski Słownik Biograficzny, V. 41 Sowiński Jan-Stanisław August Poniatowski ,Kraków, Polska Akademia Nauk, 2002, p. 295
- [8] E.J. Sadowska, Zastygła w powietrzu wstęga. Most bez wody w mieście bez rzeki. Doświadczalny mostek żelbetowy profesora Maksymiliana Thullie na dziedzińcu Politechniki Lwowskiej .”The band has set in air”. The bridge without water In the town without the river(the experimental small reinforced concrete bridge constructed by prof. Maksymi-

- lian Thullie in the court of Technical University in Lvov /in:/ Dziedzictwo kulturowe fundamentem rozwoju cywilizacji. Międzynarodowa Konferencja Konserwatorska 23-26.10.2000. Materiały konferencyjne, ed. A. Kadłuczka, Cracow-2000, p. 445-449, ibidem, Doświadczalny mostek żelbetowy z 1894 roku i jego autor Profesor Politechniki Lwowskiej Maksymilian Thullie. The experimental concrete bridge from 1894 and its author Profesor Maksymilian Thullie of the Lviv University of Technology. /w:/ Historia i współczesność w architekturze i urbanistyce, V.3, ed. E. Węclawowicz-Gyurkovich, Cracow-2014, p.145-171; An experimental reinforced concrete bridge by the professor Maximillian Thullie of the Lviv University of Technology was exhibited at the National General Exhibition in Lviv. It was the earliest documented use of reinforced concrete in Poland, and one of the first in the world.
- [9] E.J. Sadowska, J. Żółciak, J. Partyka, Karty katalogowe zabytków architektury i budownictwa obiektów zabytkowych w Ojcowie, manuscript within the archives of the Ojców National Park-1983.
- [10] W. Żatuski, Karty z dziejów Dolnego Prądnika, Warszawa, 1903; M. Adamczyk, F. Chabowski, M. Kosieradzka (E.J. Sadowska as caretaker of the Timber Architecture Science Club) Kaplica pod wezwaniem św. Józefa Rzemieślnika (Kaplica „Na Wodzie” w Ojcowie)/In:/Uczelniana Sesja Studenckich Kół Naukowych, Politechnika Krakowska-2003, p.25-26.
- [11] J. Samek, Refleksy kultu św. Jana Kantego w sztuce /in:/ Święty Jan Kanty w 600 rocznicę urodzin 1390-1990, Kraków, 1991, p.115-139.
- [12] M. Łuczyńska-Bruzda, Z. Myczkowski, E. Sadowska, J. Śródulska-Wielgus, Katalog form budownictwa na obszarze Jurajskich Parków Krajobrazowych // Teka Komisji Architektury i Urbanistyki Polskiej Akademii Nauk Oddział w Krakowie, V. 22-1988, p. 167-179; M. Łuczyńska-Bruzda, Z. Myczkowski, Subregionalizacja cech budownictwa jako przyczynek do kontynuacji tradycji we współczesnej architekturze regionalnej(na przykładzie Jurajskich Parków Krajobrazowych) // Teka Komisji Urbanistyki i Architektury Polskiej Akademii Nauk Oddział w Krakowie, V. 26-1993-1994, p. 45-59; M. Łuczyńska- Bruzda, Wartości kulturowe Ojcowskiego Parku Narodowego, analiza form i problemy ich zachowania, Teka Komisji Urbanistyki i Architektury Polskiej Akademii Nauk Oddział w Krakowie, V.121987; J. Bogdanowski, D. Grudniewicz, Uproszczona Karta Krajobrazowa Wsi dla Katalogu Form Budownictwa // Teka Komisji Urbanistyki i Architektury. Polskiej Akademii Nauk Oddział w Krakowie, V.26-1993-1994, p.59-71; J.W. Rączka, Podstawy rewaloryzacji architektury w regionach krajobrazowych, monografia 35, Politechnika Krakowska, Kraków-1985.

## Das kommunikative Phänomen „des Interessanten“ in der Architektur

S.O. Schubowitsch<sup>1</sup>, J.V. Shmurko\*<sup>1,2</sup>, A.D. Tschepeluk<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Charkiw Nationale Beketow-Universität für die Stadtwirtschaft, Charkiv, Ukraine

<sup>2</sup> Sumy Staatliche Universität, Sumy, Ukraine

\*Corresponding author: j.shmurko@googlemail.com

Paper received 14.04.15; Accepted for publication 19.05.15.

**Abstrakt.** Im Artikel wurde das Problem „des Interessanten“ als Mittel der visuellen Kommunikation in der gebauten Umwelt analysiert. Das Phänomen „des Interessanten“ wurde vom Standpunkt seiner den Sinn bildenden Merkmale erforscht.

**Stichwörter:** die visuelle Kommunikation, das Interessante, die Vorstellung, die Sinngestalt, die gebaute Umwelt

**Einleitung.** Die gebaute Umwelt war immer das Kommunikationsmittel zwischen der Ideologie und der Gesellschaft, zwischen dem Autor und dem Beobachter, zwischen der Geschichte und der Gegenwart. Die soziale und gebaute Umwelt tauschen die Informationen im Rahmen der gemeinkulturellen Paradigma aus. Verschiedene Kulturen verwirklichen den Informationsaustausch mittels der in der Architektur dargestellten, festgelegten Gestalten, die die Gesellschaft gemäß der existierenden Umwelt deutet. Als Kommunikationsmittel dienen die Codesysteme, die in der Architektur vor allem auf dem Niveau der Ikonenzeichen existieren. Diese Zeichen treten in der Form von Architekturräumen, Architekturmassen und detaillierenden plastischen Bestandteilen auf. Dabei hat die visuelle Information die größte Bedeutung in der Gemeinstruktur der Architekturinformation.

Der Kommunikationsprozess ist mit dem Prozess der Vorstellung und der Interpretation der gebauten Umwelt aufs Engste verbunden. Er wird durch den Funktionsbedarf bedingt, aber gleichzeitig hat er einen Sinn und ästhetischen Inhalt, die die sichtbaren Räume und Formen haben. Der Einbeziehungsgrad des Menschen ins Objekt der Wahrnehmung, nämlich ins Objekt der gebauten Umwelt wird durch die komplexe Einschätzungskategorie „das Interessante“ bestimmt. Diese ästhetische Kategorie erlaubt die spezifischen Momente der Architekturwahrnehmung, die bei den Traditionsmethoden der Architekturuntersuchung nicht bemerkt werden, aufzudecken. Der Begriff „das Interessante“ ist fast unerforscht. Aber nämlich „das Interessante“ lenkt die Aufmerksamkeit des Menschen auf dieses oder jenes Architekturobjekt.

Eine nicht interessante gleichgültig-virtuelle Fassade eines Gebäudes oder die Straßenlinie, die seit dem Ende des 20. Jhs. gebaut wurden, entwickelt eine neue Wahrnehmung der gebauten Umwelt. Der Kommunikationsprozess wird zielbewusst von der Architektur, die der dominierende materiell-räumliche Kodeträger ist, auf die sekundären Mediamittel (einschließlich die Werbung) umgeschaltet.

**Das Ziel der vorliegenden Arbeit** ist den Architekturinhalt des Begriffs „des Interessanten“ aufzudecken, die Sinnbesonderheiten der einzigartigen Stadträume (Sinngestalten) zu finden, die interessant sind und untrennbare Teile jeder Architektur- Raumstruktur sind.

**Die Aufgaben der Arbeit sind:** 1) theoretisch die Merkmale der Stadträume, die „interessant“ genannt werden können, zu bestimmen, 2) auf den konkreten Beispielen die sinngestaltende Arbeit solcher Fragmente der stadtgebauten Umwelt zu zeigen.

**Methodisch gründet** die Arbeit auf den Bestimmungen von J. Golossowker [1], J. Lotmann [3], W. Toporow [4], B. Uspenski [5] und auf den Forschungen der Autorin [2; 6].

Vom philosophischen Standpunkt aus wird „das Interessante“ als Bruchzahl bestimmt, wo der Zähler die Echtheit und der Nenner die Wahrscheinlichkeit darstellt. „Je mehr die Echtheit und je weniger die Wahrscheinlichkeit einer Idee ist, desto interessanter sie ist“ [7]. J. Golossowker hebt die intellektuelle Priorität „des Interessanten“ hervor. Er schreibt über die intellektuellen Gefühle, „wenn die Sinngestalt - in der Kunst oder in der Philosophie – unsere intellektuellen Gefühle erweckt und das Interesse hervorruft“ [1, 226].

In der modernen gebauten Umwelt, die eher auf die Informationen als auf die Gefühle orientiert ist, ist der Sinninhalt das aktuelle Problem. Dabei stimmt das Vorhandensein des Sinnes (als Information) nicht immer mit dem Vorhandensein der Kunstverbildlichung überein. Es mangelt daran, was J. Golossowker als die Verkörperung des Sinnes in eine Gestalt oder die Sinngestalt charakterisiert. [1, 54]. J. Golossowker sagt dabei, dass eine Kunstgestalt stärker eingepägt wird und realer als z. B. eine historische Gestalt wahrgenommen wird (d. h. die Gestalt einer real existierenden Erscheinung oder die des Gegenstandes): „Shakespeares Brut ist für uns realer als der historische Brut“ [1, 54]. Diese Realität der Kunst, des Vorgestellten, des emotionell Geschaffenen und des gleichzeitig an den Vernunft Appellierenden bleibt aktuell im Laufe der Entwicklung der Zivilisation.

Die Stadtlandschaften erscheinen sehr oft vor den Einwohnern einförmig, monoton, können leicht vorhergesagt werden und deshalb sind sie nicht interessant. Sie können auch wegen der Wahrnehmungsschwierigkeiten nicht interessant sein, wegen der Menge von „Modeformen“. Aber der Mangel an der Information oder die Menge von den wahrhaftgetreuen Informationen ist noch kein Kriterium von „dem Interessanten“. Von der Architektur wird ein bestimmtes Paradox verlangt - die Information einer anderen Art, die von der Wahrnehmung der utilitaristischen Logik des Lebensraums zur Vorstellungslogik führt. J. Golossowker meint, dass sich der höchste Instinkt der Kultur als das Interesse ausdrückt, das von der Vorstellung hervorgerufen wird. „Er stellt das Interesse des ganzen menschlichen Geistes dar und wir nennen ihn deshalb unser geistiges Interesse. Die höchste Äußerung solches Mentalinteresses, des Geistesinteresses ist das Interesse für die Idee als Sinngestalt. Im Wesentlichen verbirgt sich darunter das Interesse fürs Wissen. [1, 231].

Ein sehr wichtiger kommunikativer Aspekt des Raums ist das adäquate Verstehen dieses Raums. „Die Wahrnehmung der Grenze kommt von dem Räumlichen ins Ethische, in die innere Welt des Menschen. Die Einheit besteht nicht darin, dass alle gleich wären. „Die Verständlichkeit“, nach der wir so streben, ist ein Pol; der zweite notwendige Pol ist „Unverständlichkeit“, weil das Nichtverstehen den Prozess des Verstehens qualitativ und gleichzeitig sinnvoll und hochwertig macht...: etwas Fremde, etwas anders Gebaute ist qualitativ notwendig und bildet mein quälendes Glück“. [3, 121].

Für die Kommunikation ist also der Unterschied zwischen den vom Menschen verstandenen Räumen und den anderen, die anders, merkwürdig sind, bestimmend. Die anderen, merkwürdigen Räume sind gewöhnlich in der Opposition zu den verständlichen Räumen, die der klaren Logik unterliegen. Man kann gewiss über die „merkwürdigen“ Räume nur vom Standpunkt der modernen Wahrnehmung sprechen. Als merkwürdig werden die Räume

der Stadt (nicht nur Außen- sondern auch Innenstadträume) wahrgenommen, die wegen der verschiedenen Ursachen in die vorhandene Struktur nicht passen, sie logisch nicht fortsetzen. Der Text solcher Räume wird aufgrund eines anderen Codes gebildet, genauer gesagt, wird als Verneinung des Textcodes der Umwelt gebildet. Das ist sozusagen der Kode mit dem Minuszeichen. J. Golossowker typologisiert die Arten des „Interessanten“, unterstreicht das unbedingte Mythologisieren dieses Phänomens, das Ausgehen seiner Sinngestalt über die Grenze der Möglichkeit. „Interessant ist alles, was über die Norm, über das Erlaubte, über das Verbotene ist, alles, was die Norm, das Geheimnis, das Verbot verletzt. Die Norm ist nicht interessant. Das Gesetz ist nicht interessant. Es ist streng, bedrohlich, gefühllos. Es ist interessant, das Gesetz ungeachtet der Folgen zu verletzen. Interessant ist „Unsinn“. Er ist interessant wie ein ungewöhnliches Spektakel. Er ist Romantik. [1, 234]. „Dabei soll das „Interessante“ unbedingt den Sinn haben.“ [1, 234].



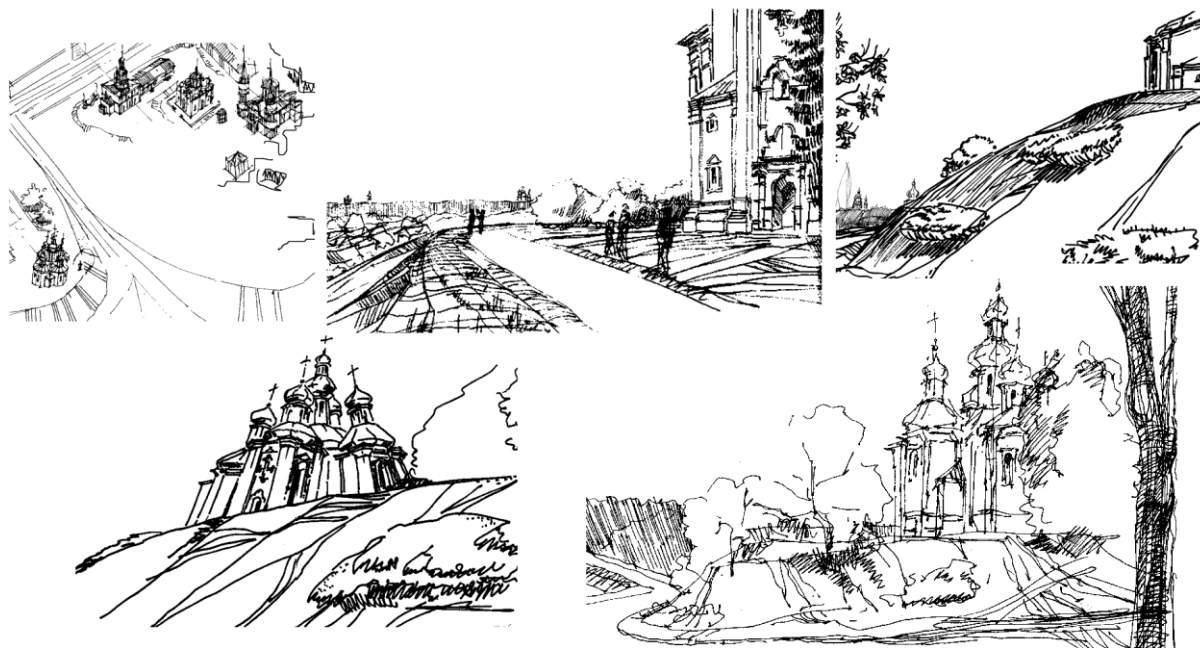
Odessa. Die Fragmente der architektonischen Umgebung.

Eine einheitliche Stadtbaustruktur stellt die Altstadt von Odessa dar. Ihre Geometrie von zwei Netzen ist ein spezifisches Merkmal der städtebauerlichen Besonderheit der Stadt, die mit dem geraden Primorskij Boulevard auf die Meeresfassade der Stadt geht. Aber hier entstehen „merkwürdige“ Stadträume: der Primorski Boulevard fügt sich nicht an das Hauptnetz der Stadt; zwischen zwei logischen Knoten entsteht der alogische Bogen (die Kurve) von der Woronzowski Gasse; in der klassizistischen horizontalen Struktur des Potozki-Schlusses entdeckt der Besucher plötzlich die Tiefe der romantischen Grotte. „Strukturlose“ komplizierte Details, die der Stadt nicht eigen seien, verleihen der Stadt, der gebauten Umwelt einen neuen Sinn, einen besonderen rätselhaften Inhalt, der zusätzliche Mühe für seine Lösung verlangt.

Ein Gegenbeispiel stellt der rekonstruierte Raum auf der Einfahrt in die Stadt Tschernigiw von der Seite Kiew dar. Der Zuschauer, der auf der Autobahn Kiew-Tschernigiw in die Richtung Tschernigiw fährt, sieht von wei-

tem die mit ihrem Einklang mit der Landschaft besonders schöne Jekaterina-Kirche im Barockstil. Jetzt dominiert sie über dem Stadtpanorama, obwohl sie im XVIII. Jh. ein Teil der Komposition der Altstadt von Tschernigiw war, die nicht erhalten geblieben ist. Die Kirche hat sich über einem kleinen Hügel erhoben, der von zahlreichen Kleinhäusern umringt war. Das Geheimnisvolle hat sich in dieser Kirche allmählich offenbart, indem man sich ihr auf dem Kurvenweg über die Niederungen um den Hügel genähert hat.

Jetzt ist der ganze historische Kontext beseitigt. Die Kirche lässt sich aus der Entfernung von einigen Kilometern sehen. Der „gekämmte“ Hügel und die „eröffnete“ Kirche haben das sie umhüllende Geheimnis verloren, sie sind nicht mehr so merkwürdig. Aber etwas ist doch geblieben, weil die Landschaft in und um Tschernigiw immer noch die alte Gestalt hat. Bald verbirgt, bald zeigt die Landschaft die Kirche in ihrer dynamischen Struktur.



Tschernigiw. St. Jekaterina-Kirche

**Zusammenfassung.** Als Schlussfolgerung kann man sagen, dass die Sinntiefe der gebauten Umwelt unmittelbar mit dem Vorhandensein von außenstrukturalen, komplizierenden Details in der logischen urbanen Struktur verbunden ist. Diese Einzelteile rufen das Interesse durch die emotionelle Spannung hervor. Solche Details, die sich logisch von den leichtverständlichen Hauptstrukturen unterscheiden, verleihen diesen Strukturen einen tieferen Sinn dank dem Stimulieren der gespannten Lösung von ihrem vieldeutigen Wesen. Die Vieldeutigkeit ist der Weg in die Kunst. Das wichtigste ästhetische Merkmal der Nichtstrukturdetails der gebauten Umwelt ist wahrschein-

lich ihr Reinigungs-Katharsis-Charakter. Der Grenzzustand eines Nichtstrukturdetails enthält die ambivalenten Eigenschaften des Ein- und Ausgangs, des Zerfalls und der Synthese, des Rätsels und des Erratens, d. h. macht die gebaute Umwelt interessant und sinnerfüllt. Das erratene, d. h. durch Spannung erlebte Wesentliche wird immer als etwas Bedeutenderes, etwas Höheres empfunden als etwas Gewöhnliches, etwas alltäglich Gegebenes.

Der Oppositionsgrad der logischen und alogischen Einzelteile gibt der Architekturkomposition der Stadt den Grad der Sinntiefe, formt ihre zahlreichen Sinngestalten.

#### REFERENZEN

- [1] Голосовкер, Я.Э. Избранное: Логика мифа [Текст] / Я.Э. Голосовкер. – М.: СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2010. – 496 с.
- [2] Жмурко, Ю.В. Композиция архитектурной среды как выражение "целого"- "единого" [Текст]: дисс...канд архит.: 18.00.01/ Ю.В. Жмурко. – Харьковская государственная академия городского хозяйства. – Харьков, 2011 – 201 с.
- [3] Лотман, Ю.М. Разговор о пространстве [Текст] / Ю.М. Лотман // Воспитание души. – Санкт-Петербург: Искусство-СПБ, 2005. – С. 117-121.
- [4] Топоров, В.Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ. Исследования в области мифопоэтического [Текст] / В.Н. Топоров. – М.: Прогресс - Культура, 1995. – 624 с.
- [5] Успенский, Б.А. Семиотика искусства [Текст] / Б.А. Успенский. – М.: Школа. Языки русской культуры. 1995. – 360 с.
- [6] Шубович, С.А. Мифопоэтический феномен архитектурной среды [Текст] / С.А. Шубович. – Х.: ХНАГХ, 2012. – 179 с.
- [7] Эпштейн, М. «Интересное» как категория культуры / М. Эпштейн / URL: <http://postnauka.ru/faq/77>

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Golosovker, Ya.E. Selected: Myth logics. – M.; SPb.: Center for Humanitarian Initiatives, 2010. – 496 p.
- [2] Zhmurko, Yu.V. Composition of an Architectonic Environment as an Expression of "integral"- "single": diss...kand. arkh.: 18.00.01, Kharkiv State Academy of Municipal Economy. – Khar'kov, 2011 – 201 p.
- [3] Lotman, Yu.M. Talk on Environment // Education of soul. – Sankt-Peterburg: Iskusstvo-SPB, 2005. – P. 117-121
- [4] Toporov, V.N. Myth. Ritual. Symbol. Image. Studying within Myth-Poetic. – M.: Progress - Kult'ura, 1995. – 624 p.
- [5] Uspenskiy, B.A. Art Semiotics. – M.: Shkola. Languages of Russian Culture. 1995. – 360 p.
- [6] Shubovich S.A. Myth-Poetic Phenomenon of Architectonic Environment – KH.: KHNAGKH, 2012. – 179 p.
- [7] Epshteyn, M. «Interesting» as Culture Category / M. Epshteyn / URL: <http://postnauka.ru/faq/7794>

#### The Communicative Phenomenon of "Interesting" in Architecture S.A. Shubovich, Yu.V. Zhmurko, A.D. Chepeliuk

**Annotation.** The problem of "interesting" as a visual communication medium is viewed in architectonic environment. The phenomenon of "interesting" is revealed within its sense generating qualities.

**Keywords:** visual communication, interesting, imagination, sense image, architectonic environment

## Культуротворча активність соціальних акторів у побудові візуалізації та осмисленні її результатів

Ю. І. Марційчук\*

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

\*Corresponding author: yuliya\_i.m@mail.ru

Paper received 03.03.15; Accepted for publication 10.04.15.

**Анотація.** Стаття присвячена розгляду функціональних можливостей соціальних акторів як учасників візуальної комунікації в межах культурологічного аналізу. Акцентовано увагу на їх детермінуючій ролі в реалізації художніх проєктів з візуалізації різних змістів та осмисленні її результатів.

**Ключові слова:** візуалізація, художник, глядач, критик, твір мистецтва, образ, візуальна комунікація, культурологія

Інтерпретація реальності через образи – типовий шлях її усвідомлення. Проте залежність суб'єкта від образів змінювалася в історії культури: в прагненні зменшити або збільшити її. Тоді як починаючи з другої половини ХХ ст. пріоритетність у суспільній діяльності віддається виробництву й споживанню зображень, звідси й *актуальність дослідження* цих процесів та їх учасників.

Придїляючи належну увагу зарубіжним дослідженням (Х. Бельтінг, Дж. Греді, Б. Гройс, Л. Пауелс) слід зазначити, що праці, присвячені вивченню візуальної комунікації та її учасників, вибудовуються переважно в межах психології, філософії, соціології, мистецтвознавства. У нашому випадку представлена спроба поглянути на проблему кризь призму культурології.

*Метою статті* є виявлення ролі соціальних акторів у реалізації художніх проєктів з візуалізації різних змістів. Увага зосереджена на усвідомленні функціональних можливостей її активних учасників: художника, глядача, критика. При цьому не менш активну позицію займає твір мистецтва як результат візуалізації і поле взаємодії діяльних агентів.

У випадку з візуальною комунікацією йдеться не про антропологічну даність зорового сприйняття, що відкриває можливості для інформування. Адже зазвичай сприйняття позначає активність пізнавального характеру, діяльність з постановкою проблем та їх вирішенням. Однак паралельно з цим у сприйнятті можуть розкриватися творчі здібності. Мова йде про перетворювальну, діяльну сторону процесу сприйняття. Ця характеристика, перш за все, відноситься до активності художника, який в об'єкті сприйняття виявляє те, що вислизає від погляду обивателя. Складність такої діяльності визначає С. Зонтаг, називаючи її «героїзмом бачення», що передбачає о/володіння героїчною концентрацією уваги з унікальною гостротою сприйняття [8]. Адже на зображеному предметі художником окреслюються такі аспекти, які залишилися поза увагою глядача в акті його дотеперішнього перегляду. У діалогічності сприйняття і зображення вбачається майстерність художника, або його «мистецтво бачити», вживаючи наукову метафору С. Данієля [4, с. 5].

Звернемо увагу й на інший важливий момент, який вирізняє активність художника – це циклічність дій, що проходить в такому напрямку: сприйняття-пам'ять-практика. Специфіка сприйняття, так як і втілення

практик зображення, залежить від накопиченого досвіду. Пам'ять, яка закарбовує зорові образи, є так званим образотворчим щоденником. Завдяки такому зафіксованому спектру побаченого може розвиватися уява як здатність бачити образи відсутніх явищ. Образи виникають тоді, на думку Х. Бельтінга, коли є завдання забезпечити присутність речі, яка в даний момент відсутня. Образи заміщують тілесну відсутність різними видами візуальної присутності [10, с. 302]. Це дозволяє художнику вибудовувати програму сприйняття, планувати образотворчу діяльність і передбачати її результати. Характерною є здатність «зримою думкою» передбачати саму дійсність.

Образ дії художника відображається в творі. Візуалізація представляє собою конкретні форми реалізації здатності бачити (на противагу здатності дивитися), сприяючи збереженню у візуалізованій формі певних комплексів уявлень про світ. При цьому в «кожній новій формі зору кристалізується нове світорозуміння» [2, с. 24].

Аналітичний підхід до творів візуального мистецтва допомагає показати те, яким бачили світ художники в окремі періоди в деякому соціокультурному просторі. Зображення відкриваються «як свого роду «документи» зорової діяльності, і тоді зображальність постає гігантським «архівом», в якому міститься вся історія зору» [4, с. 23]. Твори мистецтва фіксують бачення світу (навіть світобачення) деякого культурно-історичного періоду, бо є продуктами його свідомості. У прикладах візуального мистецтва зберігається зорово-образотворчий досвід людства, тоді як окремі митці використовують його в тому чи іншому обсязі. Таким чином, візуалізований досвід можна охарактеризувати як суспільну цінність. Але слід пам'ятати, що ми глядачі відповідного нам часу, тому, розглядаючи візуальні твори минулих епох, слід враховувати особливості їх системи світобачення.

Активність художника, що відображає погляди, ідеї, сформовані в деякому соціокультурному середовищі, передбачає існування сприймаючої аудиторії, бо його твір постає як образ впливу. «Зображення спочатку орієнтоване на глядача і, стало бути, реалізує собою ті чи інші зорові потенції» [4, с. 23]. Результати візуалізації представляються нам як поле взаємодії художника і глядача. При цьому діалог між ними може мати різне

«забарвлення»: від розуміння, угод, компромісів до нерозуміння, конфліктів.

Сприйняття зображень є творчою діяльністю. Художній твір відкривається як результат активності глядача, концентрації його творчих зусиль. Тому положення про те, що глядач формується в процесі творчості співвідноситься з уже зазначеним.

Твір мистецтва набуває певну форму, яка представляє собою виразно-смыслову цілісність. Значення зображеного не зводиться до значення видимого, оскільки зафіксованим може бути складний ансамбль значень, що має на увазі гру різних установок. Зазначена якість твору має на увазі повторювані акти спілкування. Комунікативна активність глядача може нав'язувати твору далекі від його сенсу тлумачення. У подібних випадках виникає протиріччя в наступній тріаді: глядач – витвір мистецтва – художник.

Активність глядача залежить від активності твору. Адже в творі художник вибудовує смыслові пласти, відповідним чином, реалізуючи посыл до спілкування. Такого роду активність викликає специфіка художніх образів. Підтвердження цьому зустрічаємо в дослідженні С. Даніеля: «Художній образ як динамічне ціле виникає на перехресті «внутрішньої» і «зовнішньої» дій. Цілеспрямований характер першої організовує вільну потенцію останньої, в силу чого «внутрішня» дія є провідною у цих взаємовідносинах» [4, с. 159].

Але існує ще один важливий момент: автор вибудовує свої твори з розрахунком на певну програму сприйняття. У цьому випадку художник займає двоєдину позицію по відношенню до свого твору: автора-творця і глядача-тлумачника. Активність художника спрямована на зображення не того, що він бачить, а того, що буде побачено в результаті активності глядача.

Якщо уявити цей процес з точки зору ігрової концепції, інтенції автора мають знаковий характер і їхнє завдання втягнути глядача в «гру». Розподіл ролей наступний: провідна позиція художника полягає у встановленні правил «гри», тоді як глядач підпорядкований рамкам створеної «програми». У зв'язку з цим необхідним, на думку Л. Пауелса, є «...обдуманий вибір і прийняття існуючих, по можливості, адаптованих (візуальних) кодів і вироблення певних домовленостей (конвенцій) для візуального дискурсу» [6, с. 38]. Конвенційний канон стає гарантом візуальної комунікації. У даному випадку мова йде про попереднє ознайомлення респондентів з тим, що вони бачать, а також з основними правилами, на яких ґрунтується те, що візуально представлено.

У сучасній культурі відбуваються трансформації, сутність яких полягає в тому, що глядач сприймає світ за допомогою результатів візуалізації. Перед глядачем постають моделі сприйняття світу, сконструйовані Іншими, які він вправі сприйняти чи відкинути. Адже в деяких випадках превалює потреба вийти за рамки нав'язаного культурного регламенту в зоровій фіксації і відкрити актуальну модель дійсності. Зняття такого роду обмеження в певній культурній ситуації призводить до різноманітної, динамічної картини світу.

Йдеться про активні позиції глядача, які фіксуємо тоді, коли акт сприйняття перетворюється в співтворчість. Аргументація означеного сформульована в теорії С. Ейзенштейна: «Глядача примушують виконати та-

кий самий творчий шлях, який пройшов автор, створюючи образ». Завдяки «підказкам» автора глядач пізнає і переживає задану тему. При цьому «...кожен глядач у відповідності зі своєю індивідуальністю, по-своєму, зі свого досвіду, з надр своєї фантазії, з тканини своїх асоціацій, з передумов свого характеру, вдачі та соціальної приналежності творить образ <...>. Це той же образ, що задуманий і створений автором, але цей образ одночасно створений і власним творчим актом глядача» [9, с. 170].

Відповідно, організація зображеного розрахована на динаміку сприймання. Рух глядача, з простору видимого зміщується в мислимий, символічний простір. Сприйняття зображеного набуває осмислено-дієвий характер і форму діалогу. У зазначеному вимірі для сприйняття відкривається поле для співучасті, до створення.

Таким чином, позиції автора і глядача можна розглядати як взаємозамінні, що простежується на принципах їх візуальної, художньої активності.

Визначальним типом відносин у процесі сприйняття твору мистецтва є відносини суб'єкт-суб'єктного типу. Оскільки твір мистецтва заміщає собою суб'єкта, що його творить, то ми маємо право розглядати його як рівноправного «учасника» комунікації. Незважаючи навіть на віддаленість суб'єктів взаємодії, специфіка побудови твору як образно-смыслового цілого сприяє їх спілкуванню.

Про комунікативну можливість мистецтва пише С. Даніель: «...глядач може ставитися до картини, немовби це жива людська особа: шукати зустрічей, задавати питання, очікувати відповіді, обурюватися і захоплюватися, відчувати вищу напругу душевних сил, переживати духовне піднесення – іншими словами вести себе так, як поводитися людина у вищих проявах особистісного спілкування...» [4, с. 184].

Однак принцип, згідно з яким споглядання зображення зводиться лише до суб'єктивної активності, змінюється. Йдеться про те, що ми дивимося на окремий продукт візуалізації крізь призму уявлень тієї спільноти, до якої належимо, очима її учасника. Відповідно, існує ціла спільність, яка впізнає себе у кожному прикладі візуального відображення, бо в ній вона конструюється ця спільність. Тому індивідуальне переживання переростає в колективну афектацію. Як відзначає О. Петровська, «...впізнавання не має відношення ні до виробництва знання, ні до обумовлених ним категорії істини чи правди. Впізнавання – це спосіб включення пам'яті, в тому числі і колективної, як афекту» [7, с. 38].

Однак твори візуального мистецтва можуть використовуватися як засоби стратегічно спланованої комунікації для досягнення критичної дистанції по відношенню до суспільства. Незрозумілість творів мистецтва може бути свідомою ціллю, а не збігом обставин і як результат - нереалізованість комунікації. Ситуації неприйняття, нерозуміння візуального мистецтва пояснюються недостатньою активністю глядача. Оскільки зсув громадських орієнтацій, трансформація аксіологічної шкали з переоцінкою художньо-естетичних цінностей відбуваються швидше, ніж змінюються естетичні установки публіки. Автор може меншою мірою звертати увагу на прихильність сучасної йому публіки. Така



позиція пояснюється розумінням історичної обмеженості існуючої аксіологічної шкали. Спрямованість автора обумовлена підозрою, що твір переживе цього глядача й буде функціонувати в майбутньому.

Дефіцит легітимності у побудові візуалізації нового порядку компенсується завдяки присутності коментара, що супроводжує мистецький твір. Це завдання вирішується художнім критиком, котрий активно себе проявляє як організований глядач і свідок творчих процесів. Складність функціональних задач критика проявляється у подвійному замовленні: з одного боку, продукувати судження з позиції публіки, з іншого, – виявляти соціальну критику від імені мистецтва [3, с. 11].

У своїй причетності до діяльності художників вони виступають експертами, які намагаються розкрити і зберегти художньо-естетичний досвід. Критик відчуває на собі залежність від художника, однак навіть погодження з певною художньою позицією не покращує взаємодію у векторі критик-художник. Захисна функція тексту критика, яка реалізується у поясненні-коментарі до твору мистецтва, не розцінюється в позитивному ключі. Негативний фактор художниками вбачається в тому, що художня критика може ізольовувати твір від потенційних глядачів через інтерпретацію в певному ракурсі, що може шкодити останньому, відштовхуючи публіку. Тут спрацьовує, на думку митців, правило, що «голий» твір мистецтва здатен залучити більшу кількість осіб, ніж «одягнений» в текст» [3, с. 18].

Посередницька функція критиків мистецтва полягає у відкритті ключів-орієнтирів для інших глядачів в межах тих чи інших систем цінностей. Однак художня критика не претендує на метарівень розгляду. Для критичного тексту критерій правильності розуміння, опису чи оцінювання твору мистецтва не є актуальним, оскільки в ньому розгортається множинність міркувань, навіть таких, які не наявні в самій роботі. «Під приводом експлікації різних контекстів художнього твору в одному тексті критик може в довільному порядку комбінувати різні теорії, інтелектуальні екскурси, риторичні прийоми, стилістичні новації, наукові дані, особисті історії та приклади з усіх життєвих сфер - що неможливо ні в академічній, ні в мас-медіальній областях, які традиційно були уготовані для тих, хто пише в нашій культурі» [3, с. 19]. Публіка теж не приймає критика в якості легітимної її претензій, оскільки останній сприймається як активний агент художньої спільноти.

Про значення критика засвідчує пропозиція дослідника В. Круткіна, котрий, до виділеної французьким філософом Р. Бартом тріади – Operator (того, хто створює зображення), Spectrum (того, хто зображений) і Spectator (того, хто споглядає зображення) [1, с. 19], з якою пов'язаний аналіз візуальних форм, додати четверту фігуру, котра демонструє приклади візуального мистецтва й розповідає про них [5, с. 23]. Йдеться про те, що мистецький твір, перш за все, ставить питання (акцентуючи увагу на певних протиріччях в реальності), тоді як той, хто його представляє екстраполуює власну версію, одну із можливих, стосовно стосунків людей, предметів, місць або подій. У такому разі кожна відповідь є історією, що містить власний варіант опису певних явищ [11, с. 23]. Використання твердження, що

візуальний твір щось «говорить» не є повною мірою достовірним, оскільки саме людина артикулює певні міркування щодо нього. Тому візуальне - це повідомлення в межах певного дискурсу, що змінюється разом із суб'єктивними вподобаннями, залученими в комунікативну діяльність [12, с. 84].

Художня критика формує в межах сучасної культури демаркаційну лінію, виділяючи твори мистецтва, які слід мислити як початок нової доби. У такому разі вирішальне значення має не твір мистецтва, а саме ті очікування, які в нього вкладаються й дозволяють розглядати його як деякий критерій і точку відліку для нової диференціації [3, с. 21]. Вся ця ситуація підтверджує й доводить, що критична оцінка є наслідком соціальних умовностей, які, в свою чергу, обумовлюються змінними стандартами.

Підсумовуючи, варто відзначити, що активність соціальних акторів сприяє творенню змісту візуального культурного продукту, який з одного боку, маніфестується художником, з іншого, - з'являється в результаті діяльності глядача, критика. Впливовість культурного регламенту в зоровій фіксації проявляється наступним чином. По-перше, митець залежний від конвенційного канону в побудові візуалізації, що відбиває своєрідність світосприйняття й світорозуміння. По-друге, художник сам формує конвенції для візуального дискурсу, втілюючи відповідне світоставлення. Таким чином, творець є вільним суб'єктом, якого вирізняє особиста позиція, та поряд з цим – залежним від досвіду й культурного минулого.

Саме із суб'єктивним поглядом художника пов'язаний підхід до тематично-означуваного поля відображення. У разі домінуючого відношення художника до світу в одному варіанті виникає довіра реципієнта до цінностей, пропагованих автором. З іншої точки зору, глядач має можливість відійти від такого роду «репресивної» моделі сприйняття дійсності, втіленої засобами візуалізації. Такий стан речей приводить до того, що аудиторія займає активну позицію, будучи співучасником у осмисленні дійсності і працюючи в руслі достворення змістів, представлених у візуалізації. Означене є аргументацією щодо того, що позиції автора і глядача можна розглядати як взаємозамінні, простежуючи це на принципах їх візуальної, художньої активності.

У ролі посередника між художником і глядачем виступає критик, який осмислює результати візуалізації, презентуючи судження публіці, та одночасно вписує твір мистецтва в межі певного культурного регламенту зорової фіксації, засвідчуючи умовний (конвенційний) характер таких побудов.

Смисли, які вкладаються їх авторами, трансформуються, модулюються різними користувачами, при цьому одні акценти осмислення, зумовлені контекстом, зникають і змінюються новими. Сенсотворення як активна відповідь щодо побудови й результатів візуалізації може бути направлене на те, щоб продемонструвати впорядкованість світу, або, ж навпаки, довести деструктуючий його характер, що варіюється в залежності від того, яку світоглядну установку має на меті реалізувати як художник, так і глядач, критик. Відповідно, сенс образу формується на перехресті ініціатив соціальних акторів.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Барт Р. Camera lucida: комментарии к фотографии / Р. Барт. – М.: Ad Marginem, 1997. – 222 с.
- [2] Вельфлин Г. Исголкование искусства / Г. Вельфлин; пер. и предисл. Б.Р. Виппер. – М.: Дельфин, 1922. – 37 с.
- [3] Гройс Б. Комментарии к искусству / Б. Гройс. – М.: Художественный журнал, 2003. – 342 с.
- [4] Даниэль С.М. Искусство видеть: О творческих способностях восприятия, о языке линий и красок и о воспитании зрителя / С.М. Даниэль. – Л.: Искусство, 1990. – 223 с.
- [5] Круткин В. Снимки домашних альбомов и фотографический дискурс // Визуальная антропология: настройка оптики / Под редакцией Е. Ярской-Смирновой, П. Романова. – М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2009. – С.109-125
- [6] Пауэлс Л. Репрезентируя движущиеся культуры: проблемы и возможности антропологической и социологической рефлексии // Визуальная антропология: настройка оптики / Под редакцией Е. Ярской-Смирновой, П. Романова. – М.: ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2009. – С. 37-63
- [7] Петровская Е.В. Антифотография / Е.В. Петровская. – М.: Три квадрата, 2003. – 112 с.
- [8] Сонтаг С. О фотографии / С. Сонтаг. – URL: <https://books.google.com/>
- [9] Эйзенштейн С. Избранные произведения в 6-ти т. / С. Эйзенштейн; Гл. ред. С.И. Юткевич. – Т.2. – М.: Искусство, 1964. – 568 с.
- [10] Belting H. Image, Medium, Body: A New Approach to Iconology. // Critical Inquiry. – 2005. – Winter. – P. 302-319.
- [11] Grady J. Working with visible evidence // Picturing the social landscape: Visual methods and the sociological imagination. – London, 2004. – P. 18-31.
- [12] Sekula A. On the Invention of Photographic Meaning // Thinking Photography / Ed. by V. Burgin. London, 1982. – P. 84-109.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Barthes, R. Camera Lucida: Reflections on Photography. – М.: Ad Marginem, 1997. – 222 p.
- [2] Velflin, G. The interpretation of art / G. Velflin. – М.: Delfin, 1922. – 37 p.
- [3] Grois, B. Comments to the art / B. Grois. – М.: Art Magazine, 2003. – 342 p.
- [4] Daniel, S.M. The art of see: On the creative abilities of perception, the language of lines and colors, and the upbringing of the viewer / S.M. Daniel. – L.: Art, 1990. – 223 p.
- [5] Krutkin, V. Snapshots from the Family Photo Albums and Photo Discourse // Visual Anthropology: Tuning the Lens / edited by Elena Iarskaia-Smirnova and Pavel Romanov. – М.: Variant, CSPGS, 2009. – P. 109-125
- [6] Pauwels, L. Representing moving cultures: Issues and Opportunities of Anthropological and Sociological Filmmaking // Visual Anthropology: Tuning the Lens / edited by Elena Iarskaia-Smirnova and Pavel Romanov. – М.: Variant, CSPGS, 2009. – P. 37-63
- [7] Petrovskaia, E.V. Antifotografiia / E.V.Petrovskaia. – М.: Tri kvadrata, 2003. – 112 p.
- [8] Sontag, S. On photography / S. Sontag. – URL: <https://books.google.com/>
- [9] Eizenshtein, S. Izbrannye proizvedeniia v 6-ti t. / S. Eizenshtein. – Vol. 2. – М.: Iskusstvo, 1964. – 568 p.

#### Cultural activity of social actors in the construction of visualization and understanding of its results

Yu.I. Martsiychuk

**Abstract.** The article examines the functionality of social actors as participants of visual communication within the culturological analysis. Attention is focused on the determining their role in the implementation of art projects with visualization of different contents and understanding of its results.

**Keywords:** visualization, artist, audience, critic, work of art, image, visual communication, Cultural Studies

## Проблеми інтеграції дитини в суспільне життя

О. Ю. Клименко\*

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

\*Corresponding author: kombatant@rambler.ru

Paper received 29.04.15; Accepted for publication 19.06.15.

**Анотація.** У статті вивчаються проблеми інтеграції дітей до українського суспільства, розглядається питання їх адаптації, включення та соціалізації в соціум. Автор розкриває сутність існуючих форм адаптації підростаючого покоління до існуючих реалій мінливого життя суспільства, що знаходяться в стані збройного конфлікту. Крім того висвітлено: компенсаторну модель створену В.М. Сорокіним, концепцію взаємодії дитини з суспільством описану Г.О. Баллом, інтеграційний підхід до процесу соціалізації розроблену О.В. Мудриком і дослідження ключової ролі виховного процесу запропоноване О.О. Якубою.

