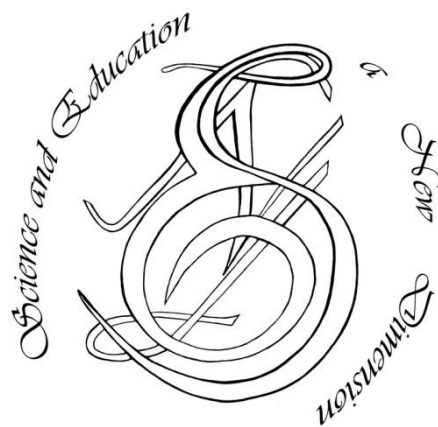


SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

HUMANITIES  
AND  
SOCIAL SCIENCES



**p-ISSN 2308-5258**

**e-ISSN 2308-1996**

IV(15), Issue 90, 2016

**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 Kótis**, PhD in Physics, Research Centre for Natural Sciences, Hungary, Budapest

**Larysa Klymanska**, Doctor of Political Sciences, associated professor, Head of the Department of Sociology and Social Work, Lviv Polytechnic National University, Ukraine

**Liudmyla Sokurianska**, Doctor of Science in Sociology, Prof. habil., Head of Department of Sociology, V.N. Karazin Kharkiv National University

**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, Department of Biology, J. Selye University in Komarno, Slovakia

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

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

**Oleksii Marchenko**, Doctor of Science in Philosophy, Head of the Department of Philosophy and Religious Studies, Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

**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 of Cherkasy, Ukraine

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

**Tetiana Hranchak**, Doctor of Science Social Communication, Head of department of political analysis of the Vernadsky National Library of Ukraine

**Valentina Orlova**, Doctor of Science 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 of 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:**

INDEX COPERNICUS:	ICV 2014: <b>70.95</b>
INNO SPACE SCIENTIFIC JOURNAL IMPACT FACTOR:	2013: <b>2.642</b> ; 2014: <b>4,685</b>
ISI (INTERNATIONAL SCIENTIFIC INDEXING) IMPACT FACTOR:	2013: <b>0.465</b> ; 2014: <b>1.215</b>
DIRECTORY OF RESEARCH JOURNAL INDEXING	
ULRICHS WEB GLOBAL SERIALS DIRECTORY	
UNION OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS YEARBOOK	
SCRIBD	
ACADEMIA.EDU	
GOOGLE SCHOLAR	

## CONTENT

<b>SOCIAL COMMUNICATIONS.....</b>	<b>7</b>
Тенденції відображення людей з інвалідністю у теленовинах <i>О. П. Михайлова.....</i>	7
Радиопрограмма «Крым. Реалии»: к вопросу о качестве содержания и формы информации <i>М. В. Нагорняк.....</i>	10
Лонгрид як новий медіаформат: підходи до класифікації <i>О. А. Нестеренко.....</i>	14
Обов'язкові примірники як базис державної статистики друку дитячих книг в Україні <i>О. В. Петренко.....</i>	18
Концепція «technology expertise» як чинник формування аудиторного світогляду <i>О. І. Подаряца.....</i>	22
Особливості сприйняття плагиату в середовищі студентської молоді <i>О. М. Рижко.....</i>	27
Information retrieval features: The relevance and significance of information resources in digital libraries <i>A. V. Strungar.....</i>	32
Соціокогнітивна дискурсологія: аспекти дослідження <i>В. А. Ущина.....</i>	35
Вирішення проблеми трансформації жанрів в політичній інтернет-журналістиці <i>К. М. Василенко.....</i>	40
Формування нових стандартів сатиричної публіцистики в Україні <i>Н. І. Зикун.....</i>	44
<b>POLITICAL SCIENCE.....</b>	<b>49</b>
Reformation of State Management of Social Services: Countries of European Union and Ukraine <i>V. I. Kohut.....</i>	49
Еволюційна трансформація політичних партій: основні підходи до концептуалізації <i>Г. В. Шипунов.....</i>	53
Ключові чинники фрейму концепту «Україна» <i>Х. І. Вербицька.....</i>	59
<b>PHILOSOPHY.....</b>	<b>63</b>
Social Knowledge in Constituting the Axiosphere of the Society <i>S. Chmykhun, O. Protsenko.....</i>	63
<b>PUBLISHING.....</b>	<b>67</b>
Електронні навчальні видання у глобалізованому освітньому просторі: проблеми типологізації <i>М. І. Женченко.....</i>	67
<b>SOCIOLOGY.....</b>	<b>71</b>
Практичні методи соціальної роботи: порівняльний аналіз <i>Н. О. Кримова, О. М. Лисенко.....</i>	71

<b>HISTORY OF ART.....</b>	<b>75</b>
Нове розуміння ролі лінії і кольору в пейзажах кримського періоду М. С. Самокіша <i>Н. О. Бондарчук</i> .....	75

## SOCIAL COMMUNICATIONS

### Тенденції відображення людей з інвалідністю у теленовинах

О. П. Михайлова

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

Paper received 22.02.2016; Revised 26.02.2016; Accepted for publication 03.03.2016.

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню тенденцій відображення проблем людей з інвалідністю в теленовинах. У статті розглянуто медіаматеріали, присвячені соціальним проблемам людей з інвалідністю. Проаналізовано основні та вечірні випуски теленовин каналів «СТБ», «ICTV», «1+1». Визначено загальні тенденції висвітлення соціальної проблематики та проілюстровано їх конкретними прикладами. Сформульовано рекомендації щодо правил та принципів подальшого висвітлення соціальної проблематики в теленовинах.

**Ключові слова:** соціальні проблеми, інваліди, стандарти, правила, принципи, теленовини.

Інформаційні програми загальнонаціональних каналів попри інтернетизацію інформаційного простору є визначальними у формуванні громадської думки. Тож саме випуски новин та їхній контент формують тенденції відображення соціальних проблем та відповідно сприйняття їх суспільством.

Загалом телеканали демонструють певні загальні тенденції, стандарти та правила щодо принципів висвітлення соціальних проблем [1]. Питання безпритульних найчастіше порушуються, коли трапляється інцидент або коли наближається день бездомної людини. Така ж ситуація з відображенням тем довкола інвалідів. Щоправда, пам'ятних дат, присвячених цій темі на календарі більше (День білої тростини, День незрячих, День людей з особливими потребами), від того інформаційні редакції порівняно частіше ставлять цю тему на порядку денному.

Тему принципів та стандартів журналістики загалом і соціальної зокрема досліджували такі українські науковці, як В. Іванов, О. Чекмишев, В. Різун, В. Сердюк, В. Качкан, І. Мащенко, А. Москаленко, К. Шендеровський, Т. Шевченко, А. Топчій, О. Лаврик, а також західні фахівці К. Майер, Е. Фіхтеліус, М. Стівенс.

Мета дослідження – визначити тенденції, правила та принципи відображення соціальної проблематики у випусках українських теленовин.

Об'єкт дослідження – контент інформаційних випусків новин на каналі СТБ («Вікна»), ICTV («Факти») та 1+1 («ТСН») зокрема, відеосюжети на соціальну тематику. Телеканал «СТБ» – кілька років поспіль був найрейтинговішим каналом. Телеканал ICTV і зокрема програма «Факти» позицінує себе як канал для простих людей, тож відповідно значний сегмент їхніх телесюжетів присвячений саме соціальним проблемам. Крім того, у 2015-му році телеканал став лауреатом всеукраїнської премії у сфері телебачення «Телетріумф» у категорії «найкраща інформаційна програма». Програма «ТСН» неодноразово була номінантом та лауреатом премії «Телетріумф» у номінації «Найкраща інформаційна програма», зокрема у 2013-му році.

Методологія дослідження. Виконання поставлених завдань вимагало поєднання загальнонаукових і конкретних наукових методів. При опрацюванні теоретичних джерел дослідження були застосовані такі методи, як порівняльно-історичний, метод класифікації. Для дослідження емпіричної бази роботи використовувався контент-аналіз, контент-моніторинг, моніторинг, статистичний метод, метод узагальнення, типології, класифікації, порівняння та спостереження.

Тема людей з інвалідністю є більш актуалізованою на телеканалі, аніж, скажімо, тема безпритульності. Загалом за 2010–2015 роки у ефірі «Вікна–Новини» вийшло 207 матеріалів, які прямо чи опосередковано стосуються теми людей з обмеженими фізичними можливостями.

Інформаційними приводами для виготовлених матеріалів були як загальновідомі соціальні дати, так і окремі ситуації з життя людей. Загалом серед усіх матеріалів в межах тематичного спектру (проблеми інвалідів) можна умовно виділити:

- постійні (побутове життя хворих, конфліктні питання, нестача коштів, незручності адаптації в суспільство);
- сезонні (пов'язані із соціальними датами, такими, як 3 грудня (Міжнародний день людей з обмеженими фізичними можливостями), 11 лютого (Всесвітній день хворого), 10 жовтня (Всесвітній день психічного здоров'я), 5 травня (Міжнародний день боротьби за права інвалідів), остання неділя вересня (Міжнародний день глухонімих), 13 листопада (Всесвітній день сліпого), 15 жовтня (Міжнародний день білої тростини);
- періодичні (акції протесту, спричинені законодавчими змінами) та «випадкові» (флеш-моби, арт-акції, досягнення) теми повідомлень.

Із 207 тематичних матеріалів 45 присвячені соціальним датам (пов'язані із соціальними датами, такими, як 3 грудня (Міжнародний день людей з обмеженими фізичними можливостями), 11 лютого (Всесвітній день хворого), 10 жовтня (Всесвітній день психічного здоров'я), 5 травня (Міжнародний день боротьби за права інвалідів), остання неділя вересня (Міжнародний день глухонімих), 13 листопада (Всесвітній день сліпого), 15 жовтня (Міжнародний день білої тростини), 65 – арт-акціям (наприклад, флеш-моби, концерти, акції «Повір у себе», спеціалізовані фестивалі, проведення конкурсу соціальних відеороликів), 32 – акції благодійництва, сюжети про людей, які потребують матеріальної допомоги, 27 – буденним проблемам людей з обмеженими фізичними можливостями, решта – інформаційні ситуативні матеріали.

Програма «ТСН» також доволі багато уваги приділяє цій темі. Зокрема в досліджуваній період в ефірі вийшли 304 матеріали, які прямо чи опосередковано стосуються проблем людей з інвалідністю. Так, 48 відеоматеріалів – це оголошення про допомогу дітям та дорослим, у яких складна форма інвалідності та які потребують термінового лікування. 80 сюжетів – присвячені інвалідам, які мають активну позицію (спортсмени, активісти, митці); які опинилися в надскладних життєвих обставинах.

Серія матеріалів також приурочені соціальним да-там. Також третина матеріалів – демонструють нерівноправність інвалідів та здорових людей, рівень непристосованості до їхнього життя українських міст, громадських закладів. Відображують також тотальне несприйняття людей з особливими потребами в суспільстві.

Найбільш активним у відображенні цієї теми є телеканал ICTV та програма «Факти». В ефір за досліджуваній період вийшло 322 матеріали, які прямо чи опосередковано стосуються людей з інвалідністю, їхніх проблем та успіхів. Відіграє в актуалізації цієї теми ще й той факт, що в редакції пропагується курс на спеціалізацію журналістів. І зокрема за відображення цієї теми беруться найчастіше два-три постійних журналісти.

Тож із 322 матеріалів понад 110 присвячені соціалізації дітей та дорослих, зокрема репортажі про курси, школи, заняття та спеціальні установи, які займаються вихованням, навчанням, реабілітацією і соціалізацією таких дітей (дорослих). 75 сюжетів про конкретних людей, які опинилися в складних життєвих обставинах, які намагаються не змінювати свій активний спосіб життя та є прикладом для наслідування. 30 матеріалів – заклики про фінансову допомогу тяжкохворим. 52 матеріали присвячені непристосованості українського суспільства до таких людей, зокрема і громадських закладів пандусами, ліфтами тощо. Адже навіть у столиці не всі станції метро оснащені звуковими сигналами і не всі світлофори мають звуковий варіант.

Окрема категорія матеріалів - які не вирішують конкретної проблеми, однак не дають забувати про такі тенденції, як собаки-поводирі для незрячих (матеріал вийшов в ефір 13 листопада 2015-го року). Такого соціального інструменту в Україні немає ще з радянського періоду, однак для порівняння вийшов і матеріал про Чехію, де собаки-поводирі – це норма.

У більшості випадків люди з інвалідністю зображені як звичайні люди, рідше – як люди незвичайні: як обдаровані, як хворі і немічні, як герої.

Багато телерепортажів, присвячених інвалідам, розповідають про їхні творчі здібності або спортивні досягнення (або якісь суперздібності) [2].

Зазвичай ведучий заздалегідь готує аудиторію до розповіді про людину, кажучи, що зараз піде мова про дивовижну, сміливу людину, яка робить те, що не можуть і багато здорові люди. Однак вкрай рідко в сюжетах показано звичайна життя і умови (якщо вони не страшні), які необхідні для того, щоб людина не відчувала себе інвалідом, жила, працювала і вчилася так само, як і її оточення.

Найчастіше (у 50% матеріалів) використовується термін «інвалід». Рідше зустрічаються вислови «людина з інвалідністю», «люди, які потребують лікування», «прикутий до візка», «хворий».

У поодиноких випадках використані вирази «сліпий», «незрячий», «люди з обмеженими можливостями», «діти з дефектами», «спинальні хворі», «неработаспособные люди», «неповносправні» і т.д.

В цілому, поняття «інвалід» не викликає негативного ставлення і навіть позитивно сприймається тими, стосовно кого воно вживається. Однак слід звернути увагу на ситуації, коли журналісти зловживають цим терміном. Наприклад, коли автор міг би називати героїв сюжетів по іменах. Хоча зазвичай у матеріалах

героїв часто називають по імені, імені по батькові і рідко, але вже зустрічається і таке, по прізвищу.

У рідкісних, практично поодиноких випадках вживаються терміни, які не можна не назвати образливими: хворі, ненормальні, каліки (іноді безрукі й безногі каліки), фізично і розумово неповноцінні, убогі і так далі. Причому, слова каліка або хворий іноді використовуються в матеріалах, які несуть, в цілому, позитивну інформацію.

Та особливо зловживають «Вікна» словом «неповносправні». Ця лексема має не лише спотворене інформаційне значення (оскільки це слово підштовхує до думки, що люди з обмеженими фізичними можливостями абсолютно безпорадні), але крім того має і відверто негативне стилістичне забарвлення.

Пряма мова зустрічається в семи випадках.

Абсолютним прецедентом стала історія з хворим на ДЦП переселенцем із Донбасу Романом Кисляком. Репортаж на цю тему фігурував на всіх телеканалах, зокрема і досліджуваних нами. Фабула історії в тому, що хворого на ДЦП чоловіка обслуговуючий персонал вигнав з ресторану, сприйнявши його за неадекватного. Історія з нелюдським і абсолютно не толерантним ставленням була на перших шпальтах та в новинах у пром-тайм. Варто зазначити, що в цьому медіа продемонстрували свою солідарність. Слід окремо зупинитися, як подали цю тему «Факти», «Вікна» та «ТСН».

Інформаційна програма «ТСН» побудувала матеріал довкола конкретно випадку не вибудувавши при цьому ані причинно-наслідкової лінії, ані узагальнення, адже напрошується висновок що таке ставлення непоодинокі. Звісно, журналіст не в змозі перевірити всі заклади, однак може пошукати тенденції та причини їх. Однак журналіст говорить лише про постраждалого та про власника ресторану, якого в результаті вирішили бойкотувати. Це та ситуація, коли медіапрацівник намагається вирішити конкретну соціальну ситуацію, однак не вплинути на проблему [4].

Водночас програма «Факти» взяла цю конкретну ситуацію лише як інформаційний привід, а вибудувала свій репортаж на тому, звідки взялося таке неприйняття людей з особливими потребами не лише в офіціантів, а й узагалі в здорових громадян. У матеріалі зібрані думки конфліктолога, соціолога, трьох героїв-інвалідів, кожен із яких виконує ще й соціальну функцію: юрист, правозахисник та активна учасниця працевлаштування людей з особливими потребами. У сюжеті виводиться кілька ліній, головну з яких наважується озвучити журналіст: «Не чуємо, не бачимо і не приймаємо. Так ми, здорові, ставимося до людей з особливими потребами. У метро, ресторані чи в магазині багатьом просто некомфортно бачити поряд із собою інакших. Усі бар'єри в нашій голові. Не поспішаємо встановлювати пандуси, спеціальні ліфти та звукові світлофори. Забуваємо про головну цінність Європи – повагу до особистості і віддаляємося від побудови суспільства рівних можливостей». Ще одна лінія в матеріалі – власники магазинів, аптек, ресторанів не розглядають людей з інвалідністю своїми клієнтами, а тому і не виховують відповідну культуру в персоналу. Стереотип, що людина у візку чи з ДЦП – бідна – спрацьовує на всі 100%. Хоча сьогодні багато таких людей – успішні айтишники, кібер-



фахівці, дизайнери тощо. Ставлення до них має змінюватися однозначно ще й тому, що останні два роки Україна перебуває у війні, а відповідно, багато молодих, красивих і розумних чоловіків повертаються в цивільне життя з травмами та каліцтвом.

Як показало дослідження, журналісти усіх редакцій мають тенденцію до порушення рекомендацій ООН для людей з інвалідністю [3]. Однак подекуди вони є виправданими. Наприклад, правило перше рекомендує: люди з різними видами інвалідності повинні виступати від свого імені.

Розмова в першій особі («я», «ми») практично завжди більш цікава і часто приносить більше задоволення або емоцій, ніж його передача в третій особі.

Крім того, коли люди з різними фізичними обмеженнями висловлюються від свого імені, це додає значимості словам, додає певної впевненості спікерів, і, відповідно, аудиторія на підсвідомості перестає просто з жалістю ставитися до людини, а починає співпереживати. Це не негативний ефект, навпаки. Таким чином, маючи певне співпереживання і повагу, глядач хоче якимось чином підтримати, виявити своє захоплення людьми, що абсолютно міняє сприйняття особи з вадами, провокує думати всупереч стереотипам. Однак слід зазначити, що це правило на практиці не завжди виправдане. Зокрема, діти та старші люди з проявами аутизму, які бояться

контакту. Близького спілкування, часто не можуть виступати від першої особи, не прогнозовано реагують на мікрофон, запитання, дотики, близький контакт. Тому на такий випадок журналіст повинен мати на озброєнні кілька прийомів виходу із ситуації.

Як змінювалися тенденції розуміння та ставлення до соціальних проблем в українському суспільстві, так само змінювалася кількість матеріалів щодо них в журналістських продуктах загалом та на телебаченні зокрема. Загалом моніторинг інформаційних програм дозволяє зробити такі висновки:

1. Тема людей з інвалідністю є більш відображеною в інформаційних програмах, аніж, наприклад, проблеми безпритульності, пенітенціарного сектору, людей, що живуть з ВІЛ/СНІД.

2. Тема актуалізується через те, що громадські організації дедалі частіше організують різноманітні акції, флеш-моби, привертають увагу журналістів і, відповідно, громадськості.

3. Висвітлення соціальної проблематики потребує особливого підходу з боку журналістів. Окрім професійних журналістських стандартів, варто враховувати специфіку кожної соціально вразливої групи, яку прямо чи опосередковано висвітлено в телематеріалі.

4. Основним критерієм для відбору матеріалу є наявність героїв, тобто соціальну проблему за краще розкривати через приклад окремої людини.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Баутина П. Газетный дискурс социальной журналистики: попытка исследования / П. В. Баутина // Ученые записки Казанского ун-та. Сер. Гуманит. науки. – 2008. – Т. 150, кн. 4. – С. 22–32.
2. Майер К. Як правильно брати інтерв'ю у неповносправної людини [Електронний ресурс] / Ка - рен Ма йер. — URL: <http://imi.org.ua/mediapsychology/41008-yak-pravilno-brati-intervyu-u-nepovnospravnoji-lyudini.html> (01.12.2013)
3. 10 загальних правил етикету спілкування з людьми з обмеженими можливостями [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/355/2/Lavrik.%20Socialna%20problematika.pdf>
4. Шендеровський К. Медіакомунікації та соціальні проблеми : зб. навч.-метод. матер. і наук. ст. : у 3 ч. / Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, ; Ін-т журналістики. — К., 2012. — Ч. 1. — 288 с.

#### REFERENCES

1. Bautina P. The newspaper discourse of social journalism: the investigation attempt. P.V. Bautina. The scientific notes of Kazan University. Ser. Humanit. Sciences 150/4. 2008: 22-32.
2. Mayer Karen. What is the right way to interview a disabled person. Retrieved December 12, 2013 from <http://imi.org.ua/mediapsychology/41008-yak-pravilno-brati-intervyu-u-nepovnospravnoji-lyudini.html>
3. The 10 main rules of decorum while communicating with disabled people. Retrieved from <http://www.telekritika.ua/ratings/2013-01-28/78524>. <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/7355/2/Lavrik.%20Socialna%20problematika.pdf>
4. Shendwrovskiy K. Media communications and social problems. The sourcebook of learning materials and articles in 3 parts. Taras Shevchenko National University of Kyiv. Institute of Journalism. Kyiv: 2012. Vol.1. 288 p.

#### The trends in coverage of problems of physically challenged in TV-news Mykhaylova O.

**Abstract.** The article is devoted to investigation of the trends of coverage of social problems in the Ukrainian TV news. In the article the emphasis is made on the media materials devoted to the social problems of physically challenged persons. In this work the analysis of basic and evening newscasts on «STB channel», «ICTV», «1+1» is made. The general trends of coverage of social problems are defined and the particular examples are illustrated. The recommendations concerning the rules and principles of the following coverage of social problems in TV news are represented.

**Keywords:** social problems, physically challenged, trends, rules, principles, TV news.

#### Тенденции отображения людей с инвалидностью в теленовостях О. П. Михайлова

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию тенденций отражения проблем людей с инвалидностью в теленовостях. В статье рассмотрены медиаматериалы, посвященные социальным проблемам людей с инвалидностью. Проанализированы основные и вечерние выпуски теленовостей каналов «СТБ», «ICTV», «1+1». Определены общие тенденции освещения социальной проблематики и иллюстрирует их конкретными примерами. Сформулированы рекомендации относительно правил и принципов дальнейшего освещения социальной проблематики в теленовостях.

**Ключевые слова:** социальные проблемы, инвалиды, тенденции, правила, принципы, теленовости.

## Радиопрограмма «Крым. Реалии»: к вопросу о качестве содержания и формы информации

М. В. Нагорняк

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина

Paper received 20.04.2016; Accepted for publication 05.05.2016.

**Аннотация.** На основе разностороннего и тщательного анализа программного контента «Крым.Реалии» автором разработаны конкретные механизмы повышения качества содержательного наполнения и композиционного построения радиопередачи. К таким механизмам относятся: пересмотр редакционной политики в части чрезмерного нарушения целостности новостного информационного сообщения; акцентирование более пристального внимания на обработке и редактировании новостей; четкая направленность усилий ведущего и экспертов на глубинное обсуждение одного аспекта проблемы, а не целого спектра.

**Ключевые слова:** *новость, информационное сообщение, информационно-аналитическая программа, ведущий, эксперт студии.*

**Введение.** В связи с масштабными общественно-политическими трансформациями, переживаемыми последние два года Украиной в целом и каждым ее гражданином в частности (аннексия Российской Федерацией Крымского полуострова, антитеррористическая операция на востоке, возрастающее количество переселенцев, стремительное ухудшение социальных стандартов жизни крымчан т.д.), возникла острая необходимость в создании качественно новой вещательной платформы для объективного информирования крымского общества. Такой информационной базой стал крымский проект украинской службы Радио Свобода, который стартовал в марте 2014 года, сразу же после оккупации Российской Федерацией Крыма. Крымская группа Радио Свобода выпускает три информационных сайта на русском, украинском и крымскотатарском языках (Крым. Реалии, <http://ru.krymr.com/>, Крим. Реалії, <http://ua.krymr.com/>, Qirim.Aqiaqat, <http://ktat.krymr.com/>). Кроме этого, в рамках проекта выходит в эфир еженедельная телепрограмма "Крим. Реалії" на общенациональном канале новостей "24". Также с сентября 2015 г. совместно с Украинским радио активно функционирует Радио Крым. Реалии. Оно транслирует свои передачи на средних волнах на большую часть территории Крыма, юго-восток Украины и предгорные районы Северного Кавказа России.

Необходимо отметить тот факт, что проект Крым. Реалии является частью некоммерческой информационной службы Radio Free Europe / Radio Liberty. Радиостанция и упомянутый проект в том числе преследует цель распространять ценности демократии и гражданского общества в тех странах и регионах, где свобода прессы либо запрещена, либо ограничена властями, вследствие чего не является нормой жизни людей. Соответственно, журналисты проекта стараются предоставить крымскому обществу то, что оно не может узнать в Крыму из местных средств массовой информации. Это новостной контент без цензуры, аналитический контент на основе аргументированного и ответственного обмена мнениями, открытого, честного и разностороннего обсуждения тех или иных проблем.

Однако, совершив тщательный мониторинг выпусков новостей и аналитических (разговорных) программ Радио Крым. Реалии, автор убеждена в том, что на этапе подготовки контента к презентации в эфире имеет место ряд существенных недоработок. Именно они заметно ухудшают качество содержания и формы

вырабатываемого информационно-аналитического контента, что напрямую связано со снижением влияния на аудиторию радио. Преследуя высокие цели обеспечения крымского общества достоверной и объективной информацией о всех сферах общественной жизни, журналисты проекта не должны пренебрегать изложенными ниже замечаниями.

**Краткий обзор публикаций по теме.** Вопросами особенностей подготовки и презентации в эфире актуальной общественно-политической информации занимались многие как украинские, так и зарубежные исследователи радиожурналистики и радиокоммуникаций. Украинские ученые В. Я. Миронченко, В. В. Лизанчук, Н. И. Прокопенко, О. Я. Гоян, И. А. Хоменко и некоторые другие обращают внимание на необходимость подавать информацию – как новостную, так и аналитическую – в соответствии со стандартами радиовещания. Иначе говоря, они придерживаются мнения, что информация на радио должна быть приведена к специфическому виду, называемому радиийным, что обусловлено спецификой восприятия информации на слух. Российские исследователи В. В. Смирнов, Э. Г. Багиров, В. Н. Ружников, Г. В. Кузнецов, Л. Д. Болотова, А. А. Шерель и другие уверены в том, что любая информация, любой поток истины окрашены человеческими эмоциями, вследствие чего предоставляются широкие возможности для творчества. Но, замечают исследователи, творчество должно выстраиваться в рамках профессиональных норм. Исходя из этого и должны готовиться передачи на радио. Многие зарубежные ученые (Дж. Лалл, Д. Корню, Ив Аньес, Э. Барноу, Дж. Рене Каппоне, М. Кийт, К. Маккой и др.) также обращают особое внимание на специфику подачи новостной и аналитической информации в прямом эфирном радиовещании.

**Цель.** В этом исследовании автор преследует цель проанализировать программный контент одной из новейших радиостанций Украины – Радио Крым. Реалии и на основе этого представить механизмы повышения качества содержания и формы информационных выпусков и аналитических программ для достижения максимального воздействия на потребителя продукта. Что само по себе является исключительно важным, поскольку аудиторией радиостанции выступают крымские радиослушатели и интернет-пользователи, которые в большинстве случаев лишены возможности иметь в своем распоряжении объективную,

честную и сбалансированную информацию как о событиях на полуострове, так и на материковой Украине.

**Материалы и методы.** Эмпирическим материалом для исследования послужили утренние выпуски новостей (понедельник-пятница 08.35-08.38), вечерние выпуски новостей (понедельник-пятница 18.35-18.38), а также аналитические блоки Радио. Крым. Реалии (понедельник-пятница 08.38-08.59, 18.35-18.59). Эти передачи прозвучали в эфире Радио Свобода с середины марта до середины апреля 2016 года. За обозначенный период всего прослушано 40 информационных выпусков и 40 аналитических программ.

Глубокое и разностороннее изучение данного вопроса стало возможным благодаря следующим методам. Метод изучения и обобщения опыта работы Радио Свобода позволил прослушать выпуски новостей и аналитические блоки, совершить повторное прослушивание материалов, размещенных на сайте радиостанции с целью более тщательного исследования содержательного наполнения и композиционного построения передач. Метод контент-анализа позволил исследовать особенности формирования новостного текста и текста аналитической программы, принципы их структурирования. Дескриптивный метод использован для характеристики сущности передач, полноты раскрытия темы, что дало возможность понять целесообразность применения редакционных установок к производству контента. Благодаря бихевиористскому методу удалось проанализировать программную продукцию с точки зрения организации доэфирной и эфирной подготовки ведущих, корреспондентов, комментаторов, обозревателей и др. Также этот метод позволил сравнить эфирную работу разных ведущих сквозь призму умения совершать подбор и отбор фактажа, логически выстраивать рассказ, представлять его в эфире, использовать жанрово-стилистические особенности для усиления влияния на радиослушателя.

**Результаты и обсуждения.** Исследуемый контент позволил выявить следующее. Во-первых, при подготовке и презентации новостей в эфире имеет место нарушение основного технологического принципа изложения новых ведомостей. Его сущность состоит в максимальном наследовании структуры устного рассказа нового. По мнению В. Я. Миронченко, в практике радиовещания использование этого принципа объясняется такими причинами, как обеспечение наиболее естественного способа изложения новости и легкости ее восприятия на слух, возможность описывать новость, не ожидая окончательного выяснения всех подробностей, первоочередность получения самых важных фактов, вследствие чего и появление возможности определенного выбора – слушать новость дальше или ограничиться услышанным, упрощение верстки выпуска (все сообщения легко сокращаются в зависимости от потребности или длительности звучания) [3, с.172]. Прослушанные новости достаточно часто напоминают широкую газетную заметку, что недопустимо с точки зрения законов информационного радиовещания. Наблюдается неправомерное употребление сложных синтаксических конструкций для описания того или иного события, к примеру: «Официальной задачей изначально была

объявлена борьба с террористами ИГИЛ, но западные страны неоднократно обвиняли Россию в том, что она наносила удары по мирному населению и поддерживала режим действующего сирийского президента» (17.03., 08.35-08.38), «Крымские власти, подконтрольные России, напоминают: если украинские автономеры не будут перерегистрированы на российские до 1 апреля, то первичный штраф будет составлять до 800 рублей, повторный случай – 5 тысяч. Об этом заявил российский глава ГИБДД Крыма Анатолий Борисенко, подчеркнув, что не стоило затягивать с заменой номеров» (23.03., 18.35-18.38), «Госсекретарь США Джон Керри, который находится с визитом в Москве, заявляет, что переговоры с главой министерства иностранных дел Сергеем Лавровым о ситуации в Украине и Сирии были продуктивными, но подробностей переговоров не привел» (24.03., 08.35-08.38), «Президент Петр Порошенко заявил, что Украина не откажется от планов евроинтеграции и напомнил, что референдум в Нидерландах имеет консультативный характер» (07.04., 18.35-18.38) и т.д. Подобные предложения в структуре новостного текста являются тяжеловесными, сложными для восприятия, понимания и воспроизведения информации. Безусловно, такие конструкции работают на понижение качества как содержания, так и структуры сообщения. В связи с вышеизложенным, редакторам, ведущим радио нужно иметь в виду, что новости, откуда бы они не пришли, нуждаются в обязательной тщательной переработке и редактировании. Всем творческим работникам радиостанции нужно помнить о том, что именно новости формируют имидж радио, образуют его своеобразную визитную карточку, которая может быть как притягательной, так и отталкивающей. Ведь новости считаются универсальным продуктом, рассчитанным на всех – от уборщицы до академика. Соответственно, информационным выпускам нужно уделять более пристальное внимание.

Во-вторых, прослушанный новостийный контент дает основание говорить о том, что практически в каждом выпуске наблюдается нарушение целостности структуры этого программного образования. Речь идет о том, что почти каждое информационное сообщение сопровождается звукозаписью (синхронно) человека, имеющего непосредственное отношение к событию. Поскольку длительность звучания выпусков минимальна (до 3-х минут), то нецелесообразно насыщать новостной массив большим количеством звукозаписей. Безусловно, во все времена на радио ценилась полифоничность, т.е. наличие в программе как можно большего количества голосов. Но несмотря на это, нужно исходить из того, что в 3 минутах звучания нельзя уместить 6-7 звукозаписей. В подобном случае они размывают и без того небольшую и достаточно хрупкую структуру информационного выпуска, измельчают ее, вследствие чего слушателю трудно сосредоточиться на процессе слушания, ведь внимание все время переключается с одного выступающего на другого. Очень важно соблюдать звуковую целостность этой краткой передачи. В этой связи прав В. В. Смирнов, который подчеркивает, что выпуски новостей не являются чем-то застывшим по своей форме, более того, как наиболее мобильные, значимые

– они отражают не только саму информационную политику, но и влияют на другие программы [6, с.82].

К тому же, следует обратить внимание на качество совершаемых звукозаписей, которые иногда являются откровенно техническим браком. Никакими причинами нельзя оправдать появление в эфире зашумленных выступлений, из которых невозможно понять смысла речи говорящего. Кроме всего прочего, мы заставляем нашего слушателя прикладывать усилия для ознакомления с новостями, что само по себе неправильно. В этой связи, говорит В. В. Смирнов, для работы службы информации важно постоянно помнить об уважении к слушателю. Если он не будет получать передаваемую информацию, труд журналиста станет бессмысленным [6, с.90].

В-третьих, если говорить о прослушанном аналитическом контенте программы Радио Крым. Реалии, то тут нельзя не отметить такие важнейшие позитивные стороны, как целенаправленный подход к выбору злободневных, актуальных тем крымского бытия, приглашение к участию в программе компетентных лиц, прямое и честное обсуждение проблемы, непринужденная манера ведения со стороны модератора.

Однако, с целью усиления влияния на слушателя преподносимой информации необходимо обратить внимание на некоторые недоработки в подготовке и презентации этого проекта. Прежде всего, речь идет о чрезмерном количестве выступающих касательно той или иной темы. Учитывая тот факт, что аналитический блок звучит на протяжении 20-25 минут, недопустимо, чтобы такой небольшой временной отрезок эфира насыщался 4-6 экспертами. Когда много людей высказываются по одной проблеме, у слушателя возникает неминуемое пресыщение информацией (тем более, что это ведомости, основанные на мнениях, суждениях и оценках специалистов). Кроме этого, на этапе воспроизведения услышанного человек путается в том, кто и что сказал. Таким образом, в ряде случаев нарушается смысловое, композиционное и звуковое единство передачи. К примеру, рассмотрим эфир от 17.03.2016 г., в котором речь шла о том, как «вырулить» из ситуации с номерами. На протяжении 20 минут к разговору приглашались четверо выступающих – это рядовые крымчане, которые столкнулись с проблемой замены украинских автономеров на российские, начальник сервисного центра и начальник Крымского ГИБДД. Если последние два гостя старались придерживаться темы и говорили более-менее внятно, то выступления первых зашкаливали от эмоций, отличались сбивчивостью и нечеткостью.

Поэтому, для 20 минут эфира целиком достаточно 1-2 экспертов и не более одного выступающего по телефону.

В-четвертых, достаточно часто ведущие аналитических блоков Радио Крым. Реалии берутся за обсуждение чересчур сложных, многоаспектных, противоречивых политических тем, что, безусловно, заслуживает уважения. Но на этапе реализации (обсуждения) подобных проблем возникает ряд сложностей. К ним относятся – желание обсудить все аспекты сразу, что приводит к поверхностному, неглубокому разговору; постановка двух-трех глобальных вопросов в одном, вследствие чего эксперт пытается ответить на все и в итоге не отвечает толком ни на один вопрос; увле-

чение монологами со стороны выступающих; отсутствие резюме в конце передачи и некоторые другие. Такими неудачными, по мнению автора, являются эфиры «Как могут измениться границы на Ближнем Востоке» (18.03.2016), «Шойгу и Патрушев в Крыму – следует ли ожидать новых репрессий?» (22.03.2016), «Уходящие «герои крымской весны». Кто на очереди?» (28.03.2016), «Оранжевый выбор. Референдум в Нидерландах» (07.04.2016), «Брежнев и Путин. Две эпохи – два застоя» (08.04.2016), «Что сделало правительство Яценюка для Крыма» (11.04.2016) и др. Беспорно, упомянутые темы крайне важны для крымского социума, но такая постановка проблем нуждается в реализации в более длительных эфирных отрезках (45-60 мин.).

В-пятых, иногда аналитические блоки посвящаются специфическим темам крымской жизни. В таком случае наблюдаем противоположную ситуацию, когда выступающих очень мало, что негативно сказывается на эффективности программы (1 эксперт и 1 позвонивший в студию). К примеру, эфир «Губит людей не пиво, а боярышник» (08.04.2016), «Нет депрессии!» (11.04.2016). Затрагивая подобные болезненные темы, нужно тщательно продумывать круг лиц, согласных высказаться. С такими людьми необходимо проводить подготовительную работу перед выступлением.

**Выводы.** Проблема подготовки и презентации высококачественного контента на радио не является искусственной, надуманной, как это принято считать в журналистских кругах. И здесь нет вины как таковой творческих работников. К сожалению, часто из-за многих специфических факторов, сопровождающих работу радиожурналиста, из поля зрения выпадает вопрос о том, как сделать программный продукт более интересным, насыщенным, своеобразным и, самое главное, запоминающимся. А ведь именно такие выпуски новостей, аналитические (разговорные) программы привлекают внимание рядового слушателя и интернет-пользователя. Каждый ведущий, редактор, комментатор должен помнить о том, что он работает для своей аудитории, которая является не безликой массой, а людьми, пытающимися узнать как можно больше полезной, разносторонней, сбалансированной информации. Именно исходя из понимания этого радиостанциям, в том числе и Радио Свобода, нужно пересмотреть свою редакционную политику, наработанные правила касательно подачи новостной и аналитической информации. Новости должны быть емкими, лаконичными, не перегруженными большим количеством голосовых цитат, а также такими, которые затрагивают информационные потребности крымских граждан.

Проекту Радио Крым. Реалии будет не лишним подумать над тем, как достичь баланса важной общественно-политической информации с точки зрения ее эмоционального восприятия. Принимая во внимание громадную значимость предоставляемых данных в современных политических условиях, учитывая смысловые особенности этих передач, все же следует стараться не допускать превалирования негативно окрашенной информации.

При условии соблюдения упомянутых выше рекомендаций радиопрограмма «Крым. Реалии» имеет все

основания стать журналистским проектом высочайшего уровня и, как следствие, иметь всевозрастающую аудиторию слушателей. В сложных геополитических условиях каждому человеку, а крымчанину особенно, чрезвычайно важно иметь в своем распоряжении максимально достоверную, правдивую, объек-

тивную и точную информацию о событиях, происходящих на полуострове. Только в таком случае возможно распространение ценностей демократии и гражданского общества в тех регионах, где свобода прессы не является нормой жизни общества в целом и каждого его гражданина в частности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Аньес Ів. Підручник із журналістики: Пишемо для газет / Ів Аньес. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544 с.
2. Гоян О.Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник / О.Я.Гоян. – К.: Веселка, 2004. – 245 с.
3. Миронченко В. Я. Основи інформаційного радіомовлення : підручник для студ. ун-тів спец. «Журналістика» / В. Я. Миронченко. – К. : Інститут змісту і методів навчання; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка, 1996. – 438 с.
4. Лалл Деймс. Мас-медіа, комунікація, культура: глобальний підхід. пер. з англ. / Джеймс Лалл.- К. : «К.І.С.», 2002. - 264 с.
5. Нагорняк М.В. Интерактивність як визначальний чинник ефективності розмовних програм інтернет-радіостанцій / М.В.Нагорняк // Наукові записки Інституту журналістики. – Т. 57 (жовтень-грудень). – К., 2014. – С.157-163.
6. Смирнов В. В. Формы вещания : Функции, типология, структура радиопрограмм : учеб.пособие / В. В. Смирнов. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 203 с.
7. Стрельникова Е.А. Модели интерактивного общения на радио / Е.А.Стрельникова // Современные проблемы аудиовизуальных СМИ : Сборник статей аспирантов. – Выпуск 15. – М. – Изд. ИПК, 2005. – С. 50 – 62.

#### REFERENCES

1. An'yес Іv. Textbook on journalism, Writing for newspapers / Іv An'yес.- К.: Vydavnychy dim «Kyuevo-Mohylyans'ka akademiya», 2013. – 544 p.
2. Hoyan O.Ya. Basics of journalism and radiomenedzhment: textbook / O.Ya.Hoyan. - K.: Veselka, 2004. – 245 p.
3. Myronchenko, V.Ya. (1996), Fundamentals of Information Broadcasting: a textbook for students univ. special. "Journalism", K. : Instytut zmistu i metodiv navchannya; Kyivivs'kyu un-t im. Tarasa Shevchenka, Kyiv, 438 p.
4. Lall Deyms. Media, Communication, Culture: A Global Approach / Deyms Lall. - K. : «K.I.S.», 2002. – 264 p.
5. Nahornyak M.V. Interactivity as a determining factor efficiency programs speaking Internet radio / M.V.Nahornyak. - Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky. – T. 57 (zhovten'hruden'). – K., 2014. – p.157-163.
6. Smyrnov V. V. Forms of Broadcasting, Functions, typology, structure of radioprogram: textbook / V.V.Smyrnov. - M. : Aspekt Press, 2002. – 203 p.
7. Strel'nykova E.A. Models of interactiv communication on radio / E.A. Strel'nykova. - Sovremennyye problemy audyovyzual'nykh SMY : Sbornyk statey aspyrantov. – Vypusk 15. – M. – Yzd. YPK, 2005. – p.50-62.

#### **Radioprogram "Crimea. Reality": Question for at Quality of Content and Form of Information Nahornyak M.**

**Abstract.** An author considers that in difficult geopolitical terms program Radio Crimea. Realities greater influence can have considerably on the Crimean listener. On the basis of scalene and careful analysis of programmatic content there is "Crimea.Realities" an author is work out the concrete mechanisms of upgrading of the rich in content filling and composition construction of broadcasting. To such mechanisms behave: revision of editorial politics in part of excessive violation of integrity of news information message; accenting of more intent attention on treatment and editing of news.

**Keywords:** news, information message, research and information program, anchorman, guest of studio.

## Лонгрид як новий медіаформат: підходи до класифікації

О. А. Нестеренко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси, Україна  
Corresponding author. E-mail: o\_nesterenko2008@ukr.net

Paper received 05.06.2016; Accepted for publication 15.06.2016.

**Анотація.** У статті вилучено поняття «мультимедійна історія», «лонгрид», окреслено підходи до його класифікації. Схарактеризовано типологічні ознаки мультимедійних публікацій в онлайн-виданнях «Новое время», «Insider», «Українська правда. Життя», на сайті «ТСН». Узагальнено сутнісні маркери лонгридів, обґрунтовано класифікаційні засади їх типологізації та систематизовано відомості у вигляді таблиці. Підсумовано, що формат лонгриду перебуває на етапі інтенсивного формування, синтезує ознаки різних жанрів, апробує мультимедійні інструменти, що ускладнює критерії виокремлення його різновидів.

**Ключові слова:** мультимедійна історія, лонгрид, лендинг, формат, інтернет-ресурс.

**Вступ.** У річичі питання про історію появи й розвитку лонгридів варто зазначити, що деякі вчені вважають лонгрид не інноваційним форматом, а видозміненим жанром нарису, що «у 90-ті роки погано пристосовувався до серйозних змін у журналістиці» та нині відроджується, пропонуючи читачеві «не просто читання, а цілий досвід переживань через різні способи проникнення в суть матеріалу» [2, с. 93]. Водночас дослідники зазначають, що в жанровому сенсі лонгриди можуть бути не тільки нарисами, але й кореспонденціями, статтями, журналістськими розслідуваннями. На наш погляд, мультимедійний лонгрид – це нова жанрова форма, що потребує текстового й візуального контенту, гармонійного синтезу засобів, які вможливають створення доступного в змістовому вимірі та естетично довершеного тексту.

Мультимедійна історія – це не лише докладно продуманий і технічно складний матеріал, але й витвір журналістського мистецтва. Для практичної журналістики мультимедійна історія є форматом, що синтезує текстову, фото-, аудіо- та відеоінформацію. Швидкі темпи глибокого проникнення лонгридів у комунікаційний простір засвідчують їхню перспективність.

**Стислий огляд публікацій за темою.** У сучасних теоретичних розвідках бракує обґрунтування лонгриду як повністю сформованого жанру, не конкретизовано його іманентні ознаки. З огляду на це нові мультимедійні тексти необхідно оцінити й класифікувати з погляду системи журналістських жанрів. На дослідницьку увагу заслуговують студії М. Лукіної [3], Н. Лосевої [4], А. Золотухіна та Ю. Мажаріної [2], а також праці журналіста-практика О. Тарасова [1]. У ході аналізу зафіксовано кілька студій, автори яких зосереджують увагу на характеристиці специфіки формату лонгридів, це, зокрема, роботи А. Смутко [6] та І. Фанти [8]. А. Сумська аналізує форматні характеристики актуальних на сьогодні медіатекстів – лонгридів, які задіяні в журналістиці, та лендингів, що популярні в маркетингових комунікаціях. Дослідниця наголошує, що обидва типи текстів володіють потужним потенціалом інтерактивності, створюючи особливу форму розповіді в онлайн-середовищі [7, с. 131].

**Мета статті** – вивчити підходи до класифікації мультимедійних історій, узагальнити сутнісні маркери лонгридів, схарактеризувати типологічні ознаки мультимедійних публікацій українських онлайн-видань «Новое время», «Insider», «Українська правда. Життя», сайту «ТСН».

**Методи дослідження.** У процесі наукового пошуку залучено такі методи: *описовий* – для комплексної характеристики наявних мультимедійних інтернет-публікацій; *порівняльний аналіз* – для виявлення загальних і специфічних рис лонгридів; *метод узагальнення*, за допомогою якого зроблено висновки про структуру й жанрові особливості мультимедійного інформаційного продукту.

**Результати дослідження.** В Україні якісних лонгридів небагато. Експерти стверджують, що вітчизняні журналісти фактично відмовилися в 1990 – 2000 рр. від великих жанрових форм, вважаючи недоцільним готувати якісні, ексклюзивні журналістські тексти. Однак нині ваги читачього інтересу перешилилися в бік журналістики пояснень, яка розповідає про складні події і явища в доступному форматі. За створення таких матеріалів беруться лише поодинокі видання, оскільки бракує ресурсів, потрібен час на аналітичну роботу, візуалізацію, підготовку мультимедійних елементів, дизайн і програмування. Популярними є лонгриди «Української правди», що стартували в березні 2014 року. За словами Г. Титиш, головного редактора «Української правди. Життя», джерелами натхнення для запуску лонгрид-проєкту були цікаві історії «The New York Times». Першою історією, яку запропонувала читачам «Українська правда. Життя», стала розповідь Владислави Осьмак «Прогулянка по Києву, що зникає» (<http://life.pravda.com.ua/society/2014/03/28/160695/>).

Спроби розповісти про Майдан у розлозі мультимедійному форматі розпочалися навесні 2014 року, коли видання «Українська правда. Життя» запустило проєкт «Небесна сотня» (<http://nebesna.pravda.com.ua/>). Успішними стали спецпроєкти «Вони тримали небо» (<http://tsn.ua/special-projects/20february/>), «Битва за аеропорт» (<http://cyborgs.tsn.ua/>), «Пролітаючи над гніздом «Антонова» (про те, як народжується український літак АН-178)» (<http://tsn.ua/special-projects/an178/>) та інші на сайті «ТСН», «Історія Євромайдану. Хроніка української революції» (<http://www.theinsider.ua/history-euromaidan/>) українського видання «Insider», а також проєкт «The Ukrainians», що обрав формат лонгриду як основний. Започаткований у травні 2014-го, цей проєкт повністю побудований на лонгридах-інтерв'ю (<http://theukrainians.org/persons/>). Серед його героїв – відомі українські історики, політики, економісти, культурні діячі, журналісти. Редактор сайту Т. Прокопишин пояснює популярність дов-

гих текстів тим, що читач хоче не лише прочитати про подію, яка відбулася, а й стати учасником життєвої історії. Обравши розлогу форму лонгриду та репрезентувавши великі ілюстрації, що відповідають життєвій філософії людини, творці «The Ukrainians» зіграли на ексклюзивності й елітарності такого контенту.

Проект «Новое время» створив рубрику «Лонгриди» у вересні 2014 року, у ній зібрано понад 80 матеріалів у форматі «диджиталсторителінг», а також представлена рубрика «STYLE», що містить спеціалізовані матеріали. Наприклад, у січні 2015 року вийшли проекти «Наш Сталинград», «Чем был и чем не был Майдан», «Человек слова», «Итоги года: 14 событий, которые изменили мир». Протягом 2016 року переважають тексти з оглядами ресторанів та автомобілів, наприклад «Бетмен для кошенят. 7 цікавих фактів про Peugeot 508» (тест-драйв «НВ»), «100 найкращих ресторанів України» (гід для гурманів). На відміну від інших видань, що використовують цей формат, «Новое время» постійно оновлює розділ лонгридів, майже щодня читачі можуть знайти там нові матеріали. Інші українські видання тільки починають експериментувати з подібними форматами.

А. Золотухін виокремлює два типи лонгридів: традиційні (текст розбавлений статичними ілюстраціями) та мультимедійні. Прикладом традиційного лонгриду він вважає нарис «Жінка гірської долі» Марини Ахмедової (<http://www.kommersant.ru/doc/2234324>) – великий текст про чеченських жінок, які «мріють вийти заміж у Чечні, а народитися в Європі». Текст розміщений на всю сторінку, розбитий на блоки, доповнений кількома фотографіями. «Докрутити» таку публікацію до кінця сучасному читачеві буває складно, а тому багато медіа стали створювати лонгриди мультимедійного формату з огляду на досвід найкращих західних ЗМІ [2].

Мода на сноуфолі спричинила важливе завдання – знайти оригінальне візуальне рішення, що допомагає відрізнятись від сотень інших мультимедійних історій. У проекті «Great Falls» від «Washington Post» (<http://www.washingtonpost.com/wp-srv/special/local/the-perils-of-great-falls/>) залучено незвичайну анімовану інтерактивну інфографіку: річковий пейзаж, над яким «висять» покажчики, після натиснення на них стає зрозуміло, що це текст й анімація. У мультимедійній історії «The Geeks on the Front Lines» у «Rolling Stone» (<http://www.rollingstone.com/feature/the-geeks-on-the-frontlines#.1fdbyov1b8mesy>) несподіваний ефект виникає під час прокручування першої сторінки: відеозаставка (кімната, де за комп'ютерами сидять програмісти) збільшується, і в користувача з'являється враження, що він «в'їжджає» в екран одного з комп'ютерів.

Як окрему категорію дослідник Е. Бул називає «In-Depth Packages» (дослівно – «вечерні історії»). Такий формат максимально розкриває тему й наближається до формату електронної енциклопедії. Його серйозним недоліком є великий обсяг. Продюсери таких проектів мають бути абсолютно впевнені в цьому форматі [1]. Незважаючи на всі труднощі, існує кілька успішних прикладів, схарактеризованих нижче.

«Empty Cradles» (<http://www.jsonline.com/news/119882229.html>) – новинна мультимедійна стаття про

дитячу смертність, опублікована в журналі «Milwaukee Journal Sentinel» у січні 2011 року. Матеріал отримав кілька національних премій; він охоплює вісім основних секцій, вісім мультимедійних елементів, зокрема таблиці, карти, тести, панораму, таймлайн, 12 відео та фотогалереї, блог, особисті історії читачів, колонки думок, колонки редакції тощо.

Проект «Rethinking Immigration» (<http://www.theglobeandmail.com/news/national/time-to-lead/rethinking-immigration-the-casefor-the-solution/article4170229/>) – мультимедійна історія, опублікована «Toronto Globe and Mail» у 2012 році, складається з великої кількості інтерактивних графіків, відео, опитувань на тему імміграції, містить інтерактивну таблицю та спеціальну форму, через яку читачі можуть поділитися своєю історією про імміграцію. Ця публікація набрала більше ніж 2400 коментарів.

Проект ТСН «Квиток в один кінець» (<http://tsn.ua/special-projects/titanic/>) – це історія про те, як загибель незатопленого «Титаніка» стала однією з найтрагічніших катастроф збіглого століття. Матеріал представлений у хронологічній послідовності за днями й годинами – із моменту відправлення корабля до його загибелі, у тексті повідомлено про те, що сталося з кораблем після його затоплення.

Як різновид мультимедійних історій автори видокремлюють «Immersive multimedia» – проекти з 3D-візуалізаціями на основі платформ Flash, інтерактивних HTML5 і JavaScript. Прикладом є проект «Highrise Tower» ([http://highrise.nfb.ca/onemillionthtower/1mt\\_webgl.php](http://highrise.nfb.ca/onemillionthtower/1mt_webgl.php)), який має вигляд повноцінного сайту, інтегрованого документального фільму, 3D-візуалізації й тексту.

Дослідниця М. Лукіна диференціює такі типи мультимедійних історій: html-стаття; інфографічна стаття; «мультимедійна коробочка» (стаття у форматі плеєра) [4, с. 271–273]. Основою мультимедійної html-статті слугує вербальний текст, «підводкою або презентацією до релевантних мультимедійних елементів» [4, с. 132] можуть бути також шматки тексту. Мультимедійні й текстові матеріали мають бути розподілені рівномірно. Необхідно стежити й за тим, щоб «сплешка» (початковий статичний кадр) відео-фрагменту відрізнялася від фоторяду або першого кадру слайд-шоу. Довідкова інформація та інші «важкі» текстові елементи введені до тексту за допомогою гіперпосилань. Наприклад, лонGRID «Аеропорт. Невідомі под-робиці» (<http://www.pravda.com.ua/cdn/graphics/2016/01/aeroporto/index.html>), створений «Українською правдою», розкриває факти найтрагічнішої спецоперації АТО.

Інфографічна, або flash-стаття, – це добірка «кадрів» мультимедійної статті, зібраних у певній послідовності, у ній «візуалізації та графіка переважають над текстом». Основне завдання, що постає перед творцями матеріалу, – зробити так, щоб він був прочитаний аудиторією від початку до кінця. Проте користувач повинен мати змогу вивчати історію в альтернативній послідовності, а не тільки прямувати шляхом, запропонованим редакцією. Авторам рекомендовано «не ховати «найцікавіше» в глибину, не проанонсувавши його». Важливо також не перевантажувати читача інформацією [4, с. 133]. «Insider» створив публікацію підсумкових матеріалів 2015 р. на

культурну тематику в мистецькій, літературній, кінематографічній, музичній і театральній сферах (<http://www.theinsider.ua/infographics/2014/specialproject/artspecialproject.html>).

Для формату «мультимедійної коробочки» характерне беззаперечне домінування фото-, відео- та аудіоелементів. Матеріал представлений у вигляді плеєра. У тексті збережено лише функцію оформлення, завдяки чому можна створювати заголовки, підписи, стисло подавати будь-яку інформацію [4, с. 134]. Редакція «Нового Времени» провела подорож Києвом і зафіксувала мурали, результатом їхньої роботи став лонгрид «Мурали Києва» (<http://nv.ua/ukr/project.html>).

Умовно поділити лонгриди на декілька видів пропонує О. Тарасов, головний редактор Esquire Ukraine. Перший – портретні лонгриди, друга назва – people stories. До цього типу належать і портретні інтерв'ю, і нариси, і біографічні замальовки. Основне завдання – розкрити особистість героя, його життєві принципи, погляди, загалом усе те, що відрізняє його від інших. У цьому напрямі в Україні активно працюють «The Ukrainians» зі своїми портретними інтерв'ю та «Українська правда. Життя», яка має формат ситуативних нарисів про героїв. Принциповим у матеріалах видання є яскравий фоторяд. «Українська Правда. БЖ» створила спеціальний проект «Пот і кров: Анастасія Голобородько о бере» (<http://bzh.life/posts/pot-i-krov-anastasiya-goloborodko-o-bege>) – це серія інтерв'ю з містянами, для яких спорт став важливою частиною життя.

Другий різновид лонгридів – реконструктори – став особливо актуальним як спроба не стільки проаналізувати, скільки відчутти Майдан через рік після подій. Це завдання взяв на себе «The Insider» зі своєю «Історією Євромайдану», де творці намагалися «дострибнути» до «Snowfall» від «The New York Times», чи «Хроніки Євромайдану» від «Gazeta.ru». Ці матеріали є реконструкцією ланцюга певних подій,

спробою проаналізувати їх, з'ясувати причини й наслідки. У таких пошуках важливу роль відіграють не тільки текст і візуальний ряд, а й аудіоефекти та музика, що створюють фонове емоційне навантаження й уможливають адекватне сприймання відтворених подій.

Третя форма довгих текстів – це репортаж. Його в різних модифікаціях можна бачити на «Mediaport» чи на «LB.ua». «Такі форми мають бути, навіть якщо пишеш для десяти відсотків читачів, – відповідає М. Малевська на запитання, чому «Mediaport» робить довгі матеріали, що приносять порівняно небагато трафіку. – Звісно, такі тексти потребують часу, але не стільки на написання, скільки на обмірковування теми. Треба скласти собі матеріал у голові, проаналізувати, зіставити й зрозуміти головне: чи цікаво буде комусь читати цю цеглину» [5].

А. Сумська описує новий вид мультимедійного тексту, формат якого названий «landing read». Він розроблений кафедрою режисури, кіно й телебачення Челябінського державного інституту культури та передбачає презентацію можливостей кафедри щодо підготовки запотребуваних медіагалуззю спеціалістів, формування в користувачів бажання отримати більше корисної інформації. Лендингрид постав унаслідок синтезу двох мультимедійних форматів – лонгриду й лендингу – і є новим технологічно модифікованим текстом, мета якого – підвищити якість аудіовізуальних комунікацій, швидкість інтерактивної маркетингової взаємодії [7].

Нині формат лонгриду перебуває на етапі інтенсивного формування, він синтезує ознаки різних жанрів, апробує мультимедійні інструменти, тому складно говорити про чіткі підходи до виокремлення його різновидів. У поданій нижче таблиці зроблено спробу узагальнити підходи дослідників до типологізації різновидів лонгриду (див. табл. 1).

Таблиця 1. Підходи дослідників до класифікування лонгридів

Автори	Типи лонгридів	Сутнісні маркери
А. Золотухін	Традиційні.	Текст, розбавлений статичними ілюстраціями.
	Мультимедійні.	Наявність оригінального візуального рішення.
Е. Бул	«In-Depth Packages», або вичерпні історії.	Максимальне розкриття теми, подібність до електронних енциклопедій.
М. Лукіна	html-стаття.	В основі – вербальний текст, рівномірне розподілення мультимедійних і текстових елементів; наявність гіперпосилань.
	Інфографічна, або flash-стаття.	Переважання візуально-графічного елемента, добірка мультимедійних «кадрів».
	«Мультимедійна коробочка» (стаття у форматі плеєра).	Беззаперечне домінування фото-, відео- та аудіоелементів.
О. Тарасов	Портретні лонгриди, чи people stories.	Нариси про героїв у супроводі яскравого фоторяду.
	Реконструктори.	Відтворення ланцюга подій, аналіз їхніх причин і наслідків.
	Репортаж.	Відтворення події, досягнення ефекту присутності.
А. Сумська	Лендингрид	Новий технологічно модифікований формат інтерактивної розповіді, що синтезує ознаки лонгриду та лендингу.

Відомості, представлені в таблиці, доводять, що вчені керуються різними критеріями, виокремлюючи

типи лонгридів. До того ж помітна нечіткість у формулюванні дефініцій кожного з різновидів. Це усклад-



нює науково обґрунтований аналіз типології мультимедійних історій та спонукає до пошуку більш точних підстав для диференціювання лонгридів.

**Висновки.** У сучасних теоретичних розвідках бракує обґрунтування лонгриду як повністю сформованого жанру, не конкретизовано його риси. Нині цей медіаформат перебуває на етапі інтенсивного розвитку, він синтезує ознаки різних жанрів, апробує мультимедійні інструменти, тому складно говорити про чіткі підходи до виокремлення його різновидів. Наявні дослідницькі підходи вчених і журналістів-

практиків до типології лонгридів узагальнено й систематизовано у вигляді таблиці. Для осмислення природи мультимедійних історій необхідно розробити критерії їх класифікації. Такими типологічними ознаками потенційно можуть бути комунікаційна настанова, жанрові особливості, функційне навантаження, структурно-композиційна природа лонгриду тощо. Перспективу подальших наукових пошуків убачаємо в практичному аспекті (створення нових медіапродуктів) і теоретичному вимірі (розробленні критеріїв класифікації мультимедійних історій).

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Журналістика даних та візуалізація : підручник із крос-медіа / Видавці І. Крессу, М. Гузун, Л. Василік. – Bonn / Germany – Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. – 144 с.
2. Золотухин А. А. Лонгрид, сноуфолл, мультимедійная история – как новые вершины журнализма? / А. А. Золотухин, Ю. Н. Мажарина // Вестник Воронежского государственного университета. – 2015. – № 2. – С. 93–96.
3. Лукина М. М. Интернет-СМИ : Теория и практика : учеб. пособ. для студентов вузов / М. М. Лукина. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 350 с.
4. Лукина М. М. Контент интернет-СМИ / М. М. Лукина, Н. Г. Лосева // Медиаконвергенция и мультимедійная журналистика : материалы к обучающим семинарам / под ред. С. Д. Балмаевой. – М. : Аспект Пресс, 2010. – С. 132.
5. Майже 12 % українців взагалі не читають, – дослідження (інфографіка) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ukr.lb.ua/news/2014/06/27/271234\\_pochti\\_12\\_ukrainsk\\_ev\\_voobshche\\_chitaet.html](http://ukr.lb.ua/news/2014/06/27/271234_pochti_12_ukrainsk_ev_voobshche_chitaet.html).
6. Смутко А. Бери й пиши: як створити мультимедійний текст у форматі longread [Електронний ресурс] / А. Смутко. – Режим доступу : <http://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/>.
7. Сумская А. С. Синтез лонгрида и лендинга – новый формат интерактивного повествования [Электронный ресурс] / А. С. Сумская // Журналистика цифровой эпохи: как меняется профессия : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 14–15 апреля 2016 года. – Екатеринбург, 2016. – С. 130–134.
8. Фанта І. Лонгриди можуть залучати на сайт такий самий трафік, як і топові новини [Електронний ресурс] / І. Фанта. – Режим доступу : [http://osvita.mediasapiens.ua/web/online\\_media/longridi\\_mozhut\\_zaluchati\\_na\\_sayt\\_takiy\\_samiy\\_trafik\\_yak\\_i\\_topovi\\_novini\\_ilona\\_fanta/](http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sayt_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_novini_ilona_fanta/).

#### REFERENCES

1. Data journalism and visualization : A textbook of cross-media / Publishers I. Kressu, M. Guzun, L. Vasilik. – Bonn / Germany – Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. – 144 p.
2. Zolotuhin A. A. Longread, snowfall, multimedia history – as new heights in journalism? / A. A. Zolotuhin, N. Mazharina // Proceedings of Voronezh State University. – 2015. – № 2. – P. 93-96.
3. Lukina M. M. Internet-media: Theory and Practice : Textbook for university students / M. M. Lukina. – Moscow : Aspect Press, 2010. – 350 p.
4. Lukina M. M. Internet media content / M. M. Lukina, N. G. Losieva // Mediaconvergence and multimedia journalism : materials for seminars / Ed. S. D. Balmaieva. – M. : Aspect Press, 2010. – P. 132.
5. Nearly 12 % of Ukrainians do not read – research (infographics) [Electronic resource]. – Available at : [http://ukr.lb.ua/news/2014/06/27/271234\\_pochti\\_12\\_ukrainsk\\_ev\\_voobshche\\_chitaet.html](http://ukr.lb.ua/news/2014/06/27/271234_pochti_12_ukrainsk_ev_voobshche_chitaet.html).
6. Smutko A. Start writing: How to create a longread as a multimedia text [Electronic resource] / A. Smutko. – Available at : <http://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/>.
7. Sumskaia A. S. Longread and lending synthesis – New format of interactive narratives [Electronic resource] / A. Sumskaia // Digital Journalism Era: How Profession Develops : Proceedings of international scientific and practical conference, Ekaterinburg, April 14–15, 2016. – Ekaterinburg, 2016. – P. 130–134.
8. Fanta I. Longread can attract the similar traffic as the top news [Electronic resource] / I. Fanta. – Available at : [http://osvita.mediasapiens.ua/web/online\\_media/longridi\\_mozhut\\_zaluchati\\_na\\_sayt\\_takiy\\_samiy\\_trafik\\_yak\\_i\\_topovi\\_novini\\_ilona\\_fanta/](http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sayt_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_novini_ilona_fanta/).

#### Longread as a new media format: Classification approaches

Nesterenko O.

**Abstract.** In the paper the author gave definitions of the concepts ‘multimedia story’, ‘longread’ and outlined approaches to its classification. The typological features of multimedia publications in the online editions of «Novoie vremia», «Insider», «Ukrainska Pravda, Zhyttia» and the online site «TSN» were analyzed. The intrinsic markers for longreads were summarized; typological classification criteria were explained and shown in a table. The author concluded that longread as a branch of journalism is going through intensive formation, synthesizing features of different genres, practicing multimedia tools, thus making it difficult to identify its forms.

**Keywords:** media story, longread, lending read, format, Internet resource.

#### Лонгрид как новый медиаформат: подходы к классификации

О. А. Нестеренко

**Аннотация.** В статье истолкованы понятия «мультимедийная история», «лонгрид», обозначены подходы к их классификации. Охарактеризованы типологические признаки мультимедийных публикаций в онлайн-изданиях «Новое время», «Insider», «Украинская правда. Жизнь», на сайте «ТСН». Систематизированы существенные маркеры лонгридів, описаны классификационные основы их типологизации, необходимые сведения представлены в виде таблицы. Сделан вывод, что формат лонгрида проходит этап интенсивного формирования, синтезирует признаки различных жанров, апробирует мультимедийные инструменты, что усложняет критерии выделения его разновидностей.

**Ключевые слова:** мультимедийная история, лонгрид, лендингрид, формат, интернет-ресурс.

## Обов'язкові примірники як базис державної статистики друку дитячих книг в Україні

О. В. Петренко

ДНУ "Книжкова палата України імені Івана Федорова", м. Київ, Україна

Paper received 06.06.2016; Accepted for publication 15.06.2016.

**Анотація.** Розглянуто базові засади функціонування системи обов'язкового примірника. Виокремлено фактори, що визначають характер державної статистики друку дитячої книги і впливають на її об'єктивність. Описано ключові елементи вихідних відомостей, які становлять базис для державного обліку випуску дитячих книг. Проаналізовано типові помилки у видавничому оформленні дитячих книг та з'ясовано загальні тенденції відображення повноти і правильності наведення вихідних відомостей у дитячих книгах.

**Ключові слова:** обов'язковий примірник, дитячі книги, державна статистика друку, вихідні відомості видань.

В сучасному українському соціумі відбуваються соціально-історичні трансформації, що, в свою чергу, потребують переосмислення і ґрунтовного дослідження. Накопичення, зберігання, наукове опрацювання і раціональне використання державних фондів друкованої продукції та національної бібліографії складає підґрунтя для подальшого розвитку української культури.

Не останнє місце у цьому процесі становить дослідження тенденцій випуску дитячої книги в незалежній Україні. Такі наукові розвідки неможливі без використання даних національної бібліографії та державної статистики друку дитячих книг.

Основою для створення й розвитку національної інформаційної бази бібліографії та державного статистичного обліку всіх видань в Україні є система обов'язкового примірника (ОП) документів, яка забезпечує формування, розвиток і зберігання національних архівних документальних фондів та реалізовує головну мету – збереження національної документальної пам'яті України.

Збирання та опрацювання статистичних адміністративних даних у сфері видавничої діяльності в Україні згідно із Законом України "Про видавничу справу" [1] виконує Державна наукова установа "Книжкова палата України ім. Івана Федорова". На підставі цих даних державні органи статистики формують статистику друку України.

На об'єктивність державної статистики друку впливають такі фактори:

- вчасне надходження ОП;
- повнота надходжень ОП;
- правильність і повнота наведення вихідних відомостей у виданнях.

Фахівці Книжкової палати неодноразово висвітлювали у фаховому науково-практичному журналі "Вісник Книжкової палати" проблеми, що безпосередньо пов'язані з об'єктивністю показників державної статистики друку в Україні. Зокрема проблемам повноти і своєчасності надходжень обов'язкових примірників книжкових видань до Книжкової палати України як базису статистичного обліку друкованої продукції України присвячено публікації Г. Братської, Т. Жигун, В. Полякова, Т. Устіннікової, В. Чепрасової. Поточну статистику книговидання систематично узагальнює та аналізує С. Буряк. Аналітичні огляди щодо стану оформлення видавцями вихідних відомостей у книжкових виданнях за останні десять років відображено в публікаціях Г. Плиси, А. Фідельської й

авторки цього дослідження. Окрім того, фахівці Книжкової палати готують до друку щорічний статистичний збірник "Друк України".

Серед усього масиву наукових досліджень й аналітичних розвідок дитячі книги якщо й згадувалися, то тільки побіжно і переважно у загальному контексті. У зв'язку з цим існує нагальна проблема ґрунтовного аналізу головних елементів вихідних відомостей обов'язкових примірників, які створюють основу для державної статистики друку дитячих книг.

Усі обов'язкові примірники видань для дітей проходять у Книжковій палаті України державне бібліографічне реєстрування та низку процесів фахового опрацювання в наукових відділах, як то: систематизацію за видами видань, централізовану каталогізацію, статистичне опрацювання, спостереження щодо оформлення у виданнях вихідних відомостей та аналізування виявлених помилок у видавничому оформленні видань, контроль за доставлянням видавцями ОП та надходженням від них звітів про випуск друкованої продукції за звітною формою № 1-В (книги) [2].

Система контролювання за доставлянням ОП дитячої книги базується на дослідженні наданих видавцями звітів № 1-В (книги) й перевірки наявності ОП за допомогою створених пошукових електронних баз даних. Тут варто зауважити, що на сьогодні первинним та основним об'єктом для здійснення статистичного обліку є ОП, а вторинним і допоміжним – форми звітності про випуск видавничої продукції.

Про такий принцип обліку також зазначено в щойно розробленому Книжковою палатою проекті національного стандарту "Інформація та документація. Статистичний облік випуску видань. Основні положення", який спрямовано на затвердження до Департаменту технічного регулювання Мінекономрозвитку України наприкінці 2015 року.

Для можливості визначення тенденцій функціонування системи ОП в Україні Книжкова палата щороку постійно проводить дослідження доставлених ОП усіх видів видань вітчизняного виробництва, в тому числі й дитячих, які надходять у фонд Державного архіву друку, та здійснює порівняльний аналіз випуску друкованих видань в Україні за роками.

Повноцінний облік статистики друку дитячих книг за допомогою новітніх технологій надає можливість відслідковувати своєчасність надходжень обов'язкових примірників до Книжкової палати України і визначати сумлінність видавців щодо дотримання

Закону України "Про обов'язковий примірник документів" [3]. Результати таких досліджень узагальнено й опубліковано автором цієї публікації в журналі "Вісник Книжкової палати" [4, 5] та оприлюднено під час проблемно-цільового навчання "Формування фондів спеціалізованих бібліотек України для дітей: реалії та перспективи" для завідувачів відділів комплектування та обробки документів обласних і центральних міських бібліотек для дітей [6].

Аналіз своєчасності та повноти надходжень ОП дає підстави зробити припущення про те, що окремі видавництва й видавничі організації, ймовірно, не усвідомлюють усієї важливості поповнення національної документальної пам'яті для історії країни та захисту авторських прав. Для прикладу можна згадати дуже відоме в Україні видавництво "А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА". Незважаючи на те, що архів Книжкової палати віднесено до наукових об'єктів, що становлять національне надбання, це вшановане видавництво надсилає не всі ОП своїх видань. В першу чергу мова йде про малотиражні та високовартісні видання з поліпшеним художнім оформленням.