**Ключові слова:** інтеграція, інклюзія, ексклюзія, дезадаптація, діти

**Вступ.** Основним критерієм, що визначає становище дитини в суспільстві, на сьогоднішній день є ставлення до неї соціуму. Розглядаючи зазначене питання саме в такій площині з впевненістю можна констатувати, що в Україні на сьогоднішній день у центрі уваги перебуває доросла людина, права, свободи та добробут дитини відправлені на периферію. Оскільки, зазвичай, діти розглядаються виключно як об'єкти впливу на них оточуючого середовища. Підтвердженням існування проблеми відчуження зазначеної соціально-демографічної групи є факт залишення її без державної допомоги в умовах ведення антитерористичної операції (АТО) на території Донецької та Луганської областей, що тимчасово окуповані терористами. До початку бойових дій за даними офіційної статистики в зазначених районах проживало з батьками близько одного мільйону дітей у віці від 0 до 18 років. На сьогоднішні за інформацією Д. Касьянкової – керівника проєктів Гуманітарного штабу Р. Ахметова в зоні АТО залишилось 500 тисяч дітей. З яких 14 тисяч дітей з обмеженими можливостями, 7 тисяч сиріт та дітей, що залишились без батьківського піклування та 30 тисяч новонароджених. При цьому на території України, за даними Міністерства соціальної політики зареєстровано 150 тисяч «тимчасово переміщених дітей», що складає лише 15% від загальної кількості, де перебуває ще 350 тисяч залишається невідомим.

Такий стан речей науковці оцінюють неоднозначно. У дитячому віці закладається фундамент особистості, формуються її основні якості: фізичне і психічне здоров'я, культурний, моральний та інтелектуальний потенціал. Соціальні практики які набула людина, на початку свого життя, найбільш важливі і найбільш міцні; змінити їх в подальшому досить складно, а в ряді випадків – практично неможливо. Успішне становлення дитини як особистості, визначає не тільки вдалим включенням її в суспільне життя, але й нормальним протіканням процесів адаптації та соціалізації. Усвідомлення і розуміння цього обумовлює величезну відповідальність держави і суспільства за створення сприятливих умов для цього та запобігання дезадаптації та ексклюзії дитинства. Саме тому суспільство повинно намагатися, так би мовити, організувати життя дитини створюючи сприятливе середовище для проживання, забезпечити нормальні умови життя та існування. Тому

дитина розгадається в світі дорослих виключно як суб'єкт, якому необхідно «включатись» в життя, так би мовити адаптуватись до його умов.

**Короткий огляд публікацій за темою.** Актуальність розвитку інклюзивної соціальної політики визначає наявність інтересу до неї не тільки державних чиновників, але й науковців. Особливе значення в цьому сенсі уявляє концепція В.Р. Шмідта, що визначає взаємозв'язок соціальної політики з розвитком виробничих відносин і взаємозв'язок, що виділяє, процеси ексклюзії та інклюзії з освітніми системами. Найцікавіший варіант рішення проблеми запропонував англійський соціолог Г. Еспінг-Андерсон, що поклав у її основу вивчення політичної та макроекономічної ситуацій. Особливий інтерес представляють дослідження проблем розвитку соціальної політики, зроблені російськими вченими. Вивчаючи напрямки реформування системи соціального захисту дітей у цілому, В.Н. Ярська відзначила тенденцію до переосмислення самої проблеми ексклюзії в контексті теорії соціальної рівності.

**Мета.** Виходячи з вище наведеного метою статті є дослідження проблеми інтеграції дитини в українському суспільстві

Першим кроком до подолання стану соціальної ексклюзії щодо такої соціально-демографічної групи як діти в Україні повинно стати визнання наявності цієї проблеми та проголошення соціальної інклюзії в якості одного із пріоритетів національної соціальної політики. При розробці та здійсненні соціальної політики, інклюзія може розумітися як «процес, заснований на діалектичному взаємозв'язку соціалізації, інтерналізації та інституціоналізації, що припускає розробку й застосування організаційних заходів, спрямованих на рівноправну соціальну взаємодію індивідів або соціальних груп (у першу чергу соціально незахищених верств), із приводу їх включення в соціум, результатом якого є збільшення ступеня активної участі в житті суспільства особистості або групи, незалежно від їх демографічних, економічних, політичних і культурно-духовних характеристик. Оскільки форми виключення різноманітні, то й державна соціальна політика повинна бути комплексною, збалансованою та здійснюватися не тільки в напрямку зниження рівня бідності родин з дітьми (хоча це безумовно найважливіша її ланка), але й містити в

собі ряд інших напрямків. Таким чином, соціальна інклюзія означає повну участь всіх членів співтовариства в його життєдіяльності.

**Матеріали і методи.** Соціальна адаптація розглядається нами в контексті включення індивіда чи групи в соціальне середовище, пристосування до відповідних правил, систем, норм і цінностей, практики та культури суспільного життя. Термін «адаптація» виник у другій половині XVIII ст., і був введений до наукового обігу німецьким фізіологом Г. Аубертом, який використав його для характеристики явищ пристосування чутливості органів зору (або слуху), що виражається у підвищенні чи зниженні чутливості у відповідь на дію адекватного подразника [6, с. 13].

Тобто соціальна адаптація – це взаємозумовлений процес пристосування індивіда до соціального середовища і пристосування суспільства до потреб особистості через їх задоволення. Відповідність між рівнем соціальних потреб і рівнем їх задоволення визначає рівень соціальної адаптації.

Адаптація дитини до оточуючого її середовища може здійснюватись у трьох формах:

- акомодация (повного підпорядкування вимогам середовища без їх критичного аналізу), прикладом такої форми може стати виховання дитини в рамках сімейного кола;
- конформізму (вимушеного підпорядкування вимогам середовища), як правило дана форма розповсюджена у дітей, які перебувають на вихованні в державних закладах – дитячих будинках, притулках, інтернатах;
- асиміляції (свідомого й добровільного прийняття норм та цінностей середовища на основі особистісної солідарності з ними), включення дитини до освітнього процесу в школі.

Адаптацію як особливий процес відновлення порушеної рівноваги між індивідом і оточуючим його середовищем шляхом внутрішніх змін самого індивіда розглядав В.М. Сорокін, звернувши увагу на той факт, що компенсаторні процеси так само спрямовані на відновлення рівноваги в суспільстві також шляхом внутрішньої перебудови конкретної особистості [9].

На думку Г.О. Балла, основні прояви соціальної адаптації, виявляються у взаємодії (у тому числі спілкуванні) дитини з оточуючими її людьми та їх активною діяльністю. Найважливішим засобом досягнення успішної соціальної адаптації є включення в освітній процес та виховання, а також трудова та професійна підготовка [3, с. 36].

Виступає проти теорій, які заперечують роль людського чинника в динаміці суспільного розвитку Е. Фромм, який виділив статичну та динамічну адаптації. На його думку у процесі адаптації активно змінюється як сама особистість, так і оточуюче її середовище, в результаті чого між ними встановлюються відносини адаптованості [10, с. 47].

Кожен процес подолання проблемних ситуацій, на думку А. Налчанджян, можна вважати процесом соціальної адаптації особистості, в ході якого вона використовує набуті на попередніх етапах свого розвитку та соціалізації навички та механізми поведінки або відкриває нові способи поведінки та розв'язання задач, нові програми і плани внутрішньо-психічних процесів. Ось

чому науковець вважає що адаптація – це соціальний процес, який при сприятливому перебігу призводить особистість до стану адаптованості. Тому, якщо навколишнє середовище пред'являє до дитини вимоги, до яких їй важко адаптуватися в силу своїх особистісних чи вікових особливостей, у неї може розвинути відчуття соціальної, психічної і соматичної напруги, в наслідок чого можуть розпочатись процеси дезадаптації. В разі яких дитина формує неадекватні механізми пристосування до умов навколишнього середовища. Вона стає схильною до девіантної поведінки та провокування конфліктних відносин [8].

Важливим аспектом адаптації дитини до суспільного життя є засвоєння нею соціальних ролей. Цим обумовлено віднесення адаптації до одного з механізмів соціалізації особистості. Ефективність зазначеного процесу в значній мірі залежить від того, наскільки адекватно індивід сприймає себе і свої соціальні зв'язки. Викривлене або недостатньо розвинуте уявлення про себе призводить до порушень адаптації. Деякі вчені, як А.В. Мудрик, вважають, що соціальна адаптація це один з механізмів соціалізації [7, с. 102]. Соціалізація в контексті вище наведеного може розглядатись як процес інтеграції індивіда в суспільство, у різноманітні типи соціальних спільнот (група, соціальний інститут, соціальна організація) шляхом засвоєння ним (індивідом) елементів культури, соціальних норм і цінностей, на основі яких формується соціально значущі риси особистості. Це процес набуття соціального досвіду та ціннісних орієнтацій, потрібних для виконання соціальних ролей. У межах зазначеного процесу дитина засвоює соціальні норми, вміння, стереотипи, соціальні настанови, форми поведінки та спілкування, варіанти життєвого стилю. Для соціалізації має велике значення процес виховання, який розпочинається в родині, безпосередньо батьками, а потім триває в освітніх закладах – дитячому садку, школі, інших навчальних установах. У процесі соціалізації відбувається формування особистості дитини та становлення її самосвідомості. В межах соціалізації дитина розвиває саморегуляцію та формує свою життєву позицію. У цьому сенсі особливого значення набувають практики контактів дитини з оточуючим її середовищем, в умовах спільної діяльності, за допомогою якої вона починає вірно сприймати й оцінювати себе та інших, стає особистістю.

Розуміння взаємозв'язку процесу адаптації та соціалізації стало основою адаптивно-розвиваючої концепції соціалізації, автором якої є М.П. Лукашевич. Сутність цієї концепції полягає в визначенні соціалізації як взаємодії людини з навколишнім середовищем, що триває все життя у кожній сфері її життєдіяльності. Адаптація як особлива діяльність дитини, що пов'язана з засвоєнням нової соціальної ситуації, надає їй соціального досвіду і тим самим підвищує рівень соціалізації. У дорослому житті адаптація індивіда в процесі взаємодії з соціальним середовищем відбувається ефективніше, покращуючи його соціалізацію. З вищезазначеного можна зробити висновок, що соціальна адаптація і соціалізація – це нерозривні в своїй єдності процеси. Тому частиною процесу соціалізації виступає виховання, під час якого людина набуває нового досвіду та знань про соціальне середовище і вчиться ефективно

взаємодіяти з ним. Первинною ланкою виховного процесу для дитини є сім'я [5, с. 84].

Американський дослідник Е. Еріксон вважає, що індивіду як у дитинстві, так і в дорослому віці доводиться долати складні, іноді критичні ситуації, що закономірно виникають на його життєвому шляху і мають специфічний характер на кожному етапі. Долаючи ці критичні ситуації, індивід збагачується новим соціальним досвідом і переходить до наступної стадії. Якщо соціалізація на якійсь стадії не відбулася (не вдалося розв'язати основну на цій стадії проблему індивіда) або вона відбулася частково, це негативно впливає на подальші стадії і на соціалізацію загалом [1, с. 18].

Таким чином, за еволюційною теорією соціалізації Е. Еріксона, в молодшому шкільному віці (IV стадія людського розвитку) основною проблемою є старанність чи недбалість. Головним завданням є набуття впевненості в собі, у своїх здібностях, їх усвідомлення і розвиток. Невиконання (часткове чи повне) цієї задачі позначається в прояві елементів недбалості як на цій, так і на подальших стадіях соціалізації дитини. Залишившись в зазначений період без піклування батьків та потрапивши до державного виховного закладу дитина ризикує так і не розвинути свої здібності, оскільки в таких установах відсутній індивідуальний підхід.

У період адаптації дитина виступає як об'єкт суспільних відносин, на який спрямована величезна кількість зусиль батьків, вихователів, вчителів і інших людей, що її оточують. У цей час відбувається так зване «входження» у соціальне середовище, оволодіння деякими знаковими системами, елементарними нормами і правилами поведінки, соціальними ролями, засвоєння елементарних форм діяльності. Дитина, власне, навчається бути особистістю.

Проблема адаптації дитини в українському суспільстві тісно пов'язана з задоволенням її потреб, що забезпечують умови для успішної життєдіяльності. Саме тому на сьогоднішній день особливої актуальності набуває проблема виявлення механізмів включення дитини до суспільного життя. Важливу роль в цьому сенсі відіграє процес оволодіння навичками поведінки, сприйняття та засвоєння загальнолюдських та національних цінностей. Отже, дорослий світ допомагає дитині пристосуватися до різних життєвих ситуацій, сприяти оволодінню соціальним досвідом, допомагати самовизначитись.

Активізація життєвих сил дитини під час виховання її в родинному колі, на відміну від державних виховних закладів, безумовно формує соціальну активність і активізує адаптаційні ресурси. На думку О.О. Якуби, соціальна активність особистості в науковій літературі розглядається як системна соціальна якість, в якій виражається і реалізується рівень її соціальності, тобто глибина і повнота зв'язків особистості з соціумом, набутих під час соціалізації, а адаптація дає можливість дитині пройти шлях перетворення від об'єкта до суб'єкта суспільних відносин. Це початкова соціальна якість, яка виражає цілісне, стійке активне відношення до суспільства та формується виключно в умовах сім'ї [12, с. 33].

**Результати та їх обговорення.** Оскільки соціальна адаптація вкрай необхідний процес входження дитини в різні сфери суспільних взаємовідносин, розширення

чисельності контактів, формування адекватної поведінки відповідно до її потреб і особливостей виділено наступні складові соціальної адаптації дитини:

1. Психологічна адаптація – процес взаємодії особистості з середовищем, при якому особистість набуває навичок пристосування до певних особливостей перебування в соціумі, зазнаючи активного впливу з боку найближчого оточення, з метою забезпечення задоволення своїх основних потреб. Процес взаємодії особистості й середовища полягає в пошуку й використанні адекватних способів задоволення основних потреб.

2. Економічна адаптація здійснюється зазвичай у підлітковому віці, коли дитина починає розуміти наявність товарно-грошових стосунків в суспільстві і поступово залучається батьками до монетарної системи життя суспільства. Для випускників інтернатних закладів набуття зазначених практик є неможливим, оскільки вони перебувають на повному державному забезпеченні і не мають змоги засвоїти механізми цільового використання коштів.

3. Комунікативна адаптація зумовлює пристосування дитини до взаємозв'язків і взаємостосунків, що існують в суспільстві, стимулює розвиток соціальних навичок і умінь, формує соціальну компетенцію. Особливо це стосується дітей, які були вилучені з несприятливих умов життя (від батьків наркоманів, пияків) в наслідок чого зазнали посттравматичного стресу, пережили екзистенційні проблеми тощо. Комунікативна адаптація виявляється ефективною тільки в умовах включення дитини в нормальне соціальне середовище та збереження її власної індивідуальності. Окремо в цьому контексті необхідно виділити дітей з особливими потребами, які потребують прийняття свого стану і формування активної життєвої позиції, орієнтації на власні збережені можливості й потенціал.

4. Регулятивна адаптація пов'язана з життєвими циклами дитини, переходом від одного віку до іншого, перебігом різних життєвих подій і змін, що потребують формування нових якостей характеру, рис особистості та вимог до суспільства, яке має забезпечувати гідне існування громадян. Особливо важливою соціальною адаптацією виявляється для статево-рольових взаємовідносин і взаємостосунків на різних вікових стадіях життя людини. Регулятивна адаптація пов'язана з задоволенням потреб у безпеці й повазі.

5. Самореалізація – рівень задоволення духовних потреб особистості, реалізації творчого потенціалу. Соціальна адаптація до нової життєвої ситуації чи умов життя здійснюється через активізацію сильних сторін особистості, самореалізацію в трудовій діяльності чи творчості,

Таким чином, проведений аналіз дозволяє зробити висновок про те, що адаптація є складовим механізмом соціалізації особистості, який відбувається як пристосування до різноманітних життєвих ситуацій, під час яких накопичується соціальний досвід, засвоюються норми та цінності, що є невід'ємною частиною включення дитини в суспільне життя. Адаптація збагачує соціальний досвід дитини, полегшує подальшу процесу включення її до дорослого світу. Розуміння механізмів соціалізації на початкових етапах розвитку дитини виводить на перший план формування механізмів пристосування, завдяки яким відбувається становлен-

ня особистості, сприйняття дитиною соціуму. У процесі подальшої соціалізації цей механізм трансформується, виконуючи інші завдання, реалізуючи більш високі рівні включення.

У процесі адаптації особистість проходить три фази свого становлення:

- перша фаза (власне адаптація) передбачає засвоєння ціннісних орієнтацій та норм, уподібнення індивіда до інших членів групи. Якщо за тих чи інших обставин дитині не вдається подолати труднощі адаптаційного періоду, у нього може розвиватися дискомфорт, залежність, невпевненість, що є причинами породження дезадаптації особистості;
- друга фаза (індивідуалізація) виникає через суперечності між необхідністю «бути таким як усі» і прагненням індивіда до максимальної персоналізації. У випадку, якщо дитина не зустрічає взаєморозуміння, у неї можуть розвиватись якості негативізму, агресивності, що викликає деіндивідуалізацію;
- третя фаза (інтеграція) детермінується суперечностями між прагненнями дитини бути ідеально представленою в соціумі, з одного боку, та потребою суспільства прийняти, підтримувати і культивувати тільки ті індивідуальні особливості індивіда, які сприяють розвитку її як особистості [13, с. 332].

Створення демократичного суспільства та соціальної держави визначає як суспільні цінності ідеалів справедливості та соціальної рівності, що становлять основу інклюзивного процесу. Соціальна інклюзія, під якою в широкому сенсі розуміють «включення індивіда або групи в співтовариство з метою залучення до певної дії або культурного процесу» [13, с. 11].

Інклюзія являє собою активний процес зміцнення почуття приналежності дитини до сімейного кола, оточуючих та веде до соціальної інтеграції.

Необхідність докладання спеціальних зусиль, у даному напрямку, є актуальною проблемою для українського суспільства та викликана прагненням запобігти або зменшити процеси соціального виключення, внаслідок яких діти виявились на периферії соціального простору, що спровокувало їх зв'язок з суспільством. Особливе занепокоєння в цьому контексті викликають процеси соціального виключення дітей, оскільки є найбільш руйнівними для соціальної солідарності. Проблеми, що виникають у дітей під час адаптації до оточуючого середовища на етапі ранньої соціалізації, можуть привести до подальших життєвих труднощів та, згодом, знижують шанси на успішну соціальну інтеграцію. В умовах проведення антитерористичної операції в Україні процеси виключення дітей посилились, оскільки вони перестали сприйматись як суб'єкти правового поля. Жодних нормативних актів, щодо відповідальності держави за розвиток наступних поколінь за 2015 рік прийнято не було.

**Висновки.** Таким чином, на сьогоднішній день в Україні діти є однією з найбільш уразливих груп у суспільстві, оскільки основні інститути, відповідальні за їх соціалізацію (охорона здоров'я, освіта, соціальне обслуговування), традиційно мають дуже малий вплив на національну та місцеву політику або не мають його взагалі. А в умовах ведення бойових дій на Сході держави певна частина дітей взагалі позбавлена нормального існування навіть в якості суб'єктів суспільного життя.

#### ЛІТЕРАТУРА

- [1] Erikson E.H. Problems of infancy and early childhood. / E.H. Erikson. New York: Modern Library. – 1954. – P. 3-36.
- [2] Esping-Andersen G. A Child-Centred Social Investment Strategy. In: Esping-Andersen et al.: Why we need a New Welfare State. – Oxford, New York : Oxford University Press, 2002. – P. 26-67.
- [3] Балла Г.О. Адаптация личности в социуме: Теоретико-методологический аспект. / Г.О. Балла. – Новосибирск: Наука. Сибирская издательская фирма РАН, 2002. – 128 с.
- [4] Волинець Л. Соціальні проблеми дитинства в сучасній Україні / Л. Волинець // Національна безпека і оборона. – 2014. – № 3 – С. 34-38.
- [5] Лукашевич М.П. Социология воспитания / М.П. Лукашевич. – К. : МАУП, 1996. – 126 с.
- [6] Милославова И.А. Понятие и структура социальной адаптации: Автореф. дисс. канд. философ. наук. – Л., 1974. – URL: <http://murzim.ru/nauka/pedagogika/28978-teoreticheskiy-analiz-problemy-socialnoy-adaptacii-v-kontekste-socializacii-lichnosti.html>
- [7] Мудрик А.В. Социализация человека как проблема / А.В. Мудрик – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательский центр "Академия", 2006. – 304 с.
- [8] Налчаджян А.А. Социально-психическая адаптация личности (формы, механизмы и стратегии) / А.А. Налчаджян. Издательство АН Армянской ССР. Ереван. 1988. – 69 с. – URL: <http://www.twirpx.com/file/554539/>
- [9] Сорокін В.М. Сутність феномену порушеного розвитку / В.М. Сорокін / URL: [http://studopedia.net/5\\_842\\_sutnist-fenomeny-porushenogo-rozvitku.html](http://studopedia.net/5_842_sutnist-fenomeny-porushenogo-rozvitku.html)
- [10] Фромм Э. Иметь или быть – М. : МИР, 1986. – 128 с.
- [11] Шмидт В.Р. Социальная эксклюзия и инклюзия в образовании. – М. : МЕГАНОМ, 2006. – 248 с.
- [12] Якуба Е.А. Социология / Е.А. Якуба. – Харьков : Константа, 1996. – 192 с.
- [13] Ярская В.Н. Инклюзия – новый код социального равенства // Образование для всех: политика и практика инклюзии. Сборник научных статей и научно-методических материалов. – Саратов : Научная книга, 2008. – 340 с.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Erikson, E.H. Problems of infancy and early childhood. / E.H. Erikson. New York: Modern Library. – 1954. – P. 3-36.
- [2] Esping-Andersen, G. A Child-Centred Social Investment Strategy. In: Esping-Andersen et al.: Why we need a New Welfare State. – Oxford, New York : Oxford University Press, 2002. – P. 26-67.
- [3] Balla, G.O. Adaptation's point of the personality in society: Teoretiko-metodologicheskyy aspekt. / G.O. Balla. – Novosibirsk : Science. Siberian book-publishing firm RAN PАН, 2002. – 128 p.
- [4] Volineets, L. Social problems of the childhood in modern Ukraine / L. Volineets // National security and defense. – 2014. – № 3 – P. 34-38.
- [5] Lukashevich, M.P. Sociology of education / M.P. Lukashevich. – K. : MAUP, 1996. – 126 p.
- [6] Miloslavova, I.A. Ronyatiye and structure of social adaptation: Abstract of the thesis of the candidate of philosophical sciences. – L, 1974. – URL: <http://murzim.ru/nauka/pedagogika/28978-teoreticheskiy-analiz-problemy-socialnoy-adaptacii-v-kontekste-socializacii-lichnosti.html>

- [7] Mudrik, A.V. Socialization of the person as problem / A.V. Mu-drik / 2nd edition corrected and added. – M.: Publishing center "Akademiya", 2006. – 304 p.
- [8] Nalchadzhyan, A.A. Social and mental adaptation of the personality (forms, mechanisms and strategy) / A.A. Nalchadzhyan / Publishing house of Sc. Acad. of Armenian SSR. Yerevan. 1988. – 69 p. – URL: <http://www.twirpx.com/file/554539/>
- [9] Sorokin, V.M. Sushchnost of a phenomenon of the broken development / V.M. Sorokin / URL: [http://studopedia.net/5\\_842\\_sutnist-fenomenu-porushenogo-rozvitku.html](http://studopedia.net/5_842_sutnist-fenomenu-porushenogo-rozvitku.html)
- [10] Fromm, E. Imet or to be. – M. : MIR, 1986. – 128 p.
- [11] Shmidt V.R. Social exclusion and an inklyuziya in education. – M. : MEGANOM, 2006. – 248 p.
- [12] Yaqub, E.A. Sotsiologiya / E.A. Yaqub. – Kharkov : Constant, 1996. – 192 c.
- [13] Yarsky, V.N. Inklyuziya – a new code of social equality // Education for all: policy and practice of an inklyuziya. Collection of scientific articles and scientific and methodical materials. – Saratov : Scientific book, 2008. – 340 p.

### **The problem of integration of the child into the social life**

**E. Klimenko**

**Abstract.** In article problems of integration of children in the Ukrainian society are studied, questions of their adaptation, inclusion and socialization in society are considered. The author opens the existing forms of adaptation of younger generation to the existing realities of the changing society of the armed conflict which is in a state. Besides are lit: the compensatory model created by V. Sorokin the concept of interaction of the child with society the described G. Balla, the integration approach to socialization process developed by A. Mudrik and a key role of educational process the offered E.A. Yakuba.

**Keywords:** *integration, inklyuziya, exclusion, disadaptation, children*

## Внекультовые практики современных христианских церквей: понятие, феномены, типология

В. В. Любчук\*

Институт социальных наук, Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки, г. Луцк, Украина

\*Corresponding author: sokuryanska@karazin.ua

Paper received 28.04.15; Accepted for publication 04.06.15.

**Аннотация.** В статье анализируется феномен внекультовых практик современных христианских церквей, приводится дефиниция соответствующего понятия. Подчеркивается, что анализ такого явления, как внекультовые практики в феноменологической традиции дает возможность четче определить его содержание, характер, участников (субъектов). Предлагается типология внекультовых практик, построенная по ценностному основанию. Выделяются традиционалистский, модернистский и постмодернистский типы внекультовых практик. По результатам эмпирических исследований сделан вывод о том, что для современных христианских церквей Украины характерен смешанный тип внекультовых практик.

**Ключевые слова:** культовые практики, внекультовые практики, типология, традиционалистский тип, модернистский тип, постмодернистский тип внекультовых практик

**Введение.** В условиях трансформации украинского общества существенным изменениям подвергаются все социальные институты. Этот процесс не обошел стороной и Церковь. Традиционной для Церкви является культовая деятельность, однако в последние время Церковь все больше внимания уделяет внекультовой работе. Акцент на этом направлении, с нашей точки зрения, не случаен. Его обуславливает ряд факторов, предопределяющих такой выбор Церкви как социального и религиозного института. Одним из них является духовный вакуум, характерный для многих постсоветских обществ, в том числе для украинского социума, распространение аморальных ценностей и норм поведения. В то же время заинтересованность христианских церквей в развитии внекультовой деятельности, на наш взгляд, связана с их конкуренцией с другими социальными институтами, отвечающими за формирование ценностной основы общества. В этой ситуации важнейшей задачей Церкви является формирование такой системы внекультовой деятельности, которая способствовала бы не только укреплению духовности общества, но также повышению ее конкурентоспособности в соревновании с другими социальными институтами за доверие людей.

**Краткий обзор публикаций по теме.** Анализируя научную литературу по проблемам деятельности Церкви, мы обратили внимание, во-первых, на преимущественно философский и религиоведческий характер этой литературы, во-вторых, на то, что она прежде всего посвящена церковной культовой деятельности. Хотя, справедливости ради, необходимо назвать и ряд работ, в которых так или иначе рассматривается внекультовая деятельность Церкви. Интерес к этому виду деятельности христианских церквей проявляют, например, такие российские исследователи, как И.В. Шарыпова [11], Г.А. Кукушкина [6], Т.П. Белова [1], А.П. Забияко [2] и др.

Среди украинских ученых, также в основном религиоведов, обращающихся к анализу отдельных видов внекультовых практик тех или иных христианских конфессий, назовем таких, как Н. Гаврилова, Ю. Решетников, А. Колодный и др. Социологический анализ религиозных практик представлен в публикациях Л. Рязановой [10], М. Паращевина [9], А. Николаевской [8]. Однако внекультовая деятельность не

находит своего отражения в работах отечественных ученых, в том числе социологов. По сути дела наше исследование – это одна из первых попыток социологического анализа внекультовой деятельности христианских церквей Украины.

**Цель.** В данной публикации мы поставили своей целью раскрыть содержание понятия «внекультовые практики» и соответствующих ему феноменов, а также предложить читателю авторскую типологию внекультовых практик.

Начнем с определения главных понятий нашего исследования – «культовые практики» и «внекультовые практики». Поиски теоретических оснований интерпретации данных понятий привели нас к феноменологической методологии. В наших предыдущих публикациях мы достаточно подробно описывали преимущества и возможности данной методологии в контексте изучения культовых и внекультовых практик (см., напр.: [7]). Здесь же мы только приведем наши авторские определения названных выше понятий. Итак, под культовыми практиками мы понимаем совокупность общепринятых действий в рамках христианских обрядов, которые актуализируются благодаря религиозным ценностям, мотивам, установкам, поведению и ориентированы на решение христианских задач Церкви как религиозного и социального института. Внекультовые практики мы рассматриваем как когнитивно-ментальный феномен, который также актуализируется благодаря религиозным ценностям, мотивам, установкам, поведению человека и ориентирован на решение христианских задач Церкви, но формируется в ходе взаимных типизаций общепринятых действий в контексте повседневности как intersubjectively real reality.

Рассмотрим факторы актуализации и особенности проявления внекультовых практик как разновидности повседневных практик. Прежде всего подчеркнем, что главную роль в формировании и осуществлении повседневных практик играет жизненный мир человека, его намерения, желания, планы, потребности, которые в процессе жизни меняются под влиянием как внутриличностных факторов, так и взаимодействия с другими людьми. Вспомним, что повседневные практики обычно определяются как общепринятые и понятные для их участников действия; вследствие их повторения они



типизируются, воспроизводятся в привычных для человека ситуациях в контексте интересубъективной (повседневной) реальности. Исходя из такого понимания повседневных практик, можно выделить их следующие черты: общепринятость, понятность, доступность, обусловленность жизненным опытом человека, его взаимодействием с другими людьми. Важной особенностью повседневных практик является невозможность четкого выделения их участников, поскольку ими являются все люди независимо от их социально-демографических, социокультурных и других особенностей.

А теперь определим главные черты внекультовых практик как разновидности повседневных практик. Естественно, такие практики имеют прямое отношение к религии, они находятся в поле деятельности Церкви. Как и любые другие повседневные практики, внекультовые практики понятны для их участников, они не требуют специальных профессиональных знаний, ибо основываются на жизненном, в том числе религиозном, опыте участников, на их субъективных характеристиках: потребностях, интересах, ценностях. В отличие от повседневных практик, можно достаточно четко выделить главных участников внекультовых практик: это священники, часть верующих, а также потенциальных верующих. Поскольку в основе осуществления внекультовых практик лежит жизненный, в частности религиозный, опыт их участников, они типизируются в процессе интересубъективного взаимодействия священников и верующих. Внекультовые практики направлены на осуществление таких христианских норм, как милосердие, помощь больным и обездоленным, людям без определенного места жительства, заключенным и т.д. В этом мы убедились в ходе наших исследований, изучая внекультовые практики таких христианских церквей, как Украинская православная церковь Московского патриархата (УПЦ МП), Украинская православная церковь Киевского патриархата (УПЦ КП), Римо-католическая церковь (РКЦ), Украинская греко-католическая церковь (УГКЦ), Объединенный союз христиан веры евангельской (ОСХВЕ), Всеукраинский союз евангельских христиан-баптистов (ВСЕХБ), Адвентисты седьмого дня (АСД). Выбор именно этих христианских церквей обусловлен такими факторами, как численность верующих, обращение к внекультовым практикам, а также наличие в рамках перечисленных конфессий социальных концепций и доктрин, в которых такие практики выступают важным звеном в их взаимодействии с другими церквями и государством.

**Материалы и методы.** В процессе исследований, проведенных нами в течение 4-х лет (2010-2014 гг.), собран большой объем информации о содержании, направленности, формах и методах внекультовых практик перечисленных выше конфессий. При этом нами были использованы такие методы, как индивидуальные нестандартизированные интервью со священниками (N=14) и прихожанами, принимающими участие во внекультовых практиках (N=50), анкетирование студентов вузов Луцка (N=324), а также контент-анализ печатных СМИ и сайтов православных, католических и некоторых протестантских конфессий (ОСХВЕ, ВСЕХБ и АСД) (всего проанализировано более 1000 статей).

**Результаты и их обсуждения.** Анализ полученных нами данных показал, что современные христианские церкви существенно расширяют сферы реализации и направленность внекультовых практик, являющихся результатом самоорганизации их участников, о чем последние не раз говорили в ходе наших интервью. На наш взгляд, последнее обстоятельство свидетельствует о том, что внекультовые практики выступают показателем и одновременно фактором становления гражданского общества в Украине. В то же время все более тесным становится сотрудничество христианских церквей с общественными организациями и органами власти, в том числе в контексте внекультовой деятельности. Исследование показало, что такая деятельность осуществляется с учетом социально-демографических, социокультурных и социальных характеристик и потребностей тех, на кого она направлена. Важным направлением внекультовой работы для всех христианских церквей является помощь так называемым проблемным группам, в частности людям преклонного возраста, лицам с ограниченными возможностями, детям-сиротам, лицам, находящимся в местах лишения свободы, и др. Некоторые проблемные группы становятся еще и группами риска (алкогольная и наркозависимость, противоправное поведение и т.д.). Особое внимание работе с проблемными группами уделяют в протестантских церквях, которые ведут свою деятельность на постоянной основе, создавая соответствующие центры реабилитации, досуговые центры и т.д.

В последние годы появляются новые направления в реализации внекультовых практик. Христианские церкви не ограничиваются благотворительностью. Сегодня одной из основных задач таких практик становится создание условий для самореализации как самих участников внекультовой деятельности, так и людей, ради которых она осуществляется. В частности, в контексте оказания помощи безработным создаются специальные предприятия для обеспечения потребности этой социальной категории в работе. Кроме того, учреждаются различные центры духовной жизни, школы искусства и спорта и т.д. [4, с.53]. Благодаря этому существенно расширяется круг общения представителей того или иного религиозного сообщества, создаются общественные организации по религиозно-конфессиональному признаку, которые могут стать и уже становятся важным элементом гражданского общества, становление которого происходит сегодня в Украине.

Осуществляя типологизацию внекультовых практик, мы основывали ее на ценностных критериях. Благодаря этому мы выделили три типа внекультовых практик: традиционалистский, модернистский и постмодернистский. Рабочая гипотеза нашего исследования состояла в том, что каждому христианскому направлению отвечает тот или иной тип внекультовых практик: для православных церквей характерен традиционалистский, для католических – модернистский, для протестантских – постмодернистский тип внекультовых практик [7].

Чтобы подтвердить или опровергнуть нашу гипотезу, обратимся к характеристике каждого типа внекультовых практик.

Главной особенностью первого типа внекультовых

практик является акцент на традицию, то есть на собственно христианские ценности и нормы поведения, стремление к их более широкому распространению в обществе. Такой тип практик прежде всего ориентирован на воспроизведение тех норм и ценностей, которые испокон веков пропагандировались христианскими церквями. Мы имеем в виду нормы милосердия, терпимости, сострадания, помощи ближнему. Значительное влияние на формирование таких практик имеют культовые практики, которые определяют их направление, а также роль в их реализации священников и верующих. В контексте внекультовых практик традиционалистского типа акцентируется роль и значение церкви в обществе, ее возможности в пропаганде христианского образа жизни за пределами культового сооружения. Сюда мы отнесли те виды деятельности, которые традиционно характерны для христианских церквей: благотворительность, миссионерство, частично работу с представителями проблемных групп, которая не является системной и последовательной. Как показало наше исследование, данный тип внекультовых практик в большей степени характерен для православных церквей, которые отличаются ортодоксальностью, способствующей сохранению, как полагают опрошенные нами священнослужители, христианских ценностей в целом и православных ценностей, в частности.

Анализируя роль священников в реализации внекультовых практик традиционалистского типа, мы пришли к выводу, что они выступают своеобразными модераторами, определяющими направление и характер внекультовой деятельности. Собственно, они продолжают выполнять функции проповедников христианских норм и ценностей, внедряя их, в том числе благодаря внекультовым практикам, во все более широкие слои населения.

Таким образом, традиционалистский тип практик является в значительной степени консервативно (ортодоксально) направленным, ориентированным на сохранение и воплощение христианских добродетелей, реализующим просветительскую, пропагандистскую и благотворительную функции.

В отличие от традиционалистского типа внекультовых практик, для модернистского типа таких практик характерна свобода от диктата традиции. Это означает, что в силу определенных социокультурных изменений деятельность христианских церквей трансформируется, адаптируясь к новым условиям. Для модернистского типа практик в большей степени характерен гражданский характер. Внекультовые практики этого типа способствуют формированию современного образа христианских церквей, привлекательного для верующих и потенциальных верующих. В контексте модернистских практик, как свидетельствуют результаты нашего исследования, активно используется опыт других конфессий и религий. Модернистские внекультовые практики прежде всего отличаются рациональностью и социальной полезностью. Участвуя в таких практиках, как неоднократно подчеркивалось в интервью с нашими респондентами, верующий превращается из слуги Божьего в хозяина собственной жизни, актуализирует свои достигательские интенции, стремление к повышению своего социального статуса, в том числе в глазах чле-

нов религиозного сообщества, к которому он принадлежит. Именно это в значительной степени предопределяет его отношение и непосредственное участие во внекультовых практиках.

По мнению опрошенных нами священников, приобщение к такому (модернистскому) типу практик свидетельствует о готовности верующих к восприятию трансформации общества, а также тех изменений, которые могут произойти и уже происходят в деятельности церкви как социального института. Оставаясь духовным центром, церковь стремится приблизиться как к верующим, так и к потенциальным верующим, помогая им в решении повседневных проблем.

Наше исследование показало, что модернистский тип практик частично характерен для католической и для протестантской церквей. В модернистских внекультовых практиках акцент делается не только, а, возможно, и не столько на традиционных христианских ценностях, сколько на реальных каждодневных проблемах людей, их преодолении и достижении желаемого результата.

В следующем типе практик, который мы назвали постмодернистским, на первый план выходят гражданские ценности в их христианской интерпретации. По мнению религиоведа А. Колодного, общей тенденцией в развитии современного христианства является его протестантизация [5, с. 41]. Она заключается, с одной стороны, в постепенном упрощении обрядовой символики и практики, а с другой – в активной реализации внекультовых практик. В контексте этой конфессии происходит формирование системы норм и ценностей, которая, с одной стороны, не противоречит общехристианским ценностям, а с другой – реагирует на общественные вызовы. Это отвечает одной из традиционных христианских норм, в соответствии с которой верующий человек предстает не грешником и мучеником, а личностью, которая стремится к самореализации и саморазвитию. Участие во внекультовой деятельности постмодернистского типа предоставляет именно такую возможность – возможность самореализоваться. Этому, в частности, способствуют такие виды постмодернистских внекультовых практик, как работа в воскресных христианских школах, организация детских и молодежных праздников, всевозможных мероприятий досугово-оздоровительного характера, работа с проблемными группами, участие в создании конкретных программ по реализации того или иного направления работы и многое другое.

Наше исследование показало, что главным субъектом внекультовых практик всех типов является священник. Он может быть как модератором, так и непосредственным участником практик, должен обладать значительным багажом знаний, умений и навыков не только церковного, но и светского характера, должен быть высокоинтеллектуальной и всесторонне развитой личностью.

Верующие – участники внекультовых практик, делая добро другим людям, помогая им, изменяют собственную жизнь, она становится более осмысленной. В этом контексте подчеркнем, что, если в традиционалистском типе практик акцентируется на духовно-нравственных императивах, то в постмодернистском типе – на, если можно так сказать, секуляризированной

духовности, то есть реализации христианских ценностей с помощью светских средств и методов. Принимая участие во внекультовых практиках постмодернистского типа, верующие не только помогают ближнему, но и, как они сами подчеркивали, отвечая на вопросы нашего интервью, имеют возможность «реализовать себя, раскрыть свои способности и таланты» в различных видах деятельности (ухаживая за одинокими престарелыми людьми, работая в пунктах питания для беспризорных людей и людей без определенного места жительства, организовывая работу детских и юношеских лагерей отдыха, духовных фестивалей, конференций, воскресных школ и т.д.). Вся эта работа осуществляется исключительно на добровольных, самодеятельных началах. Таким образом, как отмечал известный американский социолог Р. Инглхарт, происходит «расширение сферы индивидуального выбора и массового участия» [3, с.11].

**Выводы.** Подытоживая сказанное выше, подчеркнем, что обращение к феноменологической методологии в рамках исследования внекультовых практик позволило нам более полно и глубоко изучить этот феномен, его содержание, направленность, формы и методы, а также субъективные представления о внекультовой

деятельности и участия в ней священников и верующих разных конфессий. Предложенная нами типология внекультовых практик, безусловно, является своеобразной моделью, "идеальным типом". Достаточно сложно тот или иной тип внекультовых практик связать с определенной христианской конфессией – православной, католической или протестантской церковью. Проведенное нами исследование свидетельствует о том, что для современной Украины характерен, скорее, смешанный тип внекультовых практик. Такая деятельность различных религиозных (христианских) общин содержит в себе элементы и традиционалистских, и модернистских, и постмодернистских внекультовых практик. В то же время, как подчеркивалось выше, мы можем говорить о некотором преобладании традиционалистского типа внекультовых практик в деятельности православных церквей, модернистского типа – в деятельности протестантской и частично католической церквей и постмодернистского – в деятельности протестантских церквей. Наши дальнейшие исследования данной проблематики будут направлены на изучение роли внекультовых практик современных христианских церквей в становлении и развитии гражданского общества в Украине.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Белова Т.П. Cyber religious practices as an object of sociological research / conferences in Russia by religion / URL: all-russia-sc.ru/netcat\_files/File/Part14.pdf
- [2] Забияко А.П. Киберрелигия: наука как фактор религиозных трансформаций / А.П. Забияко [и др.]. - [Монография]. – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2012. – 208 с.
- [3] Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества / Р. Инглхарт // Политические исследования. – 1997. – № 4. – С. 6-32
- [4] Киселев А. Разнообразие проявлений социального служения религиозных общин Украины // Религиозная панорама. – 2007. – № 12. – С. 53
- [5] Колодний А. Христианство на порозі нового тисячоліття / А. Колодний // Релігійна панорама. – 2009. – № 11. – С. 35-46
- [6] Кукушкина Г.А. Церковь саентологии: основы вероучения, культовая и внекультовая практика (социально-философский анализ): дис. ... канд. филос. наук 09.00.13 / Г.А. Кукушкина; Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации. – М., 2003. – 152 с.
- [7] Любчук В.В. Позакультові практики християнських церков як тип повсякденних практик: теоретичний аспект аналізу /

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Belova, T.P. Cyberreligious practices as an object of sociological research / conferences in Russia by religion / URL: all-russia-sc.ru/netcat\_files/File/Part14.pdf
- [2] Zabyako, A.P. Cyber religion: science as a factor of religious transformations / A.P. Zabyako [et al.]. – [monograph]. – Blahoveshchensk: Publ. AmHU, 2012. – 208 p.
- [3] Inhlkhart, R. Postmodernism: Changing Values and Changing Society / R. Inglehart // Political Studies, 1997. # 4. – P. 6-32
- [4] Kyselev, A. The variety of manifestations of social service of religious communities in Ukraine // Religious panorama, 2007. # 12. – P. 53
- [5] Kolodniy, A. Christianity in the new millennium / A. Kolodniy // Religious Panorama, 2009. # 11. – P. 35-46
- [6] Kukushkina, G.A. Church of Scientology: The Fundamentals of dogma, cult and vnekul'tovaya practice (social-philosophical analysis): Dis. ... Cand. Philosoph. Sciences 09.00.13 / G.A. Kukushkina; Russian Academy of Public Service under the President of the Russian Federation.. – M., 2003. – 152 p.
- [7] Lyubchuk, V.V. Outside the cultic practice of Christian churches as a type of everyday practice: theoretical aspect of the analysis / V.V. Lyubchuk // Methodology, Theory and Practice of Sociological Analysis of Modern Society: [Scientific works]. – Issue 16. – Kh.: KNU named after V.N. Karazin, 2010. – P. 164-167
- [8] Nikolayev'ska, A.M. Religious identity in the social identities of Ukrainian society / A.M. Nikolayevska // SOCIOPROSTIR: interdisciplinary scientific research journal of sociology and social work. 2011. # 1 (2)
- [9] Parashchevin, M. Religion and religiosity in Ukraine (Ed. S. Makeyev; Foreword A. Ivanenko) / M. Paraschevin. – K.: Institute of Politics, the Institute of Sociology of NAS of Ukraine, 2009. – 68 p.
- [10] Ryazanov, L.S. The religious revival in Ukraine: the socio-cultural context. – K.: Institute of Sociology, publishing house "White Well of", 2004 – 240 p.
- [11] Sharypova, I.V. The out-cultic activities of new religious movements: the socially-philosophical analysis: dis. ... cand. Philos. Sciences 09.00.13, Moscow, 2005. – 156 p.