Беззаперечним є той факт, що сучасна друкована українська дитяча книга – складний системний об'єкт, який являє собою змістову та художню цілісність. За матеріально-конструктивним і художнім наповненням друкована дитяча книга має відповідати певним вимогам. Її структура, формат, оформлення та шрифт мають відповідати вимогам відповідної аудиторії читачів – дітей різних вікових категорій. Тому складовими сучасної друкованої дитячої книги є дві базові підсистеми: текстова й ілюстративна.

Проте фахівцями Книжкової палати будь-яка дитяча книга розглядається й аналізується за повнотою і правильністю видавничого оформлення, тобто, наявністю усіх необхідних елементів вихідних відомостей. Під вихідними відомостями, згідно з національним стандартом України ДСТУ 4861:2007 "Інформація та документація. Видання. Вихідні відомості" (ISO 8:1977, NEQ; ISO 1086:1991, NEQ; ISO 7275:1985, NEQ), розуміємо сукупність даних, які характеризують видання та призначені для інформування користувачів, бібліографічного оброблення і статистичного обліку [7]. Цим стандартом визначаються та регулюються правила наведення вихідних відомостей, так би мовити, "паспортних даних" будь-якої книги, в тому числі й дитячої.

В ДСТУ визначено правила наведення вихідних відомостей на трьох сторінках книжкових видань: титульній сторінці, звороті титульного аркуша та останній сторінці. В деяких випадках у дитячих книгах дозволяється переносити практично всі відомості, окрім відомостей про автора та назву, на третю або четверту сторінку видання чи навіть палітурки. Здебільшого це пов'язано з малим обсягом або малим форматом окремих дитячих книг.

Зауважимо, що в наступному переліку представлено ключові елементи вихідних відомостей, які є вкрай важливими для здійснення повного статистичного обліку: відомості про серію, відомості про автора(-ів), назва видання, літературний жанр, читацька адреса (вікові особливості), відомості про перевидання, відомості про переклад, місце випуску,

рік випуску, Міжнародний стандартний номер книги (ISBN), формат паперу, відомості про тираж, повні найменування видавця та виготовлювача видання.

Мета зазначеного дослідження передбачає більш детальний огляд наведення важливих для державної статистики елементів вихідних відомостей дитячих книг. Наприклад, під час оформлення вихідних відомостей у серійних виданнях видавці часто не зазначають слово "Серія" перед назвами самих серій, що частково ускладнює ідентифікацію видання за цією ознакою. Так, приміром видавництво "Аргумент Принт" у виданнях серії "Жива казка" відомості про серію подає в неналежному місці та без зазначення слова "Серія". Однак те ж саме видавництво у виданнях серії "Прочитай казку, збери пазл" на титульних сторінках взагалі не наводить відомості про серію, а на обкладинках назву серії зазначає з певними відмінностями – "Пазл усередині. Вчись, грайся, збирай", що є грубим порушенням правил видавничого оформлення. Інше видавництво "Колесо життя" в книжці-розфарбовці "Целебная боюська" словосполучення "Доктор сказка" зазначило так, що з огляду на видавниче оформлення книги це словосполучення можна вважати назвою серії, хоча насправді – це назва спільного проекту психологічного центру зі школою терапевтичної метафори.

Вкрай рідко, але трапляється, що у дитячих книгах важко визначити авторів цих видань. На жаль існують видавці, які систематично допускають такі помилки. Зокрема ТОВ ВКФ "БАО" (м. Донецьк) та створена на його базі нова видавнича організація ПП "Кристал Бук" (м. Київ) у значній частині своїх видань замість терміну "укладач" помилково наводять термін "автор-укладач". Таке подання не можна вважати коректним з позиції, що автором тексту книги прийнято вважати особу, яка самостійно чи у співавторстві написала певний оригінальний текст, а от укладачем вважається особа, яка опрацювала, узагальнила чи впорядкувала вже наявні відомості або тексти.

Окрім цієї помилки ПП "Кристал Бук" періодично ускладнює статистичний облік їхніх книг за одним з головних елементів видавничого оформлення – відомостей про автора, за рахунок допущення розбіжностей у поданні цього елемента, наведеного в різних місяцях книжкового видання. Як приклад, у I кварталі 2016 року перед фахівцями Книжкової палати постало непросте завдання: з'ясувати кого потрібно вважати автором книги "Головна енциклопедія для дошкільнят" випущеної ПП "Кристал Бук". У макеті анотованої каталожної картки, відповідно до положень ДСТУ ГОСТ 7.80–2007 "Бібліографічний запис. Заголовок. Загальні вимоги та правила складання", автором зазначено М. О. Хаткіну, а в самому бібліографічному описі, згідно з ДСТУ ГОСТ 7.1–2006 "Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання", в області відомостей про відповідальність, де повторюються прізвище та ім'я автора, про неї взагалі не згадано, натомість зазначено "автор-укладач О. В. Зав'язкін". Такі протиріччя є грубим помилкою в оформленні видань згідно з ДСТУ 4861 [7, п. 4.6], до того ж уповільнюють процес статистичного обліку.

Допущення розбіжностей у поданні назви в межах

однієї книги в першу чергу свідчить про некваліфікованість редакторів відповідних видавництв і видавничих організацій. Подібні помилки виникають дуже рідко, проте їх допускають не лише нові та невідомі видавці (видавництва "Країна Мрій" і "Ліра", ФОП Стасюк Л. С.), а ще й метри видавничої справи (видавництва "Знання", "Махаон-Україна", "Ранок", "Український письменник").

Одним з важливих елементів вихідних відомостей дитячої книги, на нашу думку, є відомості про читачу адресу, що передбачають обов'язкове зазначення вікових особливостей потенційних користувачів. Такі дані важливі не лише для деталізації державної статистики, а ще й допомагають батькам і бібліотекарям у підборі книг для дітей відповідно до їхнього віку. За останні три роки серед масиву дитячих книг, в яких не вказано вікові категорії читачів, найбільше зафіксовано книжки таких видавців: видавництво "Віват", ФОП Зімба О. О. (незарєєстрована назва "Вісім лапок"), Дочірнє підприємство з іноземними інвестиціями "Книжковий клуб "Клуб сімейного дозвілля", видавництво "Фоліо", ПП "Чайка".

Не краща тенденція простежується у перевиданнях дитячих книг. Наприклад, у видавництві "А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА" книгу Всеволода Нестайка "Тореодори з Васюківки" передруковували близько двадцяти разів, однак про це повідомлялося не в усіх перевиданнях. Подібна ситуація склалася з перекладними виданнями – відсутні відомості про оригінальне видання, з якого зроблено первинний переклад чи перший передрук, як у книзі казок братів Грімм, випущених СПД ФО Карпенком В. М.

Дуже ускладнюють ведення статистичного обліку допущені видавцями помилки стосовно наведення найменування (імені) видавця, поданого в різних елементах вихідних відомостей: у вихідних даних, у макеті анотованої каталожної картки, у випускних даних. Наприклад, ТОВ "КОНФОРМ СТАЙЛ" на титульних сторінках книг для дітей "Найкращий подарунок у світі" (автор О. Лобода) і "Маленький принц" (автор А. де Сент-Екзюпері) вказало, що видавцем книг є видавництво "Київський будинок книги". Але ця організація не зарєєстрована як видавництво та відповідно до переліку Державного реєстру суб'єктів видавничої справи, має дозвіл лише на розповсюдження видань, а не на видавничу або виготовельну діяльність. Окрім того, підтвердженням права товариства "КОНФОРМ СТАЙЛ" на видавничу діяльність, є наведення у згаданих книгах номера ISBN і штрих-коду, які належать тільки цьому товариству.

На жаль серед масиву дитячих видань часто фіксується заміна найменування (імені) видавця на видавничу або торгову марку. Так усім відоме видавництво "Зелений пес" не є таким. Відповідно до Свідоцтва суб'єкта видавничої справи видавцем є ТОВ "Гамазин", а не видавництво "Зелений пес" чи видавництво братів Капранових, хоча посаду директора ТОВ "Гамазин" справді посідає один з братів – Дмитро Віталійович. Працівники Книжкової палати неодноразово звертали увагу видавців Капранових на допущену ними помилку, однак усі звернення досі залишаються проігнорованими [8].

Іноді доводиться з'ясувати й уточнювати найме-

нування видавця за допомогою Міжнародного стандартного номера книги (ISBN). Наприклад, ТОВ "Мега. ТД" ні на титульних, ні на останніх сторінках книг серії "Найкращі твори малюкам" не вказало своє найменування, але завдяки номерам ISBNs це вдалося з'ясувати. Наявність номерів ISBNs оригінальних книг, з яких зроблено переклади або чергові перевидання також допомагають у заповненні реєстраційних полів "Повторність", "Країна" і "Мова" в електронній базі даних, яка є основою для систематичного звітування про повторність випуску та переклади з інших мов дитячих книг.

Наступними по значущості елементами вихідних відомостей вважаються відомості про місце і рік випуску дитячої книги. Потрібно зауважити, що помилки у відомостях про рік випуску трапляються вкрай рідко. Проте ПП Гаркуша О. Є. у книзі "Азбука природи" (автор Л. Б. Кудрявська) та видавництво "Глорія" у книзі з розфарбовками "Домалюй-ко!" взагалі не вказали рік випуску своїх видань. В таких випадках умовним роком випуску фахівці Книжкової палати реєструють рік надходження ОП до Книжкової палати.

Статистичні дані свідчать, що помилки у відомостях про місце випуску книги трапляються частіше, ніж у відомостях про дату її публікації. Проте, місця розташування великих і відомих видавців (на кшталт "Аргумент Принт", "Віват", "Егмонт Україна", "Майстер-клас", "Горсінг плюс") добре відомі фахівцям Книжкової палати і вони, за потреби, у базах даних заповнюють поле "місце видання" без наявних у книзі відомостей.

Проте найбільшою складністю в здійсненні державного обліку статистики друку дитячих книг в Україні вважаємо відсутність у виданнях відомостей про їх тираж. Цей критерій обліку наводять поряд з показниками кількості видань (друкованих одиниць) в усіх зведених таблицях як внутрішніх статистичних звітів, так й опублікованих статистичних матеріалів (збірник "Друк України", журнал "Вісник Книжкової палати", розділ "Видавничі справи" на сайті Державного комітету телебачення і радіомовлення України [9]).

Недотримання вимог Закону України "Про видавничу справу" [1, ст. 23] і ДСТУ 4861 [7, п. 5.1.12] допускають у своїх виданнях не лише недосвідчені видавці, а й великі видавництва з багаторічним досвідом роботи. Зокрема, ПП "Видавничий дім "Школа" у книгах серії "Малюк-розумяк" не зазначає відомості про тираж. А приватна фірма "Еспада" у книгах серії "Малюк" не подає ні відомості про тираж, ні про обсяг видання в умовних друкованих аркушах (УДА).

Проведене дослідження доводить, що об'єктивність державної статистики друку дитячих книг в Україні у повній мірі залежить від своєчасного доставляння видавцями усіх обов'язкових примірників. Сучасним видавцям потрібно усвідомити, що від своєчасності надходжень ОП їхніх видань до Книжкової палати України залежить не лише поповнення державного архівного фонду, це також дозволяє гарантовано отримувати безоплатну рекламу своєї друкованої продукції.

Правильне оформлення вітчизняними видавцями потрібних елементів вихідних відомостей безпосередньо впливає на якість статистичного обліку дитячих

книг в Україні. Ґрунтовний аналіз статистики друку дитячих книг дає можливість здійснити державний облік випуску дитячих книг в цілому, виокремити

фактори, що визначають об'єктивний характер державної статистики, та виявити тенденції випуску книг для дітей.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Про видавничу справу [Електронний ресурс] : Закон України від 05.06.1997 № 318/97-ВР. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/annot/318/97-%D0%B2%D1%80>. – Назва з екрану.
2. Форми звітності 1-В [Електронний ресурс] : файли для скачування / ДНУ "Кн. палата України ім. Івана Федорова". – Режим доступу : [http://ukrbook.net/form\\_zvit.html](http://ukrbook.net/form_zvit.html). – Назва з екрану.
3. Про обов'язковий примірник документів [Текст] : Закон України від 9.04.1999 № 595-XIV // Офіційний вісник України. – 1999. – № 18. – С. 36.
4. Петренко, О. Статистика друку сучасної дитячої книги в Україні [Текст] / Оксана Петренко // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 11. – С. 11-16.
5. Петренко, О. Статистика друку сучасної дитячої книги в Україні [Текст] / Оксана Петренко // Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 12. – С. 9-15.
6. Петренко, О. В. Статистика дитячої книги в Україні: критерії державного обліку [Електронний ресурс] / Петренко О. В. // Проблемно-цільове навчання "Формування фондів спеціалізованих бібліотек України для дітей: реалії та перспективи" (18-22 квіт. 2016 р.) / НБУ для дітей. – Режим доступу : <http://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=7491>. – Назва з екрану.
7. Інформація та документація. Видання. Вихідні відомості (ISO 8:1977, NEQ; ISO 1086:1991, NEQ; ISO 7275:1985, NEQ) [Текст] : ДСТУ 4861:2007. – Чинний від 2009-01-01. – Київ : Держспоживстандарт України, 2009. – IV, 46 с. – (Національний стандарт України).
8. Зелений пес [Електронний ресурс] : про видавництво. – Режим доступу : <http://www.greenpes.com/index.php?page=about>. – Назва з екрану.
9. Зведені адміністративні дані про випуск видавничої продукції [Електронний ресурс] / Держкомтелерадіо України. – Режим доступу : [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat\\_id=34099](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=34099). – Назва з екрану.

#### REFERENCES

1. About Compulsory Copy of Documents [Text] : The Law of Ukraine from 9.04.1999 № 595-XIV // Official Journal of Ukraine. – 1999. – № 18. – P. 36.
2. About Publishing issue [Electronic resource] : The Law of Ukraine from 05.06.1997 № 318/97-VR. – Access : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/annot/318/97-%D0%B2%D1%80>. – Title screen.
3. Reporting forms 1-B [Electronic resource] : Files to download / The State National Establishment "Book Chamber of Ukraine named after Ivan Fedorov". – Access : [http://ukrbook.net/form\\_zvit.html](http://ukrbook.net/form_zvit.html). – Title screen.
4. Petrenko, O. Statistics of the modern children book printing in Ukraine [Text] / Oksana Petrenko // Book Chamber Journal. – 2015. – № 11. – P. 11-16.
5. Petrenko, O. Statistics of the modern children book printing in Ukraine [Text] / Oksana Petrenko // Book Chamber Journal. – 2015. – № 12. – P. 9-15.
6. Petrenko, O. V. Statistics of children books in Ukraine: state criteria of accounting [Electronic resource] / Petrenko O. V. // Problem-based learning "Fund Formation of specialized children libraries in Ukraine: realities and perspectives" (18-22 Apr. 2016) / NLU for children. – Access : <http://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=7491>. – Title screen.
7. Information and documentation. Publications. Imprint (ISO 8: 1977, NEQ; ISO 1086: 1991, NEQ; ISO 7275: 1985, NEQ) [Text] : ISO 4861: 2007. – Valid from 2009-01-01. – Kyiv : State Committee of Ukraine, 2009. – IV, 46 p. – (National standard of Ukraine).
8. The Green Dog [Electronic resource] : about publishing. – Access : <http://www.greenpes.com/index.php?page=about>. – Title screen.
9. The administrative data about the publishing products issue [Electronic resource] / The State Committee for television and radio broadcasting of Ukraine. – Access : [http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat\\_id=34099](http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=34099). – Title screen.

#### Required copies as the basis of the state statistics of children book publishing in Ukraine

Petrenko O.

**Abstract.** The basic principles of functioning of the compulsory copies system have considered. The factors of influence on the objective state statistics of publishing children book are mentioned. The key elements of the publisher's imprint that form the basis for state accounting of publishing children books are described. The typical mistakes in the publishing design of children books are analyzed and general trends for completeness and accuracy of publisher's imprint guidance in children books are found out.

**Keywords:** compulsory copy, children books, state printing statistics, publisher's imprint.

#### Обязательные экземпляры как базис статистики печати детских книг в Украине

О. В. Петренко

**Аннотация.** Рассмотрены базовые принципы функционирования системы обязательного экземпляра. Выделены факторы, которые определяют характер государственной статистики печати детской книги и влияют на её объективность. Описаны ключевые элементы выходных сведений, которые составляют базис для государственного учёта печати выпуска детских книг. Проанализированы типовые ошибки издательского оформления детских книг и выяснены общие тенденции отображения полноты и правильности приведения выходных сведений в детских книгах.

**Ключевые слова:** обязательный экземпляр, детские книги, государственная статистика печати, выходные сведения изданий.

## Концепція «technology expertise» як чинник формування аудиторного світогляду

О. І. Подаряща

Львівська філія Київського національного університету культури і мистецтв, м. Львів, Україна  
Corresponding author. E-mail: marimax.lviv@ukr.net

Paper received 11.04.2016; Accepted for publication 20.04.2016.

**Анотація.** Різноманітність контенту, який подається у сучасних мас-медіа, складно назвати достовірним, правдивим і тим більше високодуховним. Велика кількість неправдивої інформації, що розповсюджується медіа, потребує серйозного і професійного аналізу. Мета дослідження полягає в необхідності застосування в комунікаційній практиці концепції «technology expertise», яка дозволить донести до аудиторії правдивий, компетентнісний підхід до висвітлення мас-медіа реалій. Методологія проведення аналізу ґрунтується на використанні загальнонаукових методів і спеціальних методик та підходів до вивчення закономірностей та особливостей проходження комунікаційних процесів та явищ. Результати: Технологічні зміни функціонування мас-медіа стають підґрунтям для кардинальних перемін контентних характеристик функціонування всіх компонентів комунікаційної культури. Все це знаходять відображення в розширенні змістової палітри висвітлення реалій. А тому різноманітні мас-медіа та комунікаційні технології стають одним з невідрефлексованих механізмів, які беруть надзвичайно активну участь в створенні сучасної палітри новин, аналітики, особистих інтенцій і активно втручаються в повсякденне соціальне середовище. Проведене дослідження дає можливість зробити висновки про те, що інформаційна відкритість сучасного світу створює в суспільстві стан «хаотизованого плюралізму», що дає нам можливість оцінити актуальний стан комунікаційної культури як кризовий. В основі цього стану є певний комунікаційний хаос, який ґрунтується на можливості інтерпретації реальності.

**Ключові слова:** автор, компетентність, мас-медіа, культура, професіоналізм, технології.

**Вступ.** У міжнародному комунікаційному просторі впроваджено та активно реалізуються на практиці технологічні схеми, які дають змогу втілити у життя головні ідеї так званого «компетентнісного» підходу до висвітлення мас-медіа реалій. Головними контентними компонентами цього підходу є базові засади компетентності, головними видами комунікаційної практики – застосування традиційних медіа та новітніх медіа, активність в соціальних мережах, проведення наукових досліджень в межах галузі соціальні комунікації, різноманітні презентації в середовищі цільової аудиторії, ведення персональних архівів тощо.

Якщо йдеться про компетентнісний підхід до висвітлення реалій мас-медіа, то, звісно ж, виникає певна засторога щодо проблеми технологічного наповнення медійної практики. Мається на увазі орієнтація в цільовому (репортерському чи аналітичному) наповненні матеріалу, вибір жанру тощо.

Основними складниками процесу формування компетентнісного підходу до висвітлення реалій мас-медіа є:

а) життєві навички аудиторії, її життєва практика, вміння долати особисті проблеми та стереотипи;

б) інтелектуальний та освітній рівень аудиторії, її вміння швидко й коректно опрацьовувати і систематизувати інформацію, здійснювати ділову й приватну комунікацію;

в) креативність і критичність мислення [1].

Втім, справді актуальною бачиться проблема компетентнісного підходу до висвітлення реалій масмедіа в процесі осмислення культурних цінностей. У наш час, коли людство підійшло до критичної межі збільшення глобальних проблем, надзвичайно важливо розібратися в соціокультурному сенсі, значенні та корекції ключових понять культури, мистецтва, духовності.

Актуальність проблеми духовності підтверджують тексти праць вітчизняних і зарубіжних науковців. Ключовими для аналізу стали наукові здобутки провідних вітчизняних і закордонних вчених, серед

яких наукові теорії та концепції, що формують фундаментальні наукові положення з соціальних комунікацій: теорія соціальної комунікації, теорія масової комунікації, методологія досліджень соціальних комунікацій В. Різуна; теорія соціології масової комунікації, інформаційна теорія та її роль в соціальних комунікаціях В. Іванова; теорія типології видів та засобів масовокомунікаційного впливу на аудиторію С. Квіта; теорія масової комунікації Г. Почепцова; теорія трансформації комунікації М. Маклюєна; теорії про постіндустріальне чи інформаційне суспільство. Ю. Хаяши, Е. Тоффлера, У. Дайзарда; функціональна концепція інформації Н. Вінера, К. Шеннона; ідеї до теорії політичних комунікацій Г. Лассуелла і П. Лазарфельда; теорія соціології масової комунікації М. Вебера; теорія “третьої хвилі” технологічної революції Е. Тоффлера; теорія конфлікту у соціальній сфері за концепіями Дж. Александера, Ч. Міллза, А. Голднера, Г. Ріттцера, Е. Фромма, Д. Тьорнера, Є. Вятра, українського вченого Б. Кістяківського; інтерпретаторська концепція в теорії конфлікту Т. Парсонса, Р. Коллінза, В. Танчера, А. Ручки; концепція соціальної рівноваги Л. Козера; теорія неофункціоналізму Дж. Александера, Ю. Хабермаса, що розглядають соціальну структуру суспільства як цілісну систему.

Саме такий підхід до тлумачення обраної для аналізу проблеми дозволяє твердити, що питання формування компетентнісного підходу до висвітлення реалій є надзвичайно актуальним. Це проблема не стільки соціального, скільки світоглядного характеру, адже вона пов’язана з таким поняттям як правдивість фактичного матеріалу, який ґрунтується на очікуваннях аудиторії.

Йдеться, зокрема, про духовність контенту, що його подають мас-медіа. Духовність органічно інтегрована в систему самої масової комунікації, тим самим вона набуває характеристики могутнього каналу впровадження реального контенту в життя суспільства [2]. Мабуть, саме тому у контексті духовно-

ціннісних орієнтирів діяльності мас-медіа постає і питання формування реального світогляду, який не лише являє собою один із різновидів світоглядного ставлення людини до суспільства й самої себе, але є безпосереднім наслідком втілення концепції «technology expertise».

*Метою* статті є аналіз концепції «technology expertise» – комунікаційного феномену, що ґрунтується на необхідності впровадження компетентнісного підходу до висвітлення реалій мас-медіа.

Досягнення зазначеної мети потребує розв'язання таких *завдань*: – вивчити феномен концепції «technology expertise» у контексті комунікаційної культури;

- проаналізувати вплив неправдивої інформації на духовний стан аудиторії та суспільства в цілому;

- систематизувати ефекти правдивості діяльності мас-медіа.

**Методи дослідження.** Методологічну основу монографії становить поєднання загальнонаукових методів і спеціальних методик та підходів до вивчення закономірностей та особливостей проходження комунікаційних процесів та явищ. В основу наукової статті покладено аналіз теоретичних опрацювань проблеми компетентнісного підходу до висвітлення мас-медіа реалій, здійснених представниками комунікативістики та соціології, а також наукові гіпотези авторки статті. Під час роботи застосовувались аналітико-синтетичний та логічний наукові методи, що допомогло сформулювати систему вихідних теоретичних положень, принципи відбору, аналізу та узагальнення матеріалу статті.

**Результати і обговорення.** Нині часто можна почути заклики щодо формування компетентної аудиторії. Але ж поштовхом і основною комунікаційною базою для цього мали б стати матеріали в мас-медіа, які базуються на компетентності журналістів. Неправда, помилки, фейки та свідомо брехня заповнили ефір та шпальта настільки, що про правдиву журналістику сьогодні не йдеться [9].

До того ж, взаємини аудиторії зі світом комунікаційних технологій та заснованих на технічних характеристиках матеріалізованого світу комп'ютерних систем є складними та переповненими протиріччями. З одного боку, вони сприяють розвитку аудиторії, розширюють поле життя, породжуючи певні смислотворюючі центри. З іншого боку, комунікаційні технології здійснюють деформуючий вплив на аудиторію, змінюють образ мислення, деградуєть шкалу культурних норм та цінностей. Антропологічний чинник функціонування мас-медіа стає продуктом вжитку технічних систем, які використовує людина, та які здатні здійснювати вкрай серйозний вплив на неї [4, с. 74-79].

Мова може йти не тільки про появу нових форм впливу на людину, що виникають, наприклад, в результаті складного симбіозу функціонування мас-медіа та інформаційних технологій, але й про створення певних меж правди і неправди. Багатобічний вплив на аудиторію міксу з публіцистики, новин, інтерактивну тощо не дозволяє сприймати комунікаційні технології як апіорі позитивне явище [3, с. 124-129]. Без урахування цього фактора неможливо зрозуміти широту впливу мас-медіа (а саме вони є елементом прикладної характеристики комунікаційних

технологій) на суспільну свідомість, врахувати викривлення та містифікацію картини реального світу, яка складається у людини під їх впливом.

Йдеться, зокрема, про духовність контенту, що його подають мас-медіа. Духовність органічно інтегрована в систему самої масової комунікації, тим самим вона набуває характеристики могутнього каналу впровадження реального контенту в життя суспільства [4, с. 12-14]. Мабуть, саме тому у контексті духовно-ціннісних орієнтирів діяльності мас-медіа постає і питання формування реального світогляду, який не лише являє собою один із різновидів світоглядного ставлення людини до суспільства й самої себе, але є безпосереднім наслідком втілення концепції «technology expertise».

Класичний компетентнісний підхід завжди вважав суспільне просвітництво чи не найбільш вагомою функцією комунікаційної культури. На перший погляд, людина може вивчити, крім невеликої частини світу, в якому він живе, доволі багато для того, щоб знати і розуміти цей світ, розмістити в цьому світі світоглядні чинники власного світогляду; а для цього людина повинна значною мірою залежати від комунікаційної культури.

Мало того, що комунікаційна культура “оздоблює” людину з її свідомого відома інформацією та аналітикою та формують думку людини, кожна людина повинна сформулювати свої власні ідеї, передані через носії комунікаційної культури; самі ж носії можуть стимулювати цей процес, пропонуючи людині середовище для вираження цих ідей. У листі до М. Корея у 1823 році батько лібералізму Т. Джефферсон зауважив: “Преса є кращим інструментом як для освіти розуму людини, так і для поліпшення його як раціонального, морального і соціального буття” [11, с. 711].

Тісно пов'язаними з концепцією «technology expertise» є принципи обслуговування політичних систем. Влада вводить серйозну відповідальність за діяльність мас-медіа, яка (діяльність) надає захисту по гарантіях свого права на вільний вираз думок і вражень відповідно до необхідності дотримання прав людей. Комунікаційна політика влади ґрунтується на припущенні про те, що за обопільною згодою особи, які утримують суспільство, згодні на вираження думок з боку членів цього суспільства.

За нормальних, демократичних, латентних умов будь-який громадянин має право діяти самостійно. Він повинен мати змогу бути ознайомленим із цілим колом суспільних проблем, а на карту вирішення цих проблем поставлено вільний обіг поглядів; на підставі цього обігу і приймаються обґрунтовані рішення. Таким чином, реальність індивідуальної автономії і успіх демократичних урядів можуть залежати від тої міри, в якій носії комунікаційної культури мають можливість вільно розповсюджувати думки, а люди здійснюють розумне використання життєво важливих думок та інформації.

Ядро концепції «technology expertise» полягає у здійсненні ідеї максимальної компетентної автономії аудиторії. Тільки компетентна людина може розвивати свої здібності повною мірою; і, якщо людина розвивається, суспільство в цілому отримує вигоду. Хоча порушення індивідуальних свобод може

надходити з багатьох джерел, але влада мала б розуміти, що, по-перше, компетентність, по-друге, вільний доступ до мас-медіа є обов'язковими умовами свободи людей і суспільства в цілому.

Саме з компетентнісного підходу до висвітлення реалій мас-медіа починається розвиток самих мас-медіа. Якщо компетентнісний підхід не підтримується, неможливо зрозуміти тенденції у прагненнях аудиторії, а це породжує систему брехні та маніпуляцій в комунікаційній культурі.

Компетентнісний підхід переконливо обґрунтовує отримання мас-медіа яскравого іміджового прибутку. Концепція «technology expertise» стверджує, що тільки вільна журналістика діє в рамках системи професійного комунікаційного ринку, а це притаманно класичному компетентнісному підходу; компетентнісна журналістика в комунікаційній культурі виконує завдання підвищення рівня освіти громадськості, повноцінного обслуговування політичної системи, захисту приватних цивільних свобод. Тільки компетентні мас-медіа, які власне через свою компетентність не зобов'язані ні владі, ні будь-якій владній структурі, може служити справі істини і, в кінцевому рахунку, права особи на чесний інтерес у суспільній сфері будуть домінувати.

Звісно ж, сучасний стан запровадження компетентнісного підходу до висвітлення реалій залежними мас-медіа є критичним. Мас-медіа, які належать безпосередньо владі, були б більш зацікавлені в збереженні актуальної партії влади, ніж насправді цього хочуть представники суспільства, що означає: процеси контентного наповнення мас-медіа буде загрозувати більш компетентним приватним та корпоративним неурядовим комунікаціям.

Будь-яка кореляція контентної, а тим більше компетентної автономії мас-медіа має чітку спорідненість з економічною теорією А. Сміта, згідно з якою кожний окремий носій комунікаційної культури з власною вигодою служить добробуту суспільства. Необхідність одержати прибуток тісно звужує наміри мас-медіа максимально задовольнити суспільні потреби і бажання. Як висловився Джордж Сокальський, «битва за циркуляції — битва за правду» [14].

Концепцію «technology expertise» часто сварять по ключових параметрах її практичного втілення. Ця концепція займає центральне місце в сучасному світі. На жаль, внаслідок дедалі все більш відчутного монополізму мас-медіа переходять під контроль могутніх економічних чинників, а відтак, їм усе важче залишатися вільним ринком ідей. Сама комунікаційна культура за таких обставин служить вже не суспільству, а – здебільшого – бізнесу, виступає проти серйозних соціальних змін. Перетворення мас-медіа на засоби отримання максимальних прибутків за доволі непрозорих контент них умов функціонування спричинилося до погоні за сенсаціями, втягуванням у коло публічного дискурсу приватного життя відомих людей, що є відвертою примітивізацією контенту.

Концепція «technology expertise» є свободою контенту. А відтак, компетентнісний підхід мусить розглядатися як ключовий етап переходу до нового типу функціонування інформаційної культури. Йдеться про

соціальну відповідальність мас-медіа, про соціально відповідальну модель інформування про реалії.

Для українського суспільства вкрай гострою стала потреба адекватного реагування на зміни в інформаційному просторі та висвітлення реалій мас-медіа. Україна та її інформаційний простір опинилися на певному комунікаційному роздоріжжі, яке окреслюється наявними та вже науково осмисленими моделями та концепціями функціонування мас-медіа – зокрема, концепцією «technology expertise», вільного та професійного втілення контенту в межах мас-медіа. Ця концепція повністю ґрунтується на постулаті про те, що поширення інформації має бути максимально відповідальним.

Не треба плутати контекст відповідальності в межах *концепції* «technology expertise» із відомою *моделлю* соціальної відповідальності журналістів та мас-медіа: згідно з останньою автори контенту повинні виконувати перед суспільством певні зобов'язання. Мас-медіа в межах цієї моделі мають бути плюралістичними, давати можливість висловлювати різні точки зору й відповідати на критику. Ця модель демократичного представництва передбачає, що окремі представники аудиторії та аудиторні спільноти повинні мати право на використання мас-медіа у власних інтересах [7]. Модель соціальної відповідальності журналістів та мас-медіа є однією із чотирьох теорій преси [13].

Відмінність між концепцією «technology expertise» та моделлю соціальної відповідальності журналістів та мас-медіа полягає в тому, що модель відділяє контент: новини від редакційних статей, повідомлення від думок, вона надає місце для висвітлення різних поглядів і точок зору на проблему, вона дає цілковиту картину різних соціальних груп у суспільстві, а також зобов'язана займатися роз'ясненням аудиторії загальнолюдських цінностей (про це пише О. Мітчук [8, с. 79]). Модель соціальної відповідальності передбачає елементи цензури – у випадку, коли матеріал, що готується, може суперечити певним інтересам.

Натомість концепція «technology expertise» не зосереджується на дотриманні якогось набору комунікаційних технологій: її прихильники в основу свого бачення соціальних реалій поставили одну технологію: відсутність будь-яких зіткнень протилежних поглядів, прагнень, інтересів. Тут дотримуються якоїсь спільної, інтеграційної особливості контенту, згідно з якою не інтерпретації, а чіткий виклад конкретних історичних та поточних контекстів усувають конфлікти (дивимось у Р. Коллінза [12, с. 134 – 135]).

Виникнення та практичний розвиток концепції «technology expertise» можна вважати явищем, тісно пов'язаним із створенням та розвитком комунікаційної культури. При цьому вартує особливо наголосити, що має йти не тільки про авторитет комунікаційної культури, але й про певну пересторогу щодо цілої низки її представників – мас-медіа, зокрема.

Аналітичний розгляд концепції «technology expertise» у контексті комунікаційної культури безпосередньо залежить від того, якими є потреби і очікування аудиторії. Журналіст завжди знаходиться поруч із аудиторією, він є учасником комунікаційного процесу – але не завжди довіра до нього з боку аудиторії



супроводжує весь комунікаційний процес. Саме тому функціональні характеристики концепція «technology expertise» у контексті комунікаційної культури передбачають, зокрема, втілення власного бачення проблеми тими авторами, які мають авторитет знання та досвіду. Саме тоді комунікаційна культура допомагає закріпленню контенту, якому в суспільстві надається особливого значення. При цьому закріплення одного, цілком конкретного варіанту взірця комунікаційної культури стає основою для того, щоби його контент проходив до аудиторії не у вигляді його постійної зміни та переробки, а у вигляді створення нових чітких, ледь не дефініційних значень цілісних комплексів вже не контенту, а смислів.

Аналітичний розгляд концепції «technology expertise» у контексті комунікаційної культури безпосередньо залежить від того, якими є потреби і очікування аудиторії. Журналіст завжди знаходиться поруч із аудиторією, він є учасником комунікаційного процесу – але не завжди довіра до нього з боку аудиторії супроводжує весь комунікаційний процес.

В інформуванні аудиторії важливого значення набуває процес формування ціннісного ставлення до реалій, а це в подальшому визначатиме ставлення людини і до навколишнього світу, і до поведінки в суспільстві. Це тривалий і складний процес, на який впливають родина, окремі соціальні інститути і групи, засоби масової інформації, суспільство. Втім, чи не найважливішу роль у цьому процесі відіграє система мас-медіа. З огляду на це постає завдання розробити таку цілісну організацію мас-медійного простору, яка створювала би умови для контентного наповнення чіткою, правдивою і перевіреною інформацією. Ця інформація має стати особистою системою цінностей, центром реального, правдивого і довірливого взаємного ставлення між учасниками системи соціальних комунікацій.

Теоретичними засадами визначення змісту феномену «technology expertise» є його розуміння як особистої контентної організації передачі повідомлень, інформації, матеріалів, а це матиме прояв не у чуттєво-емоційній сфері, а у передачі конкретних світоглядних та ціннісних орієнтацій людини, якими детермінуються її життєві домагання, потреби, професійна сфера тощо [5].

На відміну від інших сфер духовного життя, комунікаційна культура органічно інтегрована в систему соціальних комунікацій. Ба більше, розвиток конвергентної журналістики [6] поява гнучких медіа стала цілковитим і логічним продовженням постмодерністської концепції комунікаційної культури [10].

**Висновки.** Отже, розвиток комунікаційних технологій збудує суспільство, яке – завдяки піднесенню технічних можливостей комунікації – саме стає активним учасником комунікаційних процесів. Народжується явище соціально-комунікаційних технологій.

Подібні зміни стають підґрунтям для кардинальних пертурбацій контентних характеристик функціонування всіх компонентів комунікаційної культури та знаходять відображення в розширенні змістової палітри висвітлення реалій. А тому різноманітні мас-медіа та комунікаційні технології стають одним з невідрефлексованих механізмів, які беруть надзвичайно активну участь в створенні сучасної палітри новин, аналітики, особистих інтенцій і активно втручаються в повсякденне соціальне середовище.

Інформаційна відкритість сучасного світу створює в суспільстві стан «хаотизованого плюралізму», що дає нам можливість оцінити актуальний стан комунікаційної культури як кризовий. В основі цього стану є певний комунікаційний хаос, який ґрунтується на можливості інтерпретації реальності. Концепція «technology expertise» дозволить внести у цей хаос як мінімум частку професіоналізму.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеенко А.П. Природа духовності / А.П. Алексеенко : Монографія. – Харків: Факт, 2004. – 239 с.
2. Артюхова О.В. Критерії та показники сформованості художнього світогляду в учнів старшого шкільного віку / О.В. Артюхова // Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. Зб. наук. праць. – Вип. 1. – Харків – Донецьк, ХДАДМ, 2004.
3. Бітаєв В.А. Естетичне виховання і гуманізація особи / В.А. Бітаєв. – К.: Стожари, 2003. – 231 с.
4. Богословский М.И. Парадоксы культуры XX столетия / М.И. Богословский : Сб. статей. – Х.: 2000. – 218 с.
5. Данилов Н.А. Акмеология развития ценностных ориентаций и профессионализм преподавателей. Сб. научн. Тр. / Н.А. Данилов. – Вип. 2. / Под ред. Н.В. Кузьминой, А.С. Гуртовой. – Москва: Игуя, 1999, с. 5 – 54.
6. Золяк В. Конвергенція як універсальне виявлення збігу спільних ознак / В.В. Золяк // Збірник праць Науково-дослідного центру періодики / Львів. наук. б-ка ім. В. Стефаника. Наук.-досл. центр періодики. – Львів, 2007. – Вип. 15. – С. 306 – 314.
7. Іванов В. Поняття про засоби масової комунікації: теоретичні та історичні аспекти / В. Іванов // Українська періодика: історія і сучасність: доп. та повідомл. VII Всеукр. наук.-теорет. конф. / ЛНБ ім. В. Стефаника. НДЦ періодики. – Львів, 2002.
8. Мігчук О. А. Українська ліберальна інформаційна культура в системі соціальних комунікацій: монографія / О. А. Мігчук. – Рівне : О. Зень, 2014. – 320 с.
9. Національна культура в сучасній Україні / Ін.-т націон. відносин і політології НАН України; Упор. Н.О. Старовойтова. – К.: «Асоціація Україна», 1995. – 336 с.
10. Руденко Л. С. Постмодерністський текст: деякі особливості прочитання / Л. С. Руденко // Психолінгвістика: Наук. журнал. — Переяслав-Хмельницький, 2008. — Том 1(1). — С. 204—209.
11. Adrienne Koch and William Peden, eds., *The Life and Writings of Thomas Jefferson*; New York: - The Modern Library, 1944.
12. Collins R. *Three Sociological Traditions* / R. Collins. – N. Y. Oxford Un. Press, 1985.
13. Siebert F. *Four theories of the press*. University of Illinois press / Fred Siebert, Theodor Peterson, Wilbur Schramm. - Urbana, 1963. - 153 p.
14. *The Free and Responsible Press*, "an address delivered at the Don R. Education, p. 34. Mellett Memorial, University of Syracuse, May 8, 1947.

**The concept of «technology expertise» as the factor of audience outlook formation**

**Podaryashcha O.**

**Abstract.** A variety of content served in the modern media is hardly credible, truthful and especially highly spiritual. A large number of false information disseminated by media needs serious and professional analysis. The purpose of the study is in the necessity to use in practice the concept of «technology expertise», which will bring the true, competence approach to the coverage of the media realities to the audience. Methodology of the analysis is based on the use of scientific methods and special techniques and approaches to the study of patterns and characteristics of passing communication processes and phenomena. Results: Technological changes of the mass media functioning become the basis for drastic changes of content characteristics of the operation of all components of the communication culture. All this is reflected in the range of content when depicting reality. Therefore, various media and communication technologies are becoming one of non-reflexive mechanisms which are extremely actual in creating a modern content of news, analytics, personal intentions and actively interfere into the daily social environment. The study makes it possible to make conclusion that the information openness of the modern world creates in the society the state of "chaptic pluralism", which allows us to assess the current state of culture as a communications crisis. The state is based on a certain communication chaos grounded on the possibility of interpreting reality.

**Keywords:** *author, competence, media, culture, professionalism, technology.*

## Особливості сприйняття плагіату в середовищі студентської молоді

О. М. Рижко

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна  
Corresponding autor. E-mail: olenaryzhko@gmail.com

Paper received 27.05.2016; Accepted for publication 10.06.2016.

**Анотація.** У статті представлені результати цільового опитування «Рецепція плагіату», покликаного з'ясувати ступінь розуміння проблеми плагіату й особливості її сприйняття. Опитування проводилось у листопаді–грудні 2015 р. і січні–лютому 2016 р. на базі п'яти національних університетів. Анкета містила 10 запитань, пов'язаних із розумінням самого явища плагіату, причин виникнення його, боротьби з ним і покарання за плагіат, поширеності явища і його видів.

**Ключові слова:** плагіат, рецепція плагіату, цільове опитування, види плагіату.

**Вступ.** Проблема поширення плагіату в Україні постає дедалі гостріше, а тому дедалі частіше стає предметом обговорення в студентському, академічному й медійному середовищі. Означена проблема має різні вияви, зокрема, *юридичний*: захист авторського права (і відповідно покарання за порушення) гарантують Конституція України – ст. 41, 54; Закон України «Про авторське право та суміжні права»; Закон України «Про вищу освіту» – ст. 6, п. 6; ст. 16, п. 1; ст. 19, п. 5; ст. 32, п. 3; ст. 69, п. 6. А також Кодекс України про адміністративні правопорушення – ст. 512; Цивільний кодекс України – ст. 433–456; Кримінальний кодекс України – ст. 176–177; постанови Вищого арбітражного суду України, зокрема № 04-1/5-7/82 від 05. 06. 2000 «Про питання захисту авторських прав в Інтернеті» тощо; *морально-етичний* – регулюється кодексами професійної етики й міжнародними документами, як-от Всесвітня Хартія свободи преси ООН, Декларація принципів поведінки журналіста Міжнародної федерації журналістів, резолюція Парламентської асамблеї Ради Європи «Про етичні принципи журналістики»; *аксіологічний* – усі, хто продукує контент у сучасних медіа (а не лише професійні журналісти), мають усвідомлювати власну відповідальність за гармонізацію чи, навпаки, розбалансування аксіологічного виміру медіапростору, що призводить до стабілізації або дестабілізації соціуму, і розуміти цінність унікального авторського твору; та власне *соціальнокомунікаційний* – на нашу думку, плагіат слід розуміти як закономірний вислід соціального розвитку, оскільки соціум продукує (уможлиблює) певні норми комунікаційної діяльності, тобто він має соціальнокомунікаційну природу.

**Короткий огляд публікацій.** Явище плагіату закономірно найбільш досліджене в царині правової охорони об'єктів авторського права. Цій проблемі присвячено праці В. Я. Іоанса, О. С. Іоффе, В. І. Сєребровського, Е. П. Гаврилова, Г. Ф. Шершеневича, В. С. Дробязка, С. О. Глотова, В. В. Коноваленка, Л. Г. Максимова, А. П. Панкєєва, І. М. Рассолова, А. Серго, Т. І. Стексової, О. О. Штефан та інших. Крім того, І. Краузе та О. Кузнецова розглянули окреслену проблему в інтернет-ЗМІ [1, 2]; І. В. Романова дослідила історію виникнення явища [3]; І. Л. Литвинчук запропонував дорожню карту вирішення проблеми академічного плагіату [4]; А. Ковальова дослідила проблеми академічного плагіату та авторського права в цифрову епоху [5]. Проте є потреба в комплексній роботі, яка б представляла

аналіз і шляхи подолання проблеми плагіату в соціальнокомунікаційному вимірі. Для цього важливо з'ясувати особливості рецепції плагіату, зокрема в середовищі студентської молоді.

**Мета** даної статті – на основі обробки даних цільового опитування «Рецепція плагіату» з'ясувати ступінь розуміння проблеми плагіату й особливості сприйняття цього явища та різних видів його в середовищі студентської молоді та молодих журналістів-практиків.

**Матеріали і методи.** Опитування проводилось у листопаді–грудні 2015 р. і січні–лютому 2016 р. на базі таких університетів: Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Інститут журналістики), Національний авіаційний університет (Навчально-наукові інститути: Міжнародних відносин, Юридичний), Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова (Інститут української філології та літературної творчості імені Андрія Малишка), Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» (Видавничо-поліграфічний інститут), Національний університет біоресурсів і природокористування України (Факультети гуманітарно-педагогічний і комп'ютерних наук). В опитуванні взяли участь 411 респондентів. Було сформовано чотири цільові групи (в основі поділу – віковий критерій): I група – студенти 1 і 2 курсів (164 особи), II – 3 і 4 курсів (110 осіб), III – 5, 6 курси + молоді фахівці, які закінчили університети 2–3 роки тому (65 осіб), IV – студенти спеціальностей «Правознавство» та «Міжнародне право» (72 особи; ця група була введена для того, аби порівняти ставлення до плагіату студентів, які мають спеціальну юридичну підготовку, і тих, що її не мають, але безпосередньо чи опосередковано пов'язані з текстотворенням). Для цього опитування референтна група має складатися не менше, ніж з 50 осіб. Ми залучили різну кількість респондентів у кожній групі для того, аби простежити підтвердження чи спростування певних тенденцій. Анкета містила 10 запитань: 5 відкритих (1, 2, 3, 4, 7.4) і 5 закритих (2 альтернативні – 5 і 6; 3 – поліваріантні – 7.1, 7.2, 7.3), пов'язаних із розумінням самого явища плагіату, причин виникнення його, боротьби з ним і покарання за плагіат, поширеності явища і його видів. Для збору інформації було використано соціологічний метод анкетування, для обробки інформації – статистичний і описовий методи.

**Результати та їх обговорення.** Перше питання стосувалось ставлення опитуваних до плагіату. У I групі відповіді розподілились так: негативно –

95,12 % (156 респондентів), нейтрально – 4,27 % (7), позитивно – 0,61 % (1). У II групі: негативно – 90,9 % (100), нейтрально – 8,18 % (9), позитивно – 0,9 % (1). У III: негативно – 87,7 % (57), нейтрально – 10,8 % (7), позитивно – 1,5 % (1). У IV – негативно – 77,78 % (56), нейтрально – 16,67 % (12), позитивно – 5,56 % (4).

Як бачимо, переважна більшість респондентів ставиться до плагиату негативно, усвідомлюючи, що це крадіжка. Нейтральна позиція пов'язується з точкою зору, відповідно до якої подолати плагиат неможливо в принципі. Тлумачення позитивного ставлення варіюються від індиферентного: «Хай буде!», – до ціннісноперверсивного: «Якщо чиясь творчість крадуть, то ця творчість має цінність; не крадуть того, що й так нікому не потрібне». Порівняно високий відсоток нейтрального і позитивного ставлення до плагиату в IV групі можна пояснити, на наш погляд, тим, що респонденти (як такі, що не займаються безпосередньо текстотворенням) не стають жертвами плагиату самі.

Відповіді на кшталт: «якщо особа, яка написала твір, дозволить використати її роботу, то це нормально», «можна плагиати ти, але зі згоди власника цього об'єкта», «плагиат – це не велика проблема», «плагиат – поширене явище, але, роблячи це, слід писати ім'я автора та посилання на його роботу», «плагиат, з одного боку, це погана річ, а, з іншого боку, потрібно в деяких творах цитувати відомих або маловідомих письменників», – засвідчують, що далеко не всі студенти розуміють принципи роботи з науковою літературою і цитатами, а також суть означеного явища.

У другому питанні респондентів просили назвати причини виникнення і поширення плагиату. У I групі опитувані називають: стрімкий і неконтрольований розвиток мережі Інтернет, надмірне навантаження на творчу людину, лінь, прагнення слави, збагачення за чужий рахунок, брак знань, заздрість, відсутність креативності. У II групі, крім зазначених, додалися такі: недосконалість законодавства, безкарність, перевантаженість студентів. У III – глобалізаційні процеси, менталітет українців, загалом схильність людей до запозичень. У IV – мовчазна згода власників авторського права на неправомірне використання своїх творів.

Як бачимо, опитувані називають і суб'єктивні причини (особистісні людські риси), і об'єктивні.

У третьому питанні респондентів просили висловитись щодо боротьби з плагиатом і назвати прийнятне покарання за плагиат. У I групі переважна більшість опитаних запропонували систему штрафів, водночас,

були пропозиції щодо позбавлення волі за особливо масштабний плагиат і, більш раціональна, повсюдне запровадження систем перевірки на плагиат. До речі, новий Закон України «Про вищу освіту» вимагає, аби системи перевірки на плагиат для дипломних робіт працювали в усіх ВНЗ. Їхня ефективність цілком доведена. Хороший досвід має, наприклад, Національний авіаційний університет, де така система перевірки студентських дипломних робіт і проектів (для всього університету) діє, згідно з наказом ректора, від 2010 р. (зауважмо, що на рівні окремих структурних підрозділів перевірка на плагиат здійснюється від 2006 р.), а в 2016 р. (наказ в. о. ректора № 53/од від 23.02.2016) впроваджено систему порівняльного аналізу електронних текстів авторефератів та дисертаційних робіт. У II групі, крім штрафів і обмеження доступу до Інтернету, назвали відрахування (якщо йдеться про студентів) і публічний осуд плагиаторів. У III – звільнення з роботи, позбавлення звань і ступенів нечесних науковців, примусові громадські роботи за вироком суду, кримінальна відповідальність, створення загальнодержавного електронного реєстру плагиаторів (як варіант публічного осуду, що неминуче веде до втрати репутації, до речі, саме в цій групі публічний осуд як покарання називають найчастіше), унеможливлення отримування зиску від присвоєння чужих здобутків; для медійних ресурсів – позбавлення ліцензії. У IV – популяризація академічної чесності, створення адекватних умов для розвитку науково-дослідної роботи, удосконалення законодавства з уведенням жорсткішого покарання за плагиат і обов'язкових публічних вибачень.

До того ж, в групах, окрім третьої (що цілком зрозуміло з огляду на те, що її становлять респонденти старшого віку, яким частіше доводиться зіштовхуватись із цією проблемою і навіть ставати жертвами плагиаторів), були респонденти, які заявили, що карати за плагиат не потрібно: I гр. – 3 особи; II гр. – 1; IV гр. – 4; і що з плагиатом боротись неможливо: I гр. – 3 особи; II гр. – 4.

Як бачимо, респонденти пропонують не лише види покарання за плагиат, а й засоби запобігання поширенню цього явища.

Четверте питання стосувалося готовності обстоювати власні права в суді, якщо виявиться, що респондент став жертвою плагиату. Відповіді розподілились так (для наочності узагальнено результати в таблицях):

Тип відповіді	I група	II група	III група	IV група	Загалом
	Кількість-відповідей / відсоток				
Так	111 / 67,7	66 / 60,0	41 / 63,08	49 / 68,05	267 / 64,96
Ні	25 / 15,24	22 / 20,0	11 / 16,92	18 / 25,0	76 / 18,49
Можливо	21 / 12,8	19 / 17,27	11 / 16,92	1 / 1,39	52 / 12,65
Не знаю	1 / 0,61	1 / 0,9	2 / 3,08	1 / 1,39	5 / 1,22
Без відповіді	8 / 4,88	4 / 3,64	0	3 / 4,16	11 / 2,67

Небажання іти в суд респонденти пояснюють такими причинами: недосконала (корумпована) судова система, недосконалий закон, тривалість і високі витрати на судовий процес, марнування часу, неможливість довести власну правоту, а також – не вважають

плагиат злочином чи взагалі проблемою, самі вдаються до плагиату. Бажання ж іти в суд залежить від ступеня завданої шкоди та наявності неспростовних доказів і фінансів.

П'яте питання стосувалося поширеності явища у студентському середовищі.

Тип відповіді	I група	II група	III група	IV група	Загалом
	Кількість-відповідей / відсоток				
Понад усяку міру	12 / 7,32	12 / 10,9	18 / 27,69	6 / 8,33	48 / 11,68
Дуже поширене	64 / 39,02	43 / 39,09	36 / 55,38	22 / 30,56	165 / 40,15
Поширене	71 / 43,29	44 / 40,0	11 / 16,92	28 / 38,89	154 / 37,47
Мало поширене	8 / 4,88	5 / 4,55	0	11 / 15,28	24 / 5,84
Рідкість	6 / 3,66	2 / 1,82	0	2 / 2,78	10 / 2,43
Узагалі відсутнє	1 / 0,61	2 / 1,82	0	3 / 4,16	6 / 1,46

Шосте питання стосувалося поширеності явища в середовищі викладачів.

Тип відповіді	I група	II група	III група	IV група	Загалом
	Кількість-відповідей / відсоток				
Понад усяку міру	3 / 1,83	3 / 2,73	2 / 3,08	2 / 2,78	10 / 2,43
Дуже поширене	9 / 5,49	10 / 9,09	5 / 7,69	8 / 11,11	32 / 7,79
Поширене	51 / 31,1	46 / 41,81	31 / 47,69	29 / 40,28	157 / 38,2
Мало поширене	59 / 36,0	36 / 32,73	17 / 26,15	10 / 13,89	122 / 29,68
Рідкість	34 / 20,73	9 / 8,18	10 / 15,38	18 / 25,0	71 / 17,27
Узагалі відсутнє	5 / 3,05	2 / 1,82	0	6 / 8,33	13 / 3,16
Не знаю	3 / 1,83	2 / 1,82	0	0	5 / 1,22

Як бачимо, переважна більшість респондентів вважає плагіат дуже поширеним і поширеним явищем і в середовищі студентства, й з-поміж викладачів.

Сьоме питання (розділене на чотири підпитання) пов'язане з рецепцією видів плагіату, які були сформульовані на основі визначень видів плагіату, запропонованих, зокрема О. Кузнецовою для розрізнення

плагіату в Мережі [2] та І. Литвинчуком для академічного плагіату [4]. Звучали питання так: 7.1. Які з названих видів плагіату найбільш неприйнятні? 7.2. До яких із названих видів плагіату Ви вдавались (якщо вдавались)? 7.3. Якщо Ви вдавались до плагіату, то як часто? У питаннях 7.1 і 7.2 можна було обрати кілька відповідей, у питанні 7.3 – лише одну.

Отже, питання 7.1.

Вид плагіату	I група	II група	III група	IV група	Загалом
	Кількість-відповідей / відсоток				
Републікація	54 / 33,93	31 / 28,18	12 / 18,5	32 / 44,44	129 / 31,39
Реплікація	97 / 59,15	64 / 58,18	48 / 73,84	36 / 50,0	245 / 59,61
Творчі переробки	34 / 20,73	12 / 10,9	21 / 32,3	9 / 12,5	76 / 18,49
Рерайт	31 / 18,9	15 / 13,64	15 / 23,07	6 / 8,33	67 / 16,3
Компіляція	39 / 23,78	26 / 23,64	15 / 23,07	6 / 8,33	86 / 20,92
Перенасичення цитатами	12 / 7,32	10 / 9,09	2 / 3,07	6 / 8,33	30 / 7,3
Усі названі	33 / 20,12	17 / 15,45	12 / 18,5	9 / 12,5	71 / 17,27

Питання 7.2.

Вид плагіату	I група	II група	III група	IV група	Загалом
	Кількість-відповідей / відсоток				
Републікація	19 / 11,58	16 / 14,55	20 / 30,77	7 / 9,7	62 / 15,09
Реплікація	10 / 6,1	8 / 7,27	3 / 4,62	0	21 / 5,11
Творчі переробки	61 / 37,2	50 / 45,45	25 / 38,46	15 / 20,83	151 / 36,74
Рерайт	56 / 34,	62 / 56,36	38 / 73,08	24 / 33,33	180 / 43,8
Компіляція	39 / 23,78	38 / 34,55	28 / 43,08	18 / 25,0	123 / 29,93
Перенасичення цитатами	26 / 15,85	21 / 19,09	11 / 16,9	10 / 13,89	68 / 16,55
Усі названі	32 / 19,51	9 / 8,18	7 / 10,76	23 / 31,94	71 / 17,27

Питання 7.3.

Тип відповіді	I група	II група	III група	IV група	Загалом
	Кількість-відповідей / відсоток				
Понад усяку міру	5 / 3,04	7 / 6,36	4 / 6,15	5 / 6,94	21 / 5,11
Більше 20-и разів	15 / 9,15	13 / 11,82	16 / 24,62	8 / 11,11	52 / 12,65
Більше 10-и разів	49 / 29,88	23 / 20,9	15 / 23,07	8 / 11,11	95 / 23,11
Менше 10-и разів	42 / 25,6	35 / 31,82	18 / 27,7	18 / 25,0	113 / 27,5
1-2 рази	35 / 21,34	19 / 17,27	7 / 10,76	14 / 19,44	75 / 18,25
Ніколи не вдавався	23 / 14,02	8 / 7,27	5 / 7,7	15 / 20,83	51 / 12,41

Найбільш неприйнятним видом плагиату респонденти всіх вікових груп вважають реплікацію. Самі ж опитувані найчастіше вдаються до рерайту, творчих переробок і компіляцій. Варіант же неприйнятності всіх видів плагиату (оскільки будь-який плагиат – крадіжка) обрали тільки 17,27 % опитаних. Крім того, лише 12,41 % опитаних заявили, що ніколи не вдавались до плагиату. Вочевидь, такий відсоток не можна вважати задовільним. Прикметними є й відповіді на кшталт такої: 7.1 – плагиат – це крадіжка, він неприйнятний, але при цьому опитуваний використовував 4–5 видів плагиату (7.2) і визнає, що вдається до нього понад усяку міру (7.3). Тобто бачимо тут взаємозв'язок проблеми плагиату з аксіологічними проблемами (неусвідомленість ціннісних орієнтацій, не виробленість ціннісних парадигм, нігілізм тощо).

У питанні 7.4 було висловлене прохання назвати інші види плагиату, якщо такі респондентам відомі. У цій категорії було названо: самоплагиат; т. зв. «рекламний плагиат» – пояснення таке: «виражається в тому, що рекламні плагиатори (з метою залучення покупців і відвідувачів) як заголовки або ключові слова навмисно використовують популярні імена та назви, які не мають нічого спільного з сайтом плагиатора» (на це варто звернути увагу в подальшому дослідженні); власне повне текстове відтворення; «дослівний переклад» іноземних джерел; дехто до плагиату зараховує фальсифікацію в розумінні спотворення статистичних даних із посиланням на впливове джерело (хоча таке віднесення спірне, адже плагиатом фальсифікація стає після початку тиражування спотворених даних уже без посилання на джерело). Цікавим і несподіваним (хоч і не позбавленим певної логіки) варіантом є віднесення до видів плагиату суб'єктів – ghost writer («літературний раб»), із зазначенням, що це «оплачуваний плагиат». Крім того, респонденти часто згадували плагиат ідей, що є неправомірним, оскільки на ідеї права охорона не поширюється.

**Висновки.** Таким чином, бачимо, що переважна більшість респондентів ставиться до плагиату негативно, усвідомлюючи, що це крадіжка. Крім того, опитування засвідчує, що далеко не всі студенти розуміють принципи роботи з науковою літературою і цитатами, а також суть самого явища. З-поміж причин виникнення плагиату називають і суб'єктивні, і об'єктивні. Пропонують не лише види покарання за плагиат, а й засоби запобігання поширенню його. Майже 65 % респондентів готові обстоювати власні права в суді і майже 20 % вважають цю справу безперспективною. Причому половина з тих, що готові йти до суду, уточнюють: лише тоді, якщо їхнім правам буде завдано значних збитків і якщо вони матимуть неспростовні докази власної правоти. Ще частина зауважує, що зважаться на такий крок лише за умови, якщо за допомогою судового процесу вдасться змінити систему розгляду справ про плагиат. Переважна більшість респондентів вважає плагиат «дуже поширеним» і «поширеним» явищем в освітньому середовищі загалом; акцентує увагу на недосконалому законодавстві й наголошує на необхідності провадити роз'яснювальну роботу щодо плагиату. Для такої роз'яснювальної роботи підходить, приміром, курс, запроваджений 2014 р. у НАУ, – «Сучасні українські ЗМІ в ціннісному вимірі»; який, крім суто аксіологічних аспектів, покликаний пояснити суть явища плагиату, його види і форми та сформулювати стійку ціннісну настанову «вдаватись до плагиату означає красти», а отже, плагиатори мусять бути притягнені до адміністративної відповідальності (система штрафів) і піддані моральному осуду. Тобто шлях один – плепати покоління з адекватними цінностями. Саме на це, до речі, спрямований і проєкт сприяння академічній доброчесності, започаткований Американською радою з міжнародної освіти в партнерстві з МОН України (координатор в Україні – Т. Тимочко).

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Краузе І. Практичний підхід до захисту прав ІВ засобами масової інформації в Інтернет / Ірина Краузе // Інтелектуальна власність. – 2011. – № 7. – С. 36–41.
2. Кузнецова О. Плагиат в Інтернет-ЗМІ України : правове регулювання [Електронний ресурс] / Олена Кузнецова. – Режим доступу : <http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/plahiat-v-internet-zmi-ukrayiny-pravove-rehulyuvannya.html>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 16.02.2016 р.
3. Романова І. В. Явище плагиату : історія та сьогодення // Зовнішня торгівля : право, економіка, фінанси. – 2012. – № 3. – С. 267–272.
4. Литвинчук І. Л. Дорожня карта вирішення проблеми академічного плагиату / І. Л. Литвинчук // Ефективна економіка. – 2014. – № 8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3229>. – Назва з екрана. – Дата перегляду: 16.02.2016 р.
5. Ковальова А. Проблеми академічного плагиату та авторського права у цифровому просторі України / Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики. Електронні інформаційні ресурси // зб. наук. праць / Відп. ред. Г.В. Боряк. – К.: НАН України, Інститут історії України, 2013. – С. 61–71.

#### REFERECES

1. Krauze, I. A practical approach to IPR protection media Internet // *Intelektualna vlasnistj*, 2011, no. 7, pp. 36–41.
2. Kuznecova O. Plagiarism in the Internet media Ukraine: legal regulation // *Mediakrytyka*, available at: <http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/plahiat-v-internet-zmi-ukrayiny-pravove-rehulyuvannya.html> (accessed 13 February 2016).
3. Romanova I. V. The phenomenon of plagiarism: history and present // *Zovnishnja torghivlja : pravo, ekonomika, finansy*, 2012, no. 3, pp. 267–272.
4. I. L. Lytvynchuk. Roadmap for solving the problem of academic plagiarism // *Efektivna ekonomika*, 2014, no. 8, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3229> (accessed 16 February 2016).
5. Kovaljova A. Problems academic plagiarism and copyright in the digital environment Ukraine / *Specialjni istorichni dyscypliny: pytannja teoriji ta metodyky. Elektronni informacijni resursy* // *zb. nauk. pracj / Vidp. red. Gh.V. Borjak*. – K.: NAN Ukrajinu, Instytut istoriji Ukrajinu, 2013, pp. 61–71.

### **Features of perception of plagiarism among student's youth**

**Ryzhko O.**

**Abstract.** In this article we can see the results of target poll "Plagiarism reception" urged to find out degree of understanding of a problem of plagiarism and feature of its perception. Survey was conducted in 2015 November and December, and 2016 in January and February between youth of five national universities. The questionnaire contained 10 questions connected with understanding of the phenomenon of plagiarism, the reasons of its emergence, the fight against it and punishment for plagiarism, prevalence of plagiarism and its types.

**Keywords:** *plagiarism, concept of plagiarism, target poll, types of plagiarism.*

### **Особенности восприятия плагиата в среде студенческой молодежи**

**Е. Н. Рыжко**

**Аннотация.** В статье представлены результаты целевого опроса «Рецепция плагиата», призванного определить степень понимания проблемы плагиата и особенности ее восприятия. Опрос проводился в ноябре–декабре 2015 г. и январе–феврале 2016 г. на базе пяти национальных университетов. Анкета состояла из 10 вопросов, связанных с пониманием самого явления плагиата, причин его возникновения, борьбы с ним и наказания за плагиат, распространенности явления и его видов.

**Ключевые слова:** *плагиат, рецепция плагиата, целевой опрос, виды плагиата.*

## Information retrieval features: The relevance and significance of information resources in digital libraries

A. V. Strungar

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine, Kiev, Ukraine  
Corresponding author. E-mail:19870208@ukr.net

Paper received 26.02.2016; Accepted for publication 10.03.2016.

**Abstract.** Urgent problems of library interaction with user, that is user's library-information services appear regardless of whether the documents, which contain the necessary information, are within the building of specific library, but depending on how good and how fast the access to them is granted, applying modern high-efficiency technologies for creation of library products. The basic concepts of information search, which could be implemented in formation of scientific digital library, are resulted in the paper. The main information constituents of scientific digital library are considered. The indexes of search pertinence and relevance performance levels, concept of plenitude and exactness of search, as well as «losses of information» and «information noise» are considered. The chart of dichotomy classification of digital library search is presented. Description of user's relation to scientific information and digital documents is presented.

**Keywords:** *information technologies, digital library, digital document, Internet, information search, pertinence, relevance.*

**Introduction.** Modern library is a complicated information system, which is formed of both traditional and new, untraditional information subsystems. Among the newest information subsystems of library an important role is played by digital catalogue (DC), and its creation is the primary task and essence of libraries automation. Digital catalogue opens fast and high-quality access to the library information resources. Quality and efficiency of EC is stipulated with the complex of methods and facilities, which determine technology of its creation and use [1]. Digital catalogues are one of major library resources. This resource is especially valuable, when it is linked to the world network, which allows providing round-the-clock access to information about the presence of documents in the library funds. This paper considers the information aspects of library processes, digital library concept determination, digital catalogue of library and principles of its creation, pertinence and relevance of information resources. the structure of information storage and retrieval system is also considered briefly. Bibliographic search is a complex type of activity, performed during the dialog between a reader and information storage and retrieval system of a library [2]. To solve the problem of rational and multifunctional use of information resources accumulated in a library, the ramified system of reference aids (RA) is created, every part of which performs specific function, being a constituent of the unique information potential. High quality of RA and services for readers based on it provide an efficient access to the information and, as a result, the most complete use of library funds by readers. Originality of reference aids system for readers is not only in its content, but to a great extent in the specific format of documents presentation, taking into account social-psychological features of readers of various age-related groups, according to which content and forms of RA organization, method of forming abilities and skills for independent use of information generators by visitors of digital knowledge libraries are analyzed at the choice of literature.

**Recent researches and publications analysis.** The theory of bibliographic information (BI) was developed by O.P. Korshunov [3] and presented in his textbook. The term «bibliographic document» in relation to documents, which contain bibliographic information, was introduced by E.K. Bespalova [4]. I.G. Morgenstern determines bibliographic resources as «a type of information resources,

which represent the organized ranges of bibliographic information accessible for the use as a bibliographic source» [5]. One of the mechanisms for acquisition of reliable information sufficient for decision-making was offered by A.M. Yanovsky, according to which «characteristics of information and requirements to its content (meaning its specifications) are formulated, and then the sequence of procedures of analysis and its use are determined». G. Selton, professor of Cornwell university, was the author of the SMART system (System of Mechanical Analysis and of Retrieval of Text), based on which many modern algorithms of the automatic indexing and information retrieval have been developed.

**Aim of the paper** is consideration of information retrieval features in a digital library and familiarization with the methods of digital catalogue usage, definition of the essence of information resources pertinence and relevance from the position of information retrieval in digital libraries.

**Research results presentation.** Digital reference aid system (DER) is a developing system. The constituent of library ER important for readers is the digital catalogue (DC), which is reliable mediator between the library fund and its users. The necessity to provide readers with the most meaningful, useful information formulates the task to develop and implement methods of high-quality selection of literature and ability to form document searching query into the work of digital libraries by the relevant specialists. An administrator-librarian does not only answer the request of reader, but also makes him an active participant of searching the answer to the question raised in request. The main factors, necessary for the success of digital certificate bibliographic works, are systematic character, consistency and differentiated approach to different reader groups. Digital catalogues provides many entrances to the library funds, and reader must know, which of them it is more appropriate to use in every specific case. The purpose of any information storage and retrieval system is to provide user with the ability to search information from known data, necessary subject or facts. The process of forming queries is performed with multi-optional approach and is an art in a way. In addition, searching procedure has clearly expressed sequence of stages – from determination of information necessity and search area to the analysis of results and choice of pertinent (corresponding to the user's query) objects.

The system «document-user of information» is part or



subsystem of documentary communication system. It could be considered an independent system, because the document, created by communicator for the information transfer, is separated from him and exists by itself. For the user this document is an information generator and a system of relations is set between them. The system «document-user» consists of two basic elements: document and user of information. Except them, it contains different relations between documents and users of information and, if necessary, mediators, helping users to get information from documents. Based on this the concepts of information necessity and information consumptive activity of man are formed. These concepts should be considered separately.

The information necessity arises up in humans in the process of activity, when the need to obtain new knowledge or find out certain facts appears. Activity based on which information necessity is formed is named «base activity». It could be any type of activity, which became the «basis» of information necessity origin: production, scientific, educational activity and others [6].

The information necessity takes man to information consumptive activity (ICA) – activity, aimed at information retrieval and consumption. User’s ICA allows getting necessary information and going back to base activity. This process is illustrated at Fig.1, and it should be noted that this process works not in circle, but in spiral, because the return to the base activity is done to already new, higher level, enriched with new knowledge [7].

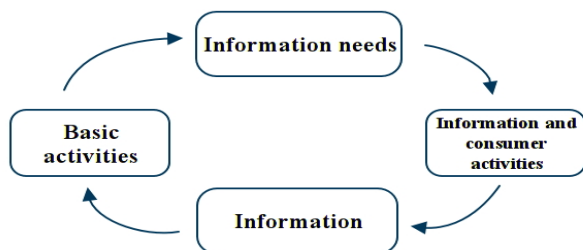


Fig.1. Origin and satisfaction of information necessity

Extremely important role in the process of information search is searching sign or set of searching signs, which are the basis for information retrieval conduction. A sign is a property of object, which stipulates its distinguishing or common features with other objects. Document search profile (DSP) is the set of searching signs, which characterize a document and are necessary for search and authentication of document in accordance with a query. For example, it is possible to consider a bibliographic record as a search profile of document.

Set of searching signs, which characterize an information query and are necessary for an information retrieval in accordance with a query, is the query searching method (QSM). The query searching method can be formulated in the terms of human language or translated into an artificial information retrieval language (IRL). Possible examples of information retrieval language are tables of library-bibliographic classifications, used for drafting library systematic catalogue. The query searching method, expressed with the help of such information retrieval language, will represent the list of classification indexes of those sections, in which it is possible to find documents (in other words searching profile of documents) corresponding to a query [8].

Translating query searching profile into information retrieval language is a searching order in obedience to which search is conducted in information storage and retrieval system.

Bibliographic search as well as information search in general has certain characteristics or, more exactly to say, requirements to the search: pertinence and relevance.

Pertinence is correspondence of the found (or given) information to the consumer need. Pertinence is obviously the greatest aim of information search, but its achievement becomes complicated with difficulties of information necessities study, with inadequacy of their reflection in information queries, with imperfection of information storage and retrieval system. Pertinence is the subjectively evaluated accordance of the obtained information to the information necessity of user. Consequently it is attitude of volume of information useful for the user to the volume of information, received on request, in other words this is search efficiency ratio. It could be improved, taking into account past interests of this user, user’s conduction in digital search engines, clarification of queries formulation, ranging with gravimetric criteria, and limitation of number of documents given out as a result of search and others like that. Earlier Google has realized the new algorithms of informal pertinence (relevance) achievement and as a result it became the most popular searching system in the internet.