**The out-cultic practices of modern Christian churches: concepts, phenomena, typology**

**V. Luybchuk**

**Abstract** The article discusses the concept of “out-cultic practices“, the definition of which is formulated in the context of phenomenological methodology. It’s emphasized that the analysis of such phenomena as out-cultic practices in the phenomenological tradition gives the opportunity to more clearly define its content, the nature of the participants. The author proposes a typology of out-cultic practices of modern Christian churches, which built on a value basis. There are three types of out-cultic practices: traditionalist, modernist and post-modern. Based on the results of empirical research conducted by the author using qualitative methods, the conclusion is that for the modern Christian churches of Ukraine characterized by mixed type of out-cultic practices.

**Keywords:** *cultic practices, out-cultic practices, typology, traditionalist type, modernist type, post-modern type*

## Бідність і зайва вага в гастрономічному вимірі: від європейського суспільства старого ладу до постіндустріальної сучасності

В. В. Ніколенко\*

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпропетровськ, Україна

\*Corresponding author: msd1983@mail.ru

Paper received 13.06.15; Accepted for publication 17.07.15.

**Анотація.** Досліджено взаємозв'язок між бідністю та поширенням ожиріння. Зв'язок між цими явищами не завжди прямий. Нині бідність, негативні емоції, стреси, низький рівень освіти, самотність, занижена самооцінка, пріоритет цінностей суспільства споживання є благодатним соціокультурним середовищем для появи людей з надмірною вагою, ожирінням. У країнах на-+півпериферії та периферії проблема надмірної ваги пояснюється наявністю «гена ощадливості», внаслідок недоїдання попередніх поколінь. Незважаючи на багату українську гастрономічну культуру, в повсякденному житті українського суспільства, як і глобального світу в цілому, все ще зустрічаються деструктивні харчові практики, обумовлені проблемами відносної бідності окремих соціальних груп. Хоча станом на сьогодні спостерігається позитивна динаміка.

**Ключові слова:** бідність, надмірна вага, постіндустріальне суспільство, буржуа, тілесна привабливість

**Вступ.** Актуальність обраної проблематики не викликає сумнівів. Проблема бідності завжди хвилювала людство. Бідність та її відповідні форми прояву зазвичай були епіцентром підвищеної «соціальної сейсмічності», окрім того, часто-густо призводили до псування соціально-психологічної атмосфери в суспільстві. Сьогодні бідність є родючим підґрунтям, на якому поширюються достатньо нові проблеми, а саме: надлишкової ваги населення, ожиріння тощо. Це, в свою чергу, безпосередньо відображується на проблематиці тілесної привабливості людини та призводить до багатьох інших негативних ефектів. Необхідно зауважити, що мова буде йти, передусім, про європейський гастрономічний та соціально-економічний простори, хоча й в інших регіонах подібні проблеми стають дедалі більш актуальними. Доцільно зауважити, що далеко не кожна людина з наявними «зайвими кілограмами» страждає на ожиріння. Разом з тим, в цій статті ми свідомо подібні явища (надмірну вагу людини та ожиріння) не будемо аналітично розмежовувати. На наш погляд, в суспільному житті можна сприймати їх наявність як одне ціле, яке тлумачиться не лише як індивідуальна, але й як соціальна проблема. Остання часто призводить до погіршення власного здоров'я, зниження особистісної самооцінки (адже канони сучасної краси диктують моду на струнке тіло, яке вважається більш привабливим, соціально затребуваним), разом з тим, негативно відбивається на процесах активного довголіття людини, працездатності населення, отже економічній потужності держави.

**Стислий огляд публікацій.** Обрана проблема, в українському теоретичному та емпіричному дискурсах, є малодослідженою. Натомість західні вчені приділяють їй набагато більше уваги. Доцільно зауважити на працях французького дослідника Ф. Броделя, американського соціолога П. Сорокіна, італійських медієвістів А. Капаті і М. Монтанарі, німецьких вчених Й. Ціттлау та А. Саберскі. Всі вони доволі опукло фіксують наявні зв'язки між, з одного боку, образом життя людини на різних стадіях історичного розвитку суспільства, а з іншого – відповідними харчовими практиками.

**Метою** цієї статті – є прагнення деталізувати зв'язок між, з одного боку, бідністю, а з іншого – проблемами поширення надмірної ваги в суспільстві на сучасному етапі, як наслідок, тілесної привабливості. Разом з тим,

ми намагатимемося проаналізувати, коли саме в ретроспективному контексті, такий зв'язок між бідністю та зайвою вагою людини стає прямим. Адже, ще відносно нещодавно в традиційному світі та на початку індустріалізації європейського суспільства бідність була вагомою причиною недоїдання. Внаслідок чого худі люди в сприйнятті масовою свідомістю тогочасного суспільства, як правило, набували негативних значень, мали скоріше відштовхуючий від себе статусний образ.

**Виклад основного матеріалу.** Отже, якщо в окремих регіонах сучасного світу небезпека опинитися в категорії осіб із надлишковою зайвою вагою, чатує, як це не парадоксально звучатиме, перш за все на людей із малозабезпечених родин, де превалюють бідність і самотність, то на початку індустріальної епохи, тим паче в суспільствах традиційного змісту, «зайві кілограми» були свідченням належності до високостатусних верств соціальної піраміди. У цьому контексті промовистими є питання фізичної привабливості, краси того часу, яка, до речі, і на сьогодні багато в чому залежить від особливостей організації власного меню. «Якби був я королем, то жир би ложками сьорбав», – відома репліка французького селянина XVII ст. Дійсно, у той час маслинова олія і вершкове масло були надкоштовними й бажаними продуктами і все ще залишалися прерогативою повсякденного застілля в аристократично-буржуазному середовищі [9, с. 131]. «Вершкове масло аж до початку Першої світової вважалося для селян недозволеною розкішшю» [9, с. 131]. Хоча, як пишуть історики, звичка «змащувати» страву існувала ще з прадавніх часів, попри це люмпенам та пауперам доводилося для цього користуватися більш дешевими видами свинячого жиру: сала, смальцю, топленого жиру тощо [5, с. 202]. Саме ці продукти були для найменш забезпечених доступними гастрономічними референтами. Більше того, у предметному полі таких питань фокусувалися відомі фольклорні й літературні ілюстрації, тобто саме на них, насамперед, концентрувалася увага звичайної людини. «Сто возів смальцю везе коза в країні Куккань, свідчить німецька версія сюжету, викладеного братами Гримм» [5, с. 204]. Такі ж аналоги продуктивних утопій у межах гастрономічного фольклору ми знаходимо в італійській культурі. Зокрема, паста була вкрай бажаною та надзатребуваною, «недаремно у Бокаччо (італійський письменник Нового

часу. – Прим. авт.) виникає образ чарівної країни Вракії, де на горі з тертого сиру живуть люди, які займаються лише тим, що роблять макарони та равіоли» [8, с. 32]. Дослідники припускають, що, «ймовірно, відсутність широкої гами жирів у раціоні харчування, які містять вітамін D, зокрема рослинних, призводила до занадто частого появи горбатих і кульгавих в іконографії тих років» [5, с. 203]. Таким був видимий гастрономічний фантом бідності, одна з форм прояву культурного універсуму голоду тих часів. Усе, що сочилосся жиром, вважалося в суспільстві старого ладу смачним [8, с. 128]. Відзеркаленням таких уподобань є видатні полотна великих митців того часу. «Живопис Рембрандта ван Рейна та Пітера Пауля Рубенса являє собою свого роду гімн целюліту. Повнота вважалася красивою. Достатньо... подивитися на розписну стелю в будь-якому італійському палаццо епохи Відродження..., і ви побачите юних, але доволі відкормлених дам і господ...» [8, с. 128-129]. Тож, зазвичай хвалебні оди зайвим кілограмом (за нормами сьогодення) ми знаходимо в живопису того часу, насамперед, як ознаку соціальних відмінностей.

Якщо в сучасному світі людина демонструє свій успіх і красу завдяки стрункій, для жінок, або натренованій, для чоловіків, поставі, то в минулому, наприклад у Мілані чи Болоньї, гладкий чоловік або гладка жінка вважалися символами багатства, заможності й краси. Звідси й тогочасні уявлення в масовій свідомості про канони краси. Аксиоматика краси минулого передбачала: бути красивим – це бути гладким, причому безвідносно до гендерної приналежності. «Поняття “гладкий”, таким чином, несе в собі суто позитивний заряд, тому дає підстави визначити з його допомогою вищий прошарок флорентійської буржуазії (“гладкий народ”) у момент його соціального та політичного становлення» [5, с. 204]. Такі культурні конотації краси напрочуд рельєфно виявляються на тлі масової свідомості тих часів, знаходячи відображення у фольклорних оповідях. «Виріс він гладким і красивим, з янгольським личком», – пише Ф.Саккетті (*італійський митець того часу. – Прим. авт.*) про одного зі своїх персонажів. Якщо говорити про жіночі вподобання, послухаємо героїню однієї комедії Гольдоні (*італійський письменник Середньовіччя. – Прим. авт.*): «Якщо бажаєте стати моїм коханим, ви маєте бути красивим, гладким та міцним» [5, с. 204]. Харчування без обмежень надавало можливість стати гладким і, за канонами краси суспільства старого ладу, – привабливим, разом із тим перспективним, затребуваним, жаданим чоловіком або нареченою.

Дійсно, худоба в ті часи вважалась маргінальним явищем, що чітко стигматизувало соціальні групи за рівнем їхнього суспільного престижу, достатку, точніше – віддаляло усіх тих, хто мав таку антропометрію, від бажаного ідеалу краси. «Цінність худоби, яка пов'язана з такими чеснотами, як швидкість, вміння працювати, ділові якості, була запропонована у вигляді нової естетичної та культурної моделі тільки у XVIII ст., і здійснили такий злам ті соціальні групи – в основному буржуазія..., які протистояли старому порядку в ім'я нових ідеологій та політичних проєктів» [5, с. 205]. У подальшому, із розвитком капіталізму, коли атавістичний голод все менше про себе нагадував, новий

бажаний ідеал тіла більш наполегливо виходив на авансцену епохи й ніс у собі конкретні суспільні образи та асоціації. Так, «пуританський дух XIX ст. стане віддавати перевагу худому, стрункому, витривалому тілу – тілу буржуа, який “жертвував собою” заради вироблення різних благ» [5, с. 205]. Подібний канон краси й досі має неабияке значення. Усі ті, хто йому не відповідають, ризикують опинитися на «узбіччі» цивілізації, стати аутсайдерами сучасного суспільства. Спробуємо розібратися з питанням, хто саме наразі найбільше ризикують опинитися серед «повноправних» представників останніх. По суті, на сучасному етапі все те, що не відповідає стандартам тіла буржуа XIX ст., вважається девіантним. На нашу думку, фахівці небезпідставно наголошують на важливій ролі фінансової складової в цій проблемі.

Виглядає цілком природним, що не лише відсутність позитивного прикладу родини, окремі форми масової культури, стреси, «пластмасова їжа», суспільство споживання, але й сімейні статки можуть бути «сприятливим» тлом для посилення харчових відхилень та однієї з їх форм прояву – надмірної ваги. Як наслідок, людина стає за нормами сучасної культури мало привабливою, зміщується на периферію активного соціального життя тощо. Низькі статки особи чи родини здатні інтенсифікувати тиск інших несприятливих обставин, які провокують переїдання, наприклад через різноманітні стреси, або змушують вживати продукти низькопробної, тобто дешевої гастрономії. Тож вплив бідності на сучасні системи харчування подекуди призводить до прямо протилежних результатів, аніж це було в минулому. Мова йде про зайві кілограми. Якщо в традиційному та, більшою мірою, індустріальному світі бідна людина, як правило, голодна й худа, то в постіндустріальному суспільстві створюється цілком протилежна ситуація. Іншими словами, середньостатистична біднота в такому світі матиме, скоріше, надмірну вагу, на відміну від представників забезпеченого середнього класу й еліти.

Більше того, навіть в окремих бідних регіонах нашої планети, які ще не визначаються на кшталт постіндустріального світу, ожиріння стає дедалі поширенішим явищем. Останні порівняльні дані свідчать, що навіть дітей із зайвою вагою в країнах периферії та напівпериферії як мінімум не менше, ніж у розвинених регіонах, а подекуди й більше. Такому стану речей учені знайшли своє пояснення. Так, у дев'яності роки XX ст. англійський лікар Д.Баркер відкрив нову закономірність, якій учені дали ім'я – «рокове програмування». Виявляється, що в окремих регіонах нашої планети – Індії, Близькому Сході, Китаї (згадаємо Мексику, яка тримає пальму першості в поширенні «зайвих кілограмів») – діабет та ожиріння зустрічаються набагато частіше, ніж у деяких інших [10, с. 55]. Д.Баркер пояснює це тим, що ембріон, який недоотримав корисних речовин в утробі матері, у своєму подальшому житті програмує себе на якомога більше їхнє споживання із запасом на майбутнє. Інакше кажучи, після народження таке прагнення зберігається на генетичному рівні і за умов, що продуктів харчування вдосталь, призводить до переїдання, унаслідок – до проблем із зайвою вагою, а потім і до діабету [10, с. 55]. Як бачимо, вчені вже давно говорять про те, що «в організмі мешканців Ла-

тинської Америки, Африки та Південної Азії міститься підвищена кількість "генів бережливості", які забезпечують більш активне накопичення жиру, з тим щоб допомогти пережити голод» [7, с. 51]. Ураховуючи це, можна пояснити, чому, наприклад, Мексиці належить першість в антирейтингу поширення «зайвих кілограмів»: відносна бідність населення плюс низькоякісні, багатокалорійні продукти харчування, переїдання, малорухливий спосіб життя на тлі щойно згадуваних закономірностей призводять до кричущих проблем із ожирінням серед місцевого населення.

Зазначимо, що проблеми із зайвою вагою та переїданням, незважаючи на в цілому скрутні соціально-економічні умови життя населення, поставали на порядку денному ще в глибокому історичному минулому слов'янських народів. Через звернення до досвіду попередніх поколінь, в межах превентивного стилю мислення, намагалися не допустити їхні крайні форми прояву. Так, у відповідній масовій обрядовості знаходимо прикметні епізоди на підтвердження цього. Зокрема, фольклорні норми забороняли вагітній жінці їсти поспіхом, бо, вважалося, нащадок може стати ненаситним, увесь час хотітиме їсти [4, с. 34]. У «Домострої» читаємо повчання батька, звернене до сина: «Тем же в малом животе изыщи вечныя жизни, идеже от сея жизни несть ни скорби, ни въздыхания, ни плача, ни сетования, но радости и веселие, свет немерцающа, солнце – сам Господь...» [3, с. 160]. А ось рядки з повчання Святого Василя: «...как подобает человеку быти. ... Едение и питье без говора с удержанием» [3, с. 161]. Але ці настанови сприйматимуть лише ті, хто не байдужий до проблем організації власного життя, яке без досвіду батьків, нової інформації, що міститься в різних джерелах, отримує доволі примітивні уявлення та переповнюється деградаційними ефектами. Як свідчать соціологи субкультури бідності притаманні крос-культурні ознаки, одна з них: відсутність бібліотек в таких родинах та нехтування читанням якісної літератури. Отже, цілком логічно припустити, що такі соціальні групи виявляються набагато вразливішими, ніж інші.

Сьогодні все очевиднішим стає той факт, що в глобальному світі промисловість «швидкого харчування», яку багато хто звинувачує в перманентному виробництві «зайвих кілограмів», здебільшого зорієнтована на бідні верстви населення. Про це говорять дедалі все більше вчених. «Численні дослідження підтверджують, що чим нижчим є соціальний статус людини, тим імовірніше виникнення зайвої ваги» [10, с. 80]. Доцільно таку закономірність конкретизувати аби окреслити коло потенційних жертв подібної гастрономії. Отже, такий «соціальний статус насамперед визначається рівнем освіти й доходами. Гладкі діти частіше за все зростають у родинах, в яких не вистачає грошей, а рівень освіти батьків незначний – або його взагалі немає. Зв'язок напрошується сам собою. Той, хто мало вчився, небагато знає про здорове харчування та переваги рухливого способу життя» [10, с. 80].

Неабиякий вплив на такі процеси здійснюють негативні емоції. На нашу думку, можна сприймати як соціологічну аксіому факт більшого насичення стресогенними факторами простору життєзабезпечення, насамперед, соціальних низів. Хоча самими пауперами він може не усвідомлюватися. Так, популярний фран-

цузький письменник, у минулому маркетолог і фахівець у галузі реклами Ф. Бегбедер, працям якого належать найвищі рядки в літературному топі останніх років, хоча спосіб його життя є більш аніж сумнівний, у своєму науково-популярному дослідженні «99 франків» переконливо доводить, що щасливі люди не зловживають споживанням [1], тобто для них брендманія, шопполізм, вебленові трати притаманні в найменшому ступені. Іншими словами, через використання багатопланового емпіричного матеріалу доведено, що у нещасливих людей пріоритет віддано цінностям споживання, що викликає ревності, заздрість тощо. Особливо рельєфно такі процеси стигматизують поведінку бідних верств населення. Такі емоційні стани формують відповідні харчові смаки та звичаї, які викликають майже несвідоме бажання заміщення особистих, споживчих потреб, які залишилися незадоволеними, за допомогою кулінарної компенсації, тобто чим більше людина незадоволена різними аспектами життя, тим частіше звертається до «харчових компенсацій». І хоча рівень доходів не завжди прямо пропорційно впливає на зростання задоволення різними аспектами власного буття, вважаємо, що питома вага щасливих людей є дещо більшою серед фінансово забезпечених верств населення, насамперед середнього класу. Вочевидь, така закономірність є універсальною для країн, де панує культура досяжницької мотивації. У мудрованих формах остання властива й Україні.

Крім того, через низьку фінансову спроможність бідні, насамперед, споживають харчові продукти сумнівної якості, які, м'яко кажучи, не зовсім вкладаються в логіку здорового способу життя. Подекуди їм нічого не залишається, як сидіти біля екрану телевізора (типова універсальна ознака субкультури бідності) і куштувати «продукти зі знижкою» [10, с. 40]. Разом із тим американські соціологи, які досліджували з використанням крос-культурного аналізу якість життя за останні двадцять років, дійшли висновку, що життєві показники мають зворотно пропорційну залежність від часу, який особа проводить біля екрану телевізора або монітора комп'ютера. Інакше кажучи, чим більше людина дивиться телевізор або сидить за комп'ютером, тим менше вона задоволена якістю свого життя [6]. Знову ж таки, чим більший рівень незадоволення людина виявляє, тим вразливішою стає для поліморфних девіацій, у нашому випадку – може спожити їжі більше за необхідне, намагаючись звести нанівець свою неспроможність досягнути успіху в консьюмеристському світі або компенсувати будь-який інший аспект незадоволення своєю повсякденністю [10].

Наразі в атомізованому суспільстві, до якого певною мірою належить і Україна, все більш актуальною стає проблема самотності. Причому цілком природно, що

<sup>1</sup> 16 серпня 2012 р. в одному з проєктів радіо «Ера» - «Виміри життя» - гість, який був запрошений на програму, фахівець у галузі соціальної психології, говорив, що, за даними наднаціональних досліджень 2011 р., до топу десяти найсильніших залежностей людини входять: на першому місці – шоппманія, на другому – залежність від телевізора. Звісно, залежність не є соціально однорідною, вона насамперед детермінує життя соціальних груп, які, по суті, є менш самодостатніми, тобто, як правило, з низькою самооцінкою та платоспроможністю.

сучасна інтернаціональна самотність здебільшого має низький соціально-економічний статус. Як стверджують уважні спостерігачі, її можна дещо зменшити на несвідомому рівні, заповнивши пустоту споживанням великої кількості їжі. Окрім того, через їжу багато хто намагається локалізувати й інші негативні стани. Зокрема людина, яка переймається негараздами сексуального характеру, компенсує відсутність задоволення солодким, яке впливає на нейромедіатори мозку, викликаючи насолоду [10, с. 40]. Із цього приводу американський експерт із питань харчування Д. Уотерхаус, підсумовуючи результат проведених нею опитувань, з'ясувала, що «близько 50% жінок віддають перевагу шоколаду над сексом» [див.: 10, с. 40]. Навряд чи доцільно абсолютизувати такі дані, але, з іншого боку, було б несправедливим не бачити в них раціонального зерна.

Таким чином, їжа постає в ролі антидепресанта, як наслідок – багато хто намагається стрес просто «заїдати». Бідність плюс нервові напруження у підсумку дають зайву вагу. «Наскільки тісно взаємопов'язані стрес і поїдання кондитерських виробів, свідчить той факт, що у США після терористичного акту 11 вересня 2001 року споживання солодкого збільшилося в багато разів» [10, с. 31]. Схильність до їжі під час стресу підтверджують сучасні вчені, із наголосом на деякі цікаві деталі. Так, голландський соціальний психолог Д. Сместерс «поставив блюдо з кексами перед тими, кого досліджував. Деяким із них показали пару кліпів з новинами, у яких повідомлялося про загиблих людей... Ті, хто відчував стрес..., часто тягнули руку до смаколиків, причому чим менше в них було почуття самоповаги, тим зафіксований рефлекс був сильніший» [10, с. 31]. З огляду на це можна вважати наявність постійного прагнення до солодкого певною, нехай опосередкованою, але важливою для нас ознакою перебування в ситуації перманентного стресу. Слід погодитися з багатьма фахівцями в тому, що залишається лише сподіватися на обізнаність та сумління рекламодавців та їхніх замовників, задля того щоб реклама продуктів харчування не йшла одразу після демонстрації есхатологічних сюжетів у сучасних мас-медіа [10]. З огляду на це весь апокаліптичний матеріал ЗМІ та його похідну – баналізацію зла, яка визнана вітчизняними аналітиками як факт повсякденної дійсності в 2012-2013 рр., на превеликий жаль, створювала «сприятливі» умови для поширення негативних емоцій, з якими «середній», приміром, українець не в останню чергу прагнув «боротися» на кухні. Іншими словами, депресивні новини в центральних ЗМІ не лише спонукають до девіації, але й здійснюють прямий вплив на збільшення зайвої ваги та провокують харчові відхилення, які потім негативно відібраються на стані здоров'я населення та, можливо, економічній потужності держави. Так, неодноразово доведено наявність прямого зв'язку між депресивним жанром телебачення й відхиленнями від соціальних норм у поведінкових моделях багатьох соціальних груп. Показовий приклад щодо наявності зв'язку між контентом сучасних мас-медіа та подальшою поведінкою особи наводить футуролог І.В. Бес-

тужев-Лада у праці «Альтернативна цивілізація» [2]. Він зазначає, що кожного разу після телевізійного показу навіть такого безневинного фільму за мотивами роману О. Дюма «Три мушкетери» на третину збільшується кількість звернень за допомогою до окуліста від батьків, діти яких, під враженням від перегляду цієї кінострічки, фехтували один з одним і травмували собі очі [2].

Більше того, проблеми надмірної ваги, ожиріння викликає занепокоєння не лише представників урядів «держав-нянюк», які сповідують у власних урядових програмах сильну соціальну політику, але й дедалі більше роботодавців. Так, у швейцарському Давосі під час проведення щорічного елітного бізнес-форуму (27 січня 2013 р.) зійшлися два лобі. Перше виявлялося в захисті інтересів роботодавців, які страждають на нестачу здорових людей без зайвої ваги. З іншого боку – гіганти харчової та фармакологічної промисловості, які з надусердям захищали свої інтереси, адже зайва вага людини – це надприбутки для подібних бізнес-імперій.

Україна, мабуть однозначно, механістично, поза додатковими коментарями, не вкладається в гастрономічне розуміння проблем зайвої ваги в контексті традиційного, індустріального та постіндустріального вимірів суспільної організації життя. Українське суспільство як і багато інших є вкрай поліморфним організмом. Незважаючи на той факт, що гастрономічна культура українського суспільства має надзвичайно багатий репертуар та на рідкість привабливе обличчя, в повсякденному житті населення все ще зустрічаються деструктивні харчові практики. На жаль, подекуди вони обумовлені проблемами бідності. Часто-густо «бідність по-українськи» має вже «гладке обличчя» та зайві кілограми на інших частинах тіла. Адже субкультура пауперів подекуди сприяє харчуванню дешевими і часом небезпечними для здоров'я продуктами, що посилюють негативний ефект на тлі малорухливого способу життя прискореним виникненням целюліту, перевищенням в організмі норми холестерину тощо. Той факт, що українське суспільство страждає на малорухливий спосіб життя, свідчить, із-поміж іншого, хоча б та обставина, що знову ж таки, на жаль, власне дозвілля в масового українця – зазвичай все ще пасивне.

В якості висновку зазначимо, що прямий зв'язок між бідністю та зайвою вагою, тілесною непривабливістю гладких людей, можна спостерігати саме на сучасному етапі. Це спостерігається як в країнах лідерах світового розвитку, так і в інших регіонах нашої планети. Такий зв'язок особливо рельєфно почав виявлятися з настанням постіндустріальної епохи. На цьому тлі бідність, відсутність прагнення до отримання нової інформації, низький рівень освіти, незадоволені соціально-економічні потреби, стреси, негативні емоції, самотність виступають в якості вагомих чинників, що впливають на харчові практики окремих соціальних груп, і в результаті актуалізують проблему поширення глобальним світом надмірної ваги. Разом з тим, «зайві кілограми» як соціальна проблема властиві й країнам напівпериферії та периферії, насамперед, через бідність попередніх генерацій, як наслідок, присутність в організмі мешканців таких країн «гену бережливості».



#### ЛІТЕРАТУРА

- [1] Бегбедер Ф. Любовь живет три года : [роман] / Фредерик Бегбедер; [пер. с фр. Н. Хогинской]. – М. : Иностранка; Азбука-Аттикус, 2012. – 192 с.
- [2] Бестужев-Лада И.В. Альтернативная цивилизация / И.В. Бестужев-Лада. – М. : Владос, 1998. – 351 с.
- [3] Домострой : [сборник; вступ. ст., сост. и коммент. В. Колесова; подг. текстов В. Колесова и Т. Рогожниковой]. – М. : Худож. лит., 1991. – 319 с.
- [4] Кондратович О.П. Українські звичаї : народини. Коса ж моя... / О.П. Кондратович. – Луцьк: ВАТ «Волинська обласна друкарня», 2007. – 240 с.
- [5] Монтанари М. Голод и изобилие. История питания в Европе / М. Монтанари. – СПб. : Александрия, 2009. – 279 с. (Серия «Становление Европы»).
- [6] Нугаев А.Ю. Качество жизни в трудах социологов США / А.Ю. Нугаев, М.А. Нугаев // Социс. – 2003. – № 6. – С. 100–106.
- [7] Попкин Б. Жиреющий мир / Б. Попкин // В мире науки. – 2007. – № 12. – С. 49–55.
- [8] Ребора Д. Происхождение вилки. История правильной еды / Дж. Ребора; [ пер. с итал. А. Ивановой]. – М. : КоЛибри, 2007. – 224 с.
- [9] Сидельникова М. Рецептура плавления / М. Сидельникова // Вокруг света. – 2013. – № 1. – С. 130–132.
- [10] Циттлау Й. Ешь или умри! Как индустрия питания делает из нас наркоманов / Й. Циттлау, А. Саберски. – СПб. : Питер, 2010. – 192 с.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Begbeder, F. Love lives three years: [novel] / Frederik Begbeder; [translation from French by N. Hotinskaya]. – M. : Inostranka; Azbuka-Attikus, 2012. – 192 p.
- [2] Bestuzhev-Lada, I.V. Alternative civilization / I.V. Bestuzhev-Lada. – M. : Vlados, 1998. – 351 p.
- [3] Domostroy : [collection; introductory article, comp. and comments. V. Kolesova; preparation of texts V. Kolesova i T. Rogozhnikovoy]. – M. : Frtistic literature 1991. – 319 p.
- [4] Kondratovych, O.P. Ukrainian customs: nativity. Scythe of mine ... / O.P. Kondratovych. – Luts'k: VAT «Volyn Regional printing», 2007. – 240 p.
- [5] Montanari, M. Hunger and abundance. The history of food in Europe / M. Montanari. – SPb. : Aleksandriya, 2009. – 279 p. (A series of "Formation of Europe").
- [6] Nugaev, A.Yu. Quality of life in the works of sociologists in USA / A.Yu. Nugaev, M.A. Nugaev // Sotsis. – 2003. – # 6. – P. 100-106.
- [7] Popkin, B. The World is Fat / B. Popkin // In the world of science. – 2007. – # 12. – P. 49–55.
- [8] Rebor, G. The origin of the fork. History of proper food / G. Rebor; [translation from Italian by A. Ivanova]. – M. : KoLibri, 2007. – 224 .
- [9] Sidelnikova M. The recipe of melting / M. Sidelnikova // Around the world. – 2013. – # 1. – P. 130–132.
- [10] Tsittlau Y. Eat or die! As the power industry makes us addicts / Y. Tsittlau, A. Saberski. – SPb. : Piter, 2010. – 192 p.

#### Poverty and overweight person in the gastronomic dimension from the European society of the old order to the post-industrial modernity

V.V. Nikolenko

**Abstract.** The article explores the relationship between, on the one hand, poverty, and on the other - the problems of the spread of excess weight, obesity. It is emphasized that the relationship between these two phenomena is not always a straight line. For example, in traditional society, fat people, as a rule, were representatives of the elite, affluent. Excess weight is a marker of belonging to a prestigious social groups, as a result, this pattern influenced the canons of beauty. Fat people were considered more attractive. Radical changes have taken place in modern times, during the formation of bourgeois ideology and capitalist relations. Against this background, the fullness of becoming a marginal phenomenon. In today's post-industrial world "extra weight", as a rule, in the mass consciousness perceived negatively, and their carriers are far away from the canons of modern beauty. Emphasis is placed on the fact that poverty, negative emotions, stress, low levels of education, loneliness, low self-esteem, the priority values of the consumer society are ground for the emergence of socio-cultural people who are overweight may have obesity. However, the problem of being overweight is relevant in modern countries poluperifirii and periphery. This is due to the fact that in humans living in a society, there is "lean gene" as a consequence of problems with previous generations of malnutrition.

**Keywords:** *poverty, overweight, post-industrial society, bourgeois, bodily appeal*

## Current situation of internet TV in Ukraine

S.O. Dobrova\*

Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

\*Corresponding author: snizhana.tarasenko@gmail.com

Paper received 02.05.15; Accepted for publication 06.08.15.

**Abstract.** The analysis of achievements and problems of creating and broadcasting Ukrainian Internet TV channels, considering their use of modern online technologies. Attention is drawn to funding of Ukrainian Internet TV channels. The analysis of the establishment and functioning of regional Internet TV channels. The stages of Internet and broadcast television media of Lviv, Kirovograd and Mykolaiv regions as well as their use of various technologies of communication and interaction with Internet users and spectators are taken into consideration. The issue of teaching young journalists (trainings, seminars, and webinars) to create Internet TV in different regions of Ukraine rises. The attention is paid to quality and attractiveness of generated online media channels as separate Ukrainian media market, the focus is on the content offered by modern Ukrainian Internet TV channels.

**Keywords:** *Internet TV, media, transformation, communication, audience*

**Introduction.** Appearance of Internet TV as a separate media totally rocked the world. It is due to emergence of this new communication resource that every citizen can not only influence the Internet TV content, but also directly participate in its creation. Despite all the advantages, creation of Internet television resources has some disadvantages relating to anyone who creates and reviews online TV. The relevance for the topic is due to the fact that Internet TV is a new kind of media that is actively growing and gaining popularity and friendly audience. Many scientific publications are devoted to classic television, its development and operation, however, hardly anything has been written about the internet television, including Ukrainian one. New technologies, opportunities, continued expansion of the informational environment, mobility and activeness encourage journalists to create a variety of information products not only in major cities with population over one million, but also in smaller towns. It is due to the power of Internet, that there are not only classic TV products, but also broadcasting networks, establishing online communication with audiences, chatting, blogging and independent Internet television. Regional media create their own Internet television products, so the issue of analysis and research realities establishment and operation of Internet TV channels in different parts of our country is urgent.

**Overview of the publications.** Speaking about scientific literature, it should be noted that on Internet TV books are quite hard to find, because there are almost none. Much has been written and researched on the classic television. Recently, there has been published the book "Internet journalism" by Artem Zakharchenko, the researcher of the Institute of Journalism at Kyiv National Taras Shevchenko University. Foreign researchers, such as Kalmykov, Amzin, Kokhanova, have also released some works on this topic. Obviously there is a significant gap in the study of the topic of Internet TV, which should not only be filled with new researches and findings, but also be accomplished with practical achievements.

Lyudmila Fedorchuk has mentioned the Internet TV topic in her work "Perspective directions of television: TV in internet". The scholar writes: "The combination of Internet and television will radically change the world in which we live. This mutual integration creates a great perspective

in the development of information technology, changing the human mind. It replaces a passive user by a viewer who is a co-creator of content that interests him. Russia has already created an interactive, flexible service system that effectively serves the needs of users. In Ukraine there is no single provider that would provide services IPTV »[6]. Thus, we see that in the case of internet television viewer can contribute to creating content that gives certain advantages, making Internet TV more accessible, and this is a significant achievement. The scientist Lyudmila Fedorchuk also notes that: "Podcasting can be both: live and in recorded. On one hand, watching a program "live", the user can have a real-time contact with the producer of the program and get more information from him, ask questions to participants of a show, take part in contests and so on. On the other hand, IPTV recorded programs are stored in the archive site for an indefinitely long period of time. This allows the viewer to re-watch program that he liked at any time. Interactivity, although in less amount, is possible even in this case. The viewer can decide what he would like to see in the next transmission [6]." Thus, having archives of online TV content, we can see that content of web sites does not disappear, moreover anyone can have access to Internet TV content at any convenient time, making Internet TV mobile and extremely affordable.

**The purpose of the article** is to identify achievements of Ukrainian Internet TV, trace the problems that arise when creating content of Ukrainian Internet TV, to investigate perspectives of creation and development of regional Ukrainian Internet TV channels and to track the problem of broadcasting media in modern conditions. The objective of the article is to analyze the current condition of Ukrainian Internet TV market, investigate whether Internet TV is regulated law, to consider the audience's influence on the formation of Internet content.

**Materials and methods.** While writing the article such research methods as historical, conceptual and structural analysis are used. These techniques are to be used in the indication of subjects of Internet TV channels under consideration. Let's try to understand what constitutes Internet TV as a separate media and determine its specificity. Online dictionary "Wikipedia" defines Internet TV as internet protocol television (TV online or on-line TV), a sys-

tem which is based on two-way transmission of digital TV over Internet connections via broadband connection [14].

The news that the Ukrainian Greek Catholic Church (UGCC) launches social and religious Internet TV "Live. TV" turned out to be a discovery of the year. Organizers emphasize that "Live. TV" will be social and religious TV at a ratio of 90/10. The launch of the online channel aims to involve young people who actively use the Internet to view high-quality and interesting content. Head of the Department of Information of UGCC archpriest Igor Yatsiv emphasizes that: "The audience will react to what is happening in the studio, through phone calls, Skype, via comments in social networks representing our live TV. We are not going to impose anything on our viewers, thus we are not going to have a so-called grid. There will be content and live broadcasts, as well as some edited moments of live broadcasts, that can be viewed at any convenient time. We have a studio, professional equipment, and professional people. "Live" TV team consists of seven persons, including two operators and a journalist. We cooperate with some production studios, in particular, "The Bells" in Ivano-Frankivsk and multimedia studio "Svichado" in Ternopil. Moreover, each diocese has press service, who are also our partners "[11]. The creation of such Internet TV provides interaction and attracts more young Ukrainians to review and comment on content.

Another attempt to create Ukrainian Internet TV was launching intellectual and analytical resource "Spilnobachennya." The target audience of the channel is conscious citizens. An important advantage of the resource is involvement of not only professional journalists but also volunteers in creating an online channel. The question of funding this project online rises. The organizers point out: "Internet TV project is financed through partner contributions, subscription fees and donations. Also, do not exclude the possibility of cooperation with international organizations and foundations. A small part of the money will come from advertising, but advertising will be present only at the web site, and not in the broadcast. Advertisements on "Spilnobachenni" will never advertise alcoholic beverages or tobacco products "[1]. However, among media experts, there are those who do not believe in creating high-quality Internet TV in Ukraine as a separate type of media. "I do not believe in consumption of video over the Internet as a main source of human information. I believe that people can set up Internet TV to their TV and watch it. But with the gadgets that Ukrainian people have at home, majority of them cannot afford this. In Ukraine there are only a few hundred thousand households with a TV that can be connected directly to the Internet. Even if 10% of them are willing to pay money for one of online channels, it will be a very small amount. I think, eventually, there will be one or two projects that will be information hubs and Internet TV will be one of the components of the product "[9].

The greatest achievement in the Ukrainian Internet television media space was the creation of Internet TV «Hromadsk.tv». As chairman of the program board Roman Skrypin announced, the online channel is going to work online and is based on a social organization with the same name, which was registered earlier. "The Program Board includes such journalists as Mustafa Nayem, Dmitry Hnap, Roman Skrypin, Sergei Andrushko and Julia

Bankova. It is noted that the program council will annually appoint a head and coordinate all program content of online channel. The lowest level is the editorial board, which in its turn will elect a program board. Sources of funding for public television will be transparent and will appear in the annual report. We also hope to have some small donations from citizens as another source of funding. "[12]. There is another achievement to point out among Internet TV, which is opening of the first international torrent TV. "Thanks to the torrent TV it has been possible to view television broadcasts of TV channels in real time using multimedia platform ACE Stream. Based on the technology of P2P (peer-to-peer), platform ACE Stream conducts communication between all parties peer to peer network. Users, who view a broadcast, receive data simultaneously from several others who are watching this broadcast in the current period. Alternatively, users, that view a broadcast, can send data to other network members who watch this broadcast. Therefore, all users of network provide the possibility of watching for all participants, regardless of the number of users. Or rather, the more participants there are, the better the viewing experience is! "[13]. Thus, we see that using torrent TV, there is access to hundreds of TV channels in English, German, Polish, Russian and Ukrainian. The site contains over 400 channels all categories: news, children's, movies, sports, educational, musical and others. Any channel can be watched online for free. But some channels are only available after registering on the site. Cable and satellite operators felt real competition from Internet TV, which is actually free, and decided to prohibit providers providing its clients IPTV and WebTV with a help of such government agencies as the National Council on TV, MIA and Tax. "The largest operators of cable and satellite television require that broadcast of TV channels could be conducted over the Internet only with an associated license, which costs 200 thousand UAH per month only for one area. At the same time, small companies that provide Internet, for example, only for a few areas of the capital, with turnover of just around 200 thousand UAH cannot afford to buy a license. As a result, Internet TV is just cut off. Although, law about television and radio notes that any delivery of TV signal has to be licensed, but does not consider the possibility of delivery it via Internet "[10].

The question of funding of Ukrainian Internet TV channels remains open. "Despite the apparent simplicity of content, Ukrainian online TV in the first month of its existence has already gathered a few million views. The main reason for the popularity of such projects was the tense political situation in the country. Platforms of free translation helped them to "fit" within modest budgets. Thus, two channels ("Espresso TV" and Hromadske.tv) are broadcast via YouTube, as they signed partner program with the service. When it comes to live broadcasts, three of six projects (Hromadske.tv, GromTV and "Spilnobachennya") use video streaming service Ustream. It is quite possible that online channels may be selling content to broadcasting TV channels. While GromTV focuses on investigative journalism, the Hromadske.tv specializes in the production of studio projects in the form of interviews with invited guests "[8]. Also Ukrainian online TV channels as well as the foreign ones use crowd-funding platforms. The most famous among

them is American Quick Starter, with the help of which over 300 projects received support in April last year.

In the world of modern regional Internet TV there appeared their own regional Internet in Drohobych. Moderators and administrators of Drohobych Internet TV constantly interact with social networks, they post news with a help of social network Facebook, that is how they monitor the audience by "likes", reposts and comments. [4] Kirovograd region also has its own Internet TV. It has become fashionable to make up a name out of the first letters. That is why Kirovograd Internet TV is called KIT. Presentation of Kirovograd online TV took place in April last year in the local press club, with the first broadcast on the 14<sup>th</sup> of April 2014. Alexander Danutsa, the chairman of media group "The whole Kirovohrad", one of the initiators of the online TV in Kirovograd, reported that everybody is invited to cooperate. Cooperation will take place in several directions: the first - with people who want to show their creativity and make an intellectual contribution to this project; the second - information that enables all interested people to join online resources, placing a banner or a button on their website; the third direction - financial. Andrii Bogdanovich, the deputy director of Kirovograd regional state TV said that it is still too early to call the project "public television". They are planning to arrange people voting on what is important for society, what they want to discuss, who they want to see in the studio. He said that the purpose of the project is to create public television, which would be interesting for all Internet users, "to use this resource for people to spend time usefully, learn more about life in the city." "I like the format of the Russian TV channel "Rain". We have access to the roof, we have such a platform. So we want to organize a concert of local bands on the roof. Kirovograd has never experienced anything of the kind. We will also have meetings in studios. Perhaps we will be discussing events of a current day. Everyone can call or use Internet to ask a question", - Andrey Bogdanovich said. Elena Kvasha, General Producer of Kirovograd regional state broadcasting company added that KIT is an experimental platform for atmospheric creative communication. During the first broadcast Sergey Zaporozhan, a member of "Svoboda" and the chairman of the PO "Union of Veterans of Ukraine", Colonel Vyacheslav Ivanov were present. The viewers questioned the guests via Internet page of KIT on Facebook. One can always monitor broadcast of TV online on the website of KIT "The Whole Kirovograd" and "Kirovograd 24" [5]. Thus, we see an example of Kirovograd Internet television, IPTV as a separate platform of media and communications has direct collaboration with the audience, viewers and users of Internet TV products. Regional media in creating and launching online channels faced the problem of the lack of resources and funding. They refer to fundraising to gain money to fund the project. There is an experience creating regional Internet TV using grant funds in Mykolayiv region. Internet TV "PN-TV» in was created on the base of Mykolayiv Regional Internet portal "Prestupnosty.NET" [3].