Other requirement – relevance – means accordance of the found (or given) information to the user’s query. Relevance of bibliographic search appears by comparison of search image of query with searching offenses of documents, which found out as a result of search, but finally it can appear only at comparing of information query to maintenance of documents. There is a great number of determinations of relevance. For example, GOST 7.73–96 states: «relevant: accordance of the obtained information to an information query». Thus, relevance is determined only by the search algorithms of the specific searching system. It is also stated in the same GOST, that «pertinence, pertinent: accordance of the obtained information to the information necessity», in other words pertinence determines the degree of correspondence between expectations of user and results of search. On the whole, relevance may strongly differ from pertinence; however these concepts are constantly mixed up at interpretation [9].

The indexes characterizing the degree of implementation of search relevance requirement are plenitude and exactness of search, and also «losses of information» and «information noise».

The indexes of information delivery plenitude (or its losses) and exactness of information delivery (or information noise) characterize quality of work of IRL, which can be expressed in number.

For description of practical bibliographic activity the concept of bibliographic search have an important value. Some bibliographers consider that they belong only (or mainly) to the processes of bibliographic service, especially – to one of these processes (reference aids). Sure, the concept of bibliographic search is directly connected with reference aids, but they can be also treated as fundamental concepts, which are applied to various processes of practical bibliographic activity. Therefore they should be considered here to represent general description of bibliographic practical activity [7].

A bibliographic search is a type of documentary and information search. Its correlation is resulted at Fig.2.

Search on the whole is an activity, aimed at finding of that or other object, phenomenon, thing among others and its comparison with the need, which induced the search. Applying dichotomy classification (logical procedure of dividing the volume of concept into opposite to each other), search is divided into information and non-information search depending on the object of search.

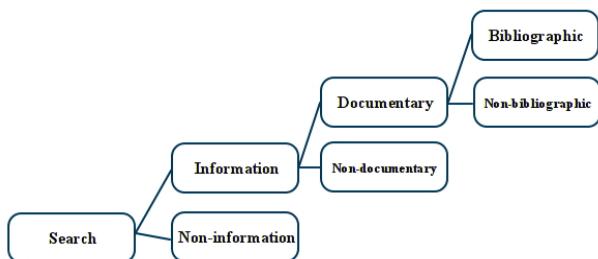


Fig.2. Dichotomy classification of search

An information search is the information, which has certain thematic content or formal description retrieval. Non-information search does not relate to the problems of bibliography. An information search is divided into documentary and non-documentary.

A documentary search is a search for document, which contains necessary information. A non-documentary information search is carried out without addressing to the document, but using other information generators (usually –questioning other people). A documentary search is divided into bibliographic and non-bibliographic.

A bibliographic search is a search of document, which contains necessary information, using bibliographic information generators without direct addressing to the document. In other words, a bibliographic search is a bibliographic information retrieval, meaning information about any document, which corresponds to the information necessity, but without addressing to the document. Non-bibliographic documentary search is carried out in case, when it is conducted among the documents themselves, for example, on a bookshelf or on a counter.

As it is shown on the chart of dichotomy classification of information search – a bibliographic search is always documentary and information by its essence (Fig. 3.). Consequently, all requirements to the documentary and information search and their properties are also inherent to the bibliographic search.

For an information search it is very important to distinguish such concepts, as information necessity, information query and information interest. All these concepts characterize user’s attitudes to the information [10].

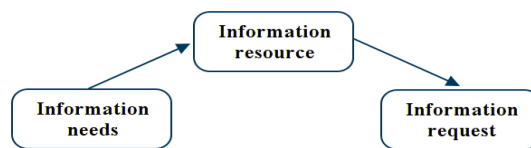


Fig. 3. Description of user relation to information

An information query is formulated and presented in the concepts of human language. The query obviously represents information necessity, but not always sufficiently clear and full.

**Conclusions.** Description of basic concepts given in the paper is related to bibliographic search, which is initial basis of all bibliographic processes: its interaction with documentary and information search, correlation of information necessity, query and interest concepts; concept of information storage and retrieval system, search profile of the document, searching query, and others like that.

It is obvious, that thematic search is sometimes difficult and labor intensive enough, but due to exact application of special facilities and clear strategy of search in the digital mode we can obtain the desired result. Among the advantages of thematic search in digital catalogues it is possible to mark: operability, multidimensional character, expansion of possibilities of document search image formation, with the simultaneous aggregation of different searching signs; accounting hierarchical connections of subject concepts, that allows specifying, narrowing or extending the limits of search, complex acquisition of various information about geographical object, person, area of knowledge.

Further investigations will be aimed at enhancement of virtual reference aid service, actively using the resources of global network: digital libraries, web-catalogues, on-line dictionaries, encyclopedias and reference books. Considering high rate development of information technologies, which promotes quality of reference aid service, changes the processes of information search and use for maximal satisfaction of users’ queries of the usual, organization of professional interaction of user with the library-information system is necessary, but they are still based on general rules and methods of bibliographic reference provision.

REFERENCES

1. Andreev, V. Digital Libraries: the experience of creating abroad. Libraries and Associations in the Transient World: New technologies and new forms of cooperation: 4th International Conference «Crimea-97». Retrieved from: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea97> [in Russian].
2. Amlinsky, L. (2008). Scientific libraries of information society: organization and technology. St. Petersburg: Professia, 200 p. [in Russian].
3. Korshunov, O. (2001). Bibliography. *Fundamentals of the theory of bibliography*. Part 1. Moscow Reg. University of Culture and Arts. (Parts1-2; Part 1). Moscow [in Russian].
4. Bespalova, E. (1994). Formation of bibliographic thought in Russia (up to 60s. XIX c.). Moscow: Moscow State University of Culture, p. 12 [in Russian].
5. Morgenstern, I. (2001). Bibliography. General Course. (2nd ed.). Chelyabinsk Reg. Acad. Culture and Arts. Chelyabinsk, p. 27 [in Russian].
6. Fokeev, V. (2006). Bibliography: theoretical and methodological bases. St. Petersburg: Professia, 352 p. [in Russian].
7. Shvetsova-Vodka, G. (2011). The introduction in bibliography. Rivne, 231 p. Retrieved from: <http://oa.elibukr.org/handle/1984/1453> [in Ukrainian].
8. Korshunov, O. (2009). Bibliography. Fundamentals of the theory and methodology. Moscow: FAIR, 336 p. [in Russian].
9. Khramtsov, P. About search engines, domain names and search engine optimization. Retrieved from: <http://www.osp.ru/os/2005/11/380556/> [in Russian].
10. Barkov, O. (2001). Experience of creation of scientific electronic library of V. I. Vernadsky National library of Ukraine. *Biblioteknyi visnyk*, 4, pp. 51-62 [in Ukrainian].

## Соціокогнітивна дискурсологія: аспекти дослідження

В. А. Ущина

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

Paper received 15.06.2016; Accepted for publication 25.06.2016.

**Анотація.** У статті дається характеристика аспектів дослідження у межах соціокогнітивної дискурсології – нової дисципліни, базовим принципом якої є голістичний підхід до аналізу дискурсу, що уможливає врахування суспільної і психічної природи людини, її індивідуальних та соціальних якостей, її особливостей як суб'єкта пізнання і комунікації, що існує в потоці спільної життєдіяльності з іншими людьми.

**Ключові слова:** соціокогнітивна дискурсологія, лінгвокогнітивний аспект, прагмаінтеракційний аспект, прагмариторичний аспект, соціосеміотичний аспект.

Спроби голістичного підходу до аналізу мови й мовлення у сучасній дискурсології відображають загальну тенденцію лінгвістичних досліджень останніх десятиліть до мультидисциплінарності – намагання використати спільні зусилля спеціалістів найрізноманітніших наук: філософів, психологів, соціологів, лінгвістів. Акцентуючи значення людського фактора у процесі пізнання і розглядаючи мову як діяльність, науковці все частіше застосовують у своїх лінгвістичних розвідках підходи, скеровані на тлумачення навколишньої дійсності як такої, котру неможливо пізнати шляхом пошуку структурних закономірностей або осмислити в термінах усталених традиційних понять. Сучасні дослідження дискурсу вимагають інтеграції когнітивних і соціальних структур, що є його невід'ємними компонентами [Dijk 22: 66].

Напрямом, який дає змогу врахувати усі різнопланові і подекуди суперечливі моменти дискурсивної діяльності людини, яка є невід'ємною частиною її соціальної активності, на нашу думку, слугує **соціодискурсивна дискурсологія** – нова дисципліна, у межах якої можна відстежити найсуттєвіші аспекти включеності мовних феноменів до сфери як особистого, так і соціального.

Соціокогнітивна дискурсологія сформувалась на базі узагальнення наукових пошуків у дискурсології [2; 11; 22; 23; 24; 25; 26], соціолінгвістиці [34; 41; 42], когнітивній лінгвістиці [29; 43], прагматиці [13; 16; 30; 44; 46] і риториці [1; 3; 10].

Грунтується соціокогнітивна дискурсологія на поєднанні репрезентаційного і діяльнісного стилів наукового мислення, що викристалізувались в лінгвістиці під впливом ідей філософії мови В. фон Гумбольдта [4] і загальної теорії психічної діяльності О. Н. Леонтьєва [9], коли на зміну структуралізму і семіотичному формалізму прийшов антропоцентричний погляд на мову. Основною прикметною рисою цієї дисципліни вважаємо те, що в її межах уможливується дослідження індивідуальних та соціальних особливостей дискурсивної взаємодії суб'єктів у статисти й динаміці, як і врахування специфіки мікрота макро-дискурсивних процесів.

Контекстом вивчення суб'єкта в соціокогнітивній дискурсології стає проблема взаємозв'язку людини і навколишнього світу, котрі виступають як екологічно нерозривна єдність. Суб'єкт формується під впливом середовища, проявляючи своє ставлення до світу через діяльність і мову [9; 14; 21]. Взаємостосунки свідомості, мови і діяльності реалізуються в позиціях

(стансах) суб'єкта, сукупність яких зумовлює сутність людської ідентичності.

У межах соціокогнітивної дискурсології виділяються лінгвокогнітивний, прагмаінтеракційний, прагмариторичний та соціосеміотичний аспекти.

**Лінгвокогнітивний аспект соціокогнітивної дискурсології.** „Існують певні ментальні процеси, – вважає відома австрійська дослідниця дискурсу Р. Водак, – які пов'язують продукцію та розуміння дискурсу як з висловлюванням, текстом і комунікацією, так і з соціальними явищами” [2, с. 123]. Соціокогнітивний напрям аналізу дискурсу, на її думку, може стати „теорією-посередником”, що об'єднує категорії соціології, когнітології та лінгвістики [2, с. 121].

Представники цього напрямку запропонували своєрідний синтез концептуально-орієнтованих теорій дослідження дискурсу: у Т. А. ван Дейка – ментальні репрезентації (*mental representations*) [Dijk 23; 24] і контекстні моделі (*context models*) [22], у М.А.К. Геллідея – реєстр (*register*) [35], у М. Фуко – дискурсивні формації (*discourse formations*) [15], у П. Бурдьє – габітус (*habitus*) [19]. Так, у соціокогнітивній дискурсології відбувається загальна переорієнтація трактування контексту: від розуміння його як фізичної реальності, що оточує суб'єктів дискурсу до тлумачення його як продукту їхньої розумової діяльності [29: 8]. Т. А. ван Дейк пропонує називати контекстні моделі „соціокогнітивним інтерфейсом”, який дозволяє враховувати відношення когніції, дискурсивної інтеракції та суспільства [22, с. 65]. А на думку Т. Гівона, контекст – це „не об'єктивний феномен, а цілеспрямовано й інтенційно вибудований ментальний конструкт, що уможливує комунікацію і соціальні стосунки у вигляді доступу до чужого розуму” (*context as other minds*) [29, с. 91].

Контекст конкретної комунікативної ситуації може бути адекватно інтерпретований за допомогою певних моделей (скриптів, сценаріїв, фреймів) взаємодії, котрі передбачають наявність попереднього досвіду в усіх учасників комунікації, їх „ментальну енциклопедію” [49, с. 16], „ментальні файли” [там само], або „концептуальну карту” [29, с. 92]. „Жодна соціальна взаємодія чи акт міжособистісної комунікації, – вважає Т. Гівон, – не могли би бути ефективно зреалізовані, якби співрозмовники не поділяли спільні знання про світ, ту саму концептуальну мапу Всесвіту, або хоча б її релевантні фрагменти” [там само]. Те, як людина сприймає світ, суттєвим чином визначається „соціальними фільтрами” [32, с. 61], під якими ро-

зуміється система соціальних перцептивних стандартів, що об'єднують людей у соціальні групи, і серед яких мові належить чільне місце [там само]. Об'єкти і явища, названі за допомогою лексичних одиниць певної мови, представлені в мовній картині світу носіїв цієї мови, а, отже, піддаються інтерпретації та лінгвокогнітивному моделюванню.

Таким чином, контекст, у якому відбувається породження дискурсу, в термінах соціокогнітивної дискурсології – це не просто вербалізовані текстові структури, і навіть не соціальне оточення, а суб'єктивні ментальні репрезентації, динамічні онлайн-моделі релевантних для суб'єктів дискурсивної діяльності властивостей комунікативної ситуації. Контекст постає ментальним відбитком емерджентних ситуативних умов, за допомогою якого контролюється адаптація процесів продукування і розуміння дискурсу до навколишньої дійсності.

Організована у вигляді контекстних моделей сукупність спільних соціокультурних знань співіснує з моделями індивідуального порядку. Інформація, що „фільтрується” на індивідуальному рівні, формує особистий досвід людини, її унікальну життєву траєкторію, персональну ідентичність. Знання, що містяться у свідомості окремого індивіда й актуалізуються в його / її дискурсивній діяльності, складають прагматичний фундамент комунікативної поведінки людини і є умовою цієї діяльності. Таким чином, поряд з лінгвокогнітивним, важливим для соціокогнітивної дискурсології є також її прагаінтеракційний ракурс.

**Прагаінтеракційний аспект соціокогнітивної дискурсології.** З позицій інтеракційно-прагматичного підходу, в якому інтегрується індивідуальна когніція і соціальна інтеракція, комунікація вважається „результатом взаємодії інтенції та уваги комунікантів, мотивованих соціокультурним контекстом” [39, с. 338]. У цьому визначенні відомий американський прагматист І. Кечкеш наголошує на принциповій важливості врахування як індивідуального, так і соціального начал у прагматично-спрямованих студіях дискурсивної діяльності.

У нинішньому інформаційному суспільстві ми все чіткіше усвідомлюємо той факт, що об'єкти, про які ми говоримо і стосовно яких займаємо свої суб'єктивні позиції, не стільки існують в реальному світі, скільки виявляються продуктами нашого позиціонування щодо них. Проте навіть персональні емоції та знання про предмет мовлення не можна стовідсотково вважати продуктами мисленнєвої роботи індивідуального суб'єкта, оскільки у світлі плюралізму думок й інтеракціонізму вони є швидше результатом *інтерсуб'єктивної дискурсивної діяльності*.

У висвітленні соціального конструкціонізму, що лежить в основі міжперсональної прагматики (*interpersonal pragmatics*) [17; 36; 47], інтеракційної соціолінгвістики [18; 34; 51] і соціокогнітивної прагматики [38; 39; 40] люди існують в умовах постійного „співставлення, співконструювання та реконструювання самих себе і світу навколо себе; світу, у якому будь-що піддається неогоцізації” [28, с. 7]. Досліджуючи природу навколишньої дійсності, прибічники названих вище напрямів розглядають соціальний світ як продукт людської суб'єктивності та інтерсуб'єктивності, вважаючи, що люди визначають, інтерпретують і

надають значень світові через свої щоденні дії (серед яких дискурсивні відіграють ключову роль) та прагматичну інтеракцію з іншими людьми.

Необхідність поєднання суб'єктивного й інтерсуб'єктивного начал у сучасних прагматичних дослідженнях було чітко сформульовано І. Кечкешом, засновником *соціокогнітивної прагматики* [38; 39; 40]. З одного боку, на його думку, традиційні прагматичні дослідження не враховують повною мірою суб'єктивних процесів смислотворення, ігноруючи той факт, що егоцентризм, притаманний когнітивній діяльності індивідуального мовця або слухача, – це невід'ємний компонент успішної комунікації. З іншого боку, як уважає І. Кечкеш, мовознавці, що працюють в лінгвокогнітивній парадигмі, переоцінюють важливість егоцентричного складника у поведінці окремого суб'єкта пізнання та інтерпретації і не надають належної ваги ролі динамічних та емерджентних процесів його/її кооперативної співпраці з іншими суб'єктами в ході комунікації [38, с. 606].

*Міжособистісну прагматику* визначають як „дисципліну, що займається вивченням способів, за допомогою яких соціальні актори використовують мову, аби сформувати соціальні взаємостосунки *in situ*” [47, с. 1]. До кола питань, що нею розглядаються, входять традиційні проблеми „обличчя” і ввічливості П. Браун і С. Левінсона [46], інтесуб'єктивної риторики Дж. Ліча [44] та самопрезентації І. Гофмана [31]. Міжособистісний підхід до прагматичних досліджень [17, с. 12-26; 47] передбачає використання інтегративної методики, котра передусім спирається на критерій інтеракційності, що відповідає завданням діяльній лінгвістики взагалі і завданням, які стоять перед нами у дослідженні суб'єктного позиціонування в *комунікативній ситуації ризику*, зокрема. При цьому в динаміці системи мовленнєвого спілкування виявляються компоненти, які впливають на організацію інтеракції в малих, „мікро-соціальних” групах [17, с. 12] і на структуру тексту як продукту цієї інтеракції. Відповідно, позиція СДД як результат дискурсивної діяльності в термінах інтеракційної прагматики трактується як „інтеракційне досягнення” (*interactional achievement*) – спільний продукт, що ініціюється, модифікується і приймається усіма учасниками комунікації в умовах реального часу [там само].

Що стосується *інтеракційної соціолінгвістики*, то цим напрямом дискурсивних досліджень [18; 34; 51] представлено сукупність методів аналізу дискурсу, котрі „дозволяють пояснити здатність комунікантів інтерпретувати те, що учасники інтеракції намагаються повідомити під час щоденної комунікативної практики” [7, с. 197]. У центрі уваги перебувають процеси продукування значень і фонові знання, які покладено в основу узгодження інтерпретацій мовця і слухача у взаємодії.

Отже, з позицій інтеракційно-орієнтованих прагматики і соціолінгвістики, комунікативна інтеракція тлумачиться як обопільний процес творчого конструювання комунікантами смислів у ситуативному контексті. Ще О. О. Потєбня говорив про те, що порозуміння в сенсі тотожності думок мовця і слухача є ілюзією [12, с. 115]: „говорити – не означає передавати свою думку іншому, а лише викликати в іншому

його власні думки” [12, с. 138]. Так, займаючи певну позицію стосовно предмета мовлення та інших комунікантів, мовець конструює свою ідентичність, соціальну належність і свої взаємини зі світом. Станси учасників комунікативної інтеракції стають її рушійною силою: мовець налаштований на активне і респонсивне розуміння слухача, який сприймає й інтерпретує мовлення, спираючись на власні позиції СДД.

Утім, дослідження за допомогою методологічного апарату міжособистісної прагматики та інтеракційної соціолінгвістики такого багатовимірного об'єкта як дискурсивна діяльність, ставить перед лінгвістами ряд питань, які стосуються не лише суті самого процесу мовленнєвої взаємодії (хто і як бере участь в інтеракції?), а й його форми і змісту (що і навіщо він промовляє?). Дискурсивна діяльність при цьому розуміється не лише як прагмаінтеракційна взаємодія (суб'єктно-суб'єктні стосунки в мікросоціальних умовах комунікативної ситуації), а також як прагматориторичний вплив (суб'єктно-об'єктні стосунки в макросоціальних умовах).

**Прагматориторичний аспект соціокогнітивної дискурсології.** Поряд з прагмаінтеракційним, використання прагматориторичного підходу до аналізу дискурсу в динаміці вбачається методологічно виправданим, оскільки такий підхід достатньо ефективний у поясненні проблеми стратегічного впливу через мову.

Будь-який мовець, публічно маніфестуючи суб'єктну позицію у дискурсі, намагається зробити це якнайкраще, прагнучи вибудувати висловлення таким чином, щоб донести свій станс [Ущина] до реципієнта. Він/вона підшукує такі риторичні прийоми, завдяки яким була б реалізованою його/її прагматична мета – справити вплив на слухача. Отже, серед усього іншого, аналіз дискурсу в його взаємодії із суспільством та когніцією передбачає співвіднесення дискурсивної діяльності суб'єкта дискурсу з діяльністю інших суб'єктів у прагматичній і риторичній площинах.

Прагматориторичний підхід в соціокогнітивній дискурсології полягає у діалектичній єдності прагматики і риторики. У найзагальнішому вигляді, риторика формулювання висловлення, в якому маніфестується позиція СДД, простежується (1) на рівні загального замислу (когніція, концептуалізація, семантика), (2) на рівні словесної конструкції (лексика, синтактика, стилістика) і (3) на рівні стратегічного втілення (прагматика, комунікація, інтеракція). Відтак, прагматика і риторика органічно пов'язані між собою – так само, як пов'язані мова і мовлення. Як прагматика, так і риторика досліджують схожі мовні ресурси, за допомогою яких актуалізується дискурсивна діяльність. Наприклад, у прагматиці вирізняють висловлення, орієнтовані на мовця, на слухача або нейтральні. У класичній риторикі ж виділяють етос (я-концепція), пафос (теорію, в основі якої лежать емоції адресата) і логос (концепцію логічного зв'язку ідей).

Не викликає сумнівів, що взаємодія прагматики і риторики зумовлена не лише спільним об'єктом дослідження – мовою в міжсуб'єктній діяльності, але й тим, що у фокусі дослідника – прагматичний вплив мовця на слухача. Прагматику й риторіку зближує поняття ситуації і ситуативних умов комунікації, адже сучасна риторика як наука переконувannya засобами

мови виходить далеко за межі публіцистичних промов. Вона має широке застосування в найрізноманітніших ситуаціях мовного спілкування як усього соціуму, так і окремих мовців [10, с. 9]. Як у риторикі, так і в прагматиці, в основі формулювання висловлення лежить чітке і ясне уявлення суб'єкта дискурсивної діяльності про *що, кому, з якою метою, якими засобами, де, коли, навіщо, при яких обставинах і з якими можливими наслідками* повідомляється. Недарма в риторикі конструювання змісту висловлення називають „винаходом” [„изобретение” – 3, с. 19], а саму риторіку „філологічною інженерією” [там само].

Дослідження життєвіту окремого індивіда через його лінгвокогнітивну, прагмаінтеракційну, прагматориторичну суб'єктну та міжсуб'єктну діяльність у дискурсі неминує веде до проблем соціального семіозису.

**Соціосеміотичний аспект соціокогнітивної дискурсології.** У центрі уваги соціосеміотичного підходу до дискурсивних досліджень перебуває соціальна взаємодія комунікантів як мотивована і цілеспрямована дискурсивна діяльність, що здійснюється людьми в контексті життєвих ситуацій і зорієнтована на відтворення динаміки соціокультурних норм і зразків такої взаємодії [5; 35; 37; 45]. Ідеться не про суспільну згоду з маніфестованими позиціями суб'єктів дискурсивної діяльності, а про адекватну їх інтерпретацію і розуміння. Суспільство розглядається в соціосеміотикі як семіотичний об'єкт, або знакова система, що визначає поведінку соціальних суб'єктів, які взаємодіють між собою, передаючи і зберігаючи інформацію в соціальному просторі і часі. Мова ж трактується як „одна з форм соціальної практики, яка діє на соціальну структуру, і, одночасно, зазнає на собі її вплив: будь-які соціальні реалії реалізуються і конструюються в дискурсі і через дискурс” [7, с. 9].

Соціосеміотичний підхід до мови було засновано М. А. К. Геллідеєм у його праці „Мова як соціальна семіотика”, у якій він підкреслює взаємозв'язок між граматичною системою і соціальними та особистісними потребами, які реалізуються людиною за допомогою мови. „Соціальна семіотика, – пише М. А. К. Геллідей, – це система значень, яка визначає або конститує культуру, а мовна система виступає одним зі способів реалізації цих значень” [35, с. 39]. Розглядаючи мову як систему „потенційного значення” [там само], або як сукупність інструментів, які впливають на процес мовленнєвої діяльності в певному соціальному контексті, М. А. К. Геллідей розмежовує три взаємозумовлених метафункції мови [35, с. 112]: (1) ідеаційну, яка пов'язує мовні структури з досвідом людини (ідеаційна структура перебуває в діалектичній залежності від соціальної, одночасно відображаючи і змінюючи її); (2) інтерперсональну, яка визначає взаємостосунки між учасниками спілкування і (3) текстову, яка забезпечує смислову і формальну зв'язність текстів (coherence and cohesion). Ідеї М. А. К. Геллідея справили значний вплив на Р. Ходжа і Г. Кресса [37], які вивчають використання знакових систем в соціальному аспекті, прагнучи „об'єднати специфіку знакових форм у будь-якому середовищі зі специфікою соціальних організацій та соціальної історії” [37, с. 176], і на Т. ван Леувена, який розглядає мову як семіотичну систему, у якій

значення не обов'язково опосередковане мовною формою і твориться безпосередньо усіма учасниками комунікативної взаємодії [45].

Методологічний апарат соціосеміотики дозволяє інтегрувати її категорії і концепти в таких соціально-орієнтованих теоріях та дисциплінах, як КДА (критичний аналіз дискурсу) [2; 23; 24; 26], семіотична культурологія [6], структурна антропологія [8], теорія символічного інтеракціонізму [28; 48], етнометодологія [27; 50]. Що стосується позиціонування суб'єкта в дискурсивній ситуації ризику, то його аналіз потребує урахування як локальних, так і глобальних вимірів суспільства. Соціосеміотичний підхід дозволяє пояснити взаємний вплив людини і соціуму, що, з одного боку, виступають як індивідуальний суб'єкт і його інтеракція з іншими суб'єктами (мікро-контекст), а, з іншого, як стосунки суб'єкта з різними соціополітичними та лінгвокультурними громадами й інституціями (макро-контекст). Спільні знання, вірування та цінності відображені в позиціях суб'єкта дискурсивної діяльності поряд з індивідуальними ментальними репрезентаціями.

Будь-яка позиція суб'єкта дискурсивної діяльності, маніфестована засобами мови, в термінах соціосеміотичного підходу до дискурсу – це результат соціалізації значення.

Завдяки аналізу епістемічного й афективного компонентів суб'єктних позицій у певних ситуативних умовах можна простежити, як групові вірування й уподобання впливають на персональні позиції індивідуального суб'єкта (наприклад, його/її ставлення до ризику), маніфестовані у дискурсі і за допомогою дискурсу. І навпаки, якщо персональні ментальні моделі соціальних ситуацій актуалізуються в суб'єктних позиціях впливовими учасниками комунікації (політиками, письменниками, популярними акторами), то поступово вони поділяються значною частиною суспільства, набуваючи форми узагальнених, абстрактних ментальних репрезентацій, які сприймаються як спільні знання, ставлення та ідеології.

Підводячи підсумки, зазначимо, що соціокогнітивна дискурсологія дозволяє трактувати мову як невід'ємний компонент мовленнєвої діяльності індивіда, що продукує висловлення, а також як частину цілеспрямованої предметно-практичної, пізнавально-теоретичної і соціально значущої діяльності людини – суб'єкта спілкування. Крім того, інтегративна методологія соціокогнітивної дискурсології уможливило поєднання мікро- і макродискурсивних структур, індивідуальної та соціальної специфіки дискурсивної діяльності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации / Алла Дмитриевна Белова. — К. : Киев. ун-т им. Т. Г. Шевченко, 1997. — 312 с.
2. Водак Р. Взаимосвязь "дискурс — общество": когнитивный подход к критическому дискурсу-анализу / Р. Водак // Современная политическая лингвистика / [под ред. Э. В. Будаева, А. П. Чудинова]. — Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2006. — С. 123-136.
3. Волков А. А. Основы риторики : [учеб. пособие] / Александр Александрович Волков. — М. : Академ. проект, 2003. — 304 с.
4. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / Вильгельм фон Гумбольдт ; [пер. с нем. яз. под ред. Г. В. Рамишвили]. — 2-е изд. — М. : Прогресс, 2000. — 400 с.
5. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации : [монография] / Тамара Моисеевна Дридзе. — М. : Наука, 1984. — 270 с.
6. Кассирер Э. Философия символических форм : [в 3 т.] / Эрнст Кассирер ; [пер. с нем. С. А. Ромашко]. — М. ; СПб. : Язык, 2002—. — Т. 1 : Язык. — 2002. — 272 с.
7. Кравченко Н. К. Практическая дискурсология: школы, методы, методики современного дискурсу-анализа : [науч.-практ. пособие] / Наталья Кимовна Кравченко. — Луцк : Вольныполиграф, 2012. — 251 с.
8. Леви-Стросс К. Структурная антропология / Клод Леви-Стросс. — М. : "ЭКМО — Пресс", 2001. — 512 с.
9. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / Алексей Николаевич Леонтьев. — М. : Изд-во полит. лит-ры, 1975. — 304 с.
10. Мацько Л. І. Риторика : [навч. посіб.] / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. — [2-ге вид., стер.]. — К. : Вища школа, 2006. — 311 с.
11. Морозова О. І. Дискурс як когнітивно-комунікативна подія / О. І. Морозова // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство. — 2010. — № 7. — С. 134-138.
12. Потебня А. А. Теоретическая поэтика / Александр Афанасьевич Потебня. — М. : Высш. шк., 1990. — 344 с.
13. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика / Иван Павлович Сусов. — Винница : Нова кн., 2009.—272 с.
14. Ущина В. А. Позиционирование субъекта дискурсивной деятельности в ситуации риска / В. А. Ущина // Проблемы лингвистики и лингводидактики : [междунар. сб. науч. ст.] / под ред. С. А. Моисеевой, Л. Г. Петровой. — Белгород : ИПЦ "ПОЛИТЕРРА", 2013. — Вып. II. — С. 255—265.
15. Фуко М. Археология знания / Мишель Фуко. — К. : Ника-Центр, 1996. — 208 с.
16. Шевченко І. С. Когнітивно-прагматичні дослідження дискурсу / І. С. Шевченко // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / [під заг. ред. І. С. Шевченко]. — Харків : Константа, 2005. — С. 105—117.

#### REFERENCES

1. Arundale R. B. Relating / R. B. Arundale // Interpersonal Pragmatics: Handbook of Pragmatics / [ed. by M. A. Locher, S. L. Graham]. — Berlin : Mouton de Gruyter, 2010. — Vol. 6. — P. 167—204.
2. Arundale R. B. Conceptualizing 'interaction' in interpersonal pragmatics: Implications for understanding and research / R. B. Arundale // Journal of Pragmatics. — 2013. — No. 58. — P. 12—26.
3. Blommaert J. Discourse. A Critical Introduction. / Jan Blommaert. — Cambridge: Cambridge University Press, 2005. — 314 p.
4. Bourdieu P. Outline of a Theory of Practice / Pierre Bourdieu. — Cambridge : Cambridge University Press, 1977. — 248 p.
5. Brown P. Universals in language usage: Politeness phenomena / P. Brown, S. C. Levinson // Questions and politeness: Strategies in social interaction / [ed. by E. Goody]. — Cambridge: Cambridge University Press. 1987. — P. 56—311.
6. Bucholtz M. Language and identity / M. Bucholts, K. Hall // A Companion to Linguistic Anthropology / [ed. by A. Duranti]. — Malden : Blackwell, 2004. — P. 369—394.
7. Dijk T. A. van. Discourse and Context. A Sociocognitive Approach / Teun Adrianus van Dijk. — Cambridge : Cambridge University Press, 2008. — 267 p.
8. Dijk T. A. van. The Study of Discourse / T. A. van Dijk //

- Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction / [ed. by T. A. van Dijk]. — London ; Thousand Oaks ; New Delhi : Sage Publications, 1997. — Vol. 1. — P. 1—34.
9. Dijk T. A. van. Social Cognition and Discourse / T. A. van Dijk // Handbook of Language and Social Psychology / [ed. by H. Giles and W. P. Robinson]. — Chichester : John Wiley, 1990. — P. 163—183.
  10. Fairclough N. Media Discourse / Norman Fairclough. — London : Edward Arnold, 1995. — 214 p.
  11. Fairclough N. L. Critical Discourse Analysis / N. L. Fairclough, R. Wodak // Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction. — London ; Thousand Oaks ; New Delhi : Sage Publications, 1997. — Vol. 2. / ed. by T. A. van Dijk. — P. 258—284.
  12. Garfinkel H. Studies in Ethnomethodology / Harold Garfinkel. — London / Cambridge : Polity Press, 1991. — 304 p.
  13. Gergen K. J. The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life / Kenneth J. Gergen. — New York : Basic Books, 1991. — 265 p.
  14. Givón T. Context as Other Minds. The Pragmatics of Sociality, Cognition and Communication / Talmy Givón. — Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins, 2005. — 283 p.
  15. Grice H. P. Logic and Conversation / H. P. Grice // The Discourse Reader / [ed. by A. Jaworsky, N. Coupland]. — London / New York : Routledge, 1999. — P. 41—58.
  16. Goffman E. On face-work: an analysis of ritual elements in social interaction / E. Goffman // Interaction Ritual: Essays on Face-to-face Behavior / E. Goffman. — New York : Pantheon Books, 1967. — P. 5—45.
  17. Goldberg D., Nichols P., Oki B. And Terry D. Using collaborative filtering to weave an information tapestry // Communication of the ACM, 35 (12). — 1992. — P. 61 — 70.
  18. Goodwin Ch. The Cooperative, transformative organization of human action and knowledge / Ch. Goodwin // Journal of Pragmatics. — 2013. — Vol. 46, Issue 1. — P. 8—23.
  19. Gumperz J. J. Interactional Sociolinguistics: A Personal Perspective // The Handbook of Discourse Analysis / [eds. D. Schiffrin, D. Tannen, H. E. Hamilton. — Malden, MA : Blackwell Publishing, 2003. — P. 503—517.
  20. Halliday M. A. K. Language as Social Semiotics: The Social Interpretation of Language and Meaning / Michael Alexander Kirkwood Halliday. — London : Edward Arnold, 1978. — 256 p.
  21. Haugh M. Interpersonal Pragmatics: issues and debates / H. Michael, D. Z. Kadar, S. Mills // Journal of Pragmatics. — 2013. — Vol. 58. — P. 1—11.
  22. Hodge R. Social Semiotics / R. Hodge, G. Kress. — Cambridge : Polity, 1988. — 296 p.
  23. Kecskes I. A cognitive-pragmatic approach to situation-bound utterances / I. Kecskes // Journal of Pragmatics. — 2000. — Vol. 32. — P. 605—625.
  24. Kecskes I. Activating, seeking, and creating common ground. A socio-cognitive approach / I. Kecskes, Z. Fenghui // Pragmatics and Cognition. — 2009. — Vol. 17 (2). — P. 331—335.
  25. Kecskes I. The paradox of communication. Socio-cognitive approach to pragmatics / I. Kecskes // Pragmatics & Society. — 2010. — Vol. 1(1). — P. 5—73.
  26. Kristiansen G. Cognitive Sociolinguistics: Language Variation, Cultural Models, Social Systems / G. Kristiansen, R. Dirven. — Berlin : Mouton de Gruyter, 2008. — 545 p.
  27. Labov W. Language in the Inner City / William Labov. — Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1972. — 440 p.
  28. Langacker R. W. Discourse in cognitive grammar / R. W. Langacker // Cognitive Linguistics. — 2001. — Vol. 12, No. 2. — P. 143—188.
  29. Leech G. N. Principles of Pragmatics / Geoffrey Neil Leech. — London ; New York : Longman, 1983. — 250 p.
  30. Leeuwen T. van. Introducing Social Semiotics / Theo van Leeuwen. — New York : Routledge, 2005. — 230 p.
  31. Levinson S. C. Pragmatics / Stephen C. Levinson. — Cambridge : Cambridge University Press, 1983. — 438 p.
  32. Locher M. Interpersonal Pragmatics / M. Locher. — Berlin : De Gruyter Mouton, 2010. — 497 p. — (Series : Handbooks of Pragmatics (6) / [ed. by M. Locher, S. Graham).
  33. Mead G.H. Mind, self and society / George Herbert Mead. — Chicago : Dorsey Press, 1976. — 248 p.
  34. Recanati F. Mental Files / Francois Recanati. — Oxford : Oxford University Press. — 2013. — 304 p.
  35. Sacks H. Lectures on Conversation / Harvey Sacks ; [ed. by G. Jefferson, E. Schegloff]. — Oxford : Wiley-Blackwell, 1992. — Vol. 1, 2. — 1520 p.
  36. Tannen D. Talking Voices: Repetition, Dialogue, and Imagery in Conversational Discourse / Deborah Tannen. — [2nd ed.]. — Cambridge : Cambridge University Press, 2007. — 240 p.

#### Sociocognitive discourse studies: Research Aspects Ushchyna V.

**Abstract.** This article characterizes the sociocognitive discourse studies research aspects. Sociocognitive discourse studies is a new discipline, the main principle of which is a holistic approach to discourse analysis, allowing to account for both interactive and psychic traits of human nature, his | her individual and social specificity as a cognition and communication subject, existing in the continuous flow of common life activities with other people.

**Keywords:** *socio-cognitive discourse studies, linguistic and cognitive aspects, pragma-interactional aspect, pragma- rhetorical aspect, socio-semiotic aspect.*

#### Социокогнитивная дискурсология: аспекты исследования В. А. Ущина

**Аннотация.** В статье дается характеристика аспектов исследования в рамках социокогнитивной дискурсологии – новой дисциплины, базовым принципом которой является холистический подход к анализу дискурса, позволяющий учитывать общественную и психическую природу человека, его индивидуальных и социальных качеств, его особенностей как субъекта познания и коммуникации, существующего в потоке общей жизнедеятельности с другими людьми.

**Ключевые слова:** *социокогнитивная дискурсология, лингвокогнитивный аспект, прагмаинтеракционный аспект, прагматический аспект, социосемiotический аспект.*

## Вирішення проблеми трансформації жанрів в політичній інтернет-журналістиці

К. М. Василенко

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

Paper received 08.06.2016; Accepted for publication 15.06.2016.

**Анотація.** У статті аналізуються основні проблеми, що виникають перед науковцями і журналістами політичних інтернет-порталів у зв'язку з явищем трансформації жанрів. Простежується ступінь розробки теми як у науковій, так і практичній площині. Наводяться оригінальні тези щодо перспектив розвитку інтернет-журналістики і трансформації жанрів як важливого чинника цього процесу. Залучено велику кількість фактичного матеріалу, наголошено на подальших перспективах дослідження.

**Ключові слова:** політична журналістика, суспільна свідомість, трансформація, жанр.

**Вступ.** За даними різних соціологічних опитувань, приблизно 50 % населення України користуються послугами інтернету. У зв'язку із заполітизованістю суспільства, постійними соціальними перипетіями, революціями тощо інтерес до перебігу політичних подій в Україні надзвичайно високий. Ми стаємо свідками унікального для європейського цивілізаційного соціуму феномена, коли за лічені роки після Революції Гідності на зміну масовій свідомості (мінливій, схильній до перебільшення та істерії) прийшла свідомість суспільна, що відрізняється від масової приблизно так, як московська передача «Дом-2» від фільмів Анджей Вайди. Зрозуміло, що громадяни України, особливо в умовах війни, хочуть мати швидкий і необмежений доступ до засобів масової комунікації. Для багатьох ранкова новина навіть може стати питанням життя і смерті, коли доведеться обирати між свободою в іншій країні і виконанням громадянського обов'язку на Сході, на передовій. Саме тому політичні інтернет-портали, інтернет-сайти, сторінки популярних політиків і політичних блогерів стають дедалі популярнішими в Україні, рейтинговішими, ніж спортивні новини та модні ресурси.

**Короткий огляд публікацій за темою.** Зважаючи на те, що порушена проблема є порівняно новою, у роботі було використано наукові розробки вітчизняних та закордонних авторів, які в різний час розробляли жанрові теорії, але робили це максимально прагматизуючи теоретичний матеріал, щоб здобутки журналістикознавства, теорії масових комунікацій стали в пригоді журналістам у їхній практичній діяльності. Йдеться про праці М. Василенка, М. Вуароля, М. Галлера, Д. Григораша, В. Здоровеги, А. Москаленка, В. Різуна. Також було використано дослідження з літературознавства, історії літератури та естетики. А загалом таке явище, як політична інтернет-журналістика, та її вплив на суспільну свідомість, потребують методичного опрацювання та ефективніших практичних досліджень.

**Метою** статті є спроба осмислення і певної систематизації досліджень у сфері політичної інтернет-журналістики, зокрема в тій її частині, де йдеться про доволі несподіване для друкованих ЗМІ явище – трансформацію жанрів. Також ми намагаємося здійснити науковий аналіз цього феномена та відповісти на питання: «Чи є процес видозміни жанрів регульованим?»

**Методи дослідження.** У статті використано історико-порівняльний метод, що дає можливість розгля-

нути проблему в її історичній ретроспективі, дослідивши джерела і навівши необхідні в цих обставинах факти. У другій частині дослідження застосовується складний і неоднозначний герменевтичний метод, який, однак, становить неабияку цінність, коли йдеться про трактування етичної категорії сенсу буття. Метод став незамінним, коли аналізувалися журналістські твори, присвячені проблемам життя і смерті на передовій і кричущим злочинам у політичних структурах у власному тилу. Частково використано праці Г. Гадамера, в яких він намагається тлумачити історію людства на основі історії розвитку мовної і образної культури. У пригоді став метод моніторингу, що дав можливість більш прагматично використовувати практичні посилання. У статті використано соціологічні джерела, але чи не вперше в українській науковій літературі, що присвячена цій проблемі, застосовано результати внутрішнього редакційного анкетування, огляди читачських листів, дані про аудиторію і попит на видання.

**Результати та обговорення.** Результатом дослідження стали теоретичні висновки та практичні рекомендації колегам, які авторка планує використати й у власній журналістській діяльності. Зокрема, в редакції одного з найбільших політичних порталів України Lv.ua («Лівий берег») буде проведено науково-практичний семінар, де журналісти видання та запрошені колеги з інших політичних видань обговорять тему трансформації жанрів як важливого напрямку оптимізації подання матеріалів. Авторка статті планує повністю висвітлити зазначену тему в дисертаційному дослідженні. Матеріали статті будуть запропоновані для ознайомлення вітчизняним і закордонним колегам, а також використані під час розробки курсу «Основи політичної журналістики в інтернет-просторі» в Інституті журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Історія розвитку жанрів – це, власне, історія розвитку журналістики. Інтернет-журналістика, яка ще десять-двадцять років тому сприймалася як похідна, вторинна після журналістики пресової, швидко вийшла на перше місце, випередивши за швидкістю реагування телебачення і радіомовлення, залишивши позаду друковану журналістику. Зрозуміло, що «перша хвиля» журналістів, які почали працювати в інтернет-виданнях, пройшли неабияку школу підготовки в друкованих аналогах. Безперечно, підсвідомо неюфіти інтернет-видань – інтерв'юери і репортери,



аналітики й оглядачі – вважали, що новий вид журналістики просто є оперативнішим. Стосовно жанрів, то проблема їх трансформації в інтернет-виданнях узагалі не виникала в «колективній підсвідомості» вітчизняних журналістів, а отже, була відсутньою в наукових джерелах.

Відомий науковець М. Кастельє називає сучасне суспільство «інформаційним», вказуючи на такі його основні характеристики, як генерування, оброблення та передавання інформації, що стають фундаментальними джерелами продуктивності та влади [1, с. 42-43]. Француз Ж. Бодрійєр, навпаки, коли йдеться про інформаційну цивілізацію та інтернет зокрема, скептично зазначає: «Ми стали транссексуалами, як ми стали трансполітичними, індіферентними, андрогенними та гермафродитними істотами, котрі включають в себе різноманітні ідеології, ми носимо, знімаємо і знову одягаємо різноманітні маски, без того щоб мати в голові чітке уявлення про сексуальне і політичне» [2, с. 34].

Водночас, на думку відомого дослідника американської журналістики Р. Каппона, виявилось, що «просто збирати інформацію вже недостатньо в той час, коли нею переповнені численні джерела: від постійно зростаючого інтернету до найменшого кабельного телевізійного каналу, націленого на певну аудиторію. Роблячи повідомлення, журналісти мають не тільки подавати достовірну інформацію, а й витримувати шквал конкуренції» [3, с. 20-21].

Предметом цієї конкуренції-боротьби, зокрема, стала проблема ефективності трансформації жанрів. Її актуальність можна пояснити не лише прагненням привернути увагу якомога більшої кількості читачів інтернет-видань, але й розумінням того факту, що звичний репортаж, інтерв'ю, аналітика, до якого звикли шанувальники друкованого слова, відходять у минуле. Водночас ці жанри зберігаються, проте набувають більш високого якісного рівня, значно більшої інформаційної насиченості, із залученням яскраво виражених експресивних і емоційних засобів.

Парадоксально чи закономірно, проте виявилось, що на проблему трансформації жанрів у новостворених інтернет-виданнях впливають значно більше факторів, ніж творчі особистості та редакційна політика. Як зазначає британський науковець Я. Харгрейвс, «журналістика увійшла у XXI сторіччя як одна з найпарадоксальніших сфер людського буття. Нині ми маємо більше новин і більше впливового журналізму серед неухильного зростання кількості масмедіа. Все ж журналістика перебуває під безпрецедентним тиском з боку політиків, філософів, громадськості, антиглобалістів-радикалів, релігійних груп і самих журналістів» [4].

Якщо конкретна соціальна сфера буття залежить від багатьох чинників, то її окремі складові частини теж видозмінюються. Проілюструємо це на прикладі порталу Lb.ua («Лівий берег»). Одразу зазначимо, що зважаючи на обсяг наукової публікації, а також враховуючи етичні питання, авторка розглядає практику саме рідного видання, справедливо вважаючи, що приклади (вдалі чи невдалі) діяльності інших політичних інтернет-порталів колеги можуть розцінити неадекватно.

Класичне інтерв'ю, що раніше виходило в друкованій версії – газеті «Лівий берег», що розповсюджу-

валася накладом до 200000 примірників, – займало розворот. З двома-трьома світлинами, заголовком і підзаголовком, набраними великим кеглем, воно вважалось доволі вичерпним, оскільки на текстовий матеріал залишалось до 12000 знаків. При поступовому переході на інтернет-версію, коли одночасно виходила і газета, і інтернет-портал, жанр інтерв'ю почав різко видозмінюватися. Спершу, звичайно, змінювалися кількісні характеристики матеріалів: наприклад, класичне інтерв'ю з оригінальною персоною на порталі Lb.ua («Лівий берег») у середньому «важить» 20-25 000 знаків, ілюстрованих більш ніж п'ятьма світлинами. Однак після зміни кількісних параметрів сталися й якісні перетворення, часом абсолютно несподівані як для читачів, так і для самих журналістів. Кардинальними ці зміни стали з остаточним переходом друкованого видання на інтернет-версію. Власне, цей перехід відбувся не лише через економічні причини, а й через новачі, які запропонували автори, читачі, інвестори, через саму логіку розвитку інтернет-видання.

Насамперед у класичному інтерв'ю, репортажі змінився стиль подання матеріалу. Нова форма викладу – плавний чи різкий перехід залежно від тематики та аудіовізуального ряду – став звичним явищем для Lb.ua («Лівий берег»). У результаті ми стали свідками й учасниками процесу, що його не можна охарактеризувати звичним терміном «трансформація жанрів».

В інтернет-виданні часто через посилення на подібні публікації і додаткові матеріали увага читача відволікається від сприйняття основного тексту. Наприклад, репортаж класичного «хемінгвеевського» зразка передбачав сприйняття текстового матеріалу одночасно та одноразово. Військові репортажі Гемінгвея сучасники читали як балади Кіплінга. Сьогодні репортажі в інтернет-виданнях, особливо фронтіві зі Сходу, сприймати таким чином фізично не можна через велику кількість яскравих світлин, а також значну кількість посилань у тексті, що їх неможливо відкласти на потім. Читач емоційно співпереживає героям, йому хочеться дізнатися про обставини операції, отримавши інформацію з додаткових посилань. Зрештою, він долучається до обговорення матеріалу, написавши своє враження чи поділившись власним досвідом у соціальних мережах, особливо на сторінках Lb.ua («Лівий берег») в популярному Фейсбуці, Твіттері тощо.

За результатами кількох опитувань, що проводилися з метою поліпшення інформаційної і художньої цінності матеріалів, а також експертизи читачької думки через соціальні мережі спеціальна служба редакції виявила обставини, які відтепер враховують всі інтерв'юери і репортери Lb.ua («Лівий берег»). Виявилось, що зайшовши на знайому сторінку, близько третини читачів починають перегляд не з читання нового матеріалу, а з уважного ознайомлення з коментарями до нього. Ще приблизно 20 % спершу переглядають світлини, причому перші дві, максимум три і, якщо їх зацікавило те, що на них зображено, переходять до текстового матеріалу.

Закрите опитування переконливо довело, що часто інвестори певного інформаційного проекту, що реалізується в межах редакційної діяльності творчого

колективу Lb.ua («Лівий берег»), також спершу ознайомлюються зі світлинами, згодом уважно вивчають читацькі «коменти» і лише потім приймають рішення щодо фінансування інформаційного проекту.

Зрозуміло, що такі результати сприяли не лише зміні редакційної політики – вони примусили журналістів політичного інтернет-видання наполегливо шукати нові шляхи реалізації творчих планів. Трансформація жанрів з урахуванням такого потужного чинника, як практично миттєва читацька оцінка тексту в соціальних мережах, стала головним каталізатором творчого процесу.

Насамперед значно поліпшилася та стала більш органічною співпраця між репортером і фоторепортером. «Спарка» (репортер-фоторепортер редакції Lb.ua) дивом врятувалася на пробитому кулями і посіченому осколками позашляховику з Іловайська. Їхні колеги, також працюючи парами, робили спільні матеріали з Донецького аеропорту; описували побут солдатів в окопах передової.

Репортери, які звикли до класичного формату, тепер значно ефективніше і сміливіше вводять в описовий матеріал інтерв'ю. Якщо в друкованому виданні воно складалося з чотирьох, максимум шести питань-відповідей, то в інтернет-виданні може мати обсяг до кількох десятків тисяч знаків і сприйматися при цьому як органічна частина репортажу.

Аналітика, що в класичному репортажі часів «гугенбергової галактики» існувала у вигляді коротких авторських ремарок, суб'єктивних зауважень героїв розповіді, «особливих думок», поданих іншим шрифтом, в інтернет-виданні розширена до розмірів великої аналітичної кореспонденції. Причому, якщо репортаж розкриває об'єктивно-кричущий факт, то, як правило, у самому тексті чи після нього розміщується посилання на відповідні аналітичні статті в інших виданнях. Класичною трансформацією жанрів цей прийом можна назвати лише частково, проте без аналітичної частини в репортажі не було б посилання на більш масштабну аналітику.

Трансформація жанрів великою мірою є наслідком змін у суспільній свідомості. Інтернет-журналістика і політична журналістика як найбільш виразний її сегмент у цьому контексті, принаймні в Україні, яскраво і повно відображають цю ситуацію.

Принагідно слід згадати концепцію американського дослідника і журналіста Уолтера Ліпмана. Відповідно до його теорії окремі стереотипи в людській свідомості згодом об'єднуються в системи стереотипів, які постають у вигляді повсякденних устроїв, вірувань, навчань, соціальних інститутів тощо. Вони, своєю чергою, формують стереотип, що охоплює всі системи стереотипів і відомий за назвою «соціальна реальність» [5, с. 24].

Наскільки визначальну роль трансформація жанрів відіграє у створенні нової соціальної реальності? Очевидно, це питання може бути розглянуте лише після накопичення значної кількості емпіричного матеріалу. Насамперед необхідно організувати систему соціологічних опитувань і внутрішньо редакційних анкетувань. Лише після цього можна буде відповісти на питання: наскільки трансформація жанрів, властива політичній інтернет-журналістиці, впливає на формування суспіль-

ної свідомості і, більше того, чи здатні нові, трансформовані жанри не лише інформувати, повідомляти своїх читачів про перебіг певних процесів, а й агітувати їх за соціально значущі проекти?

В Україні подібні прецеденти мали місце. Під час Революції Гідності журналісти інтернет-видань вели прямі репортажі з місць протистоянь злочинній владі. Оскільки всі без винятку репортери Lb.ua («Лівий берег») були рішуче налаштовані проти режиму Януковича, то, відповідно, репортажі та інтерв'ю виходили надзвичайно емоційними. Зрозуміло, й суб'єктивними. Як відомо, морально мотивована особистість часом досягає значно більшого, ніж особистість, мотивована матеріально. Прагнучи залучити якомога більше людей у процес революційного протистояння, репортери Lb.ua («Лівий берег») гарячково шукали найоптимальніші форми донесення важливої інформації, прагнучи перетворити власні репортажі, звіти, аналітику на своєрідний катарсис, коли через співпереживання формується духовна культура, виховується патріотизм.

Час «швидких» жанрів минув, адже минуло кілька років після завершення Революції Гідності і справа дійшла до аналітики й осмислення революційних подій засобами художньо-публіцистичних жанрів. Традиційно написані в агресивному стилі аналітичні статті на Lb.ua («Лівий берег») мають викривальний характер. Середній обсяг матеріалу зазвичай – понад 15000 знаків, подекуди в текстах можна побачити кілька форм подання. Вважаємо це також певною трансформацією жанрів, причому подібне ноу-хау характерне поки що лише для «Лівого берега». Його оригінальність часто полягає не в простому механічному поділі великої статті на кілька частин – після першого подання редакція чекає на реакцію сторін, що де-факто взяли участь у певному конфлікті, та публікує її. Зрозуміло, що ця реакція може бути представлена в різних варіантах: від офіційного спростування до бажання потенційного респондента надати додаткову інформацію або свідчення безпосередньо в редакції. У такому випадку попередній план підготовки і подання аналітики оперативно змінюється. Вносяться корективи в наступну частину публікації: велика стаття, що починалася як зважена аналітика, може перетворитися на інтерв'ю, а воно, своєю чергою, завершитися коментарем спеціаліста.

Зрештою, критерієм популярності журналістики є читацька увага. Як правило, в середу та п'ятницю відповідні служби інтернет-видання Lb.ua («Лівий берег») фіксують до 500 тис. відвідин порталу лише до дванадцятої години дня. Серед тих, хто заходить на сайт, політикою цікавляться близько 65 % читачів, і їх кількість щомісяця зростає.

Дуже складною є відповідь на питання: чи є трансформація жанрів у політичній журналістиці явищем спонтанним, тимчасовим, а також чи експерименти із жанровими перетвореннями збережуться в нові часи, коли в Україні запанує громадський спокій і злагода? Поки що це питання є суто теоретичним, але воно вимагає наукової відповіді вже зараз з огляду на той факт, що нова генерація журналістів має бути творчо вихованою відповідно до певних професійних канонів.

**Висновки.** У процесі розвитку революційного протистояння виявилось, що в межах класичних жанрів

уже неможливо реалізувати всі творчі задуми. Українські репортери та інтерв'юери, аналітики підсвідомо розпочали жанрові експерименти, абсолютно свідомо передбачаючи при цьому кінцеву мету — формування громадянського суспільства. Найповніше ця мета була сформульована в науковій роботі вітчизняного вченого, журналіста С. Даниленка, який вважає що «громадськість як соціальний феномен у найбільш узагальненому вигляді виступає як група людей, котра так чи інакше пов'язана з життєдіяльністю певної організації чи закладу. Відповідно до ситуативного підходу, запропонованого на початку ХХ ст. американським філософом Д. Дьої, громадськість це – активне соціальне утворення, що в певний момент об'єднало всіх, перед ким стоїть спільна проблема, з метою колективного пошуку шляхів її вирішення» [6, с. 106]. Громадянське суспільство в США, Європі та Україні, маючи певні спільні харак-

теристики, відрізняється національно-історичними особливостями. Сформувати громадянське суспільство – мета і мрія громадян України, які вийшли на Майдан Незалежності і захищають свою свободу на Сході.. Трансформація жанрів у політичній інтернет-журналістиці, маючи потужний стимул до розвитку під час революційних подій, у військових репортажах отримала логічне продовження. Перефразовуючи вислів польського філософа і письменника Станіслава Лема: «Технологія цікавить нас із необхідності. Будь-яка цивілізація прагне до того, до чого прагне людина, тією ж мірою вона досягає того, що ніхто собі і помислити не міг» [7, с. 23], можемо зробити висновок, що трансформація жанрів в інтернет-журналістиці цікавить нас поки що як технологія. Зрештою, як вона вплине на майбутні засоби масової інформації, ми передбачити не можемо.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / Мануель Кастельс ; [пер. Е. Г. Ганиш, А. Б. Волкова]. – К. : Ваклер, 2007. – 304 с. – (Cogitationova).
2. Бодрийар Ж. Забыть Фуко / Жан Бодрийар. – С.-Пб. : Владимир Даль, 2000. – 90 с.
3. Каппон Р. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс : [професійний poradnik] / Р. Дж. Каппон ; [пер. з англ. А. Іщенко]. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 158 с.
4. Computers-in-UseForecastbyCountry. Anestimateandforecastofcomputers-in-usein 57 countriesand 6 regionsoftheworld

- [Електронний ресурс] // eTForecasts. – 12.02.2011. – Режим доступу: [http://etforecasts.com/products/ES\\_cinusev2.htm](http://etforecasts.com/products/ES_cinusev2.htm).
5. Липпман У. Общественноемнение / УолтерЛиппман ; [пер. с англ. Т. Барчунова]. – М. : ИнститутФонда «Общественноемнение», 2004. – 384 с.
  6. Даниленко С. Громадянський вимір комунікаційної революції: Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж : [монографія] / С. Даниленко. – К. : ІМВ, 2010. – 310 с.
  7. Лем С. Сумма технологий / Станислав Лем ; [пер. с пол. К. Лем]. – М. : АСТ, 2000. – 668 с.

#### REFERENCES

1. BodrijarZh. Zabyt' Fuko / ZhanBodrijar. – Spb. : VladimirDal', 2000. – 90 s.
2. Danylenko S. Hromadyans'kyvyvmirkomunikatsiyonoyire volyutsiyi: Modernizatsiyasuspil'nykhkomunikatsiyviddrukars'kohoverstatadosotsial'nykhmerezeh : [monohrafiya] / С. Danylenko. – К. : ІМВ, 2010. – 310 s.
3. Kappon R. NastanovyzhurnalistamAssoshieytedPress : [profesinyyporadnyk] / R. Dzh. Kappon ; [per. z anhl. A. Ishchenka]. – К. : Vyd. dim «Kyuevo-Mohylyans'kaak ademiya», 2005. – 158 s.
4. Kastel's M. Internet-halaktyka. Mirkuvannyashchodo Internetu, biznesu i suspil'stva / Manuel' Kastel's ; [per. E.

- H. Hanysh, A. B. Volkova]. – К. : Vakler, 2007. – 304 s. – (Cogitationova).
5. Lem S. Summatehnologij / StanislavLem ; [per. s pol'skogo K. Lem]. – М. : AST, 2000. – 668 s.
  6. Lippman U. Obshhestvennoemnenie / UolterLippman ; [per. s angl. T. Barchunova]. – М. : InstitutFonda «Obshhestvennoemnenie», 2004. – 384 s.
  7. Computers-in-UseForecastbyCountry. Anestimateandforecastofcomputers-in-usein 57 countriesand 6 regionsoftheworld [Electronicresource] // eTForecasts. – Regimeofaccess : [http://etforecasts.com/products/ES\\_cinusev2.htm](http://etforecasts.com/products/ES_cinusev2.htm) (12.02.2011). – Titlefromscreen.

#### Solution to the Problem of the Transformations of Genres in the Political Online Journalism Vasylenko K.

**Abstract.** The article analyses the key problems that scholars and political online journalists face regarding the transformation of genres. It traces the origins of the problem, as well as the degree to which it has been solved both in the academic literature and in practice. The author makes original suggestions regarding the prospects for the development of online journalism and transformation of genres. She argues that the latter constitutes an important factor that affects the former. A considerable amount of factual material has been utilised in the article. The article also offers a blueprint for further research concerning the same problem.

**Keywords:** political journalism, social awareness, transformation, genre.

#### Решение проблемы трансформации жанров в политической интернет-журналистике К. Н. Василенко

**Аннотация.** В статье проанализированы основные проблемы, которые возникают перед научными сотрудниками и журналистами политических интернет-порталов в связи с явлением трансформации жанров. Прослеживается степень разработки темы как в научной, так и в практической плоскости. Приводятся оригинальные тезисы о перспективах развития интернет-журналистики и трансформации жанров как важного фактора этого процесса. Привлечено большое количество фактического материала, акцентировано внимание на дальнейших перспективах исследования.

**Ключевые слова:** политическая журналистика, общественное сознание, трансформация, жанр.

## Формування нових стандартів сатиричної публіцистики в Україні

Н. І. Зикун

Університет Державної фіскальної служби України, м. Ірпінь, Україна  
Corresponding author. E-mail: nzykun@ukr.net

Paper received 22.03.2016; Accepted for publication 05.04.2016.

**Анотація.** Визначаються сучасні тенденції у розвитку сатиричної публіцистики, яка переживає етап формування нових стандартів. Узагальнюються причини зменшення кількості й зміни характеру сатиричних публікацій у пресі. Простежуються особливості модифікування сатиричних жанрів під впливом інших жанрових груп. Вказується на активність зображальних сатиричних жанрів, насамперед графічних і фотографічних (карикатура, шарж, фотоколаж, фотомонтаж, «фотожаби»). Доводиться потенціал сатиричної публіцистики, яка нині концентрується у партійних друкованих органах, неформальних виданнях. Дослідження сприятиме визначенню аспектів подальших досліджень сатиричної публіцистики.

**Ключові слова:** сатирична публіцистика, сатиричне друковане періодичне видання, сатиричний журнал, сатирична газета, сатиричний жанр.

**Вступ.** Сатирична публіцистика є особливим сегментом журналістського простору, який у різні періоди перебуває на мейнстрімних або, навпаки, маргінальних позиціях. Найбільшого розквіту вона набувала в часи революційного піднесення, особливий характер і гострота відрізняли сатиру Другої світової війни. У радянську пору сатиричний спосіб відображення дійсності перестав відігравати вирішальну роль у формуванні інформаційної картини світу українців. Сатирична публіцистика була зредукована, дозована, оскільки ґрунтувалася на хибній «теорії безконфліктності», що виявлялось у появі сатиричних творів із позитивним героєм. Абсурдність такого підходу доведена часом, адже методологічний принцип «позитивного» сатиричного публіцистичного аналізу суперечив реальному життю, що давало багато матеріалів для «сатиричного втручання».

Найнебезпечнішими у радянську епоху були сатиричні публікації із національним звучанням. Автори, наснажені декларованою українізацією, що наївно повірили в серйозність намірів уряду у 20-30-ті рр. ХХ ст. відродити українство, поплавилися за це. Метою радянського режиму було усунення українців від національного й державного будівництва та загалом уніфікація національних проявів народів, які входили в систему радянських республік, точніше, повне їх нівелювання, що зумовило з часом репрезентування преси радянської України лише офіційними партійно-радянськими виданнями. Крім того, з огляду на низку обставин, зокрема й тривалість і громіздкість виробничого процесу підготовки до друку й тиражування сатиричних журналів, фінансові й кадрові проблеми, складність контролювання контенту й загалом впливу на аудиторію, практикувалися такі форми сатири, як стіннівки, друковані й рукописні аркуші-блискавки, співіснування газет із ілюстрованими сатиричними додатками до них, друкування сатиричних сторінок у несатиричних виданнях («газет у газетах»), залучення до процесу підготовки разових сатиричних видань виїзних бригад офіційних друкованих органів. Змінювався і характер сатири, яка втрачала свою політичну гостроту, все менше втручалася у соціальні проблеми, набувала рис моралізаторства, виховання й розважальності.

**Короткий огляд публікацій за темою.** Відправною точкою наукового потрактування місця й ролі сатири в житті людини й історії культури є дослід-

ження М. Бахтіна, Д. Лихачова, В. Проппа. Тема набула розвитку в працях радянських авторів: Ф. Білецького, А. Бергсона, Ю. Бурляя, Ю. Борева, І. Дзевєріна, Я. Ельсберга, Л. Єршова, О. Журбіної, А. Макаряна, Б. Мінчина, Д. Ніколаєва, Є. Озмітеля. Жанрові форми сатири, сатира як пафос і принцип відображення дійсності досліджуються в працях М. Гончарука, В. Здоровеги, А. Капелюшного, Л. Кройчика, О. Кузнецової, Я. Сімкіна, Б. Стрельцова, П. Ткачова, Й. Цюха, В. Шкляра, А. Щербини, Ю. Ярмиша.

В умовах незалежної Української держави з'явилися історико-політичні й історико-бібліографічні нариси В. Гутковського, І. Крупського, П. Федоришина, І. Михайлина, дисертаційні розвідки сатиричної публіцистики західноукраїнського регіону (Л. Снісарчук), Наддніпрянщини (О. Почапська, В. Стадник).

Однак нові суспільно-політичні умови впливають на функціональне призначення й характеристики медійної сатири. Переживання Україною особливого періоду націєформувальної історії, розбудова реальної незалежності, каталізованих зовнішньою російською агресією, зумовили звертання до гострого слова й не менш дошкульного лаконічного зображального тексту, дали поштовх до активізації використання сатиричних засобів відображення дійсності.

**Метою статті** є окреслення сучасних тенденцій і зміни сатиричних форматів, що пронизують усі складові сатиричної публіцистики: проблемно-тематичні, жанрово-стильові, композиційні.

**Матеріали і методи.** Робота ґрунтується на сучасних українських друкованих виданнях останніх років (насамперед, газетних), що різною мірою використовують сатиричні принципи й засоби відображення реальності. Для опрацювання матеріалу використовуються традиційні методи наукового аналізу: спостереження, порівняння, описовий, теоретичного узагальнення результатів.

**Результати і їх обговорення.** Сатиричний тип видання нині, відповідно до ДСТУ 3017–95, не виділяється окремо серед 13 типів періодичних видань за ціловим призначенням [7].

Певні закономірності розвитку сатиричної публіцистики можна простежити на основі історії журналу «Перець» – одного із найуспішніших радянських сатиричних проєктів. Видання посяде чільне місце в історії журналістики завдяки декільком «рекордам»: тривалості виходу – у березні 2014 р. журналу мало б

виповнитися 92 роки; популярності головного редактора – письменник-сатирик Ф. Маківчук очолював журнал 40 років (1946–1986); накладу, що 1986 р. становив 3,4 млн. прим. (за деякими джерелами, «Перець» навіть став наймасовішим журнальним виданням у світі у відсотковому відношенні до кількості населення в країні [14, с. 162]); рекордним для радянської епохи прибуткам – у 1970-1980-х рр. від його продажу щомісяця надходило 12 млн. крб. [9].

Історію цього журналу, який починався 1922 р. із «Червоного Перця», що видавався у Харкові, можна вважати лакмусовим папірцем стану української сатиричної публіцистики. Спочатку він був «ідеологічним інструментом» влади – певний час вважався неофіційним сатиричним органом ЦК КПУ, хоча Ф. Маківчуку вдалося «зламати» традицію редакторів-попередників – носити у ЦК верстку журналу на перегляд [14, с. 161]. Дотримуючись «генеральної лінії партії», журнал критикував окремі вади соціалістичного суспільства – бюрократію, алкоголізм, споживацтво, родинні і гендерні стосунки тощо. Про «беззубість» сатири «Перця» й безнадійність ситуації із сатиричним відображенням дійсності у радянській Україні говорили відкрито українці в діаспорі: «На всю Україну виходить один сатирично-гумористичний журнал – «Перець», де і сатира і гумор дбайливо підстрижені, вони офіційні, апробовані партією й урядом. Подумати: один сатирично-гумористичний журнал на цілу велику Україну, яка колись уміла сміятися! Так смішно, що хоч плач!» [6, с. 7].

Після 1991 р. видання цілком позбувається ідеологічного пафосу, виразніше виявляється його розважальний характер. Сатиричні елементи втрачають гостроту й дієвість. Виданню не вдалося віднайти сучасний формат. Колись популярна у читача форма вичерпалася, хоча й торкалися автори актуальних тем: неефективності депутатського корпусу, відсутності порядку на митниці, інших проблем політичного, економічного та соціального життя українців. З часом під приціл «Перця» потрапляють лише сімейні відносини, виховання дітей, пияцтво, злочинство. Втрата гостроти, зміна аспектів відображення змінили й систему жанрів: починають домінувати малі гумористичні жанри (гумореска, байка, іронізми, афоризми, анекдоти), зникають фейлетон, памфлет. Ідеологічна, виховна й ціннісна функції, притаманні виданню в радянські часи, змінюються розважальною й релаксаційною [11, с. 38]. З часом воно повністю перестає виходити як нерентабельне [9].

Історія преси засвідчує поступове зникнення сатиричного журналу, що тривалий час був найбільш популярною і найефективнішою формою побутування сатиричної публіцистичної сатири.

Цікавим сатиричним явищем незалежної України став проект «Параска-інфо», що заклався п'ять років тому. Проект складався із сатиричної газети та сайту. Газета виникла під час Помаранчевої революції, спочатку поширювалася безкоштовно серед політиків і журналістів. 19 вересня 2006 р. була зареєстрована як ЗМІ і з'явилася на розкладках преси. Видання, яке редакція називала «політично-сатиричною газетою», більше відповідало визначенню тонкого сатиричного журналу, який мав обкладинку й виходив на 34

скріплених сторінках, у кольорі, накладом 10 тис. екземплярів. Газета мала й свого «цензора» та адвоката, про що було сказано у вихідних даних. На її сторінках вміщувалися гострі й влучні лаконічні сатиричні мініатюри про найактуальніші проблеми суспільно-політичного життя. Видання, завдяки наявності у штаті фотографа та художників, зокрема й відомих карикатуристів, було вдало й багато ілюстрованим – фотографіями, карикатурами, фотоколажами. Особливий інтерес викликають саме зображальні жанри – фотоколажі, або так звані «фотожаби» (ми б їх назвали фотошаржами), карикатури, комікси, шаржі. Після припинення «Параски-інфо» працівники редакції запустили політико-сатиричний Інтернет-проект «Перець», що був покликаний відродити політичну сатиру в Україні. Орієнтиром для називання став журнал «Перець», у назві якого замінили м'який знак твердим – щоб не звинувачували в плагіаті [3].

Нині журналісти все частіше вдаються до інтерактивності, зображальності, лаконічності. З огляду на це сатира переміщується в Інтернет-середовище [16], що, як анонімність (використання псевдонімів) у попередні періоди, дає можливість авторам не озиратися на певні обмеження.