How many Ukrainian regions have independent Internet television? Or maybe they are not the first, but due to their narrow local informativeness only a few local citizens know them. It is a problem of ignorance of the existence of regional TV Internet resource in a given region, city residents are not interested in the content, lack of advertising.

As an example - Truskavets Internet TV TIT about which only few people heard. So what is TIT? TIT, Truskavets Internet TV, has existed for more than four years. At the beginning it was the author's experiment in this direction in Drohobych. It was still 2008, the Internet was too weak and the project didn't even complete a year. There were no sponsors to support it. The current creation is already designed for high-speed Internet and its corresponding parameters. There are all the features of such type of source of information as "Internet TV", TV broadcasting in particular. There have been clones of Titus coming up recently, particularly in Truskavets. However, according to their characteristics, these products are more likely to be classified as "amateur video", due to the absence of journalistic and directing work over the course of transmission. In addition to the main site tit.net.ua Truskavets Internet TV also has its own page in the popular social networks [2]. Another problem, a problem compilation of videos, can be observed due to the fact that Internet TV is not legally protected and it is only the Law "Concerning Television" that can protect the author's own content. In contrast to professionals, there are many enthusiasts who dream about the idea of an Internet TV in different regions of our country. Little presentation video on Youtube is not enough for them anymore. Thus, they are willing to at least reach a new level of media. A platform for training young journalists and those who want to become them and work on the creation and development of Ukrainian Internet TV has been launched. In July last year, PO "Freedom of Speech" (Lviv city) in the course of the project supported by the Media Development Department of US Embassy in Ukraine invited the students of departments of journalism, young journalists with experience up to 3 years and public activists from Lviv, Ternopil and Donetsk regions to participate in the project "Development of a regional network of Internet TV in Ukraine". All project participants had the opportunity to upgrade their practical skills in the new television media (Internet TV), on-line broadcast of an event, an interactive online tool of communication with the audience, Internet TV content creation features for Internet TV, content promoting in social media, and others through online webinars and joint-training sessions in Lviv. During the webinars, participants learned the characteristics of the journalist work on television and Internet content creation for online TV, video blogs production; learned how to arrange the broadcast of an event; gained skills to work with digital audio and video recordings necessary for online media and online television; were trained to promote their own content in social media; got acquainted with the online tools of interactive communication with viewers online; and dealt with modern digital gadgets. All webinars conducted by famous Ukrainian journalists, media trainers and editors practice. During the webinars project participants performed practical tasks, were able to ask the coach questions and used those tools that were showed by the coach. In this respect Lviv region is not an exception. "Your City" is a source that has been successfully launched in the city of Lviv. It includes a production studio, as well as a variety of special projects and creative initiatives. The resource covers various spheres of life: education, health, culture and arts news from the city life and the country. "Your city TV" is the first video catalogue of companies and institutions of the city. The site offers, everybody who is willing,

to register a company in the video directory! "Add your best photos, videos and news, so that everyone will get to know about your advantages!" [7].

**Conclusions.** In summary, it should be noted that the achievements of Ukrainian Internet TV include the very creation of Internet TV channels, replacing rebroadcasting content by their own one. Also significant advantages of origination and development of Internet TV are its mobility, interactivity, interaction with the audience, openness, cooperation with international Internet channels. Among the problems of the Internet channels are: quality of content, financial issues (impact of political parties on funding of newly created Internet TV platforms). Also significant problem is the fact that today the Internet TV is not regulated by any law, there is no specific law on the functioning of internet television as separate media, indicating a gap in this area. Summing up, it should be noted that

Internet TV in modern conditions of our country is undergoing the rise of development, establishment and operation. Journalists and media workers incorporate population of regions to learning, participation and creation of Internet TV in the region, judging by a variety of workshops, seminars and webinars on the topic. Spectators and Internet users have the opportunity to not only view and comment on the information content sites, but also to participate personally in setting up of Internet TV in the country. Obviously, significant advantages of origin and development of Internet TV is a regional mobility and interactivity. Although sometimes the quality of the content could be better, it depends on journalists themselves who are responsible for that information product that they convey to the public. Regional Internet TV is a good tool and an interesting platform for young journalists who want to work with new media.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Bilash B. "Spilnobachennya" – Public Internet TV in Ukrainian / B. Bilash // site "Telekritika" / 03/06/2013 / URL: <http://www.telekritika.ua/rinok/2013-06-03/82147>. Access Date: 06.03.2013.
- [2] Concerning Truskavets Internet TV / URL: [http://www.tit.net.ua/pro\\_tit.html](http://www.tit.net.ua/pro_tit.html)
- [3] Create Internet TV "PN-TV» at the Mykolayiv Regional Internet portal "Prestupnosty.Net» / International Fund "Vidrodzhennia" / URL: [http://www.irf.ua/grants/awarded\\_grants/development](http://www.irf.ua/grants/awarded_grants/development)
- [4] Drohobych regional Internet TV social network Facebook / URL: <http://on.fb.me/1JsnDIX>.
- [5] In Kirovograd public Internet TV was launched / mediasapiens.ua / Access Date: 04.14.2014 / URL: <http://stv.mediasapiens.ua/reformuvannya/movlennya>
- [6] Fedorchuk L. Prospective areas of TV, Internet TV / LA Fedorchuk // Site of Television and Radio Journalism Institute of Kyiv National Taras Shevchenko University / 28.09.2014. – URL: [http://journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/fedorchuk\\_publ.php](http://journ.univ.kiev.ua/trk/publikacii/fedorchuk_publ.php). Access Date: 30.09.2014.
- [7] First Lviv Internet TV / URL: <http://tvoemisto.tv/>
- [8] Journalists introduced the project of public Internet TV // Internet resource "Tyzhden.ua." / 06.11.2013 / URL: <http://tyzhden.ua/News/81845>. Access Date: 11.06.2013.
- [9] Lyvadnyy S. Maxim Savanevskyy "I am one of the most active opponents of Ukrainian Internet TV" / S. Lyvadnyy // site "Telekritika", "Video" / 28/02/2014 / URL: [http://video.telekritika.ua/show/intervu/1884-maksim\\_savanevskij\\_ia\\_e\\_od\\_nim\\_z\\_najaktivnishih\\_protivnikiv\\_ukrayinskogo\\_internet\\_tb\\_28.02.2014](http://video.telekritika.ua/show/intervu/1884-maksim_savanevskij_ia_e_od_nim_z_najaktivnishih_protivnikiv_ukrayinskogo_internet_tb_28.02.2014). Access Date: 28.02.2014.
- [10] Mandryk Q. How to make money on online TV in Ukraine / AP Mandryk // site «Forbs.ua» / 16.01.2014 / URL: <http://forbes.ua/ua/business/1363442-yak-mozhna-zarobiti-na-internet-telebachenni-v-ukrayini>.
- [11] Ostap S. Ukrainian Greek Catholic Church launches Internet TV "Zhyve.TB." / S Ostap // site "Public Broadcasting". – 08.08.2013 / URL: <http://stv.mediasapiens.ua/material/21685>. Access Date: 08.08.2013.
- [12] Ukrainians are being deprived of free Internet TV // site "tsn.ua" / 25.10.2012 / URL: <http://tsn.ua/groshi/v-ukrayinciv-vid-birayut-bezkoshtovne-internet-telebachennya.html/>. Access Date: 25.10.2012.
- [13] Ukrainian Internet TV // online resource «domiv.ca» Forum of Ukrainians from Canada / 11.04.2013 / URL: <http://domiv.ca/viewtopic.php?f=7&t=267>. Access Date: 11.04.2013.
- [14] "Wikipedia" free encyclopedia [electronic resource] // site of electronic encyclopedia <http://uk.wikipedia.org/> / 28.09.2014 / URL: <http://bit.ly/107dONJ>. – Access Date: 09.30.2014.

## Інтерактивність державних комунікацій: електронна складова

О. В. Гарматій\*

Національний університет «Львівська політехніка», Львів, Україна

\*Corresponding author: oharmatiy@gmail.com

Paper received 28.04.15; Accepted for publication 02.06.15.

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню електронних державних комунікацій. Електронна складова державних комунікацій розглядається як ефективна комунікативна можливість у сфері державного управління, що передбачає додаткові форми взаємодії державних органів з громадськістю на базі широкого застосування інформаційно-комунікаційних технологій. Здійснено огляд функціонування веб-сайтів державних органів як конкретної форми електронних державних комунікацій. Проаналізовано вимоги до контенту офіційних веб-сайтів органів різних рівнів державного управління.

**Ключові слова:** державні комунікації, електронні комунікації, державне управління

**Вступ, постановка проблеми.** У сучасному українському суспільстві чітко сформований соціальний запит на відкриті, прозорі і зрозумілі широкому загалу діяльність державних владних структур. Громадськість вимагає від держави конкретних і рішучих дій, спрямованих на реформування та поліпшення життя й добробуту, нового рівня взаємодії, потребує усвідомлення того факту, що влада працює для народу, поважає своїх громадян, «радиться» з ними стосовно важливих питань. Здійснення владних повноважень унеможливується нині поза державними комунікаціями, діалогом з власним народом, активним залученням медіа. Ефективні державні комунікації виступають обов'язковою передумовою для суспільного розуміння державної політики, її схвалення та сприяння реалізації.

Очевидно, що ефективність реалізації державної політики визначається рівнем залучення громадян до процесів державотворення, урахуванням інтересів усіх соціальних груп. Сучасний етап розвитку держави потребує запровадження нових форм налагодження комунікативної взаємодії органів державної влади з громадськістю. Як стверджує Г. Почепцов, комунікації є формою існування влади, особливо це стосується публічного простору. Комунікації можуть утримувати соціосистему у потрібних параметрах, можуть працювати на зміни. Влада не тільки повинна брати участь у комунікаціях з населенням, вона повинна сама ініціювати нові типи комунікацій. Тобто маємо не лише комунікації типу «влада–населення», а й тип «населення–населення». І це важливіший тип її комунікативної діяльності, що має набагато серйознішу вагу [1].

Новітні технології створюють для держави нові виклики щодо встановлення і підтримки контакту, спілкування, просування своїх ідей. З огляду на стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, одним з визначальних напрямків розвитку державних комунікативних можливостей слід вважати розбудову та вдосконалення онлайн взаємодії держави з громадськістю. Електронна комунікація великою мірою спрямована на активізацію громадської участі та забезпечення зворотного зв'язку у процесі реалізації політики держави.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій з зазначеної теми** засвідчує, що державні комунікації загалом та такий їхній сектор як електронні комунікації зокрема викликають зацікавлення сучасних науковців. До вивчення різних аспектів державних комунікацій зверталися дослідники у сфері журналістики, комунікативістики, державного управління. У дослідженні зазначеної проблематики слід відзначити праці таких учених

як В. Бебик, О. Бобик, Н. Дніпренко, В. Дрешпак, С. Колосок, М. Лашкіна, І. Плотницька, О. Порфімович, Г. Почепцов, Ю. Работя, І. Слісаренко, С. Телешун, Т. Федорів, Ю. Фінклер, С. Чукут та інших.

Разом з тим, невирішеними раніше частинами загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття, є дослідження специфіки електронних державних комунікацій, шляхів їх реалізації та їхнього місця у системі взаємовідносин «держава-суспільство» в сучасних умовах.

**Мета роботи** – дослідити особливості електронної складової державних комунікацій. Досягнення зазначеної мети обумовлює постановку таких завдань: конкретизувати сутність електронних комунікацій, визначити функціональну роль електронної складової державних комунікацій, здійснити огляд веб-сайтів органів державної влади, вивчити нормативну базу державних електронних комунікацій.

**Методи.** У процесі дослідження застосовувалися такі методи як описово-аналітичний метод, текстовий аналіз наукової літератури, системний аналіз і синтез, порівняльний аналіз під час вивчення контенту веб-сайтів, узагальнення даних.

**Виклад основного матеріалу та результати дослідження.** Електронні комунікації як невід'ємна складова державних комунікаційних процесів зумовлені технологічними інноваціями у системі комунікацій, вони стали можливими завдяки розвитку Інтернету та використанню його у практиці державних структур. При цьому інформаційно-комунікаційні технології є необхідним інструментом соціально-економічного прогресу, одним з основних чинників інноваційного розвитку, залучення громадян до всіх благ інформаційного суспільства.

На сьогоднішньому етапі суспільного розвитку на зміну безпосередній (представників державної влади з громадянами – «можновладець–громадянин») і опосередкованій (за допомогою мас-медіа – «можновладець–ЗМІ–громадянин») видам комунікаційної взаємодії прийшли такі нові комунікаційні форми як електронна демократія та електронний уряд. Впровадження електронного урядування, створення електронного уряду та становлення е-демократії передбачають нові форми організації діяльності та взаємодії державних органів з громадянами та організаціями.

Основні правові засади реалізації електронних державних комунікацій в Україні сформовані низкою нормативно-правових актів. Серед них насамперед Конституція нашої держави, а також Закони України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспі-

льства в Україні на 2007-2015 роки», «Про Національну програму інформатизації», Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні, Концепція розвитку електронного урядування в Україні, Стратегія державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні, інші нормативно-правові акти, які, зокрема, регулюють суспільні відносини у сфері сприяння розвитку громадянського суспільства, відкритості влади, розбудови інформаційного суспільства, створення інформаційних електронних ресурсів, гарантій та механізму доступу до публічної інформації, розвитку електронного урядування та відкритого уряду, електронного документообігу тощо.

Відповідно до Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні, електронна демократія (або е-демократія) – це форма суспільних відносин, за якої громадяни та організації залучаються до державотворення та державного управління шляхом широкого застосування інформаційно-комунікаційних технологій. Згідно з документом за основні стратегічні цілі розвитку суспільства ставляться, зокрема, прискорення процесу розроблення та впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у державне управління; забезпечення комп'ютерної та інформаційної грамотності громадян; розвиток електронної демократії; забезпечення відкритості інформації про діяльність державних органів, розширення доступу до неї та надання можливості безпосередньої участі як інститутів громадянського суспільства, так і громадян у процесах підготовки і проведення експертизи проектів актів законодавства, здійснення контролю за результативністю і ефективністю діяльності органів державної влади.

За умов дотримання цих принципів, електронні комунікації здатні забезпечувати механізми ефективної громадської участі та громадського контролю за реалізацією владних повноважень державних органів, вдосконалення системи прийняття державних управлінських рішень та вдосконалення системи державного управління за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій. Електронні комунікації орієнтовані на всіх і відкриті для всіх громадян держави, за їхнім посередництвом кожна людина може мати вільний доступ до органу влади, запитувати, отримувати, накопичувати потрібну інформацію, користуватися і обмінюватися нею, мати можливість висловлювати власне бачення щодо актуальних проблем державного розвитку.

Згідно з Концепцією розвитку електронного урядування в Україні, електронне урядування – форма організації державного управління, яка сприяє підвищенню ефективності, відкритості та прозорості діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням інформаційно-телекомунікаційних технологій для формування нового типу держави, орієнтованої на задоволення потреб громадян. Впровадження електронного урядування передбачає створення якісно нових форм організації діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх взаємодію з громадянами та суб'єктами господарювання шляхом надання доступу до державних інформаційних ресурсів, можливості отримувати електронні адміністративні послуги, звертатися до

органів державної влади та органів місцевого самоврядування з використанням Інтернету.

Конкретною формою електронних державних комунікацій є діяльність офіційних сайтів органів влади усіх рівнів державного управління. Очевидно, що сьогодні всі державні органи мають власні Інтернет-сторінки. Це створює можливість для забезпечення оперативного двостороннього зв'язку, дозволяє органам влади інформувати про свою діяльність, відкривати для загального доступу інформацію про свої заходи, рішення тощо, а громадянам – оперативно отримувати достовірну інформацію від органів влади.

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів «Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади» міністерства, інші центральні органи виконавчої влади, обласні державні адміністрації забезпечують розміщення і постійне оновлення інформації на своїх офіційних веб-сайтах у мережі Інтернет. Оприлюднення в Інтернеті інформації про діяльність органів виконавчої влади здійснюється з метою підвищення ефективності та прозорості діяльності цих органів шляхом впровадження та використання сучасних інформаційних технологій для надання інформаційних та інших послуг громадськості, забезпечення її впливу на процеси, що відбуваються у державі. Також в Україні створено Єдиний веб-портал для інтеграції електронних інформаційних ресурсів центральних та місцевих органів державної виконавчої влади, що представлені в Інтернеті, та розміщення інформаційних ресурсів відповідно до потреб громадян.

Веб-сайт фактично виступає практичною основою е-урядування, з'єднувальною ланкою між державним службовцем та органом влади, з одного боку, і громадянином, з іншого. Оскільки саме веб-сайти виступають своєрідними інформаторами для громадян щодо діяльності органів влади та засобами комунікації з ними, то вимоги до веб-сайтів регламентовані достатньо чітко й однозначно. Згадано вище Постановою Кабінету Міністрів «Про порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади» встановлено перелік обов'язкової інформації, яку повинні розміщувати центральні та місцеві органи державної виконавчої влади на своїх веб-сайтах та визначено порядок оновлення цієї інформації.

Так, на офіційному веб-сайті органу виконавчої влади розміщується, зокрема, така інформація: основні завдання і нормативно-правові засади діяльності органу; структура та керівництво; місцезнаходження органу і його структурних підрозділів; основні функції структурних підрозділів, прізвища і контакти їх керівників; нормативно-правові акти з питань, що належать до компетенції органу; відомості про регуляторну діяльність органу; перелік та порядок надання адміністративних послуг; відомості про взаємодію з громадськістю; зразки документів та інших матеріалів, необхідних для звернення громадян до органу; розпорядок роботи органу та час прийому керівництва; підприємства, установи та організації, що належать до сфери управління органу; цільові програми у відповідній сфері; відомості про проведення закупівлі товарів (робіт, послуг) за державні кошти; державні інформаційні

ресурси з питань, що належать до компетенції органу; поточні та заплановані заходи і події у відповідній сфері; відомості про наявні вакансії тощо.

Місцеві державні адміністрації додатково оприлюднюють інформацію про територію відповідної адміністративно-територіальної одиниці, про її суспільно-політичний, соціально-економічний, культурний розвиток. Тут мають бути відомості про історію регіону, адміністративно-територіальний устрій, міста, загальний огляд економіки, опис природних ресурсів, відомості про транспортну інфраструктуру, засоби комунікації, промисловість, сільське господарство, створення привабливих інвестиційних умов у регіоні, вільні економічні зони, розвиток туризму, а також відомості про розвиток науки і освіти (перелік навчальних закладів і наукових установ, закладів культури і мистецтва), посилення на інші Інтернет-ресурси регіону.

Сьогодні пересічний користувач має можливість зв'язку із органами державної влади усіх рівнів – від центрального до районного – за допомогою порталів у мережі Інтернет. Громадяни можуть скористатися доступом до Інтернет-представництва Президента України, сайту Верховної Ради України; сайту Кабінету Міністрів України; 17 сайтів міністерств і відомств, 63 сайтів інших центральних органів державної виконавчої влади (6 національних комісій, 25 служб, 13 агентств, 11 інспекцій, 5 центральних органів зі спеціальним статусом, 3 інших центральних органів), 27 сайтів місцевих органів влади, 5 сайтів вищих судових органів України, сайту Центральної виборчої комісії, сайту Ради національної безпеки і оборони, а також до усіх сайтів районних органів державної влади України. Серед усіх веб-сайтів особливо слід відзначити Урядовий веб-портал, який інтегрує веб-сайти усіх органів виконавчої влади, характеризується найбільш широкими інтерактивними можливостями.

Разом з тим, науковці застерігають від отождолення електронної комунікації з мережевою організацією інфраструктури органів влади [2]. Головне, на нашу думку, полягає у появі нових можливостей для громадян та організацій громадянського суспільства впливати на владні рішення. Це також означає перенесення ваги у комунікації – з влади на громадян.

Інтернет-представництва державних структур можуть пропонувати громадянам різні рівні інтерактивності. Загалом, дослідники виділяють чотири таких рівнів:

- інформування (надання безпосередньо інформації про державні (адміністративні) послуги); на веб-сайті подається інформація про послугу (найменування послуг; нормативно-правові документи, що регулюють надання послуг; консультаційні матеріали).
- одностороння взаємодія (можливість отримати електронну форму документа); на веб-сайті розміщуються електронні форми документів, які необхідні для отримання відповідної послуги, створено можливість отримати та надрукувати ці форми документів, надаються інструктивні матеріали щодо їх заповнення.
- двостороння взаємодія (можливість обробки електронної форми документа, включаючи ідентифікацію); забезпечується приймання органом виконавчої влади заповнених форм документів в електронному вигляді для надання відповідних послуг.

– проведення трансакцій (електронна реалізація можливостей прийняття рішень та їх доставка); надання органами виконавчої влади інформаційних послуг, які згідно з законодавством України потребують ідентифікації суб'єктів правових відносин [3; 4].

Ознайомлення з контентом веб-сайтів владних органів показує, що загалом сайти виконують свої основні завдання: висвітлюють сфери діяльності державного органу (сфери компетенції та відповідальності), надають простий доступ до публічної інформації, описують послуги, що надаються. Так, на усіх сайтах органів державної влади подаються відомості про сам орган, його структуру, повноваження, нормативно-правову базу. Також наводяться дані про керівництво установи, інших посадових осіб, їхня контактна інформація (номери робочих телефонів, час і місце прийому громадян, можуть зазначатися електронні адреси для зворотного зв'язку). Подаються відомості про доступ до публічної інформації, зокрема форма та порядок подання запиту, представлені електронні форми документів (заяв) для запиту на отримання такої інформації. Крім того, на деяких сайтах державних структур користувачам пропонуються електронні форми для звернень до посадових осіб з конкретними питаннями, а також електронні форми інших документів, які можна надсилати в режимі зворотного зв'язку як в електронному вигляді, так і завантажувати на власний комп'ютер для подальшого друку, заповнення і подання у відповідний орган влади для розгляду.

Перелік інформаційних послуг, які надаються органами влади в електронній формі, як правило, вказується у створених з цією метою спеціальних розділах сайту «Каталог послуг». Такі розділи систематизують послуги відповідно до їх споживачів: громадянам України, юридичним особам України, державним службовцям України, міжнародній спільноті, а також містять систему гіперпосилань на відповідні веб-сторінки, через які безпосередньо здійснюється їх надання або подаються відомості щодо цього.

Через власні веб-сайти органи державної влади відкривають для загального доступу інформацію про свої рішення, ухвали, розпорядчі та інші документи, що зазвичай подаються у спеціальних однойменних рубриках. При потребі їх можна відшукати за номером реєстрації, датою ухвалення або тематикою (ключовими словами).

Також на сайтах важливо надавати інформацію, щодо якої надходить найбільше запитів. Це можна визначити, слідкуючи за статистикою онлайн-користувачів і зверненнями громадян офлайн. З огляду на це, багато сайтів підтримують розділи з такими назвами як «Питання-відповіді», «Актуальні питання» тощо, де публікуються запитання громадян і компетентні відповіді на них.

Крім того, на веб-сайтах органів державної виконавчої влади використовують гіперпосилання на інші державні структури, найчастіше на Інтернет-представництво Президента України, Урядовий веб-портал, сайт Верховної Ради України. Органи влади нижчих рівнів, як правило, вказують Інтернет-адреси структур вищого рівня. Подаються також посилання на акаунти владних органів чи окремих посадових осіб цих органів у соціальних мережах.



Таким чином, можна стверджувати, що за рівнем реалізації інтерактивних можливостей веб-сайти усіх органів державної влади успішно «відбулися» на рівні інформування, який передбачає базову присутність органів влади в Інтернеті, розміщення загальної інформації про діяльність владних структур. Численно представлені органи державної влади на наступному рівні – рівні односторонньої інтерактивності, на якому електронна взаємодія влади і громадянина дозволяє залучати певні елементи повноцінних онлайн послуг, реалізувати можливості зворотного зв'язку: використання електронної пошти для контактів з посадовцями й отримання необхідної інформації; пропозиція електронних форм офіційних документів для заповнення, звернення до органу чи запиту на отримання інформації тощо; оновлення веб-сайтів та їхнє поповнення актуальним контентом. Незначна частина веб-сайтів державних структур представлена на третьому рівні використання інтерактивних можливостей – рівні двосторонньої взаємодії. На таких веб-сайтах крім опцій, властивих для перших двох рівнів, працюють такі сервіси як форуми – обговорення актуальних питань роботи даного органу, законопроектів тощо, електронні приймальні, чати – онлайн спілкування в реальному часі з представниками влади, опитування відвідувачів сайту.

Отже, усі веб-сайти органів державної влади різних рівнів пройшли перший рівень інтерактивності – простого інформування, більшість веб-сайтів перебувають на другому рівні електронної комунікації – односторонньої взаємодії, що передбачає елементи діалогічних взаємостосунків з громадянином. Незначна кількість веб-сайтів вийшла на третій рівень інтеракції – рівень двосторонньої взаємодії. Відтак, основними шляхами подальшого вдосконалення електронної комунікації слід розглядати підвищення інтерактивних можливостей веб-сайтів органів державної влади, зокрема створення форумів для дискусій та обговорення діяльності владного органу, чатів для спілкування в реальному часі з посадовими особами органу влади, використання багатомовних сервісів, розширення можливостей пошукових систем.

У результативній діяльності влади важливу роль відіграють суб'єкти державних комунікацій. До таких суб'єктів, які відповідають за взаємодію із громадськістю, традиційно належать ті, хто офіційно представляє державні органи (їхні очільники, керівники структурних підрозділів), а також безпосередньо спеціальні структурні підрозділи – департаменти чи служби (інформаційні, зв'язків з громадськістю, прес-служби тощо). Саме на них покладається функціональне завдання інформування та налагодження взаємодії між органами державної влади та громадськістю.

Зрозуміло, ефективність державних комунікацій значною мірою залежить від спеціалістів, відповідальних за комунікації в державних органах, рівня їх загальних та комунікативних вмінь, навичок і знань. Більш того, як вказують дослідники, всі нові комунікативні професії приходять саме з сфери державного управління чи отримують там найвищі моменти власної реалізації. Це спічрайтер, спін-доктор, прес-секретар, спеціаліст з комунікацій. Владні комунікації

надають найкращі можливості для застосування цих професій, оскільки при цьому значно зростають обсяги завдань [1].

Тому розвиток електронних комунікацій актуалізує створення освітніх професійних програм підготовки фахівців, здатних володіти комплексом сучасних теоретичних і практичних знань, умінь і навичок щодо творчого використання сучасних інформаційних і комунікаційних технологій; запровадження передових технологій електронного урядування з метою підвищення ефективності роботи державних органів, надання державних послуг громадянам; вдосконалення системи державного управління шляхом сприяння інноваційним процесам в суспільстві на основі світових та європейських стандартів.

**Висновки та перспективи подальших розвідок у зазначеному напрямку.** Державні комунікації виступають суттєвою складовою діяльності влади, при вмілому використанні підсилюють ефективність її роботи. На сьогоднішньому етапі суспільного розвитку на зміну безпосередній та опосередкованій (за допомогою ЗМІ) комунікаційним взаємодіям прийшли такі нові комунікаційні форми як електронна демократія та електронний уряд.

Впровадження електронного урядування та становлення електронної демократії передбачають нові форми організації діяльності та взаємодії державних органів з громадянами та організаціями. Використання інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє розширити можливості суспільно-політичної участі громадян у державному житті, створити реальні умови для зростання громадської активності.

Конкретною формою електронних державних комунікацій є діяльність офіційних сайтів органів влади усіх рівнів державного управління. Завдяки можливостям постійної взаємодії з органами влади, відкритого доступу до інформації, офіційних документів і рішень органів державної влади, громадяни краще поінформовані, що сприяє активній та широкій участі громадськості у процесі прийняття владних рішень.

Веб-сайт виступає практичною основою е-урядування, з'єднувальною ланкою між державним органом влади, з одного боку, і громадянином, з іншого. Оскільки саме веб-сайти виступають своєрідними інформаторами для громадян щодо діяльності органів влади та засобами комунікації з ними, то вимоги до веб-сайтів регламентовані достатньо чітко й однозначно. У цьому контексті йдеться про певні характеристики та можливості веб-сайтів органів державної влади, на яких повинна розміщуватися необхідна інформація про місію, діяльність, компетенцію цих органів, адміністративні послуги, які вони надають; наявність зворотного зв'язку, можливість інтерактивного спілкування тощо. Тому одним з важливих завдань органів державної влади повинна бути розбудова та покращення онлайн взаємодії урядовців з громадськістю.

Актуальними напрямками подальших досліджень зазначеної проблематики є вивчення шляхів вдосконалення електронних державних комунікацій, насамперед, таких як вихід веб-сайтів органів державної влади на вищі рівні інтерактивності та розширення інтерактивних послуг.

#### ЛІТЕРАТУРА

- [1] Почепцов Г.Г. Нові комунікативні можливості у сфері державного управління / Георгій Почепцов. – URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/novi\\_komunikativni\\_mozhливosti\\_u\\_sferi\\_derzhavnogo\\_upravlinnya/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/novi_komunikativni_mozhливosti_u_sferi_derzhavnogo_upravlinnya/).
- [2] Войнова Е.О. Електронна демократія як форма політичної комунікації / Войнова Е.О. – URL: <http://fpps.onua.edu.ua/index.php/2012-03-29-12-56-21/35-2012-04-03-14-46-53>.
- [3] Демкова М.С. Веб-сайт органу влади як основна інформаційно-технологічна форма комунікації в е-урядуванні: вимоги щодо контенту, актуалізації, інтерфейсу, дизайну та інтерактивності / Демкова М.С. – URL: <http://www.znannya.org/?view=e-government-aspirations>.
- [4] Фолис Н. Характеристика стану сучасних урядових порталів обласних центрів України / Фолис Надія. – URL: <http://webstyletalk.net/node/985>.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Pocheptsov, G.G. New communication opportunities in public administration / G. Pocheptsov. – URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/novi\\_komunikativni\\_mozhливosti\\_u\\_sferi\\_derzhavnogo\\_upravlinnya/](http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/novi_komunikativni_mozhливosti_u_sferi_derzhavnogo_upravlinnya/)
- [2] Vojnova, E.O. Electronic democracy as a form of political communication / Vojnova E.O. – URL: <http://fpps.onua.edu.ua/index.php/2012-03-29-12-56-21/35-2012-04-03-14-46-53>
- [3] Demkova, M.S. Website of authority as the main information and technological form of communication in the e-government: requirements for content, updating, interface, design and interactivity / Demkova M.S. – URL: <http://www.znannya.org/?view=e-government-aspirations>
- [4] Folsys, N. Characteristics of modern government portals of regional centers of Ukraine / Folsys Nadia. – URL: <http://webstyletalk.net/node/985>

#### Interactivity of Government Communications: Electronic Constituent

##### O. Harmatiy

**Abstract.** This article is dedicated to the research of electronic government communications. Electronic constituent of government communications is considered as an effective communicative possibility in the sphere of public administration which foresees additional forms of state bodies' cooperation with the community on the basis of wide application of informative and communicative technologies. The review of functioning web sites of state bodies is carried out as a concrete form of electronic government communications. Requirements for the content of official web sites of bodies of different levels of public administration are analyzed.

**Keywords:** *government communications, electronic communications, public administration*

## Динаміка розвитку партійної преси в Україні

В. В. Георгієвська\*

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

\*Corresponding author: v.georgievska@gmail.com

Paper received 26.02.15; Accepted for publication 06.04.15.

**Анотація.** В статті досліджуються кількісні та якісні показники розвитку партійної преси в Україні за останні десятиліття, встановлюється динаміка цих процесів відповідно до політичних умов. Серед основних методів дослідження – аналіз офіційних документів, моніторинг каталогів газетного відділу Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського, аналіз партійних медіа як сегменту загальної системи засобів масової комунікації в Україні на сучасному етапі.

**Ключові слова:** партійна діяльність, партійна преса, кількісні параметри, моніторинг

**Вступ.** Багатопартійна система сучасної України, утвердження демократичних стандартів у державі сприяють розвиткові плюралістичного середовища засобів масової комунікації. Станом на початок лютого 2015 р. у списку Державної реєстрації політичних партій України зареєстровано 242 партійні об'єднання [1], що підтверджує конституційні гарантії, а саме право на свободу створення політичних партій для здійснення і захисту своїх прав і свобод та задоволення різноманітних (економічних, соціальних, політичних, культурних та інших) інтересів. Відповідно до Закону України «Про політичні партії в Україні» (прийнятого в 2001 р., із подальшими змінами та доповненнями) партії мають можливість обстоювати свою позицію з питань державного та суспільного життя, обговорювати дії та рішення органів влади з використанням державних і недержавних засобів масової інформації, а також засновувати власні ЗМІ, як передбачено відповідними законами України [4].

І хоча діяльність партій, їх роль у залученні громадян до політичної активності, вихованні політичної культури тощо лежить у площині політичних наук, але саме функціонування партійних медіа (найбільше друкованих періодичних видань, менше – аудіовізуальних) стосується наукового інструментарію соціальних комунікацій. Нині партійні ЗМІ часто стають предметом дискусій у практичній діяльності, але науковці не часто аналізують типологічні, структурні, проблемно-тематичні, жанрові та інші аспекти, які, безумовно, потребують серйозного вивчення.

**Огляд публікацій.** В українській історіографії, що стосується журналістикознавчих досліджень, партійна преса найчастіше згадується в історичній площині. Це статті та монографії про зародження та розвиток партій і їхніх періодичних органів (з другої половини XIX ст., спочатку на Західній Україні, потім на Східній). Найчастіше до цих питань зверталися історики (і ті, що вивчали більшовицьку пресу, і партійно-радянську, і сучасні партійні видання). До таких дослідників належать О. Березовський, Г. Варганов, В. Гутковський, В. Головченко, М. Дмитрієнко, А. Заводовський, В. Рубан, В. Солдатенко, М. Стахів та ін.

Не оминули цієї проблематики й історики української преси, які серед типологічних видів періодики розглядають партійну пресу (А. Волобуєва, А. Животко, І. Крупський, І. Михайлин, О. Мукомела, М. Романюк, Н. Сидоренко, О. Школьна та ін.). Досі найменше уваги звернено на сучасний розвиток партійної преси. В цьому напрямку здійснено кілька досліджень у Росії: за-

хищена кандидатська дисертація про пресу політичних партій Росії Є. Петрової [6], опублікована стаття аспірантки О. Дранишникової [3], які дають певну модель для аналізу партійної преси в Україні.

**Мета дослідження** – з'ясування кількісних та якісних показників розвитку партійної преси в Україні за останні 20–25 років, встановлення динаміки цих процесів відповідно до політичних умов.

**Матеріали і методи дослідження.** Серед основних методів дослідження – аналіз офіційних документів (відповідні Закони України, державний реєстр політичних партій, державний реєстр друкованих ЗМІ та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності); моніторинг каталогів газетного відділу Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського (НБУВ), а також партійних видань, що знаходяться у цьому книгосховищі; компаративні дослідження публікацій поточних мас-медіа (друкованих ЗМІ, сайтів політичних партій тощо), аналіз партійної преси як сегменту загальної системи засобів масової комунікації в Україні на сучасному етапі.

**Результати та обговорення.** Варто зазначити: ХХ ст. має певну традицію, що стосується розвитку партійної преси, адже саме на початку століття почали формуватися партії з різними програмами (ліберальні та консервативні, соціал-демократичні робітничі – зокрема російські, українські, єврейські, польські та ін., конституційно-демократичні (кадети), соціал-революційні (есери), монархісти, більшовики та меншовики тощо); агітаційно-пропагандистський досвід, як правило, втілювався в партійних періодичних виданнях. На зміну багатопартійності з установленням радянської влади на всіх територіях колишньої російської імперії прийшла однопартійність. Наприкінці ХХ ст., у другій половині 80-х рр., коли проголошено курс на демократизацію суспільних процесів, перебудову і гласність в усіх сферах життя, знову повертається поліпартійність – уже з новими партіями, що відповідали потребам часу.

Як зазначає російська дослідниця Є. Петрова, очевидні історичні паралелі, що стосуються газет як «інструментів впливу» політичних партій; але разом із тим на межі ХХ–ХХІ ст. відбулися й «кардинальні зміни» в діяльності, продуктивності ідеологічного контенту, концептуальності партійної платформи та публіцистики, регіоналізації завдань [6]. Існує також думка, що активізація партій відбувається у зв'язку з боротьбою за владу, підготовкою та проведенням виборчих кампаній, коли масова комунікація, поширення інформаційно-пропагандистських матеріалів (засобами різних

ЗМІ – друкованих та електронних, традиційних та нетрадиційних, за допомогою офіційних повідомлень, політичної реклами, зв'язків із громадськістю) відіграють важливу роль у просуванні інтересів партійних лідерів, окремих політичних осередків, створенні й поширенні громадської думки і т.д. [5; 7, с. 164-193].

В цьому є певна закономірність: після тривалого однопартійного контролю, існування адміністративно-командного управління, функціонування журналістики як «ідеологічної структури партійно-директивного апарату», монополізації ЗМІ під керівництвом КПРС починають з'являтися фактично опозиційні рухи, неформальні громадські об'єднання, альтернативні медіа.

Як у межах всього тогочасного Радянського Союзу, так і на території Радянської України, у 1987–1989 рр. зростає кількість періодичних друкованих видань, серед них значна частина належала новоутвореним партіям та організаціям громадського сектору. Цю динаміку можна простежити за картотекою НБУВ та періодикою, що знаходиться в цій бібліотеці.

Моніторинг каталогів газетного відділу Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського, що є найбільшим книгосховищем держави та місцем зберігання обов'язкових примірників видавничої продукції, дав такі результати наявності партійної преси. Такі видання у 1989 р. представлені в основному як газети громадсько-політичної організації «Народний рух України за перебудову» (скорочено – НРУ; організація заснована в 1989 р., зареєстрована Радою Міністрів УРСР у 1990 р.); їх приблизно 35 («Вісник Руху», «Голос Карпат», «Думка», «Огляд подій», «Погляд», «Пробудження», «Рух», «Слобідська Україна» та ін.).

У 1990 р. партійна преса в Україні вже налічує 85 назв, у 1998 р. – 114, у 2000 – 151 назву газет. Наприклад, у 1990 р. переважали періодичні видання (інформаційні бюлетені, вісники, експрес-новини, експрес-випуски, часописи секретаріату, газети регіональних і районних організацій і відділень) Народного Руху України (НРУ) – майже 50 % серед усіх партійних ЗМІ. Так звані «трибуни низових осередків» виходили у великих і маленьких містах країни: Києві, Харкові, Чернівцях, Львові, Дніпропетровську, Шостці, Трускавці, Запоріжжі, Тернополі, Ковелі, Кременчуці, Полтаві, Сумах і т.д. Часто назви видань мали образне, символічне значення («Вибір», «Вільне слово», «Віче», «Жорна», «Ініціатива», «Погляд», «Видноколо», «Гомін», «Єдність», «Собор», «Прямая реч»), що відображало прагнення народу до вільного суспільно-політичного та громадянського вибору, демократичних, позацензурних умов духовного й національного розвитку.

Кількісно-якісні параметри партійної преси змінюються уже в 1998 р. – серед основних партійних «гравців» на політичній сцені України та їхніх пресових органів з'явилися часописи Комуністичної партії України (КПУ) – 48 назв газет (42 %), Соціалістичної партії України (СПУ) – 9 газет (8 %), Конгресу українських націоналістів (КУН) – 7 видань (6 %), Соціал-демократичної партії об'єднаної (СДПУ(о) – 5 назв (4 %). Існували також газети Української республіканської партії (УРП), Української національної консервативної партії, Народно-демократичної партії, Ліберальної партії України, Партії «Демократичний союз» та ін. Серед

найтриваліших періодичних видань слід згадати такі газети: «Комуніст», «Наша Батьківщина», «Наш вибір», «Демократичне слово», «Ліберальна газета», «Народна газета», «Громада», «Нація і держава», «Соціал-демократ».

Деякі політичні сили видавали міжпартійну пресу; скажімо, УРП, КУН, Союз українок, Братство вояків Української повстанської армії, Товариство політ'язнів і репресованих випустили в Трускавці газету «Соборність». Найбільше об'єднань утворили КПУ та СПУ: газети «Вінницька правда», «Искра» в Артемівську, «Коммунист Алчевска», «Правда Мелитополя», «Червоний стяг» у Смілі та ін.

У 2000 р. значно збільшується кількість партій, що засновують свої органи, серед них варто назвати Партію зелених України, Партію мусульман, ВО «Громада» та ВО «Батьківщина», Прогресивну соціалістичну партію, Селянську партію України, Партію «Жінки України», Партію «Яблуко» та багато інших. Першість, як і раніше, належала КПУ (43 назви, тобто 29 %). Більшість газет КПУ мали традиційні назви: «Коммунист Донбасса», «Комуніст Полісся», «Комуніст Полтавщини», «Ленінська правда», «Ленінський прапор», «Правда Лубенщини», «Севастопольская правда», «Радянська Буковина», «Радянська Волинь», «Трибуна комуністів» та ін.

Саме в цей період посилюються ідеологічні функції партійної преси як провідника реформ, рупорів незалежної позиції, загальної демократичної перебудови. Розгалужена мережа партійної преси подає нам зразки всеукраїнських, обласних, крайових, районних, міських газет із різною періодичністю, якістю публікацій та поліграфічного оформлення.

Скажімо, за територіальним охопленням розрізняється така преса КПУ: загальноукраїнська газета «Комуніст» (орган ЦК КПУ, видається українською і російською мовами), обласні газети (як органи відповідних обкомів – «Карпатська правда», «Коммунист Запорожья», «Комуніст Поділля»), територіальні, міграційні (наприклад, газета «Заповіти Леніна» – орган Кривоозерського та Первомайського районного комітетів КПУ Миколаївської області), районні та міські («Выбор» – орган Керченського міськкому КПУ, «Слово правди» – орган Нікопольського міськкому КПУ, «За соціалізм» – орган Магдалинівського райкому КПУ) і т.д. На молодіжну аудиторію окремих політичних партій зорієнтовані такі часописи, як молодіжні патріотичні газети «Новая волна», «Революционер».

Після 2012 р. кількість партій в Україні зростає, але кількість існуючих періодичних видань істотно не змінюється, хоча політична комунікація значною мірою здійснюється за допомогою ЗМІ. Так, за 2012 р. у каталогах газетного відділу НБУ вдалося зафіксувати лише 41 назву партійної періодики. Як свідчить цей перелік, переважає комуністична преса («Київський комуніст», «Коммунист Кривбасса», «Вінницька правда», «Вірність», «Правда комуніста», «Правда Придніпровья», «Серп і молот») – приблизно 51%. Присутні також примірники газетних Парії Регіонів («Вісник регіона», «Вінницький регіон», «Вісті Новопсковщини», «Два берега», «Поліський регіон»,

«Правда региона», «Пульс региона», «Регион-експресс») – приблизно 22%.

В незначній кількості заявили про свої політичні інтереси засобами преси такі партії, як СПУ («Огни Придніпров'я»), «Перспектив Правды»), НРУ («Народне слово»), КУН («Нація і держава»), Ліберальна партія України («Ліберальна газета»), Партія «Удар» («Перспектив Свободи»). Ймовірно, відсутність обов'язкових примірників газет окремих партій не дають можливість створити повну й цілісну картину партійної періодики на початку ХХІ ст., адже на деяких політичних сайтах подається інформація про дещо ширший спектр діючих друкованих засобів масової інформації.

Загалом тематична, змістова та структурна характеристика партійних ЗМІ в Україні очевидно змінюється за останні два роки. Це пояснюється не тільки зміною суспільно-економічних умов, масовими акціями протестів та політичною нестабільністю, а й утвердженням нових соціально-комунікаційних пріоритетів. Інтернет-комунікації сьогодні відіграють вагомий роль у доступності, зручності, мобільності, варіативності отримання необхідної інформації, навіть якщо вона стосується політичної системи, партійної програми, відповідних новин тощо.

Більшість діючих політичних партій в Україні нині мають свої сайти, тож зацікавлені в тому, щоб на них були представлені основні партійні реалії, документи, події, факти. Так, КПУ, окрім основного партійного сайту, має інші мультимедійні програми; зокрема у вільному доступі архів газети «Комуніст», «Рабочей газети», «Киевского вестника», загальнонаціонального тижневика «Время. UA», оперативні матеріали інформаційно-аналітичного агентства «Комінформ» (відсутній доступ на афішовані газети «Советская Луганщина» та «Коммунист Кривбасса»).

Центральний інформаційний сервер партії «Наша Україна» подає найновіші версії новин та коментарів загальноукраїнського та внутрішньопартійного масштабу. Окрім «Нашої історії», «Точки зору», «Регіональних осередків», тут представлено оригінальний проект «Народна війна 1917–1932 рр.». Партія «Удар» Віталія Кличка на головній сторінці сайту пропонує архів всеукраїнської газети «Удар», що виходить під гаслом «Вірте в Україну, вірте в себе» і розповсюджується (в друкованому варіанті) безкоштовно. Всеукраїнське об'єднання «Свобода» випускає однойменну газету, яку вважає інформаційним «вікном у світ українства»; на сайті читач знайде обширний архів цього часопису, починаючи від № 53 за 2009 р. і до останніх номерів за 2015 р. Конгрес українських націоналістів не тільки видає свій орган «Нація і держава» (сьогоднішній тираж – 14 тисяч примірників), а й не відмовляється від розміщення на партійному сайті електронної версії цієї газети (архів із 2011 р.).

Сайт Народної партії, яку очолює В. Литвин, адресує своїм політичним однодумцям і співрозмовникам публікації суспільно-політичного тижневика «Народна», що виходить під гаслом «Впливай на події». Газета має рубрики «У фокусі», «Політобстріл», «По за політикою», «Регіональний зріз», «Соціум», «Fata morgana», «7 днів спорту», «Влада грошей», «Екологія», «Листи в редакцію». Газета має як друковану, так і

скановану електронну версію. Легко знайти в інтернеті громадсько-політичну газету «Товариш», яку видає Соціалістична партія України. Під гаслом «За демократичний соціалізм» подаються матеріали різних жанрів у рубриках «Новини», «Здоров'я», «Зворотний зв'язок», «Суспільство», «Партійне життя», «Українська політика» та ін.

Використання цифрових технологій, мультимедійних засобів, наближення інформаційно-пропагандистської діяльності партій до потреб і можливостей читачької аудиторії певним чином розширює соціально-комунікаційні горизонти партійного впливу. При цьому не кожна партія із зареєстрованих в Україні використовує своє право оприлюднювати програмну та партійну позиції через засоби масової інформації.

Існує також інша проблема у ланцюгу взаємодії «партія – медіа». Починаючи з 1991 р., в Україні зареєстровано понад 40 тисяч друкованих ЗМІ та інформаційних агентств, із них реально функціонують понад 5 тисяч. Серед значної кількості зареєстрованої преси, яка не підтвердила своє існування жодним номером, – численні партійні видання. Чимало з них мають однотипні назви: скажімо, «Наша Україна» («Наша Україна» – Суми), «Наша Україна» – Сумська», «Наша Україна» – Суми. Ульяновская», «Наша Україна» – Тернопіль», «Наша Україна» – Овруч), «Регіон» («Наш регіон», «Регіон Сіверщина», «Регіон Алушта», «Поліський регіон», «Дарницький регіон»), «Батьківщина» («Батьківщина – Закарпаття», «Батьківщина Чернігів», «Батьківщина Каланчак»).

Відповідно до даних Державного реєстру друкованих засобів масової інформації України та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності можна простежити кількісні дані реєстрації партійних ЗМІ; за останні 20 років їх показники досягли кількох сотень, хоча не всі газети й журнали, бюлетені, дайджести та альманахи партійного призначення вийшли в світ. За ключовим словом «регіон», унаслідок вибірки (не беручи до уваги ті видання, де засновниками не зазначені осередки Партії Регіонів) знайдено 24 періодичні видання.

За ключовим словом «Наша Україна» в Держреєстрі представлено майже 250 назв (однойменна періодика створена була партією у 2006–2008 рр.; це загальноукраїнські та обласні видання в Києві, Херсоні, Донецьку, Івано-Франківську та інших містах). Впродовж 2011–2012 рр. громадянка України М. Стрижньова зареєструвала понад 230 видань у різних областях України: від Буковини і Закарпаття до Сумщини, Житомирщини, Тернопільщини, Криму; ці газети показують за назвою певну «партійну приналежність», мають у заголовку територіальну «прив'язку» (Шумськ, Тернопіль, Донецьк, Берестечко, Глухів і т.д.). Не вдалося простежити кількісні показники російськомовної назви газети «Наша Украина» (на цей запит під час пошуку в електронному реєстрі отримано відповідь: «Кількість знайдених записів перевищує 500») [2]. Тому не варто сподіватися на те, що всі реєстраційні проекти змогли втілюватися в практику партійно-інформаційної діяльності.

**Висновки.** Ознайомлення з кількісними та якісними параметрами функціонування партійної періодики в Україні (з 1989 і до початку 2015 р.) показало, що най-

більше подібної преси існувало в реальному вимірі у 2000 р., таким чином із 1989 р. і далі відбувалося кількісне зростання політичної преси, після 2012 р. – зменшення показників друкованої преси, яку видавали партійні організації. Важливе місце в сегменті зазначених ЗМІ відводилося таким політичним партіям, як Народний рух України, Комуністична партія України, партіям соціалістичного спрямування (СПУ, СДПУ(о),

ВО «Батьківщина», Партія регіонів, Ліберальна партія та ін.

За рахунок мережевих можливостей, широкого доступу до інформаційних потужностей інтернету та зростання ролі мультимедійних засобів відбувається поступова переорієнтація з друкованих медіа на електронні в середовищі партійних видань в Україні.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Державна реєстраційна служба України. Політичні партії / URL: <http://www.drсу.gov.ua/party>. – Дата доступу: 25.02.2015.
- [2] Державний реєстр друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності / URL: <http://dzmi.informjust.ua/>. – Дата доступу: 1.03.2015.
- [3] Дранишнікова Е.А. Партийные издания в структуре печатных СМИ России: типологические характеристики и содержание (на примере прессы политических партий 2008–2011 гг.) / Дранишнікова Елена Александровна // Медіаскоп : електронний науковий журнал Факультета журналістики МГУ імені М. В. Ломоносова. – 2011. – Вип. 11. / URL: <http://mediascope.ru/node/956>. – Дата доступу: 5.05.2014.
- [4] Закон України «Про політичні партії в Україні» // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 23. / URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2365-14>. – Дата доступу: 10.03.2015.
- [5] Крупський І. Партійне керівництво пресою як форма контролю ЗМІ: російський досвід і українські реалії (1917–1925 рр.) / Іван Крупський // Теле- та радіожурналістика. – 2012. – Вип. 11. – С. 32–39.
- [6] Петрова Е. В. Пресса политических партий России: историко-типологическое исследование : дисс. ... канд. филол. н. / Петрова Евгения Викторовна. – Ростов н/Д, 2010. – 204 с. / URL: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/379865.html>. – Дата доступу: 10.03.2015.
- [7] Шведа Ю. Політичні партії у виборах: теорія та практика виборчої кампанії : навч.-метод. посібник / Ю. Шведа. – К.: Знання. 2012. – 373 с.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] State registration service of Ukraine. Political parties / URL. – Reference: <http://www.drсу.gov.ua/party>. – Accessed: 25.02.2015.
- [2] State Ukraine registry of mass media and informational agencies as informational activity subjects / URL: <http://dzmi.informjust.ua/home/index>. – Accessed: 1.03.2015.
- [3] Dranishnikova E. A. Party Press in the Structure of the Russian Print Media: Typological Characteristics and Content (Based on the Example of the Press of Political Parties 2008–2011) / Dranishnikova Elena A. // Mediascope: electronic scientific journal, Faculty of journalism, Moscow state University of M.V. Lomonosov. – 2011. – № 11. / URL: <http://mediascope.ru/node/956>. – Accessed: 5.05.2014.
- [4] Law of Ukraine «Political parties in Ukraine» // Newsletter of Verhovna Rada of Ukraine. – 2001. – № 23. / URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2365-14>. – Accessed: 10.03.2015.
- [5] Krupskiy I. Party leadership of the press as a form of control over media: Russian experience and Ukrainian realities (1917–1925) / Ivan Krupskiy // TV and broadcasting journalism. – 2012. – № 11. – P. 32–39.
- [6] Petrova Ye.V. Periodicals of the political parties in Russia: historical and typological investigation: dissertation in Philology / Petrova Yevgenia Viktorovna. – Rostov-na-Donu, 2010. – 204 p. / URL: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/379865.html>. – Accessed: 10.03.2015.
- [7] Shveda Yu. Political parties in elections: theory and practice of electoral campaign : textbook Yu. Shveda. – Kyiv : Znannia, 2012. – 373 p.

#### The development dynamics of the party press in Ukraine

V.V. Georgiievskia

**Abstract.** The article investigates the quantity and quality of the party press in Ukraine over the past decade; the dynamic of these processes is defined according to the political conditions. The main research methods include the analysis of the official documents, the monitoring of newspaper directory from the department of the National Library of Ukraine named after Vernadsky, the analysis of party periodicals segment in the general system of mass media in Ukraine today.

**Keywords:** party activities, Party press, quantitative parameters, monitoring

## Медіа України взірця 2012 року: статус і контентне наповнення

Н. Ф. Еляшевська\*

Національний університет «Львівська політехніка», Львів, Україна

\*Corresponding author: eliashevskia1990@ukr.net

Paper received 26.04.15; Accepted for publication 06.02.15.

**Анотація.** Складна сучасна політична і мас-медійна ситуація в Україні потребує вивчення історичних передумов, зокрема, становища, в якому перебували українські мас-медіа в період перед виборами до Верховної Ради України 28 жовтня 2012 року. Мета дослідження полягає в аналізі діяльності та тенденцій розвитку українських мас-медіа перед парламентськими виборами 2012 року. Методологія проведення аналізу ґрунтується на використанні історичного та порівняльно-історичного методів, методів систематизації та класифікації. Результати: проаналізовано ефект інформаційної спадковості як чинника передвиборного функціонування мас-медіа, особливості організації мас-медіа в передвиборний період, ефект носіїв політичного контенту мас-медіа, особливості діяльності конкретної групи мас-медіа в передвиборних умовах. Запропоновано методологію комплексного аналізу діяльності мас-медіа в передвиборних умовах. Проведене дослідження дає можливість зробити висновки, що причини та наслідки непрофесійної поведінки більшості українських мас-медіа в передвиборний період зумовлені концентрацією основних засобів масової інформації в руках олігархів; зрощенням інтересів власників мас-медіа та органів влади; використанням інструментарію засобів масової інформації для боротьби з політичною і бізнесовою опозицією; керуванням та контролем засобів масової інформації з боку владних структур в потрібному їм напрямі; репресіями проти ЗМІ; відсутністю незалежного суспільного мовлення.

**Ключові слова:** вибори; влада; мас-медіа; свобода; цензура

**Вступ.** Актуальність представленого дослідження зумовлена цілою низкою чинників, що узагальнено охоплені проблематикою інформаційної взаємодії мас-медіа і влади в передвиборний період. Реалії українського політичного та мас-медійного просторів взірця 2014–2015 років примушують шукати не лише причини того стану, в якому нині опинились мас-медіа, але й історичні паралелі з недалеким минулим, в якому і “кувалися” проблеми сьогодення українських ЗМІ. Спадковість політичного та мас-медійного процесів в Україні є очевидною [1, с. 5]. Коректна розвідка спадковості у вивченні будь-якої проблеми дозволить не лише зосередитися на наявних інформаційних характеристиках, але й врахувати різноманітні контексти, зважити на історичні порівняння, роль персоналій. Крім того, ключовим чинником структурно-змістового аспекту функціонування журналістики у передвиборний період варто вважати власне ефект інформаційної спадковості [2]. А тому *актуалізується* проблема причинно-наслідкових зв'язків у розвитку мас-медійного простору, що артикулюється як дуже важливий чинник функціонування мас-медіа.

Події, що розгортаються сьогодні в Україні, є, зокрема, наслідком результатів парламентських виборів в Україні, які відбулися 28 жовтня 2012 року. Самі ж парламентські вибори стали значною мірою заручником можливостей функціонування мас-медіа в передвиборний період. Залежність результатами виборів (не маємо на увазі технологію фальсифікацій – це інша українська проблема) від мас-медійного їхнього супроводу не мала б викликати жодних сумнівів. Саме передвиборний період є чи не найбільш показовим не лише у політичних орієнтаціях українських засобів масової інформації, але й у мас-медійних симпатіях чи антипатіях влади. Йдеться насамперед про організаційно-структурні характеристики мас-медіа, які являють собою віддзеркалення не лише поточної ситуації в Україні загалом або у регіоні, який вони представляють, але й політичну налаштованість української чи регіональної еліти. *Актуалізується*, отже, проблема особливостей організації мас-медіа в передвиборний період.

Інформаційна спадковість призводить до цілком зрозумілої трансформації, а це є еволюцією соціальних комунікацій, позбавленою певних суперечностей та драматизму. Дуже важливо зауважити, що саму спадковість діяльності мас-медіа пов'язують із їхньою трансформацією. Така спадковість забезпечена тим, що протягом певного часу (у нашому випадку – передвиборний час) інформаційний обшир, виявляючи докорінні зміни статусу, зовнішніх ознак, тематики, стилістики та лексики, залишається феноменом, запотребованим суспільством. А тому *актуалізується* ефект носіїв певного політичного контенту як точкового, конкретного інформаційного взірця того тіншового джерела інформації, яке насправді стоїть за мас-медіа.

У період підготовки до виборів у контексті процесу інформування найбільше функціональне навантаження припадає на конкретну групу мас-медіа – власне, кожна ця група у суспільстві виступає як професіонал, комунікатор, інформування та аналіз являють собою її основне соціальне та фахове призначення. Видові ознаки конкретної групи мас-медіа дозволяють точково впливати на аудиторію з врахуванням її інформаційних інтересів, а самі інформаційні інтереси є складовою інтересів загальносоціальних. А тому *актуалізується* проблема аналізу конкретної групи мас-медіа в передвиборних умовах.

Аспекти проблематики інформаційної взаємодії мас-медіа і влади в передвиборний період стали об'єктом наукових зацікавлень, однак комплексне дослідження з цього питання українські журналістикознавці ще не виконали. Слід звернути увагу на праці українських вчених, які аналізували окремі аспекти функціонування мас-медіа в передвиборний період, зокрема, роботи В. Різуна (аналіз поведінки аудиторії в передвиборний період), В. Іванова (аналіз структури мас-медіа в передвиборний період, контент-аналіз матеріалів мас-медіа), О. Чекмишева (аналіз виступів мас-медіа крізь призму дотримання стандартів журналістики), Г. Почепцова (рівень інформаційного напруження під час підготовки до виборів). Але загалом проблема залишається актуальною.

**Метою** статті є аналіз тенденцій діяльності українських мас-медіа перед виборами до Верховної Ради України 28 жовтня 2012 року.

Досягнення зазначеної мети потребує розв'язання таких завдань:

- проаналізувати ефект інформаційної спадковості як важливого чинника передвиборного функціонування мас-медіа;
- вивчити особливості організації мас-медіа в передвиборний період;
- систематизувати ефект носіїв певного політичного контенту мас-медіа;
- запропонувати аналіз конкретної групи мас-медіа в передвиборних умовах.

**Методи дослідження.** Методологія проведення аналізу ґрунтується на використанні методів, а методологічна база дослідження поєднує такі методи наукового пізнання, як історичний та порівняльно-історичний, методи систематизації та класифікації. Історичний та порівняльно-історичний методи використовувалися з метою аналізу матеріалів стосовно стану політичного контенту мас-медіа в передвиборний період; метод порівняння застосовувався для виявлення спільних і відмінних рис різних видів мас-медіа; методи систематизації та класифікації використовуються під час виявлення закономірностей та особливостей діяльності окремих груп мас-медіа.

**Результати і обговорення.** Реалії українського політичного та мас-медійного просторів взірця 2014–2015 років свідчать, що політичні умови функціонування засобів масової інформації в Україні можуть призвести до різних форм патології як медіа-ринку, так і маніпулювання суспільною свідомістю. Найбільш жорстка цензура і самоцензура журналістів, незалежно від власників ЗМІ, виявляється у високому відсотку матеріалів, що мають політичний характер, а також є прихованою політичною рекламою. У передчас майбутніх парламентських виборів патології українського медіа-ринку перебувають на підйомі. Важливо з'ясувати не лише походження суспільних інтересів, але й окреслити силу і владу закону – і, таким чином, виявити джерело суспільних зобов'язань соціальної комунікації.

За два роки до парламентських виборів 2012 року ЗМІ в Україні перебували під тягарем систематичного контролю держави та олігархічних структур. Після періоду відносної свободи в 2005–2010 роках явища прямого чи опосередкованого державного і бізнесового контролю над ЗМІ в Україні зростало, що знівелювало завоювання Помаранчевої революції у сфері функціонування мас-медіа. Засоби масової інформації в Україні згортали виконання контрольних функцій щодо поширення в суспільстві достовірної інформації про ситуацію в країні і світі, яку оприлюднювали державні службовці, урядовці і політики.

Вважаємо, що основними причинами такого явища були:

- 1) концентрація основних засобів масової інформації в руках найбільших українських олігархів, чий економічний інтерес залежить від влади;
- 2) використання інструментарію засобів масової інформації для боротьби з політичною і бізнесовою опозицією;

- 3) цілеспрямоване керування та контроль засобів масової інформації з боку владних структур;
- 4) репресії проти ЗМІ, які критикували уряд;
- 5) відсутність незалежного суспільного мовлення.

Як наслідок, вплив ЗМІ на політичний процес напередодні парламентських виборів 28 жовтня 2012 року був недостатнім. Про це свідчить, крім усього іншого, також і пасивне ставлення українського суспільства до мас-медіа та й політичного процесу загалом. Будь-яка згадка про корупційні скандали та причетних до них осіб, нечесність в політиці, бізнесі, особистому житті, яка потрапляла в засоби масової інформації, не викликала відповідної реакції суспільства і рідко розглядалася як судове звинувачення.

Ступінь державного контролю над ЗМІ зростав залежно від популярності середовища. З огляду на дотримання журналістських стандартів, подання правдивої і збалансованої інформації найменш надійним засобом масової інформації цілком справедливо розглядали телебачення. Водночас для функціонування онлайн середовищ були властиві такі функціональні особливості, як демонстрація найширшого плюралізму поглядів, однак охоплення обмеженого сегменту аудиторії.

Протягом п'яти років після Помаранчевої революції (період 2005–2010 років) ЗМІ та журналістика в Україні розвивалася в умовах відносної свободи. Особливо це яскраво виявлялося порівняно з другим терміном правління Л. Кучми, запламованим вбивством журналіста Георгія Гонгадзе. Розширення плюралізму політичних позицій та об'єктивність в ЗМІ вважалися одним із головних досягнень Помаранчевої революції.

Втім, наприкінці правління “помаранчевих” напередодні майбутніх президентських виборів в січні 2010 р. спостерігаються явища «ерозії свободи» засобів масової інформації, коли політики відчутно посилили тиск на мас-медіа. Після виборів, коли В. Янукович вступив на посаду президента України, цей процес різко прискорився. Власники найбільших медіа-холдингів практично здалися владі і відновили жорсткий контроль над інформаційною політикою, зайнявши конформістські позиції щодо формування медіа-контенту, що не передбачав і не провокував конфлікт з владою, а також порушуючи демократичні права журналістів.

В результаті, на час парламентських виборів 2012 року найпопулярніші телеканали та друковані ЗМІ так чи інакше, але підтримували авторитет влади і утримувалися від жорсткої її критики. Це сталося тому, що влада оперувала цілою низкою інструментів управління мас-медіа, зокрема, у вигляді фінансових та адміністративних штрафів, які могли критично негативно вплинути на основні медіа бізнес-підприємства олігархів.

Напередодні виборів до Верховної Ради України відчутно збільшилася кількість порушень прав журналістів і свободи слова.

Виятково важливого значення для справи дотримання свободи слова у переддень парламентських виборів мало надання вагомих преференцій провладним мас-медіа регуляторному сенсі. У 2010 році за рішенням регулятора ринку телевізійних ЗМІ – Національною радою з питань телебачення і радіомовлення – було передано провладному та лояльному до нової влади мовнику – телеканалу «Інтер» – дві додаткові частоти опозиційних каналів TVI та 5 каналу, які були



ім надані до президентських виборів. У серпні 2011 року телевізійний мовник ТVІ не отримав ліцензію на мовлення в цифровій версії програми, обов'язкової для мовників з 2015 року. Згодом стосовно директора ТVІ Миколи Княжицького було порушено кримінальну справу через ніби-то несплату ним та каналом податків. Цілу низку операторів кабельного телевізійного мовлення примусили піти з ринку, деяких зобов'язали або взагалі виключити з пакетів мовлення опозиційні чи неугодні владі канали, або перемістити їх в більш дорогі пакети [3]. Протягом цього періоду було здійснено відчутний політичний та економічний тиск на журналістів і мовників, їх залякували, били, здійснювали випробування неприхованою цензурою [4].

Симбіоз власників мас-медіа та органів влади призводить до розвитку багатьох патологій. Найбільш негативні явища, які виявили себе в останні місяці перед парламентськими виборами в Україні:

- цензура держави, що виявлялася у тиску на власників засобів масової інформації та журналістів насамперед новинних програм, редакторів місцевих та регіональних газет;
- самоцензура журналістів та власників, що втілювалася як самостійний обмежувальний фактор вибору журналістом тієї інтерпретації фактів, яка була вигідною для політичних чи економічних інтересів панівного середовища.

Іншим поширеним явищем в українських ЗМІ того часу була «джинса», тобто політично структуроване медіа замовлення, яке оплачувалося ззовні і було скероване або на сприяння («замазуха») або на дискредитацію («чорнуха») нелояльних владі осіб, структур, інтересів. «Джинса», яка може бути як політичною, так і економічною, реалізовувалася і здійснювалася безпосередньо в редакції, у видавництві або в офісі власника, або безпосередньо з журналістом.

Перед виборами до Верховної ради у 2012 році парламентська опозиція мала обмежені можливості використання найбільш популярних засобів масової інформації власне через те, що власники боялися конфлікту з владою. Ця влада мала монополію контролю за постановами суду, лояльними до влади кандидатами в депутати, і представниками тих груп, які, хоч офіційно ідентифікували себе з опозицією, насправді були з владою, що продемонстрував поствиборний період, коли вони – вже як народні депутати – відкрито співпрацювали з владою.

У серпні 2012 року лідерами «джинси» були УТ-1, ТРК «Україна», ICTV [5]. Контент-аналіз засвідчив, що лідером «джинси» в друкованому сегменті ЗМІ була щоденна «Комсомольская правда в Украине», на сторінках якого було біля 20% прихованої політичної реклами [6]. Тим не менш, в деяких регіональних ЗМІ (біднішими і залежнішими від місцевих органів влади і місцевих заможних підприємців), роль яких (враховуючи, що половина майбутнього складу парламенту буде обрано в одномандатних округах) у наступних парламентських виборах була особливо важливою, обсяг «джинси» досягав 40% контенту [7].

Ще однією патологією українських ЗМІ окресленого періоду була маніпуляція громадською думкою через відчутну відсутність балансу у виборі політиків і коментаторів, запрошених до студії або на сторінки

газет. Основні опозиційні політики і партії зазнавали маргіналізації, водночас провладні політики були частими гостями. Ведучі політичних ток-шоу переглядали список учасників програм, а політики платили за участь у цих ток-шоу. Запрошені експерти і журналісти часто працювали як політичні консультанти конкретних провладних політиків чи партій, але глядачі не були поінформовані про це.

Специфікою медіа практики окресленого періоду було те, що – попри відчутні регресії свободи слова в Україні – суспільство було схильне довіряти ЗМІ, ніж не довіряти: довіряли 40%, не довіряли 28% [8]. Водночас майже 60% опитаних вважали, що засоби масової інформації здійснюють свою діяльність в умовах української політичної цензури [9].

В Україні існував сегмент державних мас-медіа, але, за винятком телеканалу УТ-1, вони не відігравали суттєвої ролі. Засоби масової інформації були зосереджені в руках кількох політичних і бізнес-груп. Цей процес почався ще в 90-і роки, коли олігархи створили медіа-холдинги в основних сегментах медіа ринку, зосередивши увагу на декількох телевізійних каналах і газетах. Медіа, як правило, не були їхнім головним бізнес-активом і переважно не давали доходу або ж перебували на межі рентабельності. Опозиційних ЗМІ було дуже мало, і, як засоби масової інформації, які б відкрито підтримували опозицію, вони мали незначний вплив. Опозиційні засоби масової інформації допускались владою як аргумент існування свободи слова в Україні у відносинах із Заходом.

До ключових гравців медіа ринку напередодні парламентських виборів 2012 року належать телебачення, преса, Інтернет.

#### Телебачення.

Згідно з опитуваннями громадської думки в Україні, 78% публічної інформації про ситуацію в країні і в світі надходить від телебачення [10]. Цей сегмент медіа ринку значною мірою монополізований групою столичних менеджерів, часто пов'язаних між собою політично. Контроль за найбільш популярним каналом в Україні – «Інтер» – здійснював В. Хорошковський, який після парламентських виборів став віце-прем'єр-міністром. Ще п'ять найбільш популярних телевізійних станцій в Україні належали (і зараз належать): ТРК «Україна» – найбагатшому в Україні Р. Ахметову; СТБ, ICTV, Новий канал – другому в рейтингу найбагатших В. Пінчукові; «1+1» – третьому в списку найбагатших людей України І. Коломойському [11]. Останнім з десяти найбільших ЗМІ було державне телебачення (УТ-1), менеджмент якого знаходився у безпосередньому зв'язку з В. Хорошковським.

Телевізійні канали опозиції, які були доволі помірковано критичними до уряду чи опозиції, мали набагато меншу аудиторію. Належний до нинішнього президента України П. Порошенка «5 канал», який під час «Помаранчевої революції» був найважливішим джерелом інформації опозиції, перебував між 11 і 15 позиціями рейтингів (тобто, близько 1% від середньої добової аудиторії). Ще гіршими були рейтингові показники згаданого вже ТVІ, який балансував між кінцем другої – початком третьої десятки рейтингу найпопулярніших в Україні телевізійних каналів, а його середня частка аудиторії коливалася в межах 0,5%.

Популярність телевізійних мовників та представлених інформаційних продуктів беззаперечно впливає на рівень охоплення аудиторії. Особливо це стосується флагманських продуктів – таких, які політичні ток-шоу за участю політиків, журналістів, експертів та громадськості. Найбільш вагомими з них були “Велика політика з Євгеном Кісельовим” на каналі “Інтер” (частка в прайм-тайм 16%), “Свобода слова з Андрієм Куликовим” на ICTV (11%) і “Шустер Live” на УТ-1 (10%). Набагато скромнішу за кількістю аудиторію цікавили ток-шоу «Республіка з Анною Безулик» на «5 каналі» (2%) та «Вечір з Миколою Княжицьким» на TVI (1%) [11]. Цікавими були результати моніторингової інформації та програм, присвячених поточним подіям [12].

#### Преса

На друківаних ЗМІ як основне джерело інформації вказували 40% населення України [11]. Серед ЗМІ, які висвітлювали загальнонаціональні питання, на частку газет припадало лише 1–3% контенту, тобто газета як засіб поширення інформації містила яскраво виражений регіональний контент. Необхідно зауважити, що, як і у випадку з телевізійними мовниками, концентрація активів друківаних ЗМІ в руках української столиці простежувалася доволі чітко. Це призводило до того, що матеріали з газет і журналах – а надто колонки – часто використовувалися саме для політичної боротьби або для просування економічних інтересів власника. Водночас плюралізм думок в цьому сегменті медіа ринку через кількість учасників і невеликі витрати (особливо порівняно з телебаченням), необхідні для запуску на паперовому носії, був більш відчутним, ніж на телебаченні.

Щодо ринкових успіхів у сфері друківаних періодичних видань, то перші місця посідали Р. Ахметов, який володів газетою «Сьогодні», В. Пінчук з виданням «Комментарии» [11]. Крім того, цей простір було зайнято набагато меншими з погляду накладу і популярності виданнями, які, втім, не були пов'язані з великими медіа-холдингами (вартує відзначити насамперед «Газету по-українськи» та українську версію російської газети «Коммерсант»). У сегменті суспільно-політичних тижневиків високі місця популярності (але у вузьких колах аналітиків, політиків, інтелігенції) займали критичне на адресу уряду «Дзеркало тижня» і поміркований «Кореспондент» [13].

#### Інтернет

Станом на середину 2012 року Інтернет був основним джерелом інформації для 17% населення України [14] та одним з найбільш динамічних сегментів ринку засобів масової інформації. Поштовхом до розвитку Інтернету стала криза інформаційних порталів взірця 2008 року, коли видавці – через зниження доходів від реклами – розпочали пошук дешевих варіантів для представлення інформації. В результаті, станом на 2012 рік більшість друківаних видань, телеканалів і конкретних програм відкривали свої власні електронні версії – сайти в Інтернеті. Доволі значна частка журналів пішла з паперової версії і повністю перейшла до Інтернету (наприклад, «Лівий берег», «Телекритика», «Економічні вісті»).

За наявною на той час інформацією, щоденна середня кількість користувачів в період з липня до вересня 2012 року варіюється від майже 250 тисяч перегля-

дів порталу «Українська правда» до понад 100 000 переглядів порталу «Сьогодні» [14]. Це означає, що найпопулярніші новинні портали щодня використовували в середньому близько 2% українських інтернет-користувачів. Їхня загальна кількість у лютому 2012 року була оцінена в близько 17 мільйонів (42% дорослого населення України), з яких 12 мільйонів щодня використовували мережу. У той час швидко зростала в Україні і кількість користувачів соціальних мереж, зокрема у Facebook (понад 2 млн).

Динамічний розвиток засобів масової інформації в Інтернеті та обмін інформацією через соціальні мережі відбувається паралельно зі зменшенням популярності таких традиційних ЗМІ, як телебачення, радіо і друковані мас-медіа. Цей процес не є специфічним для українського ринку і є частиною глобальної тенденції.

Водночас особливістю українського Інтернету можна визначити мотивацію для використання мережі. Відсутність суспільного мовлення, високий рівень маніпуляції суспільною свідомістю і низький рівень представництва соціальних інтересів в традиційних ЗМІ примусила українців стати прихильниками пошуку об'єктивної та плюралістичної інформації в таких альтернативних джерелах, як Інтернет. Крім того, завдяки соціальним мережам стало можливим відкриті і вільне обговорення актуальних, суспільно важливих питань і для журналістів, які, працюючи в традиційних засобах масової інформації, часто змушені брати до уваги інтереси власника і застосовувати свою журналістську стриманість. Це призвело до утворення двох “паралельних мас-медійних Україн”, часто дуже різних своєю асиметричною інформаційною реальністю, зокрема, в інтерпретації передусім політичних подій.

Протягом двох років перед парламентськими виборами в Україні 2012 року в країні існувало систематичне обмеження свободи слова. Таке обмеження громадянських свобод підтверджено в доповідях міжнародних неурядових організацій, які проводять дослідження для захисту демократії, політичних свобод і прав людини. Так, у рейтингу свободи слова, підготовленому організацією «Репортери без кордонів» у 2009 році Україна займала 89 місце, а в 2011 році – 116. За оцінкою ступеня демократичних свобод у щорічному звіті «Freedom House» Україна втратила статус «вільної» і перейшла до статусу до «частково вільної» країни [15]. Філософія підготовки до майбутніх парламентських виборів призвела до того, що влада на всіх рівнях збільшувала тиск на критику в ЗМІ. Опозиційні кандидати мали обмежений доступ до найбільш популярних засобів масової інформації.

**Висновки.** Методологія комплексного аналізу діяльності мас-медіа в передвиборних умовах ґрунтується на системному вивченні: інформаційної спадковості як важливого чинника передвиборного функціонування мас-медіа; особливостей організації мас-медіа в передвиборний період; специфіки реалізації певного політичного контенту мас-медіа; особливостей діяльності конкретної групи мас-медіа в передвиборних умовах.

Напередодні парламентських виборів 2012 року набули тотального характеру явища згорання контрольних функцій ЗМІ щодо поширення в суспільстві достовірної інформації про ситуацію в країні і світі, що було спричинено концентрацією основних засобів

масової інформації в руках найбільших українських олігархів, використанням інструментарію засобів масової інформації для боротьби з політичною і бізнесовою опозицією, керування та контроль засобів масової інформації з боку владних структур в потрібному їм напрямі, репресіями проти ЗМІ, відсутністю незалежного суспільного мовлення.

Зрошення інтересів власників мас-медіа та органів влади призвело до розвитку таких негативних явищ, як зростання цензури держави, що виявлялося у тиску на власників засобів масової інформації та журналістів насамперед новинних програм, редакторів місцевих та регіональних газет; у самоцензурі журналістів та власників, що втілювалася як самостійний обмежувальний фактор вибору журналістом тієї інтерпретації фактів, яка була вигідною для політичних чи економічних інтересів панівного середовища. Жорстка цензура і самоцензура журналістів виявлялася у високому відсотку матеріалів, що мали політичний характер, а також були прихованою політичною рекламою.

На час парламентських виборів 2012 року найпопулярніші телеканали та друковані ЗМІ підтримували авторитет влади і утримувалися від жорсткої її критики, оскільки влада застосовувала такі інструменти

управління мас-медіа, як накладання фінансових та адміністративних штрафів, надання вагомих преференцій провладним мас-медіа регуляторному сенсі. Напередодні виборів до Верховної Ради України відчутно збільшилася кількість порушень прав журналістів і свободи слова.

Збільшувалася кількість порушень прав журналістів, побиття журналістів, кількість нещасних випадків за участю журналістів, що перешкоджало нормальній роботі медіа. Моніторинги телебачення та друкованих засобів масової інформації також вказували на зростання кількості контенту, що мав відверто провладний характер, замовчувалися незручні теми для влади. Влада толерувала матеріали, які і за подачею контенту, і за характеристиками медіа менеджменту відходили від стандартів журналістики та використовували різноманітні форми маніпулювання громадською думкою через засоби масової інформації, контрольовані владою, провладними олігархами і державою. В результаті напередодні майбутніх парламентських виборів 28 жовтня 2012 року медіа патології ставали все сильнішими, а суспільство мало доволі обмежений доступ до адекватної та достовірної інформації.

#### ЛІТЕРАТУРА

- [1] Мітчук О.А. Українська ліберальна інформаційна культура в системі соціальних комунікацій : монографія / О.А. Мітчук. – Рівне, 2014. – 320 с.
- [2] Парсонс Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс. – М.: Академический проект, 2000. – 880 с.
- [3] «Воля» відключає TVI? // Майдан. – 2012. – URL: <http://maidan.org.ua/2012/08/volya-vidklyuchaje-tvi/>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [4] День журналіста-2011: на чий вулиці свято? // Телекритика. – 2011. – URL: <http://www.telekritika.ua/prava/2011-06-06/63408>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [5] Телеканали Пінчука і Ахметова у серпні стали лідерами за кількістю «джинси» // Тиждень. – 2012. – URL: <http://tyzhden.ua/News/59731>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [6] Кожен п'ятий матеріал в "Комсомольской правде" має ознаки «джинси» // Вибори та ЗМІ. – 2012. – URL: <http://vybory.mediasapiens.ua/2012/09/10/kozhen-p-yatj-material-v-komsomolskoj-pravde-je-dzhynsoyu-imi/>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [7] Дослідження: кожна п'ята публікація у регіональних ЗМІ – «джинса» // Тиждень. – 2012. – URL: <http://tyzhden.ua/News/54318>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [8] Динаміка ставлення населення України до соціологічних досліджень / Київ. міжнарод. ін-т соціології // Соціологічні та маркетингові дослідження. – 2012. – URL: <http://kiis.com.ua/ua/news/view-152.html>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [9] Соціологічне опитування: чи існує політична цензура в Україні? // Центр Разумкова. – 2012. – URL: [http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll\\_id=563](http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=563). – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [10] Ітоги сезону політшоу: // Mediaбізнес. – 2012. – URL: [www.mediabusiness.com.ua/?option=com\\_content&task=view&id=31115&Itemid](http://www.mediabusiness.com.ua/?option=com_content&task=view&id=31115&Itemid). – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [11] Результати контент-аналізу електронних та друкованих медіа у передвиборчий період. Телекритика. – 2006. – URL: <http://www.telekritika.ua/monitoring-archive/2006-04-11/6833>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [12] Газета «Сегодня» обігнала «Факти» за охопленням аудиторії. – URL: <http://www.telekritika.ua/news/2012-02-28/69956>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [13] Рейтинг сайтів // LiveInternet. – 2012. – URL: <http://www.liveinternet.ru/rating/ua/>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [14] InMind: Кількість користувачів інтернету в Україні продовжує швидко зростати // Українська блогосфера. – 2012. – URL: <http://blogosphere.com.ua/2012/07/27/internet-users-in-ukraine-inmind>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.
- [15] Press Freedom Index 2011-2012 // Reporters without borders. – URL: <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2011-2012,1043.html>. – Назва з екрану. – Дата доступу: 23.03.2014.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Mitchuk, O. (2014), *Ukrainian Liberal Media Culture in the Social Communications*, Rivne, 320 p.
- [2] Parsons, T. (2000), *The Structure of Social Action*, Akademicheskij projekt, Moskva, 880 p.
- [3] Majdan (2012), «Volya» turn off TVI?, URL <http://maidan.org.ua/2012/08/volya-vidklyuchaje-tvi/> (accessed 23 March 2015).
- [4] Telekritika (2011), «Journalist day 2011: in whose street festival», URL: <http://www.telekritika.ua/prava/2011-06-06/63408> (accessed 23 March 2015).
- [5] Tyzhden.ua (2012), «TV channels Pinchuk and Akhmetov in august led in the number "jeans", URL: <http://tyzhden.ua/News/59731> (accessed 23 March 2015).
- [6] Wybory.mediasapiens.ua (2012), «Every fifth material in "Komsomolskaya Pravda" has elements of "jeans", URL: <http://vybory.mediasapiens.ua/2012/09/10/kozhen-p-yatj-material-v-komsomolskoj-pravde-je-dzhynsoyu-imi/> (accessed 23 March 2015).
- [7] Tyzhden.ua (2012), «Study: every fifth publication in the regional media - "jeans", URL: <http://tyzhden.ua/News/54318> (accessed 23 March 2015).

- [8] Sociologichni ta marketyngovi doslidzhennya (2012), «The dynamics of the population's attitude to Ukraine sociological research», URL: <http://kiis.com.ua/ua/news/view-152.html> (accessed 23 March 2015).
- [9] Centr Razumkova (2012), «The survey: is there political censorship in Ukraine?», URL: [http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll\\_id=563](http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=563) (accessed 23 March 2015).
- [10] Mediabusiness, (2012) «Results of the season political show», a URL: [www.mediabusiness.com.ua/?option=com\\_content&task=view&id=31115&Itemid](http://www.mediabusiness.com.ua/?option=com_content&task=view&id=31115&Itemid) (accessed 23 March 2015).
- [11] Telekritika (2006), «The results of content analysis of electronic and print media in the pre-election period», URL: <http://www.telekritika.ua/monitoring-archive/2006-04-11/6833> (accessed 23 March 2015).
- [13] LiveInternet (2012), «Top sites», URL: <http://www.liveinternet.ru/rating/ua/> (accessed 23 March 2015).
- [14] Ukrayins`ka blogosfera (2012), «InMind: number of Internet users in Ukraine continues to grow», URL: <http://blogosphere.com.ua/2012/07/27/internet-users-in-ukraine-inmind> (accessed 23 March 2015).
- [15] Reporters without borders (2012), «Press Freedom Index 2011-2012», URL: <http://en.rsf.org/press-freedom-index-2011-2012,1043.html> (accessed 23 March 2015).

## **2012 Media models of Ukraine: the status and content filling**

**N.F. Eliashevskya**

**Annotation.** Results/findings. The effect of information heredity as a factor of election functioning the mass media, organization specialties of the mass media, the effect of political content carriers of the mass media, specialties of a particular mass media group activities are analyzed. Concurrence interests of the mass media owners and government authorities have led to an increase the state censorship. It in the pressure on mass media owners and journalists, especially in the news programs, editors of local and regional newspapers, in self-censorship of journalists and mass media owners, who beneficial for political or economic interests of the dominant medium of facts of interpretation are chosen. The number of rights violations of journalists is manifested is increased. The access to the adequate and reliable information to the society is limited.

**Conclusions.** Causes and effects of systematic limitation of freedom of speech on the eve of the parliamentary elections of 2012 caused by the concentration of the main mainstream media are under the control of the oligarchs; coalescence of interests of the mass media owners and government authorities; using the mass media instruments to control with the political and business oppositions; monitor and control the mass media by the government authorities depending on their interests; the repression against the mass media; lack of independent public service broadcasting.

**Significance.** The methodology for complex analysis of the mass media in election conditions is proposed.

**Keywords:** *elections, power, media, freedom, censorship*

## Ідея національного виховання у вирішенні питання національної ідентичності українців

І. М. Євдокименко\*

Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

\*Corresponding author: asp214@ukr.net

Paper received 30.04.15; Accepted for publication 06.08.15.