У друкованих виданнях також використовуються сатиричні елементи – як вербальні, так і зображальні, що супроводжують публікації інших жанрових груп. Проте аналіз періодики засвідчує зменшення кількості сатиричних текстів, модифікацію жанрових сатиричних форм. Така ситуація зумовлена низкою різнопланових причин: утвердженням інформаційної моделі журналістики [13], потребою в індивідуальності журналістської творчості, що зумовлює модифіковані жанрові форми – поєднання сатиричних жанрів з іншими групами, зокрема аналітичними [17, с. 55]; віддзеркаленням суспільної еволюції (незацікавленості влада, яка декларує створення громадянського суспільства, в існуванні ЗМІ як суспільного контролера; певної суспільної втомленості – зростання відчуття безпорадності, поглиблення духовної вбогості, що підсилюється маскультурою; втрачання сміхом сили й соціального впливу на суспільство; поглиблення процесу естетичного знецінення слова; професійної девальвації журналістських кадрів) [12, с. 34-35]. Про необхідність особливого рівня авторів-сатириків говорив свого часу М. Дальний: «цей жанр вимагає від авторів не тільки докладного знання теми, але й певного дистансу та перспективи, чого публіцистам звичайно бракує» [6, с. 19]. Мас-медіа страждають від тиску і впливу на формування контенту головних медіа-власників – олігархічних груп [16, с. 162], що також впливає й на жанровий ландшафт. С. Шабеліст вказує на неорганічність і невідповідність сатиричних жанрів сучасним реаліям життя [18, с. 276]. Ще однією із причин стало усунення цензури на певному етапі пострадянської історії розвитку журналістики і ЗМІ, а це знівелювало необхідність прихованості адресантів і критичних оцінок, тому усе більшого поширення набувала відверта й гостра критика, втрачалася стриманість у доборі мовних засобів, м'якість й витонченість формулювань. І. Завальнюк також вважає, що фейлетон у сучасних газетах майже не використовується через труднощі застосування

сатиричного прийому гротеску через «надмірну фактологічність, референтність сучасних газетних контекстів» [8, с. 130].

Дослідження у 2012 р. низки часописів («Голос України», «Літературна Україна», «Вечірній Київ», «Україна Молода», «Газета по-українськи», «2000», «Правда України», «Рабочая газета», «Известия в Украине») засвідчило, що деякі з них не вміщували сатиричних жанрів, інші обмежилися анекдотами. Лише в «Голосі України» зафіксовані сатиричні коментарі до виступів можновладців, афоризми, карикатури, фейлетони, гумористично-сатиричні висловлювання [2, с. 110–111].

Сатиричні жанри чутливі до соціального контексту, реагують на зміни аудиторії, відображуваних об'єктів, систем образності й особливостей оформлення сатиричних публікацій. Це виразно простежується на прикладі фейлетону як одного із найбільш органічних і стабільних попри постійні зміни сатиричних жанрів. Публіцистична практика засвідчує персоніфікованість фейлетонного жанру – у багатьох сучасних виданнях він асоціюється з прізвиськом конкретного автора, редакції прагнуть мати у штаті фейлетоніста – відому особистість, мислення якої, особливий кут зору на суспільні явища цікаві аудиторії. Сучасний фейлетон усе охочіше «впускає» в себе особливості інших жанрів. Дослідники все частіше говорять про дифузію жанрів та про компенсацію жанру – практично відсутнього у чистому вигляді фейлетону [5, с. 15]. Попри те, що фейлетони нечасто трапляються на шпальтах сучасних друкованих видань, авторам вдається унікати «типологічною одноманітністю, монотонністю у внутрішньожанровому представленні» [1, с. 49].

Метою сучасних фейлетонів є обговорення з читачем, коментування й розтлумачування уже відомої з новинних текстів інформації, що набуває форм сатиричної колонки, сатиричного вірша, оглядів з елементами фейлетону. У друкованій періодиці зберігається й традиція до оформлення фейлетонних публікацій – ілюстрування, насамперед карикатурами, супроводження епіграфом тощо. Прикладом є оформлення фейлетону О. Макарова «Консиліум» у щотижневому «Дзеркало тижня» від 28 грудня 2015 р., ілюстрованого карикатурою О. Смалю, яка в цьому випадку виконує функцію візуальної підтримки тексту, та епіграфом – цитатою із виступу М. Жванецького.

В умовах значної конкуренції друкованих видань журналісти використовують сатирично-іронічні елементи в структурі жанрів різних жанрових груп [2, с. 130], сатиричні жанри легко вбирають риси інших жанрів, тяжіють до фактологічної точності й документальності, до аналітики. Фейлетон нині навіть визначають як невелику газетну або журнальну статтю, у якій злободенні події зображені в гумористичному або сатиричному плані [4, с. 54], що також свідчить про зміну жанрових акцентів, напрям модернізації сатиричної публіцистики. Існує й більш радикальне розуміння фейлетонних публікацій: О. Какоріна припускає, що, фейлетон як жанрова форма зникає, однак видання в цілому стає «фейлетоном» [10, с. 89–90], маючи на увазі, очевидно, зміну загального характеру оповіді, просякнутої елементами критичності й іронічності. Усе сказане засвідчує зміну характеру

сатиричного дискурсу, який тяжіє не до сміху, не до критики, а насамперед до самокритики, точніше, до самоіронії [18, с. 277]. Цей принцип був покладений в основу таких відомих медіа-форматів, як «Поступ», «Post-Поступ», «Політика і культура», «Параска-Інфо».

Ще однією тенденцією є побутування сатири у партійних виданнях та у вигляді неформальної преси в Україні, під якою насамперед розуміють газети різних партій, літературно-мистецьких об'єднань, товариств, релігійних конфесій, молодіжні та гумористичні видання, які виходили незареєстрованими, з тиражем до 1 тис. примірників. Серед них: «Доля»: Сатиричний вісник агентства «Доля» (Київ, 1990); «Жартком»: Сатирично-гумористична сторінка (у газеті «Народна газета» (Київ, 1990); «Кавалер»: Газета для справжніх чоловіків» (газета Волинської асоціації сатириків, Луцьк, 1991 р.); «Лихом об землю!»: Сторінка гумору і сатири у газеті «Турбота» (Київ, 1991); «Блин»: Ежемесячник: Юмор. Сатира (Київ, 1990–1991); «Будьмо!»: Сатирично-гумористична газета творчого об'єднання «Рятівний круг» (Здолбунів, 1991); «Весела кооператива»: Анекдотичний, гумористично-сатиричний вернісаж «Нового життя» (Б.м., 1991); «Галицький віз»: Гумористична сторінка (у газеті «Земля і воля») (Львів, 1991); «Галушка»: Гумористична газета: Літературна вкладка до №8 «Вісника ППФ» (Полтава, 1991); «Майстри сміху, підмайстри сміху»: Сторінка гумору (у газеті «Совість») (Суми, 1991); «Нате»: Видавець – Волинська асоціація сатириків (Луцьк, 1990–1991); «Носорог»: Часопис сатири і гумору. Виходить щомісяця (Дніпродзержинськ, 1991); «Оселедець»: Газета в газеті («Криворіжжя») (1991); «Сечевик»: Независимая сатирическая газета (Запорожье, 1990); «Сова»: Публіцистично-сатирична газета, виходить щомісяця. Видання незалежних журналістів (Ужгород, 1991) [15]. Названі видання репрезентують майже всі регіони України, свідчать про потребу на тому етапі саме в такому публіцистичному форматі і можуть дати цікавий матеріал для узагальнень і простежування тенденцій прямування розвитку сатиричної публіцистики. Вони підтверджують і тяжіння публіцистичної сатири до газетного формату.

Сучасний етап розвитку ЗМІ засвідчує також, що саме зображальні сатиричні елементи стають основними засобами персвазивності медійних текстів, ефективного транслювання критичної інформації. Саме революційний порив великих мас українців під час подій на Майдані та несприйняття ними дій офіційної влади режиму В. Януковичу, відверте нехтування правами українського народу на суверенне життя породили зображальну сатиру – як і в попередні революційні періоди у вигляді політичного плаката, політичної карикатури, що експонувалася на Майдані й проникла на Інтернет-ресурси. Найпоширенішими зображальними сатиричними засобами в сучасних ЗМІ є фотографія із комплексом жанрових форм, у тому числі й синтетичних (фотоколаж, фотомонтаж, «фотожаби»), графічна сатира (карикатура, шарж).

Отже, дослідження засвідчило, що попри відсутність у сучасному медійному просторі України сатиричного типу видання, сатирична публіцистика, чутлива до соціального контексту, продовжує розви-

ватися й переживає нині особливий етап формування нових стандартів, зародження нових тенденцій. Серед них варто вказати такі: сучасний сатиричний дискурс тяжіє не до сміху, а насамперед до самоіронії; сатирично-іронічні елементи простежуються в структурі жанрів різних жанрових груп, навіть інформаційної, і самі легко вбирають риси інших жанрів, характеризуються фактологічною точністю й документальністю, аналітичним характером; сучасні журналісти визнають переваги інтерактивності, зображальності, що зумовлює переміщення сатири в Інтернет-середовище; сатиричні елементи представлені й у друкованих виданнях – як вербальні тексти (сатиричні коментарі, фейлетони, анекдоти тощо), так і зобра-

жальні, що супроводжують публікації інших жанрових груп; саме зображальні тексти (фотографічні, графічні) у сучасній публіцистичній сатири можуть розглядатися як основні чинники персвазивності. Як засіб політичної боротьби, сатира використовується й у партійних виданнях.

Актуальними напрямками подальших досліджень сатиричного дискурсу є вивчення новацій у системі зображальних сатиричних жанрів, насамперед фотоколажів і їхнього сучасного різновиду – «фотожаб»; аналіз особливостей так званої «неформальної» сатирично-гумористичної преси, що сприятиме створенню цілісної картини розвитку сучасної сатиричної публіцистики.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Гаврилук І. Л. Особливості функціонування фейлетону в сучасній регіональній пресі (на прикладі сумського тижневика «Панорама») // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2011. – № 1. – С. 47–50.
2. Герасимчук Н. Тенденція занепаду фейлетону як жанру в сучасній українській пресі // Журналістика: наук. зб-к / за ред. Н. Сидоренко. – К.: Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2013. – Вип. 12 (37). – 204 с. – С. 107–112.
3. Голубева Л. Автор газети «Параска-інфо» запустив політико-сатиричний проект «Перець» [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.telekritika.ua/rinok/2014-02-07/90218
4. Горбачук В. Т., Зоц І. О., Романько В. І. Основи журналістики: навчальний посібник. – Слов'янськ : СПДІ, 2002. – 108 с.
5. Гордєєв Ю. Фельетон в периодических изданиях универсальной тематики // Коммуникация в современном мире: Материалы Всерос. научн.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации», 12–14 мая 2011. – Ч.1. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ, – С. 15–16.
6. Нові дні. – 1972. – Ч. 266. – Торонто – С. 5–8; 19–20.
7. ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види: Терміни та визначення. – К.: Держстандарт України, 1995. – 45 с.
8. Завальнюк І. Динамічні процеси в стилістичній типології газетних жанрів // Вісник Маріупольського державного університету Серія: Філологія. – 2010. – №2 (4) – С. 127–134.
9. Закривають журнал «Перець» [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.istpravda.com.ua/short/2013/09/27/136921/
10. Какорина Е. Стилистические изменения в языке газеты новейшего времени (трансформация семантико-стилистической сочетаемости): дис. ... канд. филол. наук: 10.02. 01. – М., 1992. – 175 л.
11. Костюк В. В. Засоби комічного в сатирично-гумористичному журналі «Перець» (радянський та пострадянський періоди) // Вісник Харківського національного ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер.: Соц. комунікації. – 2013. – № 1074, Вип. 5. – С. 36–40.
12. Кройчик Л. Е. Российская комическая публицистика рубежа XX–XXI веков как зеркало общественной эволюции // Коммуникация в современном мире : материалы Всерос. науч.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации», Воронеж, 12–13 мая 2008 г. : [в 2 ч.] – Воронеж : Ф-т журналистики ВГУ, 2008. – Ч. 1. – С. 34–36.
13. Михайлин І. Краса врятує світ, а Україну – книжка // День. – №219–220 – 29–30.10.2013. – С. 22.
14. Нестеренко В. О., Батенко Т. І. Шарж і карикатура в системі графічного мистецтва: Навч. посібник – Львів : Астролябія, 2008. – 240 с.
15. Неформальна преса в Україні (1988–1991): Каталог за матеріалами газетних фондів Національної бібліотеки ім. В. Вернадського. – К. : Смолоскип, 2001. – 142 с.
16. Павлів В. Журналістський фейлетон у Інтернеті: можливості та загрози // Теле- та радіожурналістика: Зб-к наук. праць. – Вип. 12. – 2013. – С. 161–165.
17. Тулупов В. В. Жанр: от науки – к практике применения / В.Тулупов // Коммуникация в современном мире : материалы Всерос. научн.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации», Воронеж, 12–13 мая 2008 г.: [в 2 ч.] – Воронеж: Фак-т журналистики ВГУ, 2008. – Ч.1. – С. 55–57.
18. Шабеліст С. Трансформаційні процеси в системі жанрів / С. Шабеліст // Вісник Львівського університету. Серія Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9. Ч.1. – С. 274–280.

#### REFERENCES

1. Havryliuk, I.L. (2011), “Peculiarities of functioning the feuilleton in modern regional press (on the example of Sumy weekly journal “Panorama”)”, *Derzhava i rehiony. Seria: Sotsialni komunikatsii [State and Regions. Series: Social Communications]*, vol. 1, pp. 47–50.
2. Herasymchuk, N. (2013), “Tendency of feuilleton decline as a genre in modern Ukrainian press”, *Zhurnalistyka: nfukovyi zbirnyk [Journalism: Scientific Collected Volume]*, vol. 12 (37), pp. 107– 112.
3. Holubieva, L. “The author of the journal “Paraska-info” launched political and satire project “Perets”, available at: www.telekritika.ua/rinok/2014-02-07/90218
4. Horbachuk, V.T., Zots, I.O. & Romanko, V.I. Романько В. І. (2002), *The Basis of Journalism: a Textbook*, SPDI, Sloviansk, 108 p.
5. Gordiev, Yu. (2011), “Feuilleton in periodicals of universal themes”, *Proceedings of the All-Russian Scientific Conference “Problems of Mass Communication”, Faculty of Journalism of VNY, Voronezh, 12–14 May 2011*, Voronezh, pp.15–16.
6. New Days (1972), vol. 266, Toronto, pp. 5–8; 19–20.
7. DSTU 3017-95. Publications. Main Types: Terms and definitions (1995), *Derzhstandart Ukrainy*, p.45.
8. Zavalniuk, I. (2010), “Dynamic processes in stylistic typology of journal genres”, *Visnyk Mariupolskoho Derzhavnoho Universytetu. Seria:Fililohia [Bulletin of Mariupol State University. Series: Philology]*, vol. 2 (4) – p. 127–134.
9. “They close the “Perets” journal”, available at: www.istpravda.com.ua/short/2013/09/27/136921/
10. Kakorina, Ye. (1992), *Stylistic Transformations in the Language of Journal of moren Time (Transformation of Semantic and Stylistic Collocability)*, PhD diss. (phil. sci.), Moscow, 175 p.

11. Kostuik, V.V. (2013), "Means of comical in satire and humorous "Perets" journal (Soviet and Post-soviet periods)", *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho un-tu im. V.N. Karazina. Ser.: Sots. Komunikatsii [Bulletin of Kharkiv national University named after V.N. Karazina. Series: Social Communications]*, vol. 1074(5), p. 36–40.
12. Kroichik, L.Ye. (2008), "Russian comic publicism at the edge of XX–XXI centuries as the reflection of public evolution", *Proceedings of the All-Russian Scientific Conference "Problems of Mass Communication"*, Faculty of Journalism of VNY, Voronezh, 12–13 May 2008, Voronezh, pp. 34–36.
13. Mykhailyn, I.L. (2013), "Beauty will save the world, Ukraine will be saved by a book", *Day [Den]*, vol. 219–220, p. 22.
14. Nesterenko, V.O. & Batenko, T.I. (2008), *Grotesque and Caricature in the System of Graphic Art: a Textbook*, Astroliabia, Lviv, 240 p.
15. Informal Press in Ukraine (1988–1991): Catalogue of Journal Funds of National Library Named after V. Vernadskyi (2001), Smoloskyp, Kyiv, 142 p.
16. Pavliv, V. (2013), "Journalistic feuilleton on the Internet: possibilities and threats", *Tele- ta Radiozhurnalistyka [TV and Radio Journalism]*, vol. 12, pp. 161–165.
17. Tulupov, V.V. (2008), "Genre: from science to the practice of usage" *Proceedings of the All-Russian Scientific Conference "Problems of Mass Communication"*, Faculty of Journalism of VNY, Voronezh, 12–13 May 2008, Voronezh, pp. 55–57.
18. Shabelist, S. (2010), "Transformation processes in the system of genres", *Visnyk Lvivskoho Universytetu. Seria: Tele- ta Radizhurnalistyka [Bulletin of Lviv University. Series: TV and Radio Journalism]*, vol. 9, pp. 274–280.

#### **Formation of new standards of satire publicism in Ukraine Zykun N.**

**Abstract.** The article focuses on the modern tendencies of satire publicism development suffering the stage of new standards formation. The reasons for decreased number and the change of nature of publications in press are summarized. The peculiarities of satire genres modification under the influence of other genre groups are traced. The author specifies the activity of figurative genres with graphic and photographic ones in the first place (caricature, grotesque, photocollage, photomontage, «photoshopped images»). The potential and viability of satire publicism currently concentrated in party publishing bodies, informal publications are proved. The research will contribute to determination of aspects of further studies of satire segment of publicism.

**Keywords:** *satire publicism, satire printed periodical matter, satire journal, satire paper, satire genre.*

#### **Формирование новых стандартов сатирической публицистики в Украине Н. И. Зыкун**

**Аннотация.** Исследуются современные тенденции в развитии сатирической публицистики на этапе формирования новых стандартов. Обобщаются причины потери популярности и прекращения существования сатирического типа периодического печатного издания. Прослеживаются особенности модификации сатирических жанров в прессе под воздействием других жанровых групп. Доказывается потенциал сатирической публицистики, которая сейчас концентрируется в партийных печатных органах, неформальных изданиях и т.д. Исследование будет способствовать определению аспектов последующих исследований сатирической публицистики.

**Ключевые слова:** *сатирическая публицистика, сатирическое печатное периодическое издание, сатирический журнал, сатирическая газета, сатирический жанр.*



## Reformation of State Management of Social Services: Countries of European Union and Ukraine

V. I. Kohut

Lviv National Polytechnic University, Lviv, Ukraine  
Corresponding author. E-mail: kohut\_vitaliy@ukr.net

Paper received 06.06.2016; Accepted for publication 15.06.2016.

**Annotation.** The article reveals the processes of reforms and implementation of modern mechanisms of state management of social services system in the European Union and the development of modern system of social services in Ukraine. It is stated that nowadays social policy in the given countries has such features as the conservation of the important role of the state in the preservation and improvement of the welfare, increase of expenses on social sphere. Because of similar problems, experience of the reforms in the sphere of social services that were done in Great Britain at the end of 70<sup>th</sup> of the XIX century can be positive for Ukraine.

**Keywords:** social policy, social services, decentralization of management, civil society, reformation.

**Introduction.** Ukraine, on its way to reformation of all spheres of life according to the requirements of the European Union (EU), has a necessity to choose the way of rapid and effective changes of state sector management as a whole and social sphere, in particular. From this position, it is very important to learn and loan positive experience of European countries that will help to reform the system of state management of social services in Ukraine.

The experience of state management in the countries of Eastern Europe – Czech Republic, Poland, Hungary, Bulgaria and Romania as well as Great Britain – is considered to be positive because of their socialistic past. That is why it is relevant to take into consideration the need to reform all spheres of life according to the requirement of the European Union.

**Articles review.** This problem is highlighted in the works of European scientists such as E. Kuchko, A. Sapir, G. Esping-Andersen, A. Hyubert J. Bassett, D. Kauliyer-Grice, R. Toftisova-Materon. The researches of Ukrainian scholars Dubych K., G. Novichkova, L. Loiko, N. Gayova A. Kolodiy, A. Onishchenko reveal the influence of a state on the formation of the system of civil services. The issue of civil society and effective functioning of its main institutions, including non-governmental organizations investigations of A. Onischenko, A. Skrypniuk, A. Maksimenko, V. Savka., O. Hileta are dedicated. Still, the scientific community has no clear and unambiguous position concerning particular reforms necessary for social sector. In this context, it is useful to learn foreign experience in the given sphere in order to identify effective ways of reformation.

**The aim of the article** is to analyze the experience of public administration reform of social services in the EU in the context of the reform of social services and integration processes in Ukraine.

**Materials and methods.** In the article the peer reviewed resources, scientific articles, results of the investigations in the sphere of social services and statistical data are used.

**Presenting main material.** In a broad sense, the parts of civil society are non-governmental organizations (NGOs), charities, business associations, community organizations, media, trade unions, employers' organizations, religious organizations, initiative community groups, etc. Today the activities of civil society organi-

zations (CSOs) cover a wide range of issues that directly or indirectly have positive impact on the economic and social state of society. In particular, these are consultations and development of effective solutions of specific problems, providing social services, in which business is not interested because of their non-profit, charitable distribution, public control and participation in the struggle against corruption. Therefore, NGOs are effective partners of the state in resolving the humanitarian and socio-economic problems. As they take some functions of the state, in exchange for greater transparency and control over their activities from the state and society, they should receive additional financial incentives. That is happening in the developed countries of the European Union.

However, in current conditions of global social challenges and asymmetries, problems of the formation a unified EU social policy require further study. According to Professor G. Andersen Espinh-, social security the EU member states are characterized by diversity [5]. Extension from 6 to 28 current EU member states over the past 50 years has diversified model of social policy and approaches to the provision of social services, especially after the EU's accession of countries of Eastern Europe – Poland, Romania, Bulgaria and Hungary and others. The European social model is much easier to describe by comparing each EU country in terms of spending money on social services [9, p. 16-18]. Today in the EU countries budget, social spending make up approximately 27% of GDP. Taking into consideration the budget constraints caused by the negative impact of economic recession, social innovations are designed to solve tough social problems and facilitate the more efficient use of existing resources of the EU as well [7, p. 131].

In February 1992, by signing the Treaty on European Union (Maastricht), a new phase of social policy in the EU began. It was included in the main activities of the European Commission in particular and the EU in general. The EU countries members signed two important documents: the Protocol and Agreement on Social Policy (The Agreement of Social Policy), in addition to the Treaty. This process was formally enshrined in 1997 in Amsterdam by concluding overhauled version of the Treaty on European Union, which singled out separate section of social policy, education, training, youth prob-

lems. In the article 136 of the Treaty, the basis of which was the European Social Charter (adopted by the Council of Europe in 1961) and the Community Charter of Fundamental Social Rights of Workers (adopted by the EU in 1989), defines the main directions and goals of social policy concerning the common policy of employment, improving living and working conditions, social protection that meet the new challenges, dialogue between management and labor, the implementation of programs aimed at human development to achieve lasting high employment and the fight against exclusion. Article 138 of the agreement, before the introduction of any measures in the field of social policy establishes the need for European Commission consultations with the social partners on the possible direction of EU action and the content of the alleged proposal [2, p. 59-65].

In 2005 the EU Commission declared social policy an integral part of European values, which characterize the European model of social and economic development. There are definite principles: the importance of the role of the state in providing social services, the need for the introduction of a broad social dialogue and partnership the importance of sustainable economic development, solidarity, combating all forms of discrimination, adequate measures to combat unemployment, universal access to education and health care, providing quality living and working conditions, involvement of civil society. These values reflect the essence of the European option of a socially oriented market economy. [4]

In such a way we distinguish common for the countries of the European Union approaches in the field of social protection:

- the state has retained an important role in maintaining and improving the well-being, maintaining high social charges;
- social assistance is administered after meticulous checking done by relevant authorities and is mainly targeted;
- an important role of social programs, based on insurance approaches, improvement of the system of private pension insurance;
- de-institutionalization of state social services, which implies rejection of large residential institutions;
- the role of non-governmental private sector increased (pluralism of social services);
- implementation of innovations in social policy;
- support for active employment policies.

Prospects of the development of this sector are associated with the formation of a global social policy that will be administered by international institutions. It is assumed that the process of decentralization and transfer of responsibility for the welfare state to local and private services will intensify. The state's role in the implementation of social protection programs will be transformed. It will not be the direct supplier of services, preference will be given to "active" policy, and not providing passive assistance to citizens.

It is important for Ukraine to learn the experience of the UK in implementing innovative models of public service provision in social sphere. In addition, the current in the United Kingdom system of services offers citizens a wide range of services, from social services to lobbying political decisions, consulting ministers on policy issues. This system is also characterized by decentralization, high

levels of targeting, correspondence, efficiency and the rational use of funds. The system of state social services in Ukraine greatly inherited paternalistic approaches and generally had to meet modern needs.

The main characteristics of public social organizations can be considered the following: even coverage of the entire territory of the country, thanks to their adjustment to the system of government and, consequently, centralized management system of state social services; in most cases, client appeal to the social services; system of pre-selection customers based on their needs that correlate with existing social standards; a clear definition of clients; loyal customer behavior on services, on the one hand, and on the other hand – the compulsion to customers, whose behavior is treated as deviant.

In terms of efficiency and effectiveness of reforms in all spheres of public life, positive experience of the reforms undertaken in the UK is to be taken into consideration. After World War II, the United Kingdom faces acute issue of rebuilding destroyed by war infrastructure and the needs of citizens in obtaining services, including medical and social, have greatly increased. The success of these tasks depended on strengthening the role of the state in various spheres, which contributed to the implementation of centralized models and style of governance. It should also be emphasized that the ideological basis of reforms carried out in the UK in post-war period was Keynesianism – theory macroeconomic development, the provisions of which provide the increase of government social spending, increasing social justice of citizens and building a "social welfare state". All this together resulted in concentration at the central government considerable authority – centralized state control.

However, in the late 70' s XX century because of the economic crisis Keynesian idea of "welfare state" was increasingly criticized by many scholars, who put forward evidence of its obsolescence and exhaustion. Proponents of neoliberalism, in particular, argued that the state perform its functions not effectively: management of public processes carried out slowly and not correctly; taxation has become an unbearable burden for taxpayers and inflation – high. The main problem was considered that civil servants (bureaucrats) are too many and it is too costly for the state to keep them, especially when speaking about finances. In this regard, they upheld the view on the need to reduce "the role of the state" and by minimizing the removal of the state from producing social services.

Since coming to power in 1979 Margaret Thatcher, the government declared that "... traditional hierarchical-bureaucratic governance [3], which theoretically and practically discredited itself, should be transformed into a modern, more flexible, market-oriented model - public management "[8, p. 1]. This statement was announced in acute budget deficit, the need to increase efficiency, effectiveness, reduction in funding of state sector, and distrust of citizens to the state, which largely corresponds to the problems of modern Ukraine.

An integral part of these reforms was an administrative reform as the UK, an important area of which could enhance speed and correspondence of the state to the needs of citizens. It was agreed the concept of reform, which was supposed to diversify services to protect the rights of consumers, to introduce a system of performance

evaluation [3, p. 365], transform the system of provision of the state in business, based on competitive, market conditions, business, management and business practices [6, p. 21-31].

Examining the experience of implementing of these reforms in the UK, the following positive aspects as competition, orientation to the needs of citizens in social services, obtaining adequate public services, reduce bureaucracy are observed.

Government introduced a policy of compulsory competitive tendering (CCT – Compulsory Competitive Tendering) that radically changed the format of relations of a state with non-governmental public and private sectors, has created the possibility to manage public goods and to provide quality public services in a new way. This system is based on determining by the state a list of services. The local authorities has the right to propose services for an auction (contracting-out) and the conclusion of multilateral agreements, which regulate the relationships provider – client, accountability and responsibility. This social services model is called “public choice” or “alternative services”. Since 1995, this model has changed to the system of a better price (Best Value), based on the introduction of a complex monitoring of the quality of public services through multiple inspections, audits and inspections [1, p. 695-712].

In the context of the reform and adaptation of social services to the EU, relevant experience for Ukraine can be observed in the countries of Eastern Europe, including Bulgaria, Poland, Romania, Czech Republic and Hungary. All these countries were part of the so-called socialist camp and were influenced by the Soviet Union. However, today more than half of the total number of entities providing social services in these countries, are private (profit and non-profit) organizations [ [11, p. 148-149]. These countries had difficult way of reforms, with the result that the main mechanism acts the so-called social order. The main prerequisite for its introduction was a crisis of state finances and lack of funding for cumbersome and ineffective system of social services provided by government agencies, and requirements for accession to the European Union relating to compliance with relevant regulations and standards in the social sphere [11, p. 145-201]. It is common for modern Ukraine and these countries, especially in the context of signing of the Association Agreement with the European Union in 2014. This forced the governments of these countries to take an active search for effective ways of reforming the social

sector, modernization of social policy [10, p. 15-16].

Similar challenges is facing today the government of Ukraine.

Independent international experts R. Toftisova-Materon, M. Dimitrova, K. Newman in their studies, on the example of some EU countries (Bulgaria, Poland, Romania, Czech Republic, Hungary), analyze models of social services and, on the basis of the results of analysis, develop proposals for introduction in Ukraine granting certain mechanisms, in particular, the social order.

The above mentioned factors make the governments of these countries take an active search for effective ways of reforming the social sector, modernizing of social policy. The following main areas that are common during the reforms in these countries the scope of social services can be defined [10, p. 15-16]: privatization (de-monopolization) of social services and identification of social services that can be provided efficiently and non-governmental organizations and delegation of authority and resources necessary for this amount, placing them appropriate duties and responsibilities:

- The creation of real conditions of competition between governmental and non-governmental organizations that was accompanied by improving quality of services and reduce the costs of their provision;

- An integrated approach to the implementation of the system of social order, which provided innovative, common in developed countries forms of cooperation between state and non-profit organizations, improve their funding of their own economic activities, etc.

**Conclusions.** According to the analysis of scientific sources, modern social policy of the EU was formed in the early 2000s, after the enlargement policy. With the accession of new countries to the EU, approaches to social policy significantly expanded and aggravated. However, most of the new EU member states, including Poland, Romania, Hungary passed a difficult way to adapt to EU requirements and analyzed experience of these countries can be used in Ukraine in the context of the Association Agreement with the EU in 2014. The experience gained in the UK is relevant for Ukraine, as the reforms were caused by an urgent need to reduce public spending; inability to offer accessible, quality services to the community; distrust of citizens to the state; reduce the number of civil servants. Positive aspects that were observed in the countries of the EU would greatly help in performing the reforms in Ukrainian civil society.

#### REFERENCES TRANSLATED AND TRANSLITERATED

1. Boyne A. G. Competitive tendering in local government: a review of theory and evidence / Georg A. Boyne // *Public Administration Journal*. - 1998. -Vol. 76 (No.1). - P. 695 - 712.
2. Duff, Andrew, *The Treaty of Amsterdam: Text and Commentary*, London: Federal Trust and Sweet and Maxwell 1997, pp. 59-65.
3. *Encyclopedia of governance*. In 2 vol. Vol. 1. / [Mark Bevir (ed.) et al.]. - London : SAGE Publications Ltd., 2007. - 1 028 p.
4. *European Values Studies* (Leiden, Netherlands), (Book 8): Brill Academic Pub- 2005,-140p.
5. Gøsta Esping- Andersen, 1990. *The Three Worlds of Welfare Capitalism*. Cambridge. Polity Press and Princeton : Princeton University Press.
6. Horton S. *Public management in Britain* /Sylvia Horton, David Farnham. - 1 ed. - N. Y. : Palgrave Macmillan, 1999. - 290 p.11
7. Hubert A. *Empowering People, Driving Change: Social Innovation in the European Union*. Bureau of European Policy Advisers, European Commission. – 2010. – P. 131
8. Hughes O. E. *Public Management and Administration: [An Introduction]* / Owen E. Hughes. - 3 ed. - N. Y. : Palgrave Macmillan, 2003. - 303 p.].
9. *Multiannual financial framework 2014-2020 and EU budget 2014*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. – 2013. – P. 24.
10. *Socialne zamovlennia v Ukraini: dosvid 10 rokov vprovadzhennia : zb. analit. ta normat.- metod. materialiv /*

za red. V. I. Brudnogo, A. S. Krupnyka. – Odesa :  
Yevrodruk, 2011. – 156 s.  
11. Toftisova-Materon R.. Socialni poslugy: yak pobuduvaty

ukrayinsku model na yevropeyskykh pidkhodakh / R. Toftisova-  
Materon, M. Dimitrova, K. Niimen.K.: Proekt TESIS  
“Posylennia region. sots. poslug v Ukraini”, 2006. – 225s.

**Реформирование государственного управления социальными услугами: страны Европейского Союза и Украина**  
**В. И. Когут**

**Аннотация.** В статье раскрываются процессы реформ и внедрения современных механизмов государственного управления системой социальных услуг в Европейском Союзе и развития современной системы социальных услуг в Украине. Утверждается, что в настоящее время социальная политика в данных странах имеет такие функции, как сохранение важной роли государства в сохранении и улучшении благосостояния, увеличение расходов на социальную сферу. Из-за подобных проблем, опыт реформ в сфере социальных услуг, которые были сделаны в Великобритании в конце 70-х годов XIX века может положительными для Украины.

**Ключевые слова:** социальная политика, социальные услуги, децентрализация управления, гражданского общества, реформации.

## Еволюційна трансформація політичних партій: основні підходи до концептуалізації

Г. В. Шипунов

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна  
Corresponding author. E-mail: gennadijshipunov@yandex.ua

Paper received 24.04.2016; Accepted for publication 10.05.2016.

**Анотація.** У статті визначено та проаналізовано особливості концептуального осмислення еволюції інституту політичних партій крізь призму їхньої типологізації. Обґрунтовано тезу, що зміна сутнісних ознак системи соціально-економічних та суспільно-політичних відносин неодмінно змушує політичні партії адаптуватись до нових умов. Це призводить до виникнення нових інституційно-організаційних форм партій та переосмислення ролі ідеологічної компоненти у партійній діяльності. Відтак кожному етапу розвитку суспільства відповідає свій тип політичної партії. З'ясовано специфіку еволюції політичних партій у постіндустріальному суспільстві.

**Ключові слова:** політична партія, кадрова партія, масова партія, «всеохоплююча» партія, постіндустріальне суспільство, модернізована кадрова партія, кіберпартія.

Соціальна еволюція людства неодмінно супроводжується виникненням нових та якісним перетворенням вже існуючих політичних інститутів суспільства. Зміни, які відбуваються в оточенні політичної системи, детермінують трансформацію усєї сукупності відносин між, з одного боку, людиною, соціальними групами і суспільством в цілому та її центральними інститутами – державою й політичними партіями – з іншого, змушуючи їх адаптуватись до нових соціально-економічних та суспільно-політичних контекстів. Саме політичні партії як інституційні виразники інтересів різних соціальних груп є безпосереднім відображенням особливостей соціальної структури суспільства, фундаментальних принципів його функціонування. Відтак сутнісні зміни, яких зазнають партії (їхня інституційно-організаційна структура, ідеологічна основа та соціальна база), є прямим свідченням набуття суспільством якісно нових характеристик.

Проблема аналізу переформатування традиційних політичних інститутів як наслідку кардинальної трансформації сутнісних характеристик суспільства, його політичної структури, є актуальним дослідницьким завданням сучасної політології. Важливим напрямом такого роду наукових пошуків є осмислення тих змін, яких зазнали політичні партії як невід'ємні елементи сучасних політич в умовах становлення постіндустріального суспільства.

Необхідно наголосити, що західна політична наука представлена цілим комплексом ґрунтовних досліджень еволюції політичних партій та партійних систем, зокрема в контексті формування «нової політики» постіндустріального суспільства. Про це свідчать праці, зокрема, М. Дюверже, З. Нойманна, О. Кіркхаймера, А. Панебьянко, П. Ігнаці, Т. Погунтке, Р. Каца, П. Мейра, Р. Кула, С. Волінца, Р. Гюнтера, Л. Даймонда. Натомість визначена проблема є мало дослідженою у рамках української політології. Тут треба згадати праці Ю. Шведа, А. Романюка, А. Колодій, М. Кармазіної, М. Примуша.

Актуальність цієї проблеми та її недостатня розробленість у межах вітчизняної політичної науки зумовлює мету нашого дослідження – визначити особливості концептуального осмислення еволюції інституту політичних партій крізь призму їхньої типологізації. У цьому контексті маємо дати відповідь

на таке питання: який тип політичної партії відповідає постіндустріальній стадії розвитку суспільства, а, отже, дає змогу адекватно у науковому плані досягнути ті зміни, які відбулись з інститутом політичних партій на вказаній стадії?