**Анотація.** Розглянуто питання збереження національної ідентичності українців у процесі розбудови незалежної української держави. Підкреслено актуальність цієї проблеми в умовах інтеграції України в європейський та світовий простір, зроблено спробу визначити шлях виховання у громадян, зокрема молоді, почуття національної свідомості та патріотизму. Простежено вплив ідеї національного виховання на національну ідентичність українців протягом певного періоду часу.

**Ключові слова:** глобалізація, національне виховання, національна ідея, національна ідентичність, нормативно-правові документи, громадянське суспільство

Глобалізація, інтеграція, національна ідентичність – найбільш обговорювані теми які піднімаються як серед політиків, так і серед вчених і громадськості. Процеси глобалізації істотно впливають на зміст і темпи формування нових типів відносин у сучасному суспільстві і фахівців нового покоління.

Глобалізація (англ. globalization) – процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. У вужчому розумінні – перетворення певного явища на планетарне, таке, що стосується всієї Землі. Основними наслідками глобалізації є міжнародний поділ праці, міграція в масштабах усієї планети капіталу, людських та виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних та технічних процесів, а також зближення культур різних країн. Це об'єктивний процес, який носить системний характер, тобто охоплює всі сфери життя суспільства. В результаті глобалізації світ стає більш зв'язаним і залежним від усіх його суб'єктів. Відбувається збільшення як кількості спільних для груп держав проблем, так і кількості та типів інтегрованих суб'єктів. Глобалізація може бути небезпечною для малозабезпечених країн світу.

Багато науковців, політиків і більшості людей, що виступають проти глобалізації звинувачують її в збільшенні соціальної нерівності, зниканні традиційного суспільного устрою й деградації довкілля.

Дехто також вбачає зростаючу загрозу у впливі глобалізації на культуру. Рівнобіжно з глобалізацією економіки та торгівлі, культура імпортується та експортується також. Проблема в тому, що більш й потужніші держави, такі як США, можуть підбити культури слабших, призводячи до того, що їхні традиції та цінності зникнуть.

Проблема національної ідентичності – одна із найактуальніших у розвитку українського суспільства. Особливого значення вона набула після проголошення незалежності України, коли з'явилися реальні можливості завершення формування української нації та інтеграції у світовий та європейський простір. Та проблеми, що спіткали Україну сьогодні – Революція Гідності, подвиги героїв Небесної Сотні, фактична війна на сході країни, російська пропаганда – ще раз просто підтвердили життєву необхідність у її вирішенні.

Теоретичне осмислення процесу етнічного ренесансу в умовах всесвітньої інтеграції та глобалізації, можливих ризиків деетнізації українців в умовах незавершеного державотворення – одне із найважливіших пи-

тань в історіографії. Важливими для вивчення питання є роботи вітчизняних науковців Г. Лозко, В. Євтуха, В. Наулко, С. Макарчука, М. Юрія та ін.

У сучасних інтеграційних процесах виникає багато нових проблем та актуалізуються деякі попередні етнокультурні та етномовні. Нині спостерігаються значні суперечності між інтеграцією суспільно-економічного й культурного життя з одного боку та етнізацією – з другого. Проблема взаємовпливу цих процесів належить до найменш вивчених і, водночас, найбільш складних. Наразі ці процеси майже не досліджені сучасними етнографами, істориками, політологами, а якщо і вивчаються, то, переважно, в аспекті деетнізації, з негативною оцінкою [4, с. 34]. Вивчення публікацій з цієї тематики дозволяє зробити висновок, що автори акцентують увагу на таких актуальних питаннях: якою має бути державна політика в умовах глобалізації, яка пов'язана із загрозою уніфікації суспільства та його ознак етнічності? Які існують чи будуть створені механізми захисту національного інформаційного та культурного простору, – та намагаються дати на них відповідь. Запропоноване дослідження є спробою аналізу наявної практики, виявлення позитивного досвіду та нерозв'язаних проблем з метою визначення перспективи.

Систематизація інформації з різних джерел дає можливість розглядати сучасні процеси інтеграції та глобалізації не як штучне, а цілком закономірне явище, пов'язане з модернізацією суспільства в умовах науково-технічної революції. Реалією є постійна зміна етнографічної ситуації у світі. Сучасна епоха характеризується становленням десятків нових держав, виходом на історичну арену багатьох маловідомих для більшості країн народів. При цьому домінуючою залишається тенденція до зменшення кількості народів, що живуть на планеті. Причини такого стану справ надзвичайно різноманітні – від консолідації споріднених етнічних груп у великі етнічні спільноти до асиміляції окремих етносів їхніми сусідами [22, с. 5]. У постіндустріальну добу сформувалися нові міждержавні відносини, коли домінували ті народи, які трансформувалися в нації у попередні сторіччя, створивши свої національні держави. Водночас аналіз публікацій засвідчує, що у високо розвинутих країнах, які є носіями процесів модернізації та інтеграції, зберігаються етнічні основи розвитку – французи відрізняються від англійців, німці від італійців, а італійці відрізняються від французів тощо. Це є доказом того, що згадані

процеси не нівелюють етнічних проблем та національного характеру культур, і в цих умовах можна забезпечити повноцінний сучасний культурно-цивілізований розвиток. Отже, інтеграційні процеси та «націоналізм» є двома закономірно обумовленими сторонами світового прогресу.

Україна – одна з найбільших країн Європи, її народ належить до східнослов'янської гілки індоєвропейської етнолінгвістичної сім'ї. Українці – це стійка спільнота людей, яка історично сформувалася на певній території і зберегла відносно стабільні особливості культури, включаючи мову, а також етнічну самосвідомість. Україна здобула свою незалежність наприкінці ХХ ст. і є «спізнаним націстворенням».

Попереду – складний шлях, яким пройшли інші європейські держави, більшість її населення бачить себе в загальноєвропейському контексті. Держава має вирішити питання, як зберегти свою самобутність, прагнучи одночасно до впровадження уніфікуючих принципів єдиної Європи.

Однак століття бездержавності привчили багатьох українців не лише дивитися на себе очима колонізаторів, а й прийняти створюваний негативний образ України як відсталого, неосвіченого, нецивілізованого співжиття з примітивною культурою і без перспектив повноцінного державного існування в сучасному світі. Не позбувшись постколоніальних проблем, Україна має відповідати на потужні виклики глобалізації, яка, з одного боку, створює нові можливості для матеріального і культурного розвитку, а з другого – підтримує і поглиблює наявні диспропорції та деформації.

Беручи до уваги всі аспекти проблеми, зазначимо, що культурна інтеграція із західною цивілізацією надзвичайно актуальна для України. З одного боку, бачимо прагнення Заходу інтегрувати у своє культурне поле посткомуністичні суспільства, насамперед найбільшчі до нього в культурно-історичному плані, з другого – бажання України швидко побудувати ефективний суспільний устрій через входження до Європейського та світового простору. У науковій літературі ця ідея втілюється у пропозиції реалізувати підхід «тотального культурного впровадження», коли нація добровільно та свідомо сприяє масовому в масштабі всієї країни абсорбуванню передових управлінських технологій та організаційної культури, які надходять ззовні разом з іноземними інвестиціями, капіталом і технологіями [19, с. 229].

Умовою входження України до спільноти розвинутих держав є витворення власної моделі державного та культурного розвитку суспільства. На нашу думку, шлях України у світову співдружність проходить не через зречення своєї культури, а завдяки залученню власних унікальних механізмів життєтворення та суспільного поступу. Це не означає, що об'єктом запозичення не можуть бути досягнення в окремих сферах – науці, техніці, технологіях. Зазвичай, власна модель державного та культурного розвитку суспільства набуває своєї довершеності, коли апробовані досягнення світової культури проймають власним „я” етносу, тобто запозичення набуває форми діалогу культур. Саме через самореалізацію унікальних національних культур відбувається самореалізація світової цивілізації. Відбудувавши на цих принципах українську

модель культурного розвитку, ми отримуємо єдине реальне підґрунтя щодо входження до європейського та світового простору.

Одним із головних засобів визначення національної ідентичності є українська мова і культура. У літературі з цієї проблематики визначається роль української мови як етнозберігаючого чинника, генетичного коду нації, який поєднує минуле з сучасним і спрямований у майбутнє. Рівень розвитку національної мови відображає рівень розвитку самої нації та культури [11, с. 51]. Стратегічним завданням української держави після здобуття незалежності стало подолання русифікації, забезпечення активного вживання української мови у всіх сферах життя суспільства через впровадження ідей національного виховання та навчання молодого покоління.

Національне виховання – це створена упродовж віків самим народом система поглядів, переконань, ідей, ідеалів, традицій, звичаїв та ін., покликаних формувати світоглядну свідомість та ціннісні орієнтації молоді, передавати їй соціальний досвід, надбання попередніх поколінь. Науково обґрунтоване, правильно організоване національне виховання відображає історичну ходу народу, перспективи його розвитку.

Актуальність створення системи національного виховання в умовах творення Української державності визначається потребами суспільства у всебічній активізації інтелектуального і духовно-творчого потенціалу національних та загальнолюдських цінностей, суперечливими процесами входження особистості в соціальне життя, необхідності забезпечення єдності, наступності та послідовності виховних впливів різних соціальних інститутів, постійного коректування виховного процесу.

В умовах власної державності перед Україною стоїть завдання консолідувати українців, формуючи їх національну свідомість за допомогою відродження історичної пам'яті, піднесення престижу української мови й культури, почуття єдності нації незалежно від особливостей історичного розвитку, адміністративного, політичного статусу, регіональних особливостей.

Питання української національної ідеї поставало перед багатьма очільниками суспільства в усі часи існування України. Одним із джерел української національної ідеї можна назвати Конституцію Пилипа Орлика 1710 року. Основні положення цієї Конституції такі: державний суверенітет України; панівна релігія – православ'я; своєрідна конституційна монархія (гетьманат); законодавча влада належить Раді; незалежна судова влада [1, с. 102].

Національна ідея Т.Г. Шевченка полягала у реалізації загальнолюдських демократичних цінностей у незалежній Україні.

М. Драгоманов, М. Грушевський, В. Винниченко вважали, що соціальні успіхи є важливіше національних. М. Драгоманов зазначав, що «...національна ідея сама по собі не є ліком на всі лиха громадські... питання політичні, культурні, соціальні мають свої задачі, по крайній мірі, стільки ж важні, як і національні і для котрих національності можуть бути тільки ґрунтом і формою варіації» [5, с. 247].

Відомий український дослідник В. Липинським наголошував на тому, що: «...українська національна

ідея тільки тоді в силі оживити українську етнографічну масу, коли вона буде поруч з ідеєю суверенітету українського народу, коли вона кличе до повного національного визволення і на місто рабської служби чужим державним організаціям ставить значення до створення власної держави» [10, с. 256].

Центральне місце в багатогранній педагогічній спадщині С. Русової займає концепція української національної системи освіти і національного виховання, у межах якої отримали своєрідну інтерпретацію найважливіші фундаментальні теоретико-методологічні проблеми – мета, завдання, зміст, методи, принципи, форми освіти, навчання й виховання. У центрі педагогічної концепції вченої перебуває дитина з її природженими задатками, здібностями, можливостями, талантами.

Головне завдання виховання – забезпечення розвитку відзначених чинників, а також національної самосвідомості і загальнолюдської моралі; формування соціально зрілої, працелюбної, творчої особистості, здатної до свідомого суспільного вибору і збагачення інтелектуального, духовного, економічного, соціально-політичного і культурного потенціалу свого народу.

Найважливішими принципами педагогічної концепції С. Русової є: гуманізм, демократизм, народність, природовідповідність, культуровідповідність, особистісно орієнтований підхід, соціальна обумовленість виховання, загальнолюдські цінності.

Успішно вирішувати ці завдання покликана рідна українська школа – школа рідної мови, гуманна й демократична, у якій уся структура, система, мета й завдання, зміст і методи, принципи і форми, сам дух наповнені ідеєю українства, забезпечення всебічного і гармонійного розвитку дитини.

Надзвичайно цікавими і корисними для теорії і практики сучасної школи є пропонувані С. Русовою шляхи і засоби морального виховання. За допомогою виховання вчена пропонувала поступово поширювати коло дитячої любові. Спочатку природжену любов до матері перенести на батька, потім на інших рідних – дідуся, бабусю, брата, сестру та ін., далі на вчителя, товаришів по школі і садку і т. д. Так, поширюючи свою любов все далі й далі, дитина на певному етапі свого розвитку починає відчувати любов до свого народу, своєї нації, врешті до всього людства. Намагання поширити любов до людей усього світу зайвий раз свідчать про гуманні й демократичні прагнення С. Русової.

Софія Русова справедливо вважається класиком вітчизняного дошкільного виховання, про що красномовно свідчать її твори «Теорія і практика дошкільного виховання», «Дитячий сад на національному ґрунті», «Дошкільне виховання», «Нова школа соціального виховання», «Націоналізація дошкільного виховання», «Нові методи дошкільного виховання», «Роль жінки у дошкільному вихованні» та інші, а також подвижницька практична діяльність у галузі дошкільного виховання [18].

У 1991 році питання розробки національної ідеї стало дуже гостро. Велика кількість науковців, політиків, письменників одночасно звернулися до цієї теми. Навіть висловлювання Л. Кучми «Національна ідея не спрацювала» не лише не загальмувала завзяття

української інтелектуальної еліти, але й надала нового натхнення у розробці даного феномена.

На думку В. Кременя, основою національної ідеї є філософія людиноцентризму. « У світоглядному плані філософія людиноцентризму виступає як головний засіб усвідомлення сутності особистості. Вона розвиває і культивує розмірковуючий, поліфонічний тип пізнання, який долає наукоцентризм (прагматизм людського буття). Основною методологією цього типу мислення є знання і творчість. В якості повноцінних заходів для дослідження проблеми національної ідеї в соціокультурному бутті людини філософія людиноцентризму використовує не лише гносеологічні принципи, а й методи моралі, релігії, мистецтва. І в цьому плані філософія людиноцентризму не дана, а задана: сутність її виявляється через метафілософський синтез різноякісних підходів до дослідження національного життя й культури. І результатом такого синтезу є вже не просто системне, а енциклопедичне розуміння національної ідеї як сукупності різних системних духовних способів національного буття» [9, с. 387].

За сужденнями відомого політика О. Костенка національна ідея – це уявлення представників нації про той радикальний засіб, який потрібен для її прогресивного розвитку. Таким чинником є соціальна – тобто політична, економічна, правова, моральна – культура громадян. Виходячи з цього, він пропонує такі варіанти формулювання національної ідеї: «Соціальна культура громадян – основа нової України», «Соціальна культура громадян – ключ до процвітання», «Яка соціальна культура громадян – таке і їхнє життя», «Громадянам України – незалежну соціальну культуру» [3].

П. Толочко підкреслює, що національна ідея – це не етнічна, а державно-політична категорія. Саме тому вона має бути близькою і зрозумілою не тільки етнічним українцям, але й «українським» росіянам, білорусам, угорцям, євреям, іншим народам, для яких Україна є Батьківщиною [21].

О. Колесник стверджує, що прискорити процес націотворення в Україні може лише прихід до влади націоналістів – послідовників Миколи Міхновського, який організував в 1917 році в м. Києві повстання двох українських полків проти Тимчасового Уряду [8].

М. Міхновський залишив два варіанти формулювання національної ідеї «Україна для українців» та «Україна від Дону до Сяну».

О. Кривдич переконує, що основою української національної ідеї є любов [2].

В. Мосейчук радить національну ідею сформулювати так: «Україна – найкраща країна Європи» [14].

Ю. Полунєєв пропонує вважати національною ідеєю конкурентоспроможність країни [16].

В. Постовий визначає національну ідею як енергетичну думку народу про себе, свої права, обов'язки і здобутки, біопсихічний вияв потреб, можливостей і розуміння самоцінності кожного народу та збереження самоідентичності [17].

Ю. Тимошенко стверджує, що новою національною ідеєю має стати будівництво найкращої, найоптимальнішої системи організації суспільства, яка дасть кожній людині відчуття справедливості, гармонії, захищеності та відкритості всіх омріяних можливостей [20].

Національна ідея, за В. Ющенком, полягає в єдності нації. Він підкреслив, що базовими засадами консолідації української нації слід вважати етику солідарності, пошук об'єднуючих цінностей у режимі постійного і реального діалогу в суспільстві. У своїй промові 9 березня 2007 року в день народження Тараса Шевченка В. Ющенко наголосив, що наша національна ідея – європейська Україна з ліберальними цінностями, з людськими свободами і правами. За його словами, національна ідея також полягає в тому, щоб Україна була соборною державою з єдиною державною мовою, без подвійних стандартів в політиці, культурі, історії, з толерантним ставленням до різних точок зору, з повагою до своєї правдивої історії.

В. Янукович 24 грудня 2010 року заявив в інтерв'ю українським телеканалам, що довго роздумував над тим, що таке «національна ідея». «На мій погляд, національна ідея в різні періоди життя нашої країни була різною. Виклики часу диктували саму національну ідею», – заявив Янукович.

За його словами, свого часу національною ідеєю була боротьба за незалежність країни. «Цій ідеї присвятили себе багато людей. Ми будемо їм завжди вдячні, завжди будемо пам'ятати. Ці часи пройшли. Україна незалежна. Треба дбати про суверенітет, охороняти її з усіх сторін, і думати про ідентичність нашої країни».

В. Янукович вважає, що викликом часу сьогодні є, щоб «Україна в глобалізованому світі знайшла своє достойне місце, яким ми б усі пишалися, а це не можливо зробити без перетворень. Треба модернізувати країну таким чином, щоб ми отримали економічний ефект, підняли рівень добробуту».

«Коли ми цього досягнемо, нас поважатимуть, визнаватимуть. Це нас об'єднає, бо ми це зробимо спільно. На мій погляд, це може бути в основі національної ідеї».

Отже, визначивши найважливішу роль розвитку гуманітарної сфери – науки, освіти, культури – щодо збереження національної ідентичності в умовах інтеграції та глобалізації без заперечення стратегічного значення для України модернізації, створення найновітнішого, наукомісткого, високотехнологічного матеріального виробництва, можна зробити висновок, що це співвідношення і є українським шляхом долучення до Європейської та світової спільноти. Воно буде лише тоді успішним, коли на основі вирішення складних проблем на теренах України буде знайдено унікальну модель подолання суперечностей у розвитку всього людства.

Однією з важливих умов реалізації цієї ідеї є здійснення державної етнополітики України. Її мета – забез-

печити консолідацію поліетнічного суспільства навколо української нації – основного суб'єкта етнополітики. Фактично ми є свідками інтенсивного пробудження етнічної самосвідомості і прагнення до відродження етнічної самобутності громадян нашої держави. Не можна не погодитися з думкою про те, що культура кожного етносу є унікальним, багатограним явищем. Знання етнічних особливостей національних меншин дають змогу краще визначити й усвідомити роль і місце власного народу в колі інших. Етнополітичні проблеми мають вирішуватися не через перегляд кордонів, а рішучою боротьбою з національним екстремізмом та шовінізмом в усіх його виявах, створенням умов інтеграції етнічних спільностей, вільного і всебічного розвитку всього народу України незалежно від національної приналежності [15, с. 3].

Після проголошення незалежності України поняття національне виховання зафіксовано в «Державній національній програмі «Освіта» («Україна ХХІ століття») та «Національній доктрині розвитку освіти».

Найбільш вагомими документами стосовно українського національного виховання був наказ «Про затвердження Концепції національно-патріотичного виховання молоді» №3754/981/538/49 від 27.10.2009 року підписаний керівниками Міністерства України у справах сім'ї, молоді та спорту, Міністерства освіти і науки України, Міністерства оборони України, Міністерства культури і туризму України.

Концепція Загальнодержавної цільової соціальної програми патріотичного виховання громадян на 2013-2017 роки та Концепція громадянської освіти та виховання в Україні Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України є антиукраїнськими і антидержавними, оскільки спрямовані на виховання в Україні космополітів, а не українських патріотів. В них відсутні поняття українського національного виховання, а також поняття виховання любові до української мови. 26 березня 2015 року Міністерство освіти і науки України затвердило Концепцію національно-патріотичного виховання дітей та молоді на 2015-2019 рр. Концепцією передбачено декілька етапів впровадження національно-патріотичного виховання дітей та молоді.

Та на сьогодні немає важливішого завдання як виховання нового покоління українців. Без об'єднання зусиль держави, освітніх установ і громадськості цього зробити неможливо. А головне в цьому тандемі – зацікавленість всіх у вихованні високоосвіченої патріотично налаштованої української нації без якої Україна може втратити свою державність.

#### ЛІТЕРАТУРА

- [1] Ващенко Г. Виховний ідеал. – Полтава, 1994, – С. 102.
- [2] Газета «Народная правда». – 2007. – 10 грудня.
- [3] Газета «Украинская правда». – 2007. – 27 лютого.
- [4] Глобализация – этнизация: этнокультурные и этноязычные процессы: в 2 кн. [отв. ред. Г.П. Нецименко]; науч. Совет РАН «История мировой культуры»; Ин-т Славяноведения РАН. – М.: Наука, 2006. – Кн.1 – 2006. – 486 с.
- [5] Драгоманов М.А. Чудернацькі думки про українську національну справу. Вибране. – К., 1991. – с. 483.
- [6] Свтух В.Б. Етносоціальні процеси в Україні: можливості наукових інтерпретацій. – К.: ВД «Стилос», 2004. – 243 с.
- [7] Свтух В.Б., Трошинський В.П., Галушко К.Ю., Чернова К.О. Етнополітична структура українського суспільства. Довідник. – К.: «Наукова думка», 2004. – 344 с.
- [8] Колесник О.П. Українська національна ідея і доля України, ВО «Свобода». Волинь, Луцьк. – 18 грудня 2006 року.
- [9] Кремінський В. Філософія національної ідеї. Людина. Освіта. Соціум. – К.: Грамота, 2007. – 576 с.
- [10] Липинський В. Матеріали до програми [Української демократичної хліборобської партії]. Передмова. Нарис програми української демократичної хліборобської партії // В. Липинський. Історико-політологічна спадщина і сучасна Україна. – К.; Філадельфія, 1994. – С.253-266.



- [11] Лозко Г.С. Етнологія України. Філософсько-теоретичний та етнорелігійнознавчий аспект. – К.: „Артек”, 2001. – 301 с.
- [12] Малий етнополітологічний словник / О.В. Антонюк, В.І. Волобуєв, М.Ф. Головатий та ін. – К.: МАУП, 2005. – 288 с.
- [13] Мала енциклопедія етнодержавознавства / НАН України Ун-т держави і права ім. В.М. Корецького; Редкол.: Ю.І. Римаренко (відп. ред.) та ін. – К.: Довіра; Генеза, 1996. – 942 с.
- [14] Мосейчук В. Де ключ до поступу? // Персонал Плюс. – №40 (243). – 13 – 23 жовтня, 2007.
- [15] Наулко В. Хто і відколи живе в Україні. – К.: Голов. спеціаліст. ред. літ. мовами нац. меншин України, 1998. – 80 с.
- [16] Полунєєв Ю. Українська школа політичних студій. – К.: 8 квітня 2006 р.
- [17] Постовий В.Г. Про концепцію національної ідеї та механізми її впровадження / В.Г. Постовий // Педагогіка і психологія. – 2005. – № 1. – С. 19-24.
- [18] Русова С. Дошкільне виховання/ Софія Русова. – Катеринослав: Українське видавництво, 1918. – С. 60.
- [19] Степико М.Т. Буття етносу: витоки, сучасність, перспективи (філософсько-методологічний аналіз). – К.: Товариство «Знання», КОО, 1998. – 251 с.
- [20] Тимошенко Ю. Нова національна ідея на День народження України. // Українська правда. – 2007. – 22 серпня.
- [21] Толочко П. Имеет ли Украина национальную идею? // Киевские ведомости. – 1998. – 18 октября.
- [22] Цапок С.О. Етнодемографічна картина сучасного світу (енциклопедичне дослідження). – Львів: ІРД НАН України, 2007. – 418 с.
- [23] Wolczuk K. History, Europe and the national idea: the «official» narrative of national identity in Ukraine // Nationalities Papers. – Vol.28. – № 4. – 2000. – P. 688.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Vashchenko, G. Educational ideal. – Poltava, 1994, – P. 102.
- [2] The newspaper "People's Truth". – 2007, 10 Dec.
- [3] The newspaper "Ukrainian Truth". – 2007. 27 Feb.
- [4] Globalization – ethnicization: ethno-cultural and ethno-lingual processes: in 2 books. [Ed. G.P. Neschimenko]; Sc. Council of RAS "History of World Culture "; Institute of Slavic Studies. – M.: Nauka, 2006. – Book 1 – 2006. – 486 p.
- [5] Drahomanov, M.A. Weird thoughts on Ukrainian national cause. Selected works. – K., 1991. – p. 483.
- [6] Yevtuh, V.B. Ethno-social processes in Ukraine: Opportunities scientific interpretations. – K.: WA "Stylos", 2004. – 243 p.
- [7] Yevtuh ,V.B., Troschynskyy, V.P., Halushko, K.Yu., Chernova K.O. Ethno-national structure of Ukrainian society. Handbook. – K.: "Scientific Thought", 2004. – 344 p.
- [8] Kolesnyk, O.P. Ukrainian national idea and the fate of Ukraine, Ukrainian Union "Freedom". Volyn Lutsk. – 18 December 2006.
- [9] Kremin, V. The philosophy of the national idea. Man. Education. Society. – K.: The letter, 2007. – 576 p.
- [10] Lypynskyy, V. Materials for Program [Ukrainian Agrarian Democratic Party]. Foreword. Essay Program Ukrainian Agrarian Democratic Party // B. Lipinski. History and political science heritage and modern Ukraine. – K.; Philadelphia, 1994. – P. 253-266.
- [11] Lozko, H.S. Ethnology of Ukraine. Philosophical and theoretical and ethno-religious studies perspective. – K.: "Artek", 2001. – 301 p.
- [12] Small ethno-political science dictionary / O.V. Antonyuk, V.I. Volobuyev, M.F. Holovaty et al. – K.: Yurist, 2005. – 288 p.
- [13] Small Encyclopedia of Ethnic State-Studies / NAS of Ukraine Univ of State and Law n.a. V.M. Koretsky; Ed.: Yu.I. Rymarenko et al. – K.: Trust; Genesis, 1996. – 942 p.
- [14] Moseychuk, V. Where is the key to progress? // Staff Plus. – №40 (243). – 13 October 23, 2007.
- [15] Naulko, V. Who and since living in Ukraine. – K.: Main specialized publishing for literature in minority languages of Ukraine, 1998. – 80 p.
- [16] Poluneev, Yu. Ukrainian School of Political Studies. – K.: 8 April 2006.
- [17] Postovyy, V.H. On the concept of national idea and its implementation mechanisms / V.H. Postovyy // Pedagogy and Psychology. – 2005. – № 1. – P. 19-24.
- [18] Rusova ,S. Preschool Education / Sofia Rusova. – Katerynoslav: Ukrainian Publishers, 1918. – P. 60.
- [19] Stepyko, M.T. Being ethnic group: Origins, Present and perspectives (philosophical and methodological analysis). – K.: Society "Knowledge" KOO, 1998. – 251 p.
- [20] Tymoshenko, Yu. The new national idea birthday Ukraine. // Ukrainian Pravda. – 2007, 22 August.
- [21] Tolochko, P. Has Ukraine the national idea? // Kiev statements. – 1998 18 October.
- [22] Tsapok, S.O. Ethnic and demographic picture of the modern world (encyclopedic study). – Lviv: IRD NAS of Ukraine, 2007. – 418 p.
- [23] Wolczuk, K. History, Europe and the national idea: the «official» narrative of national identity in Ukraine // Nationalities Papers. – Vol.28. – № 4. – 2000. – P. 688.

#### The idea of national education in deciding Ukrainian national identity

I.M. Yevdokymenko

**Abstract.** This article is devoted to the issue of maintenance of Ukrainians' national identity in the process of alteration of the independent Ukrainian state. An author underlines actuality of this problem in terms of integration of Ukraine in European and world space, tries to identify the ways of education for citizens, in particular youth, senses of national consciousness and patriotism. Traced the influence of ideas of national education in Ukrainian national identity over a period of time.

**Keywords:** globalization, national education, national idea, national identity, legal documents, civil society

## Влияние рекламы на читателей периодических изданий: аксиологический аспект

М. О. Кица\*

Национальный университет «Львовская политехника», Львов, Украина

\*Corresponding author: imkitsa@gmail.com

Paper received 16.05.15; Accepted for publication 02.06.15.

**Аннотация.** В статье проанализировано влияние прессы на читательскую аудиторию, сосредоточено внимание на рекламе в современных печатных изданиях и на ее особенностях. На основе результатов социологического исследования обосновано отношение читателей газет к рекламе, исследовано тенденции развития рекламы в будущем.

**Ключевые слова:** пресса, реклама, аксиология, ценность, влияние, тенденции

**Введение.** В эпоху бурного развития новейших технологий меняются не только объекты внешнего мира, но и представления о предметах, мировосприятие и ценности. Изучением последних занимается аксиология – «наука о ценностях, учение о природе духовных, нравственных, эстетических и других ценностей, их связях между собой, с социальными, культурными факторами и личностью человека» [1].

Большинство ценностей закладываются в нашем сознании еще с детства, существуют ценностные ориентации, которые формируются с развитием личности под влиянием внешних факторов. Одним из таких факторов являются средства массовой информации. Наиболее традиционным, консервативным медиумом, который влияет на формирование ценностных концептов у граждан определенного государства выступает пресса. Ее влияние на общество трудно переоценить. Ведь несмотря на первый взгляд, на «поверхностные» информационно-коммуникативные функции, пресса выполняет также просветительную, миромоделирующую, лично формулирующую роль. Она участвует в процессе социализации, становления человека как личности, и способствует социальному развитию индивидуумов. Тем не менее, коммерциализация и меркантилизация повлияли на прессу не лучшим образом – стремление к сверхприбыли, монополизация и заполитизированность украинской прессы отразилась на отношении к ней читателей. Важным элементом, который изменил современную прессу и отношение к ней читателей является реклама.

**Краткий обзор публикаций по теме.** Тему влияния прессы на читательскую аудиторию исследуют в основном ученые в области психологии, философии, социальных коммуникаций. Этой теме посвятили свои работы украинские, российские и зарубежные исследователи, в частности Е. Донченко, Я. Любимый, А. Демидов, И. Богомолова, Б. Багдикян, Н. Костенко Г. Почепцов, рассматривают функционирование СМИ через призму психологических и социальных функций. Проблеме социальной коммуникации посвятили свои труды ученые Санкт-Петербургского государственного университета, в частности С. Корконосенко рассматривает проблему коммуникативной свободы, В. Сидоров проводит ценностный анализ в журналистике. Культурологические и социологические аспекты коммуникации в журналистике исследует Л. Марьина. Рекламу в современных СМИ широко анализируют зарубежные исследователи, такие как Б. Стерн (Barbara Stern), М. Джоунс (M. Jones), Нил Постмен (Neil Postman) и др.

Они исследуют стереотипы, которые создает реклама, и рассматривают рекламу как средство манипулирования сознанием и пропаганды. Украинские же исследовательницы Л. М'ясянкина и Л. Павлюк сосредотачивают свое внимание на языковых погрешностях в рекламных обращениях, а А. Кузнецов и О. Маевский исследуют запрещенные законодательством виды рекламы, такие как скрытая и недобросовестная реклама.

**Цель** нашего исследования – проанализировать влияние рекламы на читателей периодических изданий и выяснит тенденции ценностей современной прессы.

Задача – ознакомиться с мнениями специалистов относительно влияния прессы на индивидуумов и узнать отношение читателей к рекламе в современных печатных изданиях Украины. **Объект** исследования – мнения ученых относительно влияния прессы на ценностные ориентации людей, современная украинская пресса и рядовые граждане. **Предмет** исследования – влияние современной прессы на реципиента.

**Материалы и методы.** Пресса, как и любой вид деятельности, не может существовать без экономической составляющей. Сегодня главным источником доходов периодического издания выступает реклама, которая часто не только заполняет газетные полосы, но и диктует определенную редакционную политику. Рекламодатели требуют не размещать в отдельных номерах газеты рекламу их конкурентов, просят не публиковать материалов, которые отрицают утверждения их рекламных сообщений, высказывают свои пожелания относительно политического вектора издания. Таким образом, давление рекламодателей на медиа приводит к патогенному влиянию рекламы на читательскую аудиторию. И это патогенное влияние заключается не только в навязывании аудитории ненужных, вредных товаров, но и в нагнетании потребительских желаний читателей. Засилье рекламы формирует в подсознании читателей новые культурно-потребительские ценности, базирующиеся на необходимости приобретать все «новое», что только появилось на телеэкранах или на страницах газет. Дж. Лалл по этому поводу акцентирует внимание на том, что рекламисты стремятся не только, чтобы люди полюбили предлагаемые им товары и торговые марки, но и верили в то, что потреблять – это хорошо. Успех рекламы во многом зависит от интерпретации рекламой правдоподобных ситуаций потребления, которые взаимодействуют с уже известными и приемлемыми ценностями [2]. В практическом смысле это означает коммерциализацию СМИ, за которой читатель отождествляется с потребителем, а зна-

чит конечной целью такого подхода является максимальное увеличение читательской аудитории. К сожалению, привлечь как можно больше читателей означает не повысить качество журналистских и рекламных текстов, а наоборот – увеличить притворство, бульварность, сенсационность и примитивизм.

О. Зернецкая видит в комерциализации СМИ черты монополизации, безответственности за последствия влияния на общество и максимального увеличения аудитории. В частности, она отмечает, что «угроза, которую несет комерциализация – подчинение содержания передач требованиям и влиянию рекламодателей» [3]. В этом случае образуется так называемый замкнутый круг: «Рекламодатель – СМИ – реклама – аудитория», в котором все элементы взаимодействуют и влияют друг на друга. Но это лишь один аспект опосредованного воздействия рекламы на читателя.

Не менее важным аспектом воздействия рекламы на реципиента является ее вездесущность и повторяемость. На этом акцентирует внимание доцент кафедры психодиагностики и клинической психологии Киевского национального университета имени Тараса Шевченко Светлана Васьюковская. Она отмечает, что «много рекламных сообщений целесообразно называть патогенным явлением, которое может спровоцировать расстройства, связанные с функционированием психики. Главными характеристиками рекламы как патогенного явления является ее повторяемость и навязывание автоматического мышления. Реклама вызывает персеверации человеческой личности, когда в результате вытекающих упоминаний человеку кажется, что он умственно работает, хотя на самом деле это не так. Таким образом деградирует человеческая психика, сознание,

и человек со временем становится неспособным к принятию осмысленных решений. Информация должна изменяться, заставлять нас думать, а реклама только использует нашу нервную энергию, воздействуя на основные инстинкты и сознание людей. И это может привести к катастрофическим последствиям в рамках всего человечества» [4].

Чтобы исследовать отношение к рекламе в прессе читателей периодических изданий, в октябре - ноябре 2012-го года мы провели социологическое исследование [5]. Выборка анкетирования составила 1500 человек, среди которых 1 тыс. – это студенты и преподаватели факультета журналистики ЛНУ им. Ивана Франко, а также студенты и преподаватели Львовского филиала Киевского национального университета культуры и искусств. Пятьсот респондентов опросили на улицах города путем стихийной выборки. В анкетах мы представили 12 вопросов открытого и закрытого типа, чтобы помочь респондентам четко сформулировать свои мысли в одних случаях, и обусловить свои соображения и пожелания в других. Хотим обратить внимание на главные характеристики рекламы в прессе, которые выделили читатели газет. Респондентам были предложены следующие варианты ответа: Реклама: А) Тратит время читателя; Б) Информировывает о новых товарах и услугах / политике; В) Вводит в заблуждение; Г) Пропагандирует аморальное поведение; Д) Создает стереотипы; Е) Унижает женщин; Е) Унижает мужчин; Ж) Популяризирует определенную продукцию / человека; С) Развлекает и заинтересовывает; И) Поражает своим мастерством; И) Раздражает; К) Поражает своим низким качеством; Л) Влияет на подсознание людей; М) Ваш вариант.

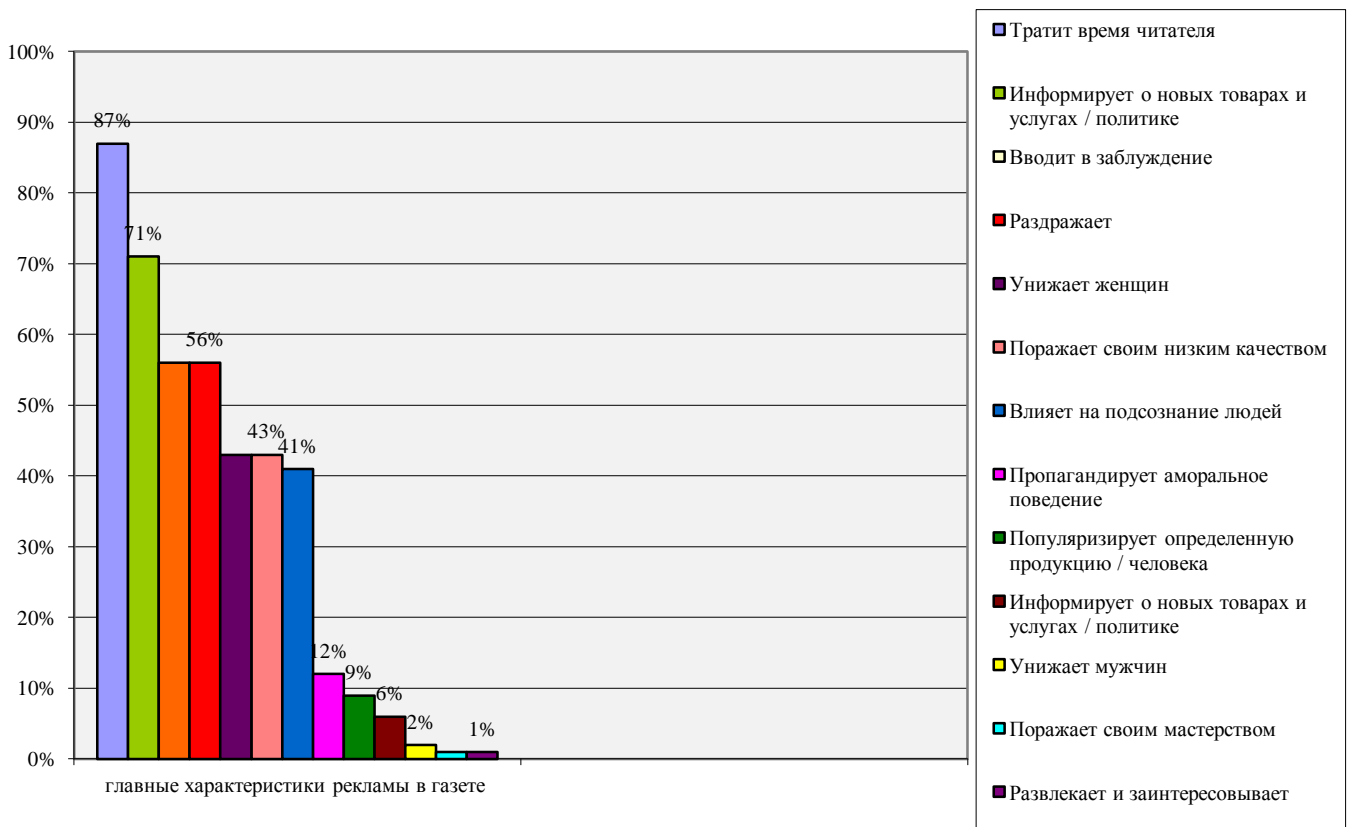


Рис. 1. Какие главные характеристики рекламы в газете Вы могли бы выделить?

**Результаты и их обсуждение.** Из предложенных 15-ти вариантов ответов опрошенные могли выбрать только три. Поэтому 87% респондентов ответили, что реклама тратит время читателя. Такого мнения придерживаются 46% женщин и 41% мужчин с высшим (71%), незаконченным высшим (11%), средним специальным (4%) и средним образованием (1%). О том, что реклама информирует о новых товарах и услугах/политике - отметили лишь 6% опрошенных, среди которых 4% женщины и 2% мужчины. 2% из этих респондентов имеют незаконченное высшее и среднее специальное образование, 1% – высшее и среднее. Большая часть из этих опрошенных – несовершеннолетние (3%).

Более 50% респондентов считают, что реклама вводит в заблуждение (56%). Так думает 34% женщин и 22% мужчин. Это преимущественно лица с высшим образованием (31%). 12% мужчин и женщин отметили, что реклама пропагандирует аморальное поведение. Среди них 8% имеют высшее образование, 2% – незаконченное высшее и по 1% среднее специальное и среднее образование. Убедительное большинство, а именно 71% респондентов, в основном женского пола, считают, что реклама создает стереотипы. Это преимущественно лица с высшим (46%) и незаконченным высшим (21%) образованием, которым от 18 до 45-ти лет. Прекрасная часть человечества также считает, что реклама их унижает. Такое мнение высказали 40% в основном молодых и несовершеннолетних женщин с высшим и незаконченным высшим образованием. Поддержали их 3% мужчин, которым от 36-ти до 60 лет. А о том, что реклама унижает мужчин заявляют лишь по 2% представителей обоих полов с высшим и незаконченным высшим образованием, в возрасте от 18-ти до 35-ти лет. То, что реклама популяризирует определенную продукцию или человека считают только 9% респондентов мужского и женского пола поровну. Большую часть опрошенных мужчин и женщин реклама раздражает (56%). Причем из них 47% имеют высшее образование, еще 6% – незаконченное высшее, 2% - среднее специальное и 1% - среднее. Низкое качество рекламы в СМИ поражает 43% читателей газет, почти половину мужского и женского пола. Большин-

ство из них обладают высшим образованием (24%), или получают его (15%). Еще по 2% респондентов имеют среднее специальное и среднее образование. Это в основном молодые люди в возрасте от 18 до 25-ти лет. 41% респондентов считают, что реклама влияет на подсознание людей. Такое мнение высказали 22% мужчин и 19% женщин трудоспособного возраста преимущественно с высшим образованием (32%). Зато развлекает и привлекает реклама менее 1% респондентов. Так влияет реклама на несовершеннолетних женщин со средним специальным и средним образованием. Такое же количество и категорию лиц реклама поражает своим мастерством.

**Выводы.** Ответы респондентов на этот вопрос дает нам общее представление о влиянии рекламы на читателей газет и об их отношении к рекламным сообщениям в целом. Как видно из приведенных выше данных, прослеживается тенденция негативного отношения людей к коммерческим сообщениям. Так большинство из опрошенных указали на такие характеристики рекламы, как «тратит время читателя», «раздражает», «создает стереотипы», «вводит в заблуждение», «унижает женщин», «поражает своим низким качеством» и др.. Причем читатели в основном отмечали по три отрицательные ответа, или наоборот, т.е. отношение читателей к рекламе является категорическим. Тенденция к невосприятию рекламы читателями газет является тревожным явлением, которое приводит к негативному отношению людей к новой информации в целом. Такая ситуация свидетельствует о патогенности рекламы в украинских печатных СМИ и требует детального анализа и классификации критериев рекламы в современной прессе. Реклама в прессе часто совершает патогенное влияние на читательскую аудиторию и в результате уменьшает доверие читателей к журналистским текстам. Такое явление умаляет роль прессы в создании ценностных ориентаций индивидуумов и уменьшает свою ценность как таковую. Поэтому перед современным медиасообществом возникает риторический вопрос: стоит ли экономический потенциал нивелирования первоочередными функциями печати и уменьшения ее социальной роли?

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Аксиология: Википедия-свободная энциклопедия // URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Аксиология>
- [2] Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід / Пер. з англ. Гриценко О., Гарастович В. – К.: К.І.С., 2002. – 264 с.
- [3] Зернецька О. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні взаємовідносини / Ред. О.Зернецька. – К.: Освіта, 1999. – 352 с.
- [4] Основы психологического консультирования: Учебное пособие. – К.: Четвертая волна, 2004. – 256 с.
- [5] Социологическое исследование проводилось с ноября по декабрь 2012 г. Совокупное количество респондентов – 1500 человек. Исследование проводилось в городе Львове методом анкетирования и интервьюирования с глазу на глаз. Автор исследования – М. Кица.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Axiology: Wikipedia, the free encyclopedia // URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Аксиология>
- [2] Lall, J. Mass media, communication culture: global approach / Transl. from English by Grytsenko O., Garastovych V. – K.: K.I.S., 2002. – 264 p.
- [3] Zernets`ka, O. Global development of mass communication and international relations / Ed. O. Zernetska. – K.: Osvita, 1999. – 352 p.
- [4] Fundamentals of psychological consulting: Tutorial. – K.: Fourth Wave, 2004. – 256 p.
- [5] The sociological study was conducted from the November till December 2012 g. Quantity of respondents - 1,500 people. Study was conducted in Lviv by accomodation and interview with face to face. The author of the study - M. Kitsa.

#### The influence of the advertising on the audience of the printed media: axiological aspect

M.O. Kitsa

**Abstract.** In this article it is analyzed current trends of influence of the press on the readership, also it is focused on advertising in today's print and on its characteristics. It is justified the attitude of newspaper readers to the advertisement on the basis of the results of the sociological survey, there are researched the tendencies of development of advertising in the future.

**Keywords:** press, advertising, axiology, value, influence, trends

## Сучасні реалії функціонування періодичної преси як соціокультурного феномену

О. М. Парубець\*

Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

\*Corresponding author: alena\_konovalova\_@ukr.net

Paper received 29.04.15; Accepted for publication 03.06.15.

**Анотація.** У статті аналізуються сучасні реалії функціонування періодичної преси як соціокультурного феномену. Визначено особливості поняття "культура", позначено рівні взаємодії культури і ЗМІ. Розглянуто мас-медіа як фактор формування світоглядної та ціннісної орієнтації людини. Зосереджено увагу на основних характеристиках соціокультурного впливу ЗМІ на суспільство. Розглядаються особливості трансформації сучасної преси у контексті процесів глобалізації та появи нових способів та засобів трансляції інформації. Спектр теоретичних підходів до вивчення сучасних медіа визначив соціальний, культурний, економічний, політичний, контекст, що зумовлює практику конструювання реальності за допомогою ЗМІ. Аналізуються механізми реалізації соціокультурної функції у масово-інформаційному процесі. Позначаються тенденції розвитку сучасних ЗМІ з урахуванням соціокультурних та технологічних реалій, які призводять до пошуку моделей адаптації друкованих видань до нового медіасередовища.

**Ключові слова:** культура, соціокультурна функція мас-медіа, преса, функції преси, трансформація журналістики, нові комунікаційні технології

**Вступ.** Періодична преса як унікальний феномен, що відображає специфіку сучасних соціально-культурних явищ, зазнає модернізаційних змін та знаходиться перед новими викликами. Завдання преси зумовлені трансформаціями, що відбуваються в економічній, політичній та культурній сфері. Проблематичність сучасних реалій функціонування друкованих видань підсилюється технологічним фактором, що призводить до втрати статусу преси як обов'язкового елементу соціокультурного життя. Таким чином, потребує переосмислення роль, місце та функції преси як соціокультурного феномену, постає необхідність визначення її перспективності й потенціалу. Актуальність теми визначається трансформацією соціокультурного простору сучасного суспільства, що впливає на характеристики соціокультурних явищ, до яких належить медіасистема і періодична преса як її складова. Важливими для розуміння соціокультурної динаміки преси є аналіз інформаційного суспільства та особливостей функціонування, природи і сутності масової комунікації у постіндустріальному суспільстві.

**Огляд публікацій з теми досліджень.** Проблеми, пов'язані із функціонуванням і впливом мас-медіа розглядали Ж. Бодріяр, П. Бурдьє, М. Кастельс, Н. Луман, М. Маклюен та ін. Для теми дослідження важливими виявилися праці теоретиків і практиків у сфері масових комунікацій (Г. Ласвел, У. Ліппман, П. Лазарсфельд та ін.), які вивчали соціокультурні практики конструювання реальності за допомогою ЗМІ. Сучасні реалії функціонування медіасистеми як соціокультурного феномену та проблеми комунікації вивчаються українськими та зарубіжними вченими, про що свідчать праці В.В. Різуна, О. Іванової, В. Куренного, Б. Мисонжнікова, В. Савчука, А. Сафарової, Н. Прохорової, С. Тер-Мінасової та інших. Однак аналіз публікацій з теми дослідження засвідчив недостатню увагу теоретиків до соціокультурного аспекту функціонування періодичної преси.

**Мета статті** – аналіз сучасної преси як соціокультурного явища.

**Матеріали дослідження.** Дослідження ґрунтується на матеріалах засобів масової інформації, зокрема на масиві друкованих видань, їх електронних версіях, журналістських текстах.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети були використані методи дослідження змісту і форми явищ. Дослідження базується на діалектичному, онтологічному, гносеологічному, логічному рівнях вивчення проблеми соціокультурного аспекту функціонування преси. Аналіз літературних джерел дозволив визначити основні положення теорії журналістики, які розглядають пресу як соціокультурне явище.

**Результати і їх обговорення.** Для визначення особливостей періодичної преси як соціокультурного феномену, варто зупинитися на понятті "культура", яке у найширшому значенні позначає "те, що твориться людиною, на відміну від того, що твориться природою" [11, с. 313], "усі аспекти людського буття" [10, с. 45]. Наведені формулювання відносять до культури будь-яку людську діяльність. Для нашого аналізу важливими аспектами феномену культури є її розуміння як "догляд, поліпшення, ушляхетнювання тілесно-душевно-духовних сил, схильностей і здібностей людини, а отже – і ступінь їх розвитку" [11, с. 313], що дозволяє аналізувати соціокультурний вплив періодичної преси на духовну сферу суспільства, в якому вона функціонує.

Розуміння культури як сукупності "матеріальних і духовних надбань на певному історичному рівні розвитку суспільства і людини, які втілені в результатах продуктивної діяльності" [11, с. 313], дає змогу визначити соціокультурну модель преси певного етапу її розвитку.

Аналіз преси як соціокультурного феномену неможливий без урахування такої характеристики культури, як "локалізоване у просторі та часі соціально-історичне утворення, що специфікується або за історичними типами, або за етнічними, континентальними чи регіональними характеристиками суспільства" [11, с. 313]. Даний аспект культури дозволяє дослі-

джувати соціокультурну динаміку національних медіамоделей.

Про кілька рівнів взаємодії культури і ЗМІ свідчить та обставина, що мас-медіа виступають як частина культури і одночасно є носієм культурних цінностей і нормативів. ЗМІ як канал культури є носіями культурно значимої інформації завдяки освітній функції та функції передачі культурних цінностей ("transmission of culture"), таким чином формуючи світогляд, систему моральних та духовних цінностей, смаки тощо. Комунікація як складова життєдіяльності є частиною культури, тому ЗМІ, безпосередньо пов'язані з процесом комунікації, є частиною культури.

Процеси інформатизації і глобалізації трансформують суспільство, змінюють ієрархію соціальних інститутів та наділяють ЗМІ надзвичайною впливовістю. Інститут ЗМІ сьогодні динамічно розвивається на всіх рівнях, що призводить до появи принципово нових засобів і форм впливу на формування соціокультурної реальності. Таким чином, мас-медіа у сучасному світі як один з елементів психосоціального суспільного простору претендують на роль потужного фактора формування світоглядної та ціннісної орієнтації людини. Трансляючи культурні коди, ЗМІ впливають на вибір суспільством певних культурних цінностей, таким чином, безпосередньо приймають участь у формуванні ціннісної картини світу.

Інформаційна епоха актуалізує роль ЗМІ як потужного фактору впливу на культуру. ЗМІ як соціокультурний феномен взаємодіє з духовними цінностями на тлі кризових явищ постіндустріального суспільства. На думку О. Іванової, мас-медіа демонструє те, як суспільство описує себе. Це відбувається через вкоріненість позиції мас-медіа в принципах сприйняття дійсності соціумом, "вони виявляють знаки культури для самої культури, важливі як фактори її самоусвідомлення" [1, с. 102].

Аналізуючи моделі масової комунікації, Л. Чилікіна стверджує, що еволюція системи ЗМІ призвела до формування багаторівневої моделі, яка складається із складної системи вертикальних і горизонтальних процесів комунікації, соціокультурної взаємодії усередині підсистеми продуцентів інформації, між суб'єктами-споживачами інформації, а також між виробниками інформації та аудиторіями [12, с. 10].

На інформаційному етапі розвитку суспільства, завдяки проривам у комп'ютерних технологіях, відбулося скорочення часу трансляції і обробки інформації. Інформаційно-технологічні досягнення трансформували традиційні ЗМІ, вплинули на їх соціокультурний аспект функціонування. Особливий інтерес викликають ті зміни, які відбулися у сегменті періодичної преси, адже вона як найдавніший вид ЗМІ впродовж тривалого часу зберігала свої традиції. Наразі спостерігається зміна ролі преси у соціумі, особливостей взаємодії з основними сферами суспільного життя та ступінь її регулятивного впливу на суспільство. Вагомий вплив на діяльність інституту преси здійснює економічна складова як фактор регулювання ринку друкованих видань. У сполученні із впливом політичної сфери отримуємо багатofакторну модель національної системи преси.

Розглядаючи періодичну пресу як сферу діяльності, яка включена в загальну професійну гуманітарну систему, у яку невід'ємно закладено відповідні уніфіковані теоретико-методологічні підходи і категорії, Б. Мисонжников звертає увагу на те, що преса звертається до людини через текстовий компонент. Відбувається реалізація зв'язку "людина-людина", характерного для соціономічної сфери професійних відносин, через знакову систему, що виконує функцію медіума. Таким чином, преса є невід'ємною складовою соціальної сфери та дієвим суб'єктом суспільного устрою [5, с. 56-58].

Аналіз функцій преси, як для суспільства, так і для індивідуума, дозволив А. Сафаровій відзначити тісну взаємодію преси з усіма сферами суспільного та культурного життя. Як зазначає дослідниця, взаємозв'язки ЗМІ і культури є "основою для вивчення преси як показника стану культури суспільства в цілому, а також як середовища міжкультурної комунікації, у якій ЗМІ приймають участь у процесі трансмісії, інтеграції, експансії та дифузії" [9, с. 8]. Інтенсивність дифузних процесів призвела до формування весвітнього інформаційного простору, наділеного перевагами і недоліками. Глобалізація і технологізація призвели до формування наступних тенденцій:

- "дефіцит від достатку": при безперервному інформаційному потоці втрачається довіра реципієнта та формується відчуття інформаційного вакууму;
- експлуатація розважальності у способах трансляції інформації;
- комерціалізація: інформація розглядається як привабливий товар, що призводить до стандартизації та уніфікації;
- візуалізація контенту змінює звичні комунікативні практики за рахунок зміщення на периферію спілкування традиційних вербальних і невербальних кодів;
- процес спрощення якісних видань, що супроводжується використанням прийомів масових газет і журналів (спрощення мови, публікація скандальних матеріалів).

Якісні зміни формативних ознак періодики супроводжуються зміною мовленнєвих практик. Комунікативістський підхід визначає сучасне друковане видання як текст, специфічне медіасередовище. Завдяки появі Інтернету інформаційні тексти мас-медіа набувають певних ознак, перетворюючи друковане слово на мультимедійне. Характеристиками сучасного друкованого тексту стають об'ємність, нелінійність, різноспрямованість тощо.

Такі поняття, як "імідж", "дизайн" видання розглядаються як складові медіатексту. Саме імідж, який трактується як "єдність сталих ознак на рівні дизайну та словесного наповнення" [9, с. 82], є важливою складовою сучасних видань, що свідчить про формування мультимедійної журналістики. Остання розглядається як медійний комплекс різноманітних способів репрезентації контенту, розвиток якого зумовлений технологічними інноваціями.

Інформаційне суспільство передбачає функціонування як старих, так і нових медіа, які не витісняють традиційні культурні форми, а поглинають їх, утворюють спільний інформаційний простір, що сполучає розмаїт-

тя традиційних і нових форм культурного вираження. М. Кастельс зауважує, що поява нових медіа поклатала край "поділу, навіть відмінності між аудіовізуальними засобами й друкованими засобами, загальнодоступною та високою культурою, розвагами та інформацією, освітою і пропагандою. Всі прояви культури, від гірших до найкращих, від елітних до популярних, з'єднуються в цьому цифровому всесвіті, що зв'язує в гігантському історичному супертексті минулі, теперішні й майбутні прояви комунікативної думки" [2, с. 351].

Завдяки технологічному прогресу і пов'язаною з ним цифровізацією комунікативних засобів, більшість населення Землі включене у "нову інформаційну реальність", яка, як зазначає Є. Сайко, "відкриває безпрецедентно широкий доступ до різноманітних даних і знань і наділена унікальними можливостями впливу на формування суспільної та індивідуальної свідомості" [8, с. 10]. Наведена обставина дозволяє вважати ЗМІ культууроутворюючою домінантою глобалізованого світу, що кардинально впливає на процеси соціокультурного розвитку.

Н. Луман у праці "Медіа комунікації" [4, с. 121] відзначає їх вплив на конструювання соціуму та еволюціонування суспільства, важливими є "спостереження спостерігачів", "спостереження другого порядку", що свідчить про здатність до конструювання реальності.

Для нової комунікаційної парадигми комунікація, діалогічність стають центральними категоріями. Втрата монополії на виробництво новин призвела до створення можливостей трансляції інформації будь-ким. Поява громадянської журналістики, конкуренція з боку соціальних мереж та інші фактори розвитку медіасфери актуалізували питання адаптації преси до трансформації умов споживання медіа.

Раніше увага аудиторії преси задовольнялася завдяки параметру оперативності подачі новини, сьогодні на перший план висувається сама новина і способи її інтерпретації. Зміст трансльованої інформації успішних періодичних видань "генерує значення", перетворює факт на матеріал їх генерації. Як зазначає Н. Прохорова, у майбутньому збережуться друковані видання, які "активно виконують культуороформуючу функцію, наповнюючи журналістські тексти вагомим

смысловим компонентом" [6, с. 195]. Найближчим часом перевага буде на боці видань, які на тлі професійних журналістських стандартів будуть виконувати для аудиторії функцію соціального навігатора. ЗМІ, таким чином, "організовує смысловий простір світу, що знаходиться за межами особистого досвіду, створюючи тим самим той предметно-подієвий каркас, який дає нам опорні точки в просторі комунікації за межами індивідуального життєвого досвіду" [3]. В. Куренной назвав сучасні медіа "філософією для мас", які, незалежно від форми подачі інформації, транслюють інтерпретацію.

Як відзначає В. Савчук, "після низки найважливіших для ХХ і початку ХХІ століття поворотів все відчутніше лунають голоси про визнання підсумковим і, одночасно, фундаментальним поворотом медіальний поворот" [7, с. 6]. Медіа, відзначає дослідник, - спосіб комунікації, знаряддя виробництва, витончений засіб симуляції, знаряддя політичної боротьби [7, с. 8]. Роль преси у процесі формування картини світу людини фіксують механізми впливу на громадську думку ("теорія шприца", теорія порядку денного, "ефект гейткіпера"). Притаманне усім сферам життєдіяльності людини явище медійності робить її суттєвою ознакою сучасної соціокультурної реальності, створює ефект невід'ємності окремих видів ЗМІ, позбавляє сенсу окремий аналіз телебачення, друкованої преси, радіо тощо.

**Висновки.** Стрімкий розвиток інформаційного простору, принципів та моделей соціальної комунікації утворив нові засоби та способи трансляції інформації, відповідно, змінився характер соціокультурних відносин. Впливаючи на духовні цінності, пропонуючи нормативи поведінки, формуючи соціальну реальність, ЗМІ є потужним чинником соціокультурного впливу. ЗМІ постає як динамічна структура, що відтворює соціокультурні процеси суспільства, реконструює події та впливає на культуру. Будучи частиною масової комунікації, преса є розповсюджувачем культурних цінностей, смаків, життєвих пріоритетів, моделей комунікаційного поведінки, зразків мовної поведінки тощо. Розвиток функції культуротворення завдяки посиленню складової "творення значень" сприяє конкурентоспроможності преси на медіаринку.

#### ЛІТЕРАТУРА

- [1] Іванова О. Сьогодні у світі: глобальність, мережність, постмодерність, медіатизованість / О. Іванова // Діалог : Медіа-студії : зб. наук. пр. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2007. – Вип. 6. – С. 101–111.
- [2] Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
- [3] Куренной В. Медиа – средства в поисках целей / В. Куренной // Отечественные записки. – 2003, №4. – URL: [http://magazines.russ.ru/oz/2003/4/2003\\_4\\_2.html](http://magazines.russ.ru/oz/2003/4/2003_4_2.html)
- [4] Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман. – М.: Логос, 2002. – 280 с.
- [5] Мисонжников Б. Annus horribilis региональной публицистики / Б. Мисонжников // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения : матер. 53-й междунар. научно-практ. конф. (23–25.05.2014) / отв. ред. С. Корконосенко. – СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т, Ин-т Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2014. – 248 с.
- [6] Прохорова Н. Ценностно-смысловой компонент газетного текста как фактор конкурентоспособности печатного СМИ / Н. Прохорова // СМИ в условиях информационной глобализации : материалы Междунар. науч., практ. конф. (Екатеринбург, 25–26/04/2012 г.) / сост. Д. Стровский, О. Ильина ; Урал. фед. ун-т. – Екатеринбург, 2013. С. 194–197.
- [7] Савчук В. О предмете медиафилософии // Международный журнал исследований культуры. – 2011, № 3 (4). С. 6–10.
- [8] Сайко Е. Культурфилософский анализ СМИ: механизмы конструирования медиареальности : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Е. Л. Сайко ; [Нац. исслед. Том. гос. ун-т]. – Томск, 2012. – 23 с.
- [9] Сафарова А. Социокультурная динамика качественной газетной прессы Великобритании и США в конце ХХ – начале ХХІ века / А. Сафарова. – М., 2004. – 180 с.
- [10] Тер-Минасова С. Язык и межкультурная коммуникация / С. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2000. – 624 с.
- [11] Філософський енциклопедичний словник / НАН України, Ін-т філософії ім. Г. Сковороди; редкол.: В. Шинкарук. – К.: Абрис, 2002. – 742 с.
- [12] Чиликина, Л. Социокультурное взаимодействие в СМИ социологический анализ: автореф. дис. ... канд. социал. наук / Л. Чиликина. – Ростов-н/Д, 2003. – 23 с.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Ivanova, O. In the world today: global, Network, postmodernism, Mediatization / O. Ivanova // Dialogue: Media studies: Coll. Science. Ave.: – Odessa: ORIDU NADU, 2007. – Vol. 6. – P. 101-111.
- [2] Castells, M.T. The Information Age: Economy, Society and Culture / M. Castells. – M.: GU VShE, 2000. – 608 p.
- [3] Kurennoj, V. Media – in the search for the purposes / V. Kurennoj // Notes of the Fatherland. – 2003, №4. – URL: [http://magazines.russ.ru/oz/2003/4/2003\\_4\\_2.html](http://magazines.russ.ru/oz/2003/4/2003_4_2.html)
- [4] Luman, N. Media communications / N. Luman. – M.: Logos, 2002. – 280 p.
- [5] Misonzhnikov, B. Annus horribilis of regional journalism / B. Misonzhnikov // The media in the modern world. Petersburg read: mater. 53rd Intern. Scient. Conf. (23-25.05.2014) / hole. Ed. S. Korkonosenko. – SPb. :, St. Petersburg. state. Univ Institute of the Higher School of journalist and mass communication, 2014. – 248 p.
- [6] Prohorova, N.V. Value-semantic component of newspaper text as a factor in the competitiveness of press / N. Prohorova // Media in the information globalization: Materials Intern. Sci., Pract. Conf. (Ekaterinburg, 25-26 / 04/2012) / Comp. D. Strovsky, O. Ilyin; Urals. Fed. University, t. – Ekaterinburg, 2013. P 194-197.
- [7] Savchuk, V. On the subject mediafilosofii // International Journal of Cultural Studies. – 2011, № 3 (4). P. 6-10.
- [8] Sajko, E. Cultural and philosophical analysis of the media: the mechanisms by media reality : avtoref. dis. ... cand. philos. sc.: 24.00.01 / E.L. Sajko ; [National Research Tomsk State University]. – Tomsk, 2012. – 23 p.
- [9] Safarova, A. The socio-cultural dynamics of the quality newspaper press of Great Britain and the United States at the end of XX – beginning of XXI century / A. Safarova. – M., 2004. – 180 p.
- [10] Ter-Minasova, S. Language and Intercultural Communication / S. Ter-Minasova. – M.: Slovo, 2000. – 624 p.
- [11] Philosophical Encyclopedic Dictionary / NAS of Ukraine, Institute of Philosophy n.a. H.Skovoroda; redkol.: V. I. Shinkaruk. – K.: Abris, 2002. – 742 p.
- [12] Chilikina, L. Socio-cultural interaction in the media sociological analysis: avtoref. dis. ... cand. social. sc. / L. Chilikina. – Rostov-n/D, 2003. – 23 p.

**Modern features of functioning of the press as a sociocultural phenomenon**

**O.M. Parubets**

**Abstract.** This article analyzes the current realities functioning of Press as a sociocultural phenomenon. The author reviews features of the concept of "culture", indicated by the level of interaction between culture and the media. The media considered as a factor in the formation of values and ideological orientation. The emphasis is on the basic characteristics of the socio-cultural impact of the media on society. This article analyzes the features of the transformation of modern media in the context of globalization and the emergence of new ways and means of broadcasting information. In the article presented the range of theoretical approaches to the study of modern media identified the social, cultural, economic and political context, which leads to the practice of construction of reality through the media. Author analyzes the mechanisms of implementation of socio-cultural features in mass-information process.

**Keywords:** culture, socio-cultural function of the media, press, functions of press, transformation journalism, new communication technologies



## Рецепція проєвропейської публіцистики роду Драгоманових-Косачів у сучасному інформаційному полі України

С.В. Семенко\*

Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка, м. Полтава, Україна

\*Corresponding author: svitlanasem@ukr.net

Paper received 27.02.15; Accepted for publication 31.03.15.

**Анотація.** У статті висвітлюється одна із важливих проблем журналістикознавства: засвоєння і творча інтерпретація традицій кращих зразків публіцистики минулого (на матеріалі спадщини Драгоманових-Косачів) у сучасному інформаційному полі України. У розвідці акцентується увага на актуальності окремих положень публіцистичних виступів роду Драгоманових-Косачів у світлі сучасних євроінтеграційних процесів в Українській державі; окреслено своєрідність стильових модусів у публіцистиці відомої журналістської династії.

**Ключові слова:** європеїзм, національна традиція, публіцистична династія Драгоманових-Косачів

**Вступ.** Для публіцистики України визначальним є той факт, що її традиції та новаторські пошуки нерозривно пов'язані з формуванням й утвердженням української національної ідеї. А це було досить важким і часто-густо небезпечним завданням в умовах бездержавної історії. І. Паримський, говорячи про драматичну історію формування української нації та вітчизняної журналістики, констатує: «Стосовно українства, то вся попередня історія сприяла його роз'єднанню, розпорощенню й навіть забороні. Попередні ідеологічно-державні чинники заважали формуванню національної свідомості, душили її паростки, всіляко гальмуючи перетворення українців на справді зцементовану новітню націю» [6, с. 9]. Однією з дражливих проблем для правителів Російської метрополії були ідеї проєвропейського прямування політичної та духовної культури українців, декларовані очільниками національного руху. Велика заслуга у формуванні концепції проєвропейського прямування суспільного й духовного життя українства, утвердженні передової європейської думки на українському ґрунті належить представникам шляхетного роду Драгоманових-Косачів. Для публіцистичних виступів цієї славетної династії характерним було те, що їхнє палке слово чи то друковане в українських і зарубіжних періодичних виданнях чи то виголошене публічно не залишало байдужими ні однодумців, ні опонентів, навіть більше – ставало джерелом, з якого розросталася дискусія, зокрема і з питань європеїзації української нації.

На сьогодні ще не створено ґрунтовної синтетичної праці, присвяченої проєвропейській публіцистиці роду Драгоманових-Косачів, як і не осмислено сучасною наукою засадничі принципи використання їх європейської моделі розвитку української політики й культури, тому актуальність пропонованої наукової студії очевидна.

У сучасному науковому дискурсі в розвідках В. Агеєвої, А. Круглашова, О. Куцої, С. Павличко, С. Романова, Р. Радишевського, Ю. Шевельова означено тільки окремі моменти публіцистичної творчості журналістської династії у напрямку європеїзації українського суспільства. Усі дослідники справедливо наголошували: проєвропейські ідеї Драгоманових-Косачів випереджали свій час, що вкотре підтверджує необхідність нового прочитання їх публіцистичних виступів означеного тематичного сегменту.

**Метою** наукової студії є аналіз проєвропейської концепції роду Драгоманових-Косачів, сформульованої в їх публіцистичній спадщині, крізь призму сучасних євроінтеграційних процесів на Україні.

**Матеріалами** статті стали публіцистичні виступи роду Драгоманових-Косачів, присвячені європеїзації суспільно-політичного й культурного життя України.

Для реалізації поставлених завдань автором статті було використано такі **методи**: системного аналізу, що дав можливість передати процес формування європейських ідеалів у публіцистиці Драгоманових-Косачів; проблемно-тематичний, порівняльний, жанрово-стилістичний, аналітичний.

**Результати дослідження.** Відомий український дослідник Й. Лось справедливо констатує, що «ретельне освоєння спадку усього масиву публіцистики <...> допоможе уникнути мислительних пасток радикалізму, догматичної самовпевненості «демократів», вийти на рівень рефлексивної демократії, яка спроможна відповідати за свої помилки і корегувати свої стратегії розвитку усіх трьох сфер життєдіяльності – світоглядно-орієнтаційної, організаційної та технологічної» [5, с. 24]. Це пояснюється передовсім тим, що незворотність історичного процесу не виключає факту повторюваності, не дивлячись на зміну політичних ідеологій та шкали культурних цінностей. Істинне значення успадкованого досвіду окреслюється ступенем його відповідності тому, що на даний момент є актуальним для публіцистики в нових суспільно-політичних та культурних умовах.

Драгомановим-Косачам як національним деміургам журналістики було притаманне глибоке розуміння свого національного й громадянського обов'язку, тому вони за допомогою сили публіцистичного слова сміливо висвітлювали найбільш болочі проблеми свого часу, використовуючи для переконливості власної позиції факти з історії, політології, соціології, філософії, літератури. Не стала винятком й проєвропейська тематика їх виступів.

Збагачення вітчизняної журналістики європейськими, та власне й загальносвітовими, публіцистичними традиціями активно починається із політичною еміграцією М. Драгоманова за кордон, і поступово в наступні десятиліття їх вага в національній журналістиці збільшується порівняно із російськими взаємовпливами. І якщо на початку своєї діяльності М. Драгоманов перебував під впливом проросійських культурних канонів і

традицій, то в наступні періоди його журналістської праці виразно викристалізуються європейські світоглядні орієнтири. У публіцистичному набутку його нащадків – Лесі Українки, Юрія Косача – російський культурний досвід у сфері публіцистики стає маргінальним порівняно з орієнтацією на кращі здобутки західноєвропейської публіцистичної школи. Ідеологічні й культурологічні окцидентальні традиції стали благодотворними для повноцінного українського духовного піднесення, сприяли виходу національної публіцистики на новий щабель розвитку, уможливили її авторитет у світовому інформаційно-культурному просторі.

У публіцистичній спадщині М. Драгоманова переконливо й послідовно обстоювалася ідея вільного розвитку української нації в сім'ї європейських народів, на основі загальнолюдських цінностей й ідеалів. Так, у статті «Что такое украинофильство?» він наголошує: «...наилучшее условие для подбора национально-человеческих черт, конечно, свобода национального развития при свободном же общении наций между собой» [2, с. 450]. Потверджуючи тезу: українство до вісімнадцятого століття розвивалося в єдиному річизі з Європою, Драгоманов у багатьох своїх публіцистичних виступах («Передне слово до «Громади», «Чудацькі думки про українську національну справу», «Листи на Наддніпрянську Україну», «Нові українські пісні про громадські справи» тощо), з одного боку, активно презентує духовні завоювання українства перед широким колом європейської спільноти, а, з іншого – закликає своїх сучасників-українців орієнтуватися на досягнення західноєвропейської культури: «Тільки міцний царський кордон, а потім відчуження від українського народу вищих класів, власне кажучи із XVIII ст., покляло межу між українцями і європейським світом. А все-таки до цього часу багато вільних і світлих європейських думок і прагнень знаходимо серед українського селянства. Настав час, коли треба з усієї сили переносити на Україну нову європейську науку – а разом і з тим показати ідеї і стремління українського селянства європейському світові, котрий, напевне, знову в українському народові свого брата» [1, с. 460]. І сьогодні, коли українська політична еліта XXI століття повинна реформами довести світові право стати повноправним членом ЄС, актуальним залишається політичний заповіт Михайла Драгоманова: «Лишень тоді, коли ми покажемо свою силу хоч на частині своєї землі, зверне на нас увагу і Європа».

Гідними послідовниками проєвропейських публіцистичних традицій Михайла Драгоманова стали Леся Українка та Юрій Косач. І хоча публіцистична спадщина Лесі Українки не така розлога, як у інших представників роду, проте вона позначена новизною тематики та стилістики у розкритті важливої для українства теми європейського прямування українського політики й культури. Леся Українка продовжує традиції свого дядька й активно вивчає досвід європейських політичних партій, зокрема соціал-демократичного руху. Свідченням цього є написаний Лесею Українкою «Додаток від впорядника до українського перекладу книжечки «Хто з чого жие», в якому викладено засадничі принципи соціал-демократії відомого польського політика Шимона Дікштайна. Покликаючись на досвід європейського політика який, по суті, відображає суспільно-

політичну програму самої Лесі Українки, публіцистка репрезентує стратегію політичного вибору України в нових історичних умовах та пропагує соціал-демократичні ідеали. На початку «Додатку» проголошено тезу про необхідність політичної просвіти вітчизняною політичною елітою, систематизації й осмисленні світового досвіду політичної роботи, що в подальшому б сприяло виробленню власної української політичної стратегії на національному ґрунті. Передбачаючи ймовірні закиди опонентів, про те, що в жодній країні світу ще не вдалося повністю визволитися від політичної неволі, вона наводить зразок політичної боротьби за свої права і свободи робітників в Німеччині, акцентуючи на провідній ролі у цій боротьбі німецької свідомої соціал-демократичної інтелігенції: «Завжди знаходились тямущі та освічені люди, прихильні до робітницької справи, що роз'ясняли робітникам і книжками, і живим словом, як треба боронитись від ворогів та яким способом краще поєднатись межи собою» [7, с. 128]. У своєму публіцистичному виступі Леся Українка, як і старші члени роду, не тільки виявляє суть проблеми, а й наголошує на необхідності вивчення іноземних мов українськими робітниками: «Нехай кожна громадка чи гурт вибирає виборних до товариства крайового, а серед тих виборних, певне, знайдуться люди, що знають інші мови, окрім своєї, та тямлять чужі звичаї, то ті люди виїздитимуть на збори, де поєднуються з такими самими виборними від чужоземних робітницьких товариств, і таким способом повстане всесвітня робітницька партія...» [7, с. 128]. Публіцистка запевняє своїх читачів у реалістичності таких практичних шляхів, покликаючись на європейський досвід політичної боротьби робітників за свої права та на перші організаційні заходи українського робітництва: «Уже й українці починають ворухитись – воно ж таки й час! – і хутко й в російській державі ставатимуть до гурту так, як уже стають галицькі русини (а то все один народ, що українці), що вже пристають до спілки з іншими товариствами, як рівний з рівним, вільний з вільним, не перевертаючись на чужонародний стрій, та й не ворогуючи з робітниками інших народів» [7, с. 130].

У багатьох літературознавчо-публіцистичних виступах Лесі Українки («Джон Мільтон», «Два напрямлення в новейшій італьянській літературі», «Утопія в белетристиці», «Заметки о новейшій польській літературі» тощо) виразно проступають ідеї творчого засвоєння кращих європейських культурних традицій. Так, у незавершеній статті «Про театр» Лесі Українки чітко сформульовано вимоги до національної еліти щодо нового українського театру: «Ми прагнемо бачити на театральному кону твори преславних письменників тих народів, що випередили нас своєю культурою; ми прагнемо бачити нові п'єси українських авторів, такі п'єси, щоб у них малювалося [...] життя всіх частей, усіх станів, усіх шарів нашого народу; ми хочемо, щоб театр і у нас, як у інших народів, розширював наш розумовий виднокруг, освітлював ті питання, що турбують душу інтелігента наших часів» [8, с. 268].

Чимало ідейно спорідненого з виступами у пресі Лесі Українки спостерігаємо у творчій практиці Юрія Косача, котрий центральною темою своєї публіцистики обрав європеїзацію духовного життя українства. Так, у

статті «Дорогі цвинтарі» він виявляє значення для української літератури істинної, а не показної окцидентальної орієнтації, наголошуючи, що насущне для національної культури питання Схід-Захід, у різні періоди української історії мало своєрідні особливості. Доводячи тяглість одвічного зв'язку України з традицією Заходу, він як аргумент наводить наявність в українському письменстві «покоління органічно окциденталістичної української духовності», репрезентованого творчістю Ю. Яновського, В. Підмогильного, Ю. Липи, В. Домонтовича. Юрій Косач робить основний акцент на тому, що вони ввібрали досвід європейської культури без посередництва, зокрема російської культури, а джерела їх творчості варто шукати у традиціях Гюго, Мопассана, Рабле, Моєма, Кіплінга: «Це не наслідування, не учнівство, а паралельність, пояснювана одною й тією ж духовістю, перебуванням біля тождесних джерел, це повне усвідомлення себе, як рівноправного й рівночасного співтворця однієї культури. Сила згаданих майстрів, навіть не в їх умінні вибирати центральні теми, їх сила – стиль» [3, с. 4]. Публіцист підкреслює, що в період національно-визвольних змагань 1917-1920 років – роки розквіту державницьких ідей, найбільш активно пропагуються серед зденаціоналізованого українства приспані ідеї спільності європейського та українського духовного розвитку – «споковичні традиції «перехресних стежок». Першорядну роль у відстоюванні окцидентальних орієнтирів у національній культурі у 20-30-ті роки, на думку публіциста, відіграв М. Хвильовий, поет-концепція лідера ВАПЛІТЕ в «перспективі виявилася правильнішою <...>, цей Окцидент протривав і устоявся всім політичним хуртовинам, що час від часу вимітали й вимітають зі спадщини Окциденту немалих бунтівників» [3, с. 5].

Проблема проєвропейської орієнтації української культури звучить і в статті Юрія Косача «Чому з Заходом?», де дібрано переконливі аргументи, котрі доводять факт невпинного поступу української культури до світових духовних горизонтів. Наводячи яскраві приклади європейського визнання діяльності таких українців як-то: М. Бердяєв, Д. Чижевський, Д. Дорошенко, П. Курінний, В. Щербаківський, І. Мірчук, він артикулює: українська еміграційна творча еліта розпочала, незважаючи на несприятливі політичні реалії, «підбій світу для української культури», а також допомогла світові відкрити Україну. Юрій Косач, висувуючи гасло: «Наше «цетерум цензео» – тільки Європа» переконує українську спільноту в тому, що європейська духовність, європейська культура кілька сторіч не тільки

витримала натиск інших континентальних культур, і не піддалася глобальній асиміляції, а й має силу сприяти розвитку інонаціональних культур, є джерелом творення й українських національних міфів, тому логічно, що саме Захід є захистом для існування української культури. Публіцист слушно зауважує, що кращі здобутки українства в царині духовної культури маловідомі широким колам європейської спільноти. Водночас він доводить тезу: вершинні досягнення національної культури прямо пов'язані західноєвропейській орієнтації українських митців: «Дехто закликає орієнтуватись «на себе самих», дехто твердить, що маємо письменників, справді великих, що їх Європа не знає. Ніхто цього не заперечує: і Леся Українка, й Коцюбинський, і Стефанік безперечно великі письменники і дуже шкода, що Європа, яка іноді рекламує марноти, цих наших письменників ще не знає. Але чим були великими вони, через що зміцнів їх талант? Саме через свою причетність до західної культури. Адже Леся Українка «з одержимістю поринала в світові теми, куди перед тим ніхто з земляків, крім двох-трьох відважніших не сягав». Або Стефанік, що виріс якраз на ґрунті тісного знайомства з західною літературою» [4, с. 5].

Публіцист переконує, що регіональна доба нашої культури закінчилася від того часу, коли український народ став нацією, і саме окцидентальна концепція вільної нації визначила українські політичні пріоритети: «В окцидентальному дусі кристалізується взаємовідношення вразливості й сприйняття творця й споживача тієї системи вартостей, що зветься культурою. Всяке інше поняття культури нам чуже. В орбіті Окциденту ми творимо свою власну систему вартостей, з повною їх автономією, але в генеральних лініях – універсальну...» [4, с. 5].

Отже, проєвропейські публіцистичні виступи роду Драгоманових-Косачів не тільки не втратили своєї актуальності, а навпаки в умовах сучасних кипучих євроінтеграційних процесів на Україні можуть слугувати своєрідним світоглядним підґрунтям новітній політичній еліті, забезпечуючи її від помилкових державних рішень. Кращі надбання публіцистики журналістської династії зберігають і до сьогодні не втратили свого світоглядного значення для сучасних реалій, служать взірцями журналістської майстерності та професіоналізму. Вважаємо, що сучасним українським друкованим ЗМК вартує вміщувати на своїх сторінках кращі зразки проєвропейської політичної публіцистики Драгоманових-Косачів, щоб потвердити істину: «Україна – це Європа».

#### ЛІТЕРАТУРА

- [1] Драгоманов М. Нові українські пісні про громадські справи (1764–1880) // М. Драгоманов Вибране: ... мій задум зложити очерк історії цивілізації на Україні / Упоряд. та авт. іст.-біогр. нарисів Р.С. Міщук. – К.: Либідь, 1991. – С. 456-460.
- [2] Драгоманов М. Что такое украинофильство? // М. Драгоманов Вибране: ... мій задум зложити очерк історії цивілізації на Україні / Упоряд. та авт. іст.-біогр. нарисів Р.С. Міщук. – К.: Либідь, 1991. – С. 430-455.
- [3] Косач Ю. Дорогі цвинтарі // Українська трибуна. – 4 серпня. – 1947. – С.4-5.
- [4] Косач Ю. Чому із Заходом? // Час. – 1947. – Ч.19. – С. 5.
- [5] Лось Й.Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу: Навчальний посібник для вищих навчальних закладів III– IV рівнів акредитації У 2 ч. – Ч.1. – Львів: ПАІС, 2008. – 376 с.
- [6] Паримський І.С. Національна преса: сучасні проблеми теорії / І.С. Паримський. – К., 2007. – 288с.
- [7] Українка Л. Додаток від впорядника до українського перекладу книжечки «Хто з чого жие» // Леся Українка. Зібрання творів: у 12 т. – Т. 8. – К.: Наук. думка, 1977. – С. 128-132 с.
- [8] Українка Л. Про театр // Леся Українка. Зібрання творів: у 12 т. – Т. 8. – К.: Наук. думка, 1977. – С. 268-270.

#### REFERENCES

- [1] Drahomanov, M. New Ukrainian songs about public affairs (1764–1880) // M. Drahomanov. Selected: ... my plan to make essay on the history of civilization in Ukraine / Compil. and author of hist.-biogr. essay R.S. Mishchuk. – K.: Lybid, 1991. – P. 456-460.
- [2] Drahomanov, M. What is Ukrainophilia? // M. Drahomanov. Selected: ... my plan to make essay on the history of civilization in Ukraine / Compil. and author of hist.-biogr. essay R.S. Mishchuk. – K.: Lybid, 1991. – P. 430-455.
- [3] Kosach, Yu. Dear Cemeteries // Ukrayinska trybuna. – 4<sup>th</sup> of August. – 1947. – P. 4-5.
- [4] Kosach, Yu. Why the West? // Chas. – 1947. – No.19. – P. 5.
- [5] Los, Y.D. Journalism and trends of the world's development: textbook for universities of III-IV accreditation levels. In 2 parts. – P.1. – Lviv: PAIS, 2008. – 376 p.
- [6] Parymskyi I.S. National press: modern problems of theory / I.S. Parymskyi. – K., 2007. – 288 p.
- [7] Ukrainka L. Appendix of the compiler to Ukrainian translation of book "Who lives on what" // Lesia Ukrainka. Collected works: in 12 vols. – Vol. 8 – K.: Nauk. dumka, 1977. – P. 128-132.
- [8] Ukrainka L. On the theater // Lesia Ukrainka. Collected works: in 12 vols. – Vol. 8. – K.: Nauk. dumka, 1977. – P. 268-270.

#### Reception of pro-European journalism of the Drahomanovs'-Kosachs' dynasty in modern informational space of Ukraine

S.V. Semenko

**Abstract.** The article highlights one of the important issues journalism studies: adoption and creative interpretation of the best examples of journalistic traditions of the past (based on the material of heritage of the Drahomanovs-Kosachs) in modern informational area of Ukraine. Research focuses on the topicality of certain principles of journalistic works of the Drahomanovs-Kosachs in light of modern processes of European integration in Ukrainian state; outlines the originality of style moduses in publicism of the famous journalistic dynasty.

**Keywords:** *Europeanism, national tradition, journalistic dynasty of the Drahomanovs-Kosachs*

## Актуальні аспекти інноваційних підходів до функціонування електронного документу на комерційних підприємствах України

О.В. Шевченко\*

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

\*Corresponding author: galia.drozdova2011@yandex.ua

Paper received 31.05.15; Accepted for publication 03.06.15.

**Анотація.** У статті досліджено основні аспекти функціонування в комерційній діяльності електронних документів, проаналізовано переваги електронного і паперового документів. Увага акцентується на проблемах технічного забезпечення комерційних підприємств, визначені перспективні напрями їх вирішення.

**Ключові слова:** електронний документ, паперовий документ, комерційна діяльність, інформаційні технології

**Актуальність теми.** Нині основою розвитку вітчизняної комерції є інноваційні підходи, які базуються на застосуванні інформаційних технологій.

Необхідно звернути увагу на недостатнє використання інформаційних можливостей в комерційній діяльності України при низькій забезпеченості матеріальної бази процесів інформатизації в цілому, що стримує підвищення економічної ефективності підприємств і їх конкурентоспроможності.

Проблеми запровадження в Україні електронного документа та електронного документообігу набувають значної політичної та економічної ваги у зв'язку з розширенням використання інформаційно-комунікаційних технологій у системах електронних платежів, електронної торгівлі та ін.

Уже сьогодні можна стверджувати: лише глобальне застосування технологій електронного безпаперового документообігу в змозі забезпечити швидкий цілісний обмін документами, що ведеться за єдиними уніфікованими правилами й регламентами.

Нині на багатьох комерційних підприємствах документи створюються в електронному вигляді з використанням новітніх інформаційних технологій, автоматизуються процеси обробки даних, оскільки в основі всієї управлінської діяльності лежить робота з документацією, що є важливою частиною процесів управління, істотно впливає на оперативність і якість прийняття рішень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичною документознавчою базою для дослідження стали роботи вітчизняних дослідників у даній сфері, таких як С.Г. Кулешов, М.С. Слободяник, Г.М. Швецова-Водка, Н.М. Кушнаренко, В.В. Бездрабко та ін. [2; 7; 8; 10; 12; 17].

Питанням проблем організації електронного документообігу, юридичної обґрунтованості електронних документів, їх захисту займалися такі вчені як М.В. Ларін, Ф.Ф. Бугинець, В.П. Завгородній, С.В. Івахненков та ін. Проте низка важливих проблем, пов'язаних із вивченням функціонування електронного документа в практичному аспекті, а саме комерційній діяльності потребують подальшого дослідження.

**Мета статті** - визначити основні переваги електронного документу в порівнянні з паперовим на комерційних підприємствах, дати аналіз організації функціонування електронного документа в галузі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для розуміння проблеми дослідження, слід з'ясувати, як трактується термін "електронний документ". Так, на законодавчому рівні існують терміни: «електронний документ» (Закон України «Про електронні документи й електронний документообіг» ст. 1); «запис» (Проект Закону України «Про електронну торгівлю (комерцію)» ст. 3); «дані» (Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» ст. 1); «документ» і «інформація» (Закон України «Про інформацію» ст. 1), які наводять визначення документа в електронній формі, який виконує інформаційну функцію і містить необхідні реквізити.

Заслуговує на увагу наукова позиція А.С. Крутової стосовно чотирьох напрямів змістового наповнення електронного документа: інформація, зафіксована на матеріальному носії у вигляді набору символів, звукозапису або зображення з використанням засобів автоматизації та електрозв'язку; форма представлення інформації з метою її підготовки, відправлення, отримання, зберігання за допомогою електронних технічних засобів, зафіксована на електронному матеріальному носії; документ, в якому інформація представлена в електронно-цифровій формі; електронне повідомлення, підписане електронним цифровим підписом або іншим аналогом [6; 9].

Проте недовіра державних органів до «безпаперових» носіїв інформації унеможливило перспективи широкого використання на підприємствах електронних документів, оскільки згідно законодавства України, підприємства зобов'язані за вимогою виготовляти копії електронних документів на паперових носіях [14].

Крім того, оформлення функціонуючої електронної документації на комерційних підприємствах регулюється Законом України «Про електронні документи та електронний документообіг» та ін. [15].

Сьогодні на комерційних підприємствах, в установах, організаціях практично всі документи створюються в електронному вигляді з використанням інформаційних технологій.

Варто звернути увагу на те, інформаційні технології є системою методів і способів збирання, передачі, накопичення, опрацювання, зберігання, використання інформації, базуються на професійному використанні інформаційних ресурсів [16]. Інформаційні технології мають на меті обробку інформації, зокрема, документної інформації, представленої в досліджуваній галузі

мультимедійними продуктами: базами даних, електронною поштою та ін.

Електронний документ складає основу електронного документообігу підприємства, оскільки без надійно організованого документообігу сьогодні жодна установа не може якісно та ефективно працювати, адже він впливає на оперативність, економічність і надійність функціонування підприємства.

Серед множинності форматів електронних документів, в комерції найбільш поширені наступні:

- а) формати відкритого тексту (plaintext) – формати програм Microsoft (Word, Excel), програма «Acrobat», формат PDF;
- б) формат XML для зберігання структурованих ієрархічних даних незалежно від характеристик програмно-технічних засобів.

Функціонування електронних документів забезпечується такими інформаційними системами: управління електронними документами – EDMS; автоматизації ділових процесів - Workflow; організації групової роботи – Groupware та ін.

У ході нашого дослідження були виявлені проблеми, які стосуються технічного забезпечення функціонування комерційних підприємств в інформаційному середовищі, серед яких: несанкціонований доступ до конфіденційної інформації; ймовірність втрати великих масивів цінної інформації через технічні неполадки обладнання; зміна носіїв, програм, способів доставки документації, що перешкоджає стабільності ділових процесів в управлінні і використанні документації та ін.[4].

Крім вищесказаного, як паперові, так і електронні документи мають свої переваги і одночасно і обмеження, пов'язані з носієм інформації. Це скорочення строків підготовки і погодження документів, відстеження руху документопотоків, можливість швидкого одержання документів, оперативність пошуку та ін.[5].

Визначимо переваги електронних документів, які полягають у можливості:

- обслуговувати покупців, споживачів краще. Мета будь-якої організації - обслуговувати краще своїх клієнтів. Упровадження систем електронного документообігу дозволяє виконувати цю задачу більш ефективно;
- управляти інформацією більш ефективно. Керування життєво важливими документами, збереженими в електронному вигляді, радикально поліпшується;
- захищати документи краще, оскільки технологія дозволяє зберігати ключову інформацію на оптичних або магнітних носіях [11].

Це відразу дає значні переваги, а саме, забезпечує: – захист від втрати або ушкодження. Втрата всієї або частини інформації для підприємства може загрожувати значними наслідками, аж до банкрутства і повного припинення діяльності. Крім того, дуже важко зробити копію всього архіву паперових документів на випадок непередбачуваних обставин. Це викликано, по-перше, високою вартістю збереження, по-друге, високою вартістю і тривалим часом копіювання документів [3].

У випадку з електронними носіями усе навпаки. Компактність, швидкість і дешевина копіювання до-

зволяють робити і зберігати стільки копій інформації, скільки потрібно для забезпечення надійності бізнесу, захист від несанкціонованого доступу. Електронні носії дозволяють зберегти більше інформації в меншому обсязі.

Отже, менший обсяг документної інформації дешевше захищати. Крім того, електронна інформація легше обробляється, процес криптозахисту інформації можна автоматизувати і виконувати швидше і дешевше; зменшувати витрати [1]:

- на обробку паперу. При роботі з електронними документами не має потреби робити паперові копії документів для того, щоб вони стали доступні кільком співробітникам організації одночасно. Крім того, це зменшує необхідність наймати на роботу кур'єрів для збору і доставки документів, що забезпечують комунікаційну інфраструктуру передачі інформації між співробітниками;
- на устаткування. Сканер, факс-плата, програмне забезпечення можуть коштувати менше, ніж високопродуктивне копіювальне і факс-устаткування;
- на підтримку процесу обробки. Збереження документів в електронному вигляді може знизити потребу в канцелярських предметах;
- на збереження. Звільнення реальної, фізичної площі, необхідної для зберігання документів, забезпечення необхідних умов для зберігання паперових документів, створення копій документів тощо.

Однак можна виділити труднощі трьох рівнів при переході на безпаперову технологію роботи з документами, на що вказують науковці В. Пікульський і С. Дубова:

- технічна неготовність організацій для роботи з електронними документами (що може виражатися як у тривіальній проблемі відсутності комп'ютера на столах у співробітників, так і в тому, що в організації немає необхідних програмно-апаратних засобів для переходу документів з однієї форми представлення до іншої – від паперового до електронного - через відсутність сканера);
- технологічна недопустимість переходу окремих категорій конфіденційних документів в електронний вид (служби безпеки вимагають, щоб такого роду документи передавалися під розпис через довірену особу або кур'єра).
- законодавча неврегульованість електронного документообігу [12 а].

Сьогодні, на відміну від традиційних ділових процесів, процеси документаційного забезпечення реалізуються, як було сказано вище, із врахуванням впровадження систем електронного документообігу, методів інформаційного забезпечення керування, моніторингу документаційних потоків в установі, керування документації ними процесами відповідно до чинних національних стандартів [11].

**Висновки.** Отже, нині не уніфіковане визначення терміна "електронний документ" на законодавчому рівні.

В переважній більшості комерційні підприємства працюють з документацією в електронній формі, перевага електронного документу над традиційним є безперечною, проте постає необхідність його юридичного закріплення. Актуально впровадження промис-

лових технологій перетворення паперових документів в електронні (потоків сканування), а також засобів автоматичної реєстрації електронних документів, електронно-цифрового підпису, пересилання документів та інші сервіси, що використовуються для роботи з електронними документами, поширені в організаціях та за їх межами.

Крім того, електронний документ в комерційній діяльності має перелік переваг обробки, збереження, захисту та ін. Доцільно створення галузевої електронної бібліотеки з базами даних на нормативно-законодавчому рівні програмних систем з урахуванням специфіки підприємств і форм торгівлі. Нині програмне забезпечення комерційної діяльності нараховує близько 50 програмних систем.

Комерційні підприємства переважно відносяться до змішаної форми організації роботи з документами, проте раціонально впровадження централізованої форми організації роботи з документами, в тому числі і електронними.

З метою ефективного функціонування документних ресурсів потрібно ефективно впроваджувати інформаційні технології (програмне і технічне забезпечення, система електронного документообігу) як стратегію відповідності комерційних підприємств умовам ринкового середовища і як джерело конкурентного потенціалу досліджуваної галузі.

Перспективними напрямками є створення корпоративних комерційних інформаційних систем (ККІС); введення поетапної автоматизації підрозділів підприємств («клаптевої автоматизації»); з метою підвищення якості аналітичної бази підприємства - функціонування інформаційно-аналітичної служби (ІАС) підприємства; на рівні Міністерства економічного розвитку і торгівлі України - функціонування постійно діючих методичних семінарів-тренінгів щодо передового досвіду впровадження інформаційних технологій документального забезпечення галузі та ін.

#### ЛІТЕРАТУРА

- [1] Асеев Г.Г. Методологія електронного документообігу / Г.Г. Асеев // Вісник Кн. палати. – 2005. – № 11. – С. 21-25.
- [2] Бездрабко В.В. Модерна «документологічна дискусія» у документознавстві або про роль особи й об'єктивної реальності у науці / В.В. Бездрабко // Термінологія документознавства та суміжних галузей знань: збірка наук. праць. – К, 2008. – Вип. 2. – С. 9-38.
- [3] Беспяньська Г. Діловодство та управлінська діяльність в Україні. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації / Г. Беспяньська // Секретар-референт. – 2007. – № 1. – С. 69-73.
- [4] Винарик Л.С. Онлайн-електронний ринок: становлення, проблеми : монографія / Л.С. Винарик, А.Н. Щедрин, Н.О. Васильєва // Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2003. – 176 с.
- [5] Красовська І. Електронний документообіг / І. Красовська // Головбух. – 2008. – № 34. – С. 8-12.
- [6] Крутова А.С. Електронний документообіг на підприємствах електронної комерції / А.С. Крутова // Економіст. – 2011. – № 3. – С. 31-35.
- [7] Кулешов С.Г. Документознавство: Історія. Теоретичні основи / С.Г. Кулешов; Укр. держ. НДІ архів. справи та документознавства, Держ. акад. керівних кадрів культури і мистецтв. – К.: [Б.в.], 2000. – 164 с.
- [8] Кулешов С.Г. Документознавство в системі науково-комунікативного циклу / С.Г. Кулешов // Українське архівознавство: історія, сучасний стан та перспективи: наук. доп. всеукр. конф. – К. : УНДІАСІД, 1997. – Ч. 2. – С. 37-40.
- [9] Кулик В.А. Документування господарських операцій в електронному середовищі / В.А. Кулик // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2013. – № 3. – С. 325-332.
- [10] Кушнарєнко Н.М. Новий етап інституалізації науки про документ / Н.М. Кушнарєнко // Студії з архівної справи та документознавства / Укр. наук.-дослід. ін-т архів. справи та документознавства, Європ. ун-т. – К., 2004. – Т. 12. – С. 126-130.
- [11] Матвієнко О. Основи організації електронного документообігу: навч. посіб. / О. Матвієнко, М. : Цивін. – Центр учбової літ-ри, 2008. – С.13-58.
- [12] Слободяник М. С. Структура сучасного документознавства / М.С.Слободяник // Вісн. Кн. палати. – 2003. – № 4. – С. 18-21.
- [13] Пікульський В. Автоматизація документообігу в органах державного управління: етапи впровадження / В. Пікульський, С. Дубова // Вісн. Книжк. палати. – 2006. – № 2. – С. 33-36.
- [14] Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України № 996 – XIV від 16.07.1999 р. – URL: <http://www.search.ligazakon.ua>. – Назва з екрана.
- [15] Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України № 851 - IV від 22.05.2003 р. // Відомості Верховної Ради. – 2003. - №36. – С. 275.
- [16] Сененко І.А. Використання інформаційних технологій для проектного аналізу / І. А. Сененко // Новітні інноваційні освітні технології: проблеми, розвиток та досвід впровадження: матеріали XXXVII між нар. наук.-метод. конф. (м. Полтава, 28-29 берез. 2012 р.): в 2 ч. – Полтава: ПУЕТ, 2012. – Ч. 2. – 253 с. – С. 122-124.
- [17] Швецова-Водка Г.М. Документ і книга в системі соціальних комунікацій: дис. на здобуття наук. ступеня д-ра іст. наук за спец. 07.00.08 / Г. М. Швецова-Водка; Рівнен. держ. гуманіт. ун-т. – Рівне, 2002. – 490 с.

#### REFERENCES TRANSLATED AND TRANSLITERATED

- [1] Aseyev, H.H. Methodology of electronic workflow / H.H. Aseyev // Bulletin of the Book Chamber. – 2005. – № 11. – P. 21-25.
- [2] Bezdrabko, V.V. Modern "documentological discussion" in the Documentation or on the role of the individual and objective reality in science / V.V. Bezdrabko // Terminology of Documentation and related branches of knowledge: a collection of scientific papers. – K, 2008. – Is. 2. – P. 9-38.
- [3] Bespyans'ka, H. Paperwork and management activities in Ukraine. Unified system of organizational and administrative documentation / H. Bespyans'ka // Secretary-referent. – 2007. – № 1. – P. 69-73.
- [4] Vynaryk, L.S. The online electronic market: formation, problems: monograph / L.S. Vynaryk, A.N. Shchedryn, N.O. Vasylyeva // Institute of Industrial Economics. – Donetsk, 2003. – 176 p.
- [5] Krasovs'ka, I. Electronic document flow / I. Krasovs'ka // Holovbukh. – 2008. – № 34. – P. 8-12.
- [6] Krutova, A.S. Electronic document flow at the enterprises of e-commerce / A.S. Krutova // Ekonomist. – 2011. – № 3. – P. 31-35.

- [7] Kuleshov, S.H. Documentation: History. Theoretical bases / S.H. Kuleshov; Ukrainian State Research Institute of Archives and Documentation, State Academy of managerial personnel of Culture and Arts. – K.: [B.v.], 2000. – 164 p.
- [8] Kuleshov, S.H. Documentation in a system of Sciences of documentary and communicative cycle / S.H. Kuleshov // Ukrainian Archives Studies: History, current state and prospects: scientific reports of AllUkrainian conference. – K.: UNDIASiD, 1997. – Part 2. – P. 37-40.
- [9] Kulyk, V.A. Documentation of business transactions in an electronic environment / V. A. Kulyk // Scientific Bulletin of Poltava University of Economics and Trade. Series "Economics". – 2013. – № 3. – P. 325- 332.
- [10] Kushnarenko, N.M. A new phase of institutionalization of the science of document / N.M. Kushnarenko // Study of Archives and Documentation / Ukrainian Scientific Research Institute of Archives and Documentation, European University. – K., 2004. – Vol. 12. – P. 126-130.
- [11] Matviyenko, O. Fundamentals of Electronic dokumentobihu: training manual / O. Matviyenko, M.: Tsyvin.– Center of educational literature, 2008. – P.13-58.
- [12] Slobodyanyk, M.S. Structure of Contemporary Documentation / M.S. Slobodyanyk // Bulletin of the Book Chamber. – 2003. – № 4. – P. 18-21.
- [13] Pikul'skyi V. Automation of document circulation in state governing bodies: stages of implementation / V. Pikul'skyi, S. Dubova // Bulletin of the Book Chamber. – 2006. – № 2. – P. 33-36.
- [14] On Accounting and Financial Reporting in Ukraine: The Law of Ukraine № 996 – XIV Is. 16.07.1999 – URL: <http://www.search.ligazakon.ua>
- [15] On electronic documents and electronic document flow: The Law of Ukraine # 851 - IV Is. 22.05.2003 // Bulletin of Supreme Council. – 2003. – № 36. – P. 275.
- [16] Senenko, I.A. The use of information technology for project analysis / I.A. Senenko // The latest innovative educational technologies: problems, development and implementation experience: Materials XXXVII Intern. Scientific-Method. Conf. (Poltava, March 28-29, 2012): in 2 parts. – Poltava: PUET, 2012. – Part 2. – 253 p. – P. 122-124.
- [17] Shvetsova-Vodka, H.M. Document and book in the system of social communications: dis. dr. hist. sc. 07.00.08 / H.M. Shvetsova-Vodka; Rivne State Humanitarian University. – Rivne, 2002. – 490 p.

### **Important aspects of innovative approaches to the functioning of the electronic document in commercial enterprises of Ukraine**

**O.V. Shevchenko**

**Abstract.** In the article the basic aspects of commercial activities in the electronic documents and analyzes the advantages of electronic and paper documents. Attention is focused on the problems of logistics businesses, defined perspective directions of their solution. The purpose of the article - to identify the main benefits of electronic document compared to paper on commercial enterprises, provide an analysis of the functioning of the electronic document organization in the industry. Concretized definition of "electronic document" in law. Solved place an electronic document in commerce, helping to change attitudes to its importance in enterprise management. Recommendations for improving document resources through the application of information technology, the establishment of corporate business information systems, operation of information-analytical service (IAS) and other enterprises.

**Keywords:** *electronic document, a paper document, commercial activity, information technologies*



## Трансформація фотожурналістики у контексті конвергенції медіа

Г.О. Цуканова\*

Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

\*Corresponding author: anna.ts@me.com

Paper received 29.04.15; Accepted for publication 03.06.15.

**Анотація.** Новітні технології невинно трансформують систему створення і застосування фотоілюстрацій, форми і саме значення фотографії у конвергентних медіа. Однією із гіпотез дослідження є потреба адаптації фотографічного контенту з огляду не лише на можливості і запити інтернет-медіа, а й на запити сучасного споживача інформації. У публікації розглянуто актуальні методи використання фотозображень у онлайн-ЗМІ та окреслено перспективи мережевої фотожурналістики. Акцентується увага на переході традиційної фотографії до площини мультимедіа. Зроблено спробу систематизувати наявні форми створення і зчитування фотографії у мережевих ЗМІ.

**Ключові слова:** *фотографія, фотожурналістика, інтернет-медіа, конвергентні медіа, мультимедіа*

Інтернет, як канал комунікації, докорінно змінив принципи зчитування інформації реципієнтами і, відповідно, підходи до створення контенту. Через надзвичайну кількість щохвилино оновлюваної інформації в мережі, читач змушений «сканувати» потік новин, вихоплюючи з нього лише те, що найбільше приваблює увагу. І якщо в традиційних друкованих ЗМІ такими «гачками» для читача завжди вважалися заголовковий комплекс та ілюстративний матеріал, то в процесі дигіталізації паперових медіа та створення онлайн-ЗМІ фотографія не лише посилала свої позиції, а й трансформувалася у окремі новітні різновиди медіа-текстів. Саме потребою у вченні комунікаційного потенціалу фотографії як самодостатнього різножанрового продукту, попит на який в контексті розвитку конвергентних медіа збільшується щодня, обґрунтовується актуальність даного дослідження.

Візуальний медіа-контент є предметом зацікавлення багатьох сучасних як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. В розрізі нашого дослідження цікавими є окремі розвідки щодо власне сучасної фотографії та публікації, у яких розкрито аспекти функціонування новітніх медіа. Варто виокремити дослідження С. Горєвалова, Н. Зикун, Г. Нері, Д. Кемпбелла, О. Ганюшина, О. Фурмана та інших. Більшу увагу саме питанням конвергентної журналістики і інтернет-медіа в цілому приділяють такі науковці як Б. Потятиник, С. Цимбаленко, Л. Мудрак та ін.

Об'єктом даного дослідження є сучасна фотографія як елемент ілюстрування конвергентних ЗМІ. Предметом – цифрові мультимедійні трансформації, що їй притаманні.

**Мета** виявити стан та перспективи функціонування фотографії в умовах переходу до конвергентних медіа. Для досягнення даної мети необхідно виконати наступні завдання:

- проаналізувати специфіку візуального медіа-контенту дигіталізованих друкованих ЗМІ;
- визначити нові можливості використання фотографії в інтернет-ЗМІ;
- виявити фактори, що впливають на трансформацію фотожурналістики в умовах функціонування конвергентних редакцій.

Фотожурналістика в контексті конвергенції інформаційного простору оволоділа новими унікальними функціями, особливостями виробництва і сприйняття аудиторією. Специфіка Інтернету, як каналу розпо-

всюдження, дозволяє поєднувати у візуальному контенті традиційні форми подачі інформації з інноваційними підходами.

Сучасні технологічні можливості змінили не лише якість роботи журналіста, а й його темп. Вже за декілька хвилин фотокореспондент може передати до редакції чи розмістити безпосередньо на інформаційному ресурсі високоякісні світлини із місця події. Окрім того, на відміну від традиційних друкованих видань, де нерідко доводилося обмежуватися одним надзвичайно промовистим кадром, Інтернет дає можливість не «економити на площі». На будь-якому інформаційному ресурсі подія може бути проілюстрована якою-завгодно кількістю фотографій.

Фотографія стає домінуючим типом контенту і в так званих соціальних медіа, що за різними класифікаціями включають у себе форуми, блоги і мікроблоги, контент-спільноти, соціальні мережі, віртуальні ігрові та соціальні світи тощо. За статистикою компанії Facebook 70% відсотків часу, що користувачі проводять у соціальній мережі, вони присвячують саме роботі із фотографічним контентом. Це пов'язано ще з однією комунікаційною можливістю, яку надають сучасні особливості мереж і Інтернет – інтерактивністю. Абсолютно кожен, хто має цифрову фотокамеру та доступ до мережі може стати творцем контенту – «одна і та ж особа може бути і виробником, і споживачем інформації. Ця система створила автоматичний зв'язок між створенням інформації та її поширенням. Проста можливість залишити свій коментар під фотографією спонукає глядача переглянути весь фоторепортаж» [7].

У сучасних реаліях фотографія перестала бути прерогативою фахівців. Цей феномен неоднозначно сприймається у фаховому середовищі. З одного боку це розширює можливості ЗМІ, адже вони можуть використовувати фотоматеріали надані очевидцями тих ситуацій, при яких не були присутні фотокореспонденти. З іншого боку втрачається претензійність до якості матеріалу, широта охоплення події, наявність промовистих деталей. Бачення нефахівця здебільшого поверхове.

Такий стан речей породжує чисельні суперечки, як у науковому середовищі, так і серед практиків, щодо подальших перспектив, а інколи і фактичного існування фотожурналістики як фаху.

Український фотокореспондент С. Лукацкий, який працює в одному з провідних світових інформаційно-новинних агентств Associated Press (AP), вбачає майбутнє

фотожурналістики в пошуках і комбінаціях форми подачі графічної інформації. «Фоторепортер більше не робить одне фото, він також пише звук, знімає відео-сюжет. Зараз преса у світі переживає найважчі часи. Схоже, тому паперово-газетному формату, до якого ми звикли, настає кінець» [4]. Цю гіпотезу підтримує й представник молодого покоління вітчизняних фотожурналістів О. Фурман. На його думку «найбільш перспективним і активним за своїм розвитком напрямком в сучасній фотожурналістиці є мультимедіа. Розвиток технологій дозволив комбінувати фото, відео, звук і текст, причому всі ці складові можуть бути не тільки документальними, але і спеціально записаними в студії. У фотографії, як частини мультимедіа, можете рухатися рамка кадру, акцентуючи, таким чином, увагу глядача на тому, що вважається найважливішим; може робитися наближення на певні деталі кадру. Творець такого продукту сам визначає тривалість перегляду. Можна припустити, що мультимедіа йде від фотографії, оскільки воно розвивалося саме як ускладнення звичайних слайд-шоу під музику, а не як включення фотографій, текстів і графіків у відеорепортаж» [8, с. 58].

Мультимедійний вектор розвитку фотожурналістики є об'єктом ґрунтовних наукових досліджень серед західних науковців. Зокрема у період з червня 2012 по квітень 2013 року доктор Д. Кемпбелл під егідою міжнародної організації World Press Photo і за підтримки Асоціації голландських фотографів Fotografen Federatie здійснив дослідницький проект для визначення існуючої ситуації на напрям розвитку мультимедійної фотожурналістики.

Новітні мультимедійні інструменти і можливості платформ сприяють появі нових форматів представлення візуального контенту. При цьому ще не варто говорити про виникнення власне нових жанрів. Адже мультимедійні засоби хоч і дозволяють доставляти споживачеві інформацію у різних «обгортках», однак саму жанрову класифікацію зображальної журналістики вони не розширюють. Утворюється новий простір де співіснують представники фото-, відеожурналістики, документалістики, що розділяють спільну мету створення інформаційного контенту. Кожен з представників може використовувати свої інструменти та їхні естетичні можливості, доповнюючи загальну картину, і при цьому вчитися одне в одного [9]. Ці експерименти із формами подачі значною мірою розширюють можливості для споживача. «Журналісти можуть більшою мірою підкреслити свою авторську позицію, історії набувають ширшого контексту, їхні дійові особи – голосів» [9, с. 49].

Очевидно, що основним рушійним механізмом до нових можливостей цифрової фотожурналістики є розширення її технічного потенціалу. Якщо раніше можна було визначати різницю між газетним і журнальними фотоілюстраціями, зокрема порівнюючи якість зображення (газети, не маючи технічних можливостей друкувати кольорові фотографії високої якості значно програвали перед журналами, наповненими деталізованими знімками), то сьогодні цей критерій встановлює ще вищу планку для мережевої фотоілюстрації. Онлайн-видання отримали можливість не лише публі-

кувати знімки з великою роздільною здатністю, а й «оживляти їх».

Прикладом може слугувати один із нових способів візуалізації – так звана сферична або кубічна 360°-панорама. Це інтерактивне зображення, що утворюється шляхом об'єднання кількох окремих фотографій, знятих спеціальним чином. Завдяки керуванню курсором глядач може рухати зображення на 360°, ніби він озиряється навкруги, обертаючись навколо своєї осі. Такі об'ємні панорами дозволяють глядачеві здійснити віртуальний тур обраною місцевістю, зануритися в її атмосферу, наблизитися до найцікавіших деталей та розгледіти їх. Для посилення ефекту присутності до таких зображень можуть бути додані музичні та шумові ефекти, коментарі чи аудіозаписи з місця події. Такий формат хоч і близький до відеоконтенту, та має певні переваги над ним. Зокрема він займає значно менші обсяги для зберігання інформації на мережевих ресурсах.

Звичайно, така технологія є достатньо трудомісткою, потребує значної технічної підготовки і знання спеціальних прийомів зйомки та подальшої верстки матеріалу. Можливо через це такий прийом поки що здебільшого використовується із маркетинговою метою, однак вони мають вагомий потенціал в ілюструванні онлайн-видань і перші такі приклади вже відомі. У грудні 2013 року, на початку Революції гідності, інформаційний ресурс ЯКорреспондент розмістив посилання на сайт донецького фотографа Сергія Орлика, що створював такі панорами з місць найактивнішого розгортання тодішніх подій. За словами самого автора, його метою було «показати майдан зсередини. ... Матеріал не призначений для «умовляння» якоїсь зі «сторін» – це просто документалістика у вигляді 23 сферичних панорам» [1]. Так фотографувати зокрема вдалося показати Євромайдан у Києві, донецький майдан, мітинг біля адміністрації у донецьку.

Ще один видовищний, але і досить трудомісткий вид мультимедійної панорамної фотографії – гігапанорама, гігапіксельна панорама. Це створення панорамного зображення з надзвичайно високою роздільною здатністю зображення до кількох сотень гігапікселів (гігапіксель – мільярд пікселів). Таке зображення створюється із сотень або тисяч знімків, зроблених фотокамерами, встановленими на спеціальних моторизованих штативах, впродовж багатьох годин зйомки. Потім ці зображення зводяться в єдину картину спеціальними комп'ютерними програмами.

«Така технологія дозволяє журналістам нових медіа розповідати історії по-новому, супроводжуючи сюжет додатковими елементами. І хоча стандартна фотожурналістика і тележурналістика допомагають зосередити увагу на предметі оповіді, за самою своєю природою вони опускають більшу частину контексту» [10]. Переглядаючи зображення глядач може наблизити будь-який його фрагмент та розгледіти найменші деталі. Ще кілька років назад такі можливості сприймалися як розваги – користувачі влаштовували квести, розшукуючи, скажімо, на зображенні Токіо людину в інвалідному візку, чи заклеєне вікно у ммарочосі в центрі Дубаї. Вже сьогодні такі знімки починають проникати у медіа. Фотограф Д. Бергман для інформаційного ресурсу Sports Illustrated створив гігапанорамне зображення

під час церемонії відкриття Олімпійських ігор 2012 року в Лондоні. У підсумку він отримав зображення із роздільною здатністю 81992 x 37520 – більше трьох мільярдів пікселів. Такі знімки значно розширюють можливості ілюстрування не лише зі спортивних подій, а й з концертів, громадських зборів, фестивалів тощо. Надзвичайно цікавим використанням такого прийому може бути у тревел-журналістиці.

Дещо інакший прийом створення анімованого об'ємного фотозображення – це 3D-фото. Воно створюється за децю схожим з панорамною фотографією принципом: обраний об'єкт фотографують або на підставці, що обертається по колу, або камерою, що пересувається навколо об'єкта. Після об'єднання усіх кадрів результатом стає можливість побачити об'єкт з усіх боків, роздивитися деталі у бажаному ракурсі. Нині така технологія вже активно застосовується в онлайн-магазинах, вигідно демонструючи товари покупцям. Але «в журналістиці нових ЗМІ 3D-графіка може забезпечити додатковий цінний інструмент викладу в палітрі репортера. ... Репортер може надати повну візуалізацію центрального об'єкта історії, будь то наука чи репортаж про здоров'я. 3D-модель людського внутрішнього органу, наприклад клапана серця або самого серця, може бути представлена на екрані, і читач може вивчити модель з усіх боків і під будь-яким кутом» [10]. Не менш успішно подібний формат може бути використаний у журналістських оглядах присвячених творам мистецтва, новітнім технологічним розробкам тощо.

Побачити на пласкому моніторі об'ємне зображення дозволяє ще одна технологія – анагліф, або стереофото. Створення і читання таких зображень ґрунтується на специфіці сприйняття оточуючого світу людським оком. У житті кожне око людини бачить зображення під своїм кутом, а вже мозок трансформує ці дві картини в одну об'ємну. На цьому принципі побудовано зйомку і показ фільмів у 3D-кінотеатрах. Зйомка об'єктів проводиться зі зміщенням (утворенням стереопари). Аналогічно створюються і фотоілюстрації для мережевих ресурсів. Складнощі із широким використанням даної технології головним чином полягають у необхідності наявності у глядача спеціальних 3D-окулярів. Та вже сьогодні їхнє широке розповсюдження у зовсім недалекому майбутньому виглядає абсолютно реалістичним.

Не лише нові технології здатні привертати увагу сьогоденішнього вибагливого читача. Попри те, що анімованим gif-зображенням як технології вже понад 25 років, саме тепер відбувається активне залучення

таких зображень до ілюстративної палітри онлайн-ЗМІ. Gif – «це один із багатьох форматів цифрового зображення, який має невеликий розмір, високу чіткість зображення, проте оперує обмеженою кількістю кольорів, а саме: 256. ... Завдяки анімаційним ефектам GIF потрапив до категорії найпопулярніших графічних форматів. Принцип створення цих ефектів побудований на використанні по черезно кількох статичних зображень-кадрів. Для кожного кадру вказується час його висвітлення на екрані» [6, с. 69]. Будь-яке рухоме зображення є більш привабливим для людського ока, аніж статичне. Саме тому gif-зображення найчастіше використовують у рекламі з метою привертання уваги до повідомлення. У мережевій журналістиці ця функція gif-зображень зберігається. До того ж такі ілюстрації можуть бути використані в ілюструванні матеріалів, створених у саркастичних формах.

На основі технології gif-анімації у 2011 році фотограф Дж. Бек і дизайнер К. Бург створили новий вид рухомої фотографії який так і назвали – жива фотографія, або сінематографія. Таке зображення ще не відео, але вже не фото. Сінематографія зв'язує статичну фотографію і динамічне відео (або анімоване gif-зображення) у єдине ціле. В результаті більша частина зображення лишається нерухомою, і лише окремі ділянки рухаються.

Сучасні технології розширюють можливості у роботі фотожурналіста, дозволяють йому створювати матеріал, що може бути використаний як самодостатня репортерська світлина, або як частина майбутнього мультимедійного ілюстративного елемента. Зміст та обставини подій мають підказати, яку саме форму варто обрати для найбільш повного відображення дійсності. Головне при цьому за формою не загубити суть самого повідомлення.

У підсумку зазначимо, що Інтернет і все нові, і нові цифрові технології, які з'являються мало не щодня, продовжують змінювати фотографію, підходи до її створення і читання, а також саму естетику фотографічного зображення. Разом з тим, не всім інтернет-ЗМІ вдається якісно у і в повному обсязі використовувати усі ці можливості, тим самим не надто випереджаючи своїх традиційних друкованих конкурентів. Теоретичні дослідження цього питання також не встигають за практикою і потребують постійного оновлення і доповнення. То ж ми сподіваємося, що дана публікація стане поштовхом до подальших наукових розвідок і обговорення зазначених питань як серед науковців, так у середовищі практиків.

#### ЛІТЕРАТУРА

- [1] Боев А. «ЕВРОМАЙДАН 360°» (Ексклюзив) / А. Боев // Я-Корреспондент. – 26 декабря 2013. – URL: <http://blogs.korrespondent.net/blog/users/3293829-evromaidan-360ekskluziv>
- [2] Ганюшин А.А. Цифровая фотография в новых медиа / А.А. Ганюшин // Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». – 2013. – № 5 (сентябрь–октябрь). – URL: [http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/Ganyushin\\_Photoigraphy-New-Media](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/Ganyushin_Photoigraphy-New-Media)
- [3] Горевалов С.І. Фотожурналістика в системі засобів масової комунікації: єдність слова і зображення [Текст] : навч. посіб. / С.І. Горевалов, Н.І. Зикун, С.А. Стародуб; Київ. міжнар. ун-т. – К. : Київ. міжнар. ун-т, 2010. – 296 с. : іл.
- [4] Остапа С. Вырос уровень техники – упал уровень качества / С. Остапа, В. Милосердов // Телекритика. – URL: <http://www.telekritika.ua/media-corp/lyudi/2010-01-05/50255>
- [5] Ромакина М. Фотожурналистика в мультимедийной среде: обретение границ жанра / М. Ромакина // Журналистика в 2013 году: регионы в российском медиaprостранстве. Сборник материалов международной научно-практической конференции. – МедиаМир; Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва, 2014. – С. 238-240.
- [6] Рябічев В.Л. Мультимедія в інтернет-журналістиці / В.Л. Рябічев, Є.О. Каранов // Наукові записки Інституту журналістики. – 2010. – Т. 40. – С. 67-70.

- [7] Тамбинский Я. Фотография в новых медиа: традиции и вызовы времени / Я. Тамбинский // Программа и сборник тезисов VI Международной научно-практической конференции. Казань, 12-14 декабря 2012 года. – Казань: Издательство Казанского университета, 2012. – 87 с. – URL: <http://rud.exdat.com/docs/index-775959.html#3262365>
- [8] Фурман О. Тенденції розвитку фотожурналістики останніх років / О. Фурман // Наукові дослідження українського медійного контенту: соціальний вимір. – № 1. – 2014. – С. 55-60.
- [9] Campbell, D. Visual Storytelling in the Age of Post-Industrial Journalism / D. Campbell // World Press Photo. A research project by Dr David Campbell. – April 2013. – 66 p. – URL: [https://www.david-campbell.org/wpcontent/documents/Visual\\_Storytelling\\_in\\_the\\_Age\\_of\\_Post\\_Industrial\\_Journalism\\_World\\_Press\\_Photo\\_Multimedia\\_Research\\_Project\\_by\\_David\\_Campbell.pdf](https://www.david-campbell.org/wpcontent/documents/Visual_Storytelling_in_the_Age_of_Post_Industrial_Journalism_World_Press_Photo_Multimedia_Research_Project_by_David_Campbell.pdf)
- [10] Pavlic, J.V. New Media Journalism / J.V. Pavlic // 21st Century Communication. A Reference Handbook. Volume 1 & 2. / Ed. by William F. Eadie. Los Angeles, 2009. – P. 643-651.

#### REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

- [1] Boev, A. «EVROMAYDAN 360°» (Eksklyuziv) / A. Boev // YaKorrespondent. – 26 dekabrya 2013. – URL: <http://blogs.korrespondent.net/blog/users/3293829-evromaidan-360ekscluizyv>.
- [2] Ganyushin, A.A. Digital Photography in New Media / A.A. Ganyushin // Informatsionnyiy gumanitarnyy portal «Znanie. Ponimanie. Umenie». – 2013. – № 5 (sentyabr– oktyabr). – URL: [http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/Ganyushin\\_Photo-gra-phy-New-Media](http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/Ganyushin_Photo-gra-phy-New-Media)
- [3] Horevalov S.I. Photojournalism in the system of mass communication: the unity of word and image [Text]: a tutorial. / S.I. Horevalov, N.I. Zykun, S.A. Starodub; Kyiv International University. – K.: Kyiv International University, 2010. – 296 p. : Illustrated.
- [4] Ostapa, S. Grew up levels of equipment – dropped quality / S. Ostapa, V. Miloserdov // Telekritika. – URL: <http://www.telekritika.ua/media-corp/lyudi/2010-01-05/50255>.
- [5] Romakina, M. Photojournalism in a multimedia environment: finding the boundaries of the genre / M. Romakina // Journalism in 2013: regions in the Russian media space. Collected materials of the international scientific-practical conference. – Media world; Faculty of Journalism of Moscow State University. named after M.V. Lomonosov. – Moscow, 2014. – P. 238-240.
- [6] Ryabichev, V.L. Multimedia online journalism / V.L. Ryabichev, E.O. Karanov // Scientific notes of the Institute of Journalism. – 2010. – Vol. 40. – P. 67-70.
- [7] Tambinskiy, Y. / Y. Tambinskiy// Multimedia journalism of Eurasia-2012: International media projects, global Networks and information trends of the East and West. Program and thesis collection of VI International scientific and practical conference. Kazan, 12-14 December 2012. – Kazan: Kazan University, 2012. – 87p. ). – URL: <http://rud.exdat.com/docs/index-775959.html#3262365>
- [8] Furman, O. Development trends of photojournalism in the last years / O. Furman // Scientific research of Ukrainian media content: the social dimension. – № 1. – 2014. – P. 55-60.

#### Transformation of the photojournalism in the context of convergence of media

H. Tsukanova

**Abstract.** The article deals with the research of the newest technologies incessantly transform the system of creation and application of photo illustrations form and value of picture in convergence medias. One of hypotheses of research is a necessity of adaptation of photographic content from a review not only on possibility and to wash down internet media but also upon requests of modern user of information. In a publication the actual methods of the use of photographs are considered in on-line media and outlined future network photographic's journalistic. Attention is accented on passing of traditional picture to the plane multimedia. Researching of attempt to systematize the present forms of creation and read-out of picture in network media is done.

**Keywords:** *picture, photojournalism, intrent media, convergence media, multimedia*

## CONTENT

<b>ARCHITECTURE</b> .....	6
The Remains of The Ojców Health Resort <i>E.J. Sadowska</i> .....	6
Das kommunikative Phänomen „des Interessanten“ in der Architektur <i>S.O. Schubowitsch, J.V. Shmurko, A.D. Tschepeluk</i> .....	12
<b>CULTUROLOGY</b> .....	15
Культуротворча активність соціальних акторів у побудові візуалізації та осмисленні її результатів <i>Ю.І. Марційчук</i> .....	15
<b>SOCIOLOGY</b> .....	19
Проблеми інтеграції дитини в суспільне життя <i>О.Ю. Клименко</i> .....	19
Внекультовые практики современных христианских церквей: понятие, феномены, типология <i>В.В. Любчук</i> .....	24
Бідність і зайва вага в гастрономічному вимірі: від європейського суспільства старого ладу до постіндустріальної сучасності. <i>В.В. Ніколенко</i> .....	29
<b>SOCIAL COMMUNICATIONS</b> .....	34
Current situation of internet TV in Ukraine <i>S.O. Dobrova</i> .....	34
Інтерактивність державних комунікацій: електронна складова <i>О.В. Гарматій</i> .....	38
Динаміка розвитку партійної преси в Україні <i>В.В. Георгієвська</i> .....	43
Медіа України взірця 2012 року: статус і контентне наповнення <i>Н.Ф. Еляшевська</i> .....	47
Ідея національного виховання у вирішенні питання національної ідентичності українців <i>І.М. Євдокименко</i> .....	53
Влияние рекламы на читателей периодических изданий: аксиологический аспект <i>М.О. Кица</i> .....	58
Сучасні реалії функціонування періодичної преси як соціокультурного феномену <i>О.М. Парубець</i> .....	61
Рецепція проєвропейської публіцистики роду Драгоманових-Косачів у сучасному інформаційному полі України <i>С.В. Семенко</i> .....	65
Актуальні аспекти інноваційних підходів до функціонування електронного документу на комерційних підприємствах України <i>О.В. Шевченко</i> .....	69
Трансформація фотожурналістики у контексті конвергенції медіа <i>Г.О. Цуканова</i> .....	73

Editor-in-chief: Dr. Xénia Vámos

The journal is published by the support of  
Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe

Készült a Rózsadomb Contact Kft nyomdájában.  
1022 Budapest, Balogvár u. 1.  
[www.rcontact.hu](http://www.rcontact.hu)