Проблема типологічної концептуалізації політичних партій невід'ємно пов'язана з виокремленням та теоретичним осмисленням основних етапів розвитку цього інституту. Зокрема, М. Вебер, аналізуючи історичні особливості становлення політичних партій, виділяє такі їхні типи: спочатку партії існували у вигляді об'єднань навколо аристократії (1. Партії як аристократичні угруповання). З розвитком буржуазії виникають та поширюються партії шанованих людей (або партії нотаблів), які утворюють нерегулярні політичні союзи та локальні політичні клуби (2. Партії як політичні клуби). Активізація політичної участі мас, передусім організаційний розвиток робітничого класу, та поширення загального виборчого права зумовили формування масових політичних партій, які, на відміну від двох попередніх типів, відповідають сучасному значенню поняття «політична партія» (3. Масові політичні партії) [1, с. 671-674]. Тут необхідно зазначити, що М. Вебер одним із перших поклав в основу диференціації партій критерій «елітарності/масовості», протиставляючи елітарні (партії аристократії та нотаблів) масовим партіям, які він називав «дітьми демократії» [1, с. 674].

Подібний підхід до типологізації партій пропонує М. Дюверже. За його твердженням, ще у 1850 р. жодна країна світу (за виключенням США) не знала політичних партій у сучасному значенні цього терміна: тобто, йшлося про аристократичні угруповання, політичні клуби, філософські товариства, але аж ніяк не про партії у власному розумінні цього слова. Становлення сучасних партій він пов'язує передусім з розвитком демократії: розширенням прав парламентів та залученням до політичних процесів широких мас населення засобом наділення їх виборчими правами [3, с. 21-22]. Саме на цій основі французький дослідник розрізняє кадрові та масові партії. Тобто, йдеться про те, що в основі кадрової партії лежить принцип елітарності. Адже, як наголошує М. Дюверже, акт вступу до такої партії доступний лише обраним та зумовлений здібностями або особливим становищем

людини. Ці партії, по-суті, є об'єднаннями нотаблів, метою яких є представлення інтересів привілейованих прошарків населення, а також підготовка та проведення виборів [3, с. 115-116].

У XIX столітті в умовах відсутності всезагального виборчого права партії мали чітко виражену кадрову форму, а питання про залучення мас до політики не стояло, оскільки вони не мали жодного політичного впливу [3, с. 117]. Відтак по мірі ліквідації виборчих обмежень та політизації мас виникають масові політичні партії, які представляють інтереси нижчих верств суспільства. За словами Дюверже, все це пояснює, чому розрізнення кадрових та масових партій майже абсолютно співпадає з поділом на правих та лівих, на «буржуазні» та «пролетарські» партії [3, с. 119].

У цьому контексті очевидним, на наш погляд, є висновок про те, що розвиток інституту політичних партій пов'язаний насамперед зі зміною сутнісних ознак суспільства: формування того чи іншого еволюційного типу партії відповідає домінуючій на даний момент системі суспільно-політичних відносин. Іншими словами, можемо стверджувати, що політичні партії є безпосереднім відображенням суспільно-політичного духу певної історичної епохи. Його зміна неодмінно призводить до трансформації цього політичного інституту. Так, буржуазне суспільство створило кадрові партії. Процеси індустріалізації, розвиток робітничого класу та його вихід на політичну авансцену внаслідок отримання виборчих прав зумовили формування масових партій. І саме це стало провідною тенденцією кінця XIX – першої половини XX століття, змушуючи кадрові партії адаптуватись до нових суспільно-політичних реалій та відшукувати прийнятні інституційно-організаційні форми існування [7, с. 104].

Це дало підстави М. Дюверже стверджувати у 1951 р., що лише масові політичні партії відповідають структурі сучасних суспільств [3, с. 497]. Виходячи з цього, він вважав кадрові партії, у тім числі американські, архаїчними за своєю організаційною структурою та прогнозував, що вони будуть змушені поступово перетворюватись на масові [3, с. 64-65]. Однак, вказаний прогноз не знайшов однозначного емпіричного підтвердження, оскільки безпрецедентно стрімкі та фундаментальні трансформації, які відбулись у розвитку сучасних суспільств у другій половині XX століття, кардинально змінили вектор партійної еволюції.

Йдеться, передусім, про те, що процес переходу передових індустріальних суспільств на постіндустріальну стадію розвитку спровокував кризу традиційних політичних партій, причому як кадрових, так і масових. В основі цієї кризи лежить характерне для постіндустріальних суспільств критичне ставлення та, як наслідок, небажання людей вступати до забюрократизованих, ієрархізованих й контрольованих елітою партій. Як наголошує Р. Інглхарт, в умовах послаблення авторитету інституціоналізованої влади та посилення акценту на участі й самовираженні масова прихильність до традиційних партій розмивається і вони втрачають контроль над лояльними групами електорату [2, с. 177]. Треба звернути увагу також на те, що на тлі зміни ціннісних пріоритетів у

постіндустріальному суспільстві (зрушення від матеріальних до постматеріальних цінностей [2, с.148]) традиційні політичні партії не змогли адекватним чином відреагувати та ідеологічно задовольнити запити, пов'язані з «новими питаннями» постматеріального характеру, які надходили від нових соціальних груп постматеріалістів.

Отож, починаючи з 50-60-х років у партійній еволюції намітились дві провідні тенденції: з одного боку, почалось переформатування (ідейно-інституційне оновлення відповідно до нових соціально-політичних реалій) «старих» правих та лівих політичних сил. З іншого, відбувся вихід на політичну арену нових партій (спочатку «нових лівих», а згодом «нових правих») як інституціональних представників носіїв постматеріальних цінностей. Усе це потребувало відповідного наукового осмислення та вироблення нових підходів до типологізації політичних партій, які б дали змогу адекватно концептуалізувати трансформації цього інституту.

Так, Л. Епштейн, розмірковуючи про роль політичних партій у західних демократіях, категорично заперечив тезу М. Дюверже про недорозвиненість американських кадрових партій. На думку дослідника, хоча вони і є менш організовані, ніж європейські масові партії, але, водночас, не менш розвинуті та більш пристосовані для діяльності в умовах сучасної демократії. За його твердженням, поява нових видів засобів масової інформації та комунікації, піар-технологій, а також широке впровадження опитувань громадської думки вимагає таких витрат, які не можуть бути компенсовані членськими внесками або допомогою волонтерів. За таких обставин масові партії не мають переваг, а їхня організаційна структура не адекватна новим методам виборчих кампаній. Тож, на відміну від М. Дюверже, він спрогнозував, що не американські кадрові партії розвиватимуться у напрямі європейських взірців масових партій, а навпаки – європейські у напрямі американських [5, с. 30-31].

Хоча прогноз Л. Епштейна, так само як і М. Дюверже, не знайшов повного підтвердження, американському науковцю усе ж таки вдалося визначити зміну домінуючих тенденцій в еволюції політичних партій країн Західної Європи: починаючи з 60-х років на тлі зростання недовіри до партій, все більшого нівелювання традиційних ідеологічних розмежувань у суспільстві та, як наслідок, зменшення чисельності членської бази, політичні партії (як кадрові, так і масові) опинилися у кризовому стані, що змусило їх до трансформаційного «дрейфування» у бік кадрових партій американського типу. Передусім це стосувалось не стільки зміни їхньої організаційної структури, скільки перегляду ролі ідеологічної компоненти у політичній боротьбі.

Наслідком стало розширення цільової аудиторії партій, їхня переорієнтація з якоїсь одної соціальної страти на роботу з абсолютно усіма групами суспільства з метою збільшення числа своїх прихильників. Аналізуючи ці зміни, О. Кіркхаймер запропонував концептуалізувати такі партії як «всеохоплюючі» (catch-all parties), виділивши такі їхні основні ознаки: 1) радикальне зменшення ідеологічних компонентів; 2) зміцнення позицій професійних політиків у партій-

ному керівництві; 3) зменшення ролі рядових членів партії; 4) послаблення прив'язки до певних груп електорату та намагання залучити максимально широкі верстви населення; 5) посилення впливу груп інтересів на партійну політику [10, с. 190].

Концепція О. Кіркхаймера, попри неоднозначне сприйняття у науковому співтоваристві [7, с. 106], набула широкої популярності. Поява «всеохоплюючих» партій розглядається дослідниками як черговий важливий етап у розвитку інституту політичних партій [8, с. 167]. Відтак цей тип доповнив традиційний поділ партій на кадрові та масові третім елементом.

Схожий підхід запропонував А. Панебьянко, який поділив партії на масово-бюрократичні (за своїми ознаками відповідають масовим партіям) та електорально-професійні (відповідають «всеохоплюючим» партіям). Тут треба наголосити, що дослідник, виділяючи останній, новий тип партій, сконцентрував свою увагу на тих змінах, які відбулись в організаційній структурі. Так, за його твердженням, найпомітнішою тенденцією в еволюції політичних партій стало витіснення партійної бюрократії професійними менеджерами та експертами, і, відповідно, послаблення політичного впливу партійного апарату, зведення його ролі до суто технічної [5, с. 32].

Влада в таких партіях переходить до рук лідерів, а бюрократів значною мірою змінюють різного роду спеціалісти, контроль за діяльністю яких здійснюється не тільки «згори», а й «збоку», зі сторони колег, відповідно до вимог корпоративної етики. Таким чином, як підкреслює А. Панебьянко, організації, основу яких складають професіонали, виявляють виразну тенденцію до децентралізації на протилежку масовим партіям з їхнім розвинутим бюрократичним апаратом. Тож, основними ознаками електорально-професійних партій, що відрізняють їх від масово-бюрократичних, є: 1) перехід партійного апарату до рук професіоналів, найманих менеджерів, які вирішують не політико-адміністративні, а спеціалізовані, технічні завдання; 2) послаблення вертикальних зв'язків всередині партії та зумовлене цим прагнення апелювати не до рядових членів та прибічників, а безпосередньо до громадської думки, виборців; 3) домінування в партійному житті публічних політиків, персоналізація партійного керівництва; 4) акцент не на ідеології, а на актуальних суспільних проблемах; 5) фінансування партійної діяльності не за рахунок членських внесків та підконтрольних організацій, а завдяки підтримці груп інтересів та громадських фондів [5, с. 32].

Подальше поглиблення кризи традиційних політичних партій, що фіксується сьогодні як у розвинутих демократіях, так і у перехідних країнах Центральної та Східної Європи [4, с. 52-53], змушує їх до активно пошуку більш ефективних шляхів адаптації до нових суспільно-політичних обставин. Це виявляється, передусім, у виробленні нових форм взаємодії з громадянським суспільством та державою. Досліджуючи ці процеси, Р. Кац та П. Мейр у 1995 р. обґрунтували появу нової ланки в еволюції політичних партій та, відповідно, нового типу, який вони концептуалізували як картельні партії (*cartel parties*) [9].

Основна ідея їхнього підходу полягає у тому, що

партії внаслідок все зростаючого відторгнення з боку громадянського суспільства втратили доступ до отримання від нього необхідних ресурсів для свого існування. Це призвело до того, що партії покинули суспільство та почали рух у бік держави, перетворюючись у такий спосіб, за твердженням Каца та Мейра, з «брокерів», які зв'язували суспільство та державу, на «напівдержавні агентства». Тобто, партії були поглинуті державою [9, с.16]. Отже, ознаками цього типу партій є: 1) зрощення з державою внаслідок доступу і посилення ролі представників партії в органах державної влади, збільшення державного фінансування та проникнення у державні ЗМІ; 2) створення «картелю» з провідними партіями країни. У результаті змови вони ділять місце в парламенті, блокуючи доступ туди іншим політичним силам. Це призводить до послаблення міжпартійної конкуренції; 3) посилення ролі осіб, котрі обіймають державні посади; 5) підвищення ступеня персоналізації та професіоналізації політичної діяльності; 6) утворення режиму «стратархії», тобто, фактично, незалежного існування різних рівнів партії – центрального, регіонального та місцевого [9, с. 17-18].

Теоретичний підхід Р. Каца та П. Мейра також був неоднозначно сприйнятий іншими дослідниками [7, с. 109]. Деякі його положення, не отримавши емпіричного підтвердження, надалі залишаються лише гіпотезами, навколо яких досі точаться наукові дискусії [4, с. 60-61].

На нашу думку, найменш суперечливим є підхід, відповідно до якого найхарактернішою адаптаційною реакцією традиційних політичних партій на кризу стало обопільне зближення масових та кадрових партій, що призвело до їхньої гібридизації. Так, зокрема, Р. Кул, фіксуючи цю тенденцію, запропонував використовувати поняття «модернізована (оновлена) кадрова партія» (*modern cadre party*) для позначення тих політичних об'єднань, які побудовані на основі поєднання низки невід'ємних атрибутів масових та кадрових партій [11, с. 279]. Ознаками цього типу партії є: 1) домінування лідерських груп (професійних політиків), передусім членів парламентської фракції, але, водночас, вони змушені рахуватись з низовими організаціями та багато у чому підзвітні їм; 2) чисельність членів партії порівняно з кількістю її виборців є невеликою. Однак, інститут індивідуального членства зберігає своє значення як джерело фінансування, рекрутування кандидатів на політичні посади та підтримання партії у робочому стані; 3) збереження структури масової партії з її вертикальними організаційними зв'язками. Це робиться як з метою забезпечення певного іміджу, так і для гарантування необхідного рівня внутрішньої демократії; 4) чітка стратегія на роботу з широким спектром виборців, яка, з одного боку, виключає орієнтацію лише на «класову гвардію», а з іншого – не перетворює партію на «всеохоплюючу»; 5) фінансування надходить як з боку держави, так і зі сторони членів партії [11, с. 299].

З подібних позицій, досліджуючи особливості еволюції інституту політичних партій, виходить С. Волінец. За його твердженням, якщо взяти до уваги те, що колишні традиційні кадрові партії нині мають чітко визначені організаційні структури, а масовим

партіям все складніше залучати до своїх лав велику кількість прихильників, то очевидним стає факт розмивання відмінностей між кадровими та масовими партіями [14, с. 141].

Проаналізовані підходи до концептуалізації еволюційної трансформації політичних партій відображають лише ті зміни, які відбулись з уже існуючими традиційними (кадровими та масовими) партіями. Однак, як уже було зазначено, ще однією провідною тенденцією партійної еволюції як наслідку реакції на кризу традиційних політичних партій стала поява партій «нової політики» (або нових партій як інституціональних носіїв постматеріальних цінностей). Це зумовило формулювання двох важливих дослідницьких питань: у чому полягають ідеологічні та інституційно-організаційні особливості цих партій? Друге питання чітко означив П. Ігнаці: якщо масова партія була побічним продуктом індустріального суспільства, а «всеохоплююча» – вираженням переходу від індустріального до постіндустріального, то яка модель партії відповідає суспільству постмодерну або «плинному» суспільству [4, с. 59]?

Відповідаючи на перше питання, на наш погляд, можна виділити такі індикатори партій «нової політики», які відображають їхні ідеологічні та інституційно-організаційні особливості:

1) орієнтація на «нові» цінності та питання постматеріального характеру. Як наслідок, партії є носіями ідеологій нового типу, або ідеологій «нової політики», які націлені на розв'язання не фундаментальних, а конкретних проблем суспільства;

2) політична діяльність, пов'язана з реалізацією ідеологічних установок, має чітку анти-істеблішментську спрямованість. Тобто, «нові партії» різко протиставляють себе правлячій політичній еліті та контрольованим нею забюрократизованим традиційним партіям «старої політики», наголошуючи на тому, що існуючі політичні сили нездатні адекватно реагувати на нові суспільно-політичні виклики та представляти інтереси постматеріалістів. Окрім того, ця діяльність часто набуває неконвенційного характеру;

3) протиставлення традиційним партіям та еліті корелюється з використанням риторики популізму В цьому контексті під «популізмом» бельгійський політолог К. Мудде розуміє ідею того, що, по-перше, суспільство ділиться на дві однорідні та антагоністичні групи – «простий народ» та «корумповану еліту»; по-друге, політика має бути реалізацією народної волі [13, с. 22-23];

4) тісний зв'язок з постматеріальними соціальними рухами та метаполітичними інтелектуальними організаціями, на основі яких відбувається формування партій;

5) особлива організаційна партійна структура, яка відрізняється від традиційних партій. Ці особливості можуть виявлятися та поєднуватись у різний спосіб залежно від ідеологічного фокусу кожної конкретної партії. Зокрема: а) децентралізований, мережевий характер, відсутність чіткої організаційної структури та ієрархії, рішення ухвалюються на основі внутрішньопартійної дискусії та прямого спілкування з виборцями за допомогою новітніх інформаційно-комунікаційних технологій; б) широке використання принципів та механізмів прямої демократії (напри-

клад, внутрішньопартійні референдуми, постійна ротація керівних кадрів, тощо); в) відмова від вимоги обов'язкового членства; г) існування у формі малих (локальних) угруповань, сконцентрованих на вирішенні конкретної проблеми або проблем постматеріального характеру (партія «однієї проблеми»); д) персоналізація партійної структури та ототожнення партії з її харизматичним лідером. Це, звертаючись до висловлювання М. Дюверже, призводить до того, що сам лідер стає свого роду інститутом [3, с. 229] (найбільш притаманне для нових популістських протестних лідерських партій, саме існування яких та політичний успіх пов'язаний з особою лідера);

б) особливості соціальної бази – новий середній клас: основу складають молоді освічені люди, зайняті у сфері послуг або безробітні, студенти, які є носіями постматеріальних цінностей та перебувають на анти-істеблішментських позиціях.

Щодо другого питання, то сьогодні не існує однозначного та загальноприйнятого варіанту розв'язання цієї проблеми. Попри відсутність єдиного підходу відносно концептуалізації тих змін, що відбулись з інститутом політичної партії у постіндустріальну епоху, дослідники переважно сходяться на необхідності доповнення традиційного поділу партій (на кадрові, масові та «всеохоплюючі») новим типом, який відповідав би новому етапу розвитку партій. Працюючи у цьому напрямі, науковці запропонували цілу низку підходів, які, на їхню думку, дають змогу найбільш адекватно «охопити» актуальні еволюційні зміни інституту політичних партій, зокрема: медіа-партія, антипартійна партія, партія-рух, «спеціальна» партія, мережева партія, партія-гібрид, кіберпартія.

На нашу думку, в умовах стрімкого розвитку та поширення інформаційно-комунікативних технологій, зокрема Інтернету, а також їхнього ефективного використання у виборчих кампаніях [6, с. 22] партії «нової політики» все більше функціонуватимуть саме як мережеві або кіберпартії. Ми погоджуємось з одним із трьох підходів до опису ролі представництва партій в Інтернеті. Відповідно до нього партії, переходячи до онлайн-простору, починають трансформуватись організаційно та реалізовувати свою політику з урахуванням особливостей інформаційних мереж. Як наслідок, природа партій змінюється: вони, фактично, перетворюються на нові мережеві партії [6, с. 23].

Відтак британська дослідниця Х. Маргітс запропонувала доповнити традиційну типологію партій новим ідеальним типом – кіберпартії. Ознаками цього типу є: 1) витоки: зміна характеру політичної участі; змішані виборчі системи; розвиток веб-технологій та Інтернету; 2) форми підтримки: безпосередні зв'язки з виборцями; активна партійна конкуренція за різноманітні вподобання виборців; 3) членство: відсутність фіксованого членства; вільне визначення прибічників, якими потенційно є усі виборці; 4) партійні канали комунікації: мережеві канали комунікації; внутрішні та зовнішні мережі; 5) позиція між громадянським суспільством та державою: партії як організації (не інститути) діють на межі між державою та суспільством [12].

Отже, підсумовуючи, можемо констатувати таке: по-перше, трансформація інституту політичних партій безпосередньо зумовлена загальними тенденціями



розвитку суспільства. Зміна сутнісних ознак системи соціально-економічних та суспільно-політичних відносин неодмінно змушує політичні партії адаптуватися до нових умов, що призводить до виникнення нових інституційно-організаційних форм партій та переосмислення ролі ідеологічної компоненти партійної діяльності.

Тож, кожен етап розвитку суспільства продукує свій тип політичної партії: буржуазний – кадрові партії; індустріальний – масові; характерне для переходу від індустріальної до постіндустріальної стадії зниження довіри до інституту політичних партій, зменшення їхньої членської бази, нівелювання традиційних ідеологічних розмежувань зумовило виникнення «всеохоплюючих» партій. Водночас, це абсолютно не означає, що формування нового типу партій призводить до зникнення попереднього (чи попередніх). Йдеться лише про конструювання певного ідеального типу партії, що найкращим чином відповідає тій чи іншій стадії розвитку суспільства. Натомість у реальному політичному житті фіксуємо співіснування різних еволюційних типів партій, які, реагуючи на нові виклики, все чіткіше демонструють тенденцію до зближення.

По-друге, на сьогоднішній день відкритим залишається питання про те, який тип партії відповідає постіндустріальному суспільству з характерною для

нього кризою інституту політичних партій. У цьому контексті ми констатуємо виникнення двох провідних тенденцій в еволюції політичних партій як адаптаційної реакції на зазначену кризу. З одного боку, йдеться про інституційно-організаційні та ідеологічні перетворення традиційних політичних партій. І тут, на наш погляд, сьогодні домінуючим трендом є конвергенція кадрових і масових партій, що, внаслідок розмивання сутнісних відмінностей між ними, призводить до їхньої гібридизації. Відтак для позначення цього типу партій можемо використовувати запропоноване Р. Кулом поняття «модернізована кадрова партія».

Іншою тенденцією стало формування нових політичних партій (або партій «нової політики»), які, представляючи себе партіям «старої політики», стали інституційними виразниками інтересів носіїв постматеріальних цінностей. В умовах динамічного розвитку інформаційно-комунікативних технологій цей новий тип може бути позначений як мережеві партії або кіберпартії.

Усе це окреслює перспективні напрями майбутніх досліджень. Так, зокрема, важливим видається визначення логіки подальшої партійної еволюції у постіндустріальних суспільствах, а також з'ясування особливостей розвитку партій в умовах перехідних типів режимів, у тім числі й в Україні.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер [пер. с нем.] / Сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; Предисл. П. П. Гайденко. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
2. Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития / К. Вельцель, Р. Инглхарт; [пер. с англ. М. Коробочкин]. – М.: Новое издательство, 2011. – 464 с.
3. Дюверже М. Политические партии / М. Дюверже; [пер. с франц. Л.Зимина]. – Изд. 3-е. – М.: Парадигма, 2005. – 544 с.
4. Игнаци П. Партии и демократия в постиндустриальную эру // П. Игнаци // Политическая наука. – 2010. – № 4. – С. 49-76.
5. Коргунок Ю. Эволюция организационных форм партий и современная представительная демократия / Ю. Коргунок // Полития. – 2004. – № 1. – С.25-69.
6. Сморгунув Л. Сетевые политические партии / Л. Сморгунув // Полис. – 2014. – № 4. – С. 21-37.
7. Спасский Е. Трансформация политических партий и их типологическая концептуализация: опыт западной партологии / Е. Спасский // Полития. – 2008. – № 2 (49). – С. 103-113.

#### REFERENCES

1. Weber, M. Selected work / Translated from German // ed. Y. N. Davydova. – Moscow, Progress, 1990. – 808 p.
2. Inglehart, R., Welzel C. Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence / Translated from English. – Moscow, Novoe Izdatel'stvo, 2011. – 464 p.
3. Duverger, M. Political Parties / Translated from French. – 3rd ed. – Moscow, Paradigma, 2005. – 544 p.
4. Ignazi, P. Parties and Democracy in the Post-industrial Era // Political Science. – 2010. – № 4. – P. 49-76.
5. Korgunyuk, Y. Evolution of Organized Forms of Political Parties and Modern Representative Democracy // Politeia. – 2004. – № 1. – P. 25-69.
6. Smorgunov, L. Network Political Parties // Polis. – 2014. – № 4. – P. 21-37.
7. Spassky, E. Transformation of Political Parties and Their Typological Conceptualization: Experience of Western Parties' Studies // Politeia. – 2008. – № 1 (49). – P. 103-113.
8. Diamond, L., Gunther, R. Species of Political Parties: A New Typology // Party Politics. – 2003. – Vol. 9, № 2. – P. 167-199.
9. Katz, R., Mair, P. Changing Models of Party Organization and Party Democracy: The Emergence of the Cartel Party // Party Politics. – 1995. – Vol. 1, № 1. – P. 5-28.
10. Kirchheimer, O. The Transformation of the Western European Party Systems // Political Parties and Political Development // LaPalombara, J., Weiner, M. (eds.). – Princeton, N.J., Princeton University Press, 1966. – P. 177-200.
11. Koole, R. The Vulnerability of the Modern Cadre Party in the Netherlands // How Parties Organize: Change and Adaptation in Party Organizations in Western Democracies // Katz, R., Mair, P. (eds.). – Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage, 1994. – P. 278-303.
12. Margetts, H. Cyber Parties // Handbook of Party Politics // Katz, R., Crotty, W. (eds.). – Thousand Oaks, London, New Delhi, Sage, 2006. – P. 528-535.
13. Mudde, C. Populist Radical Right Parties in Europe. – Cambridge, Cambridge University Press, 2007. – 385 p.
14. Wolinetz, S. B. Beyond the Catch-all Party: Approaches to the Study of Parties and Party Organization in Contemporary Democracies // Political Parties: Old Concepts and New Challenges // Gunther, R., Montero, J. R., Linz, J. J. (eds.). – Oxford, University Press, 2002. – P. 136-165.

### **The evolutionary transformation of political parties: the main approaches to conceptualizing**

**Shypunov H.**

**Abstract.** The peculiarities of conceptual understanding of the evolution of political parties institute through the prism of their typology are defined and analysed in the article. The change of the essential features of the system of socio-economic, social and political relations certainly causes political parties to adapt to new conditions. The thesis about that fact is proved. This leads to the emergence of new institutional and organizational forms of parties and rethinking of the role of ideological components in political party activities. Therefore, each stage of the development of society is in compliance with its own type of political party. The specific character of the evolution of political parties in the post-industrial society is found out.

**Keywords:** *political party, cadre party, mass party, catch-all party, post-industrial society, modern cadre party, cyber party.*

### **Эволюционная трансформация политических партий: основные подходы к концептуализации**

**Г. В. Шипунов**

**Аннотация.** В статье определены и проанализированы особенности концептуального осмысления эволюции института политических партий через призму их типологизации. Обоснован тезис, что изменение сущностных характеристик системы социально-экономических и общественно-политических отношений непременно вынуждает политические партии адаптироваться к новым условиям. Это приводит к возникновению новых институционно-организационных форм партий и переосмыслению роли идеологической компоненты в партийной деятельности. Таким образом, каждому этапу развития общества соответствует свой тип политической партии. Выяснена специфика эволюции политических партий в постиндустриальном обществе.

**Ключевые слова:** *политическая партия, кадровая партия, массовая партия, «всеохватывающая» партия, пост-индустриальное общество, модернизированная кадровая партия, киберпартия.*

## Ключові чинники фрейму концепту «Україна»

Х. І. Вербицька

Львівський державний університет внутрішніх справ, м. Львів, Україна  
Corresponding author. E-mail: khrystyna1004@mail.ru

Paper received 13.04.2016; Accepted for publication 20.04.2016.

**Анотація.** Засоби комунікації радикально перетворюють середовище, в якому живе та спілкується сучасна людина. Всеохоплююча мережа спілкування створює глобальну єдність людей, ліквідує простір та час у звичайному розумінні, через що світ сприймається як одне ціле. Відбувається так звана глобалізація мас: міжнародні промислові та банківські корпорації, розвиток міжнародної торгівлі, рух капіталу й робочої сили «уніфікують» життя та споживання. Нові засоби зв'язку (Інтернет) не тільки забезпечують спілкування людей у будь-яких найбільш віддалених і важкодоступних місцях нашої планети, але сягають навіть у космос та торкаються особистого життя кожного з нас. Соціальна комунікація пронизує всі сторони життя суспільства, соціальних груп та окремих індивідів. Будь-які дослідження соціального життя торкаються дослідження різноманітних форма комунікації. Розглядаючи рекламу, а особливо рекламу в Інтернеті як сучасну форму соціальної комунікації, ми вважаємо доречним зосередити увагу на інформаційно-комунікативній функції реклами. Мета дослідження полягає в необхідності вивчення поняття соціально-комунікативного концепту, фреймового аналізу висвітлення іншомовним сегментом Інтернету основних груп питань, тематичних рубрик, пов'язаних з концептом «Україна». Методологія проведення аналізу ґрунтується на використанні історичного та аналітичного методів, методу контент-аналізу та синергетичного підходу до опрацьованого матеріалу. Результати: проаналізовано вибудовування фрейму концепту «Україна», акцентовано роботу на положеннях контексту макроконцепту «Україна», який обов'язково асоціюється із такими концептами: країна та держава, які у сукупності своїх складових і утворюють повну концептосферу даного макроконцепта. Проведене дослідження дає можливість зробити висновки: фреймами «концепту» Україна є ключові проблемні блоки, які або ситуативно, або постійно мають стосунок до нашої держави.

**Ключові слова:** аудиторія, держава, інтернет, концепт, мас-медіа, фрейм.

**Вступ.** Життя в ХХІ столітті обумовлює розуміння людиною того, що за сучасних умов окрема наука не задовольнить потреби провідних науковців у поясненні складних речей нашого світу. Феномен гіпертексту полягає в тому, що він з'явився у мережі Інтернет, феномен постмодернізму – в тому, що він з'явився в літературі, а інтегрований підхід став домінуючим підходом до розгляду основних понять в науці. Так, задля того, щоб розібратися із поняттям «концепт», необхідно почати з розуміння того, що це поняття неможливо розглядати в рамках однієї науки – філології чи філософії, наприклад. Для того, щоб визначитися із тим, який саме зміст ми будемо вкладати у нашому невеличкому дослідженні в поняття «концепт», хочеться розглянути усі складники цього поняття.

Отже, якщо поцікавитися, яка кількість серйозних наукових праць була пов'язана з поняттям концепту, то за даними інформаційного-довідкового дисертаційного каталогу на одному із сайтів, результат здається трохи неочікуваним, адже близько ста робіт – це той статистичний показник наукового аналітичного явища [1].

Втім, існуючі науки мають на цей термін кожна свій погляд. Одна з найбільш древніх наук на землі, філософія, каже про те, що ще Аристотель займався детермінуванням поняття концепт, і казав про те, що справжній концепт – це той концепт, який відноситься до сутності об'єкта, а не до його властивостей. Власне, Аристотель для пояснення свого визначення наводив такий приклад: людина – «це не та істота, яка здатна сміятися», а «істота розумна». Таким чином, за Аристотелем, сміх виступає не як сутність людини, а як одна з властивостей притаманних їй [4].

Психологія сказала голос про те, що концепт – це термін, який належить когнітивній психології та психолінгвістиці. Психологи пов'язують поняття концепту насамперед із свідомістю людини, яка здійснює своє функціонування, зокрема, і за допомогою засобів

мовлення. Таким чином, в рамках науки психології концепт необхідно розуміти як певне коло інформації про світ, тієї інформації, яка сформована за допомогою асоціацій із вже засвоєною індивідом інформацією або яка стосується його життєвого досвіду.

Філологія вкладає в поняття концепту якусь чітко виокремлену авторську думку, яка має традиційне вираження, або іншими словами – мотив.

В рамках досліджень про соціальні комунікації в цілому та мас-медіа зокрема можемо припустити, що соціальний концепт – це породження конкретної культури особистості або навіть суспільства, яке існує виключно в силу того, що люди згодні діяти саме так, нібито концепт існує, або згодні наслідувати певні встановлені моделі.

Одним із помітніших концептів в соціальних комунікаціях є концепт Україна, який часто постає в контексті концепту Європа. Обидва концепти недостатньо вивчені в комунікативістиці. Безперечно, в силу історичних та ідеологічних обставин краще досліджений концепт Європа, над вивченням якого в Україні працює Я. Прихода, простежуючи його образ цього феномену у ЗМІ. Окремі статті концепту Україна присвятили Л. Василик та Н. Станкевич.

Метою статті є вивчення поняття соціально-комунікативного концепта, фреймового аналізу, а також досвід висвітлення іншомовним сегментом Інтернету основних груп питань, тематичних рубрик, пов'язаних з цим поняттям. В той самий час у своєму невеличкому дослідженні та задля побудови саме фрейму концепту «Україна» ми розглянемо ключові положення, пов'язані із формулюванням мети.

Досягнення зазначеної мети потребує розв'язання таких завдань:

– дослідити та побудувати такий фрейм концепту Україна, який дозволить побачити реальний стан справ з іміджем України;

– виокремити фрейм концепту Україна, зокрема, у іншомовному медійному просторі на сьогоднішній момент;

– спрогнозувати напрямки журналістики задля належного представлення України на сторінках мас-медіа.

**Методи дослідження.** Дослідження функціональних характеристик фрейму концепту Україна протягом боротьби українців за утвердження власної свідомості, а також аспектів розвитку комунікативістики в контексті вивчення процесів створення та функціонування фрейму концепту «Україна» здійснювались за допомогою історичного методу. Метод контент-аналізу було застосовано при визначенні змістового наповнення матеріалів. Аналітичний метод використано при розкритті складників фрейму концепту «Україна». Застосування індуктивного методу дало можливість здійснити загальну типологію фреймів. Керування напругою при висвітленні конфліктних ситуацій в Україні примусило використати синергетичний підхід до визначення ролі і місця фрейму концепту «Україна».

**Результати і обговорення.** Для з'ясування проблеми національних пріоритетів, що визначає дискурс органічних ЗМІ, варто простежити парадигму Україна – Європа в сучасній публіцистиці, привертаючи увагу до концепту як до провідного пресового коду, що історично обумовлював і нині розкриває одну з важливіших медіа-дискусій і вивчення якого з цього погляду є актуальним задля встановлення відповідних пресових тенденцій. А тому концепт Україна буде сприймати та ототожнюватися з абсолютними різними складниками залежності від картинки подання інформації, наприклад.

Тим не менш, від того, що один концепт розглядається крізь призму іншого, уявлення про кожний з них на кожному етапі становлення людства різнилися, хоча б через заміну впливу одних інформаційних технологій іншими. Вони поставали у публіцистиці П. Куліша, М. Драгоманова, І. Франка, видавничих проектах Р. Сембратовича, які проривали інформаційну блокаду стосовно України на межі століть та налагоджували комунікацію з Європою; у дискусії 1925-1928 рр., коли «вперше українська теоретична думка ставить на повен зріз цю проблему в аспектах історичних, політичних, культурних, економічних, психологічних» [12, с. 112].

З плином часу концепти Україна і Європа все частіше з'являються у заголовках статей, входять у риторичу видань: В. Горський «Де шукати Європу?», О. Пахльовська «Україна і Європа в 2001-му: десятиріччя втрачених можливостей» та «Україна: шлях до Європи... через Константинополь», В. Скуратівський «Україна – via Європа», І. Дзюба «Майбутнє нової Східної Європи», Ю. Шевельов «Україна – Європа – культура – посмішка» тощо. Концептуальна парадигма Україна – Європа значно модифікується порівняно з попередніми етапами розвитку української публіцистики, зокрема постає через такі конотації, як концепт-міт, концепт-символ, які викликали поняття європеїзація, європейськість, різноманітні парафрази.

Коректно також наводити уривки з дослідницької роботи іншого вченого – Н. Габора, яка виокремила три

групи публікацій, які стосувались української тематики. Якщо користуватись елементами цього дослідження, то фреймами концепту «Україна» є:

– матеріали, що створюють негативний імідж;

– статті, в яких нібито спокійно розповідається про ситуацію в Україні, але окремі деталі, аргументи, цитати, висвітлення подій подаються так, що підсвідомо викликають негативну реакцію;

– матеріали з позитивним забарвленням, авторами яких є інша сторона, що має думку, відмінну від редакційної [9, 39 – 40].

Ще один вчений – О. Бутирський, у своїй достатньо новітній роботі від 2003-го року "Україна у дзеркалі західних засобів інформації" виділяє наступне коло тем, які пов'язують та які реально можна знайти у ЗМІ іноземною мовою:

– політична криза;

– Україна як плацдарм боротьби за сфери впливу між двома гігантами: Росією та США;

– зближення України й Росії;

– зміна українського уряду;

– візит Папи Римського в Україну;

– Україна ювілейна: 10 років незалежності;

– Україна кримінальна: справа Солтиса [8, 54].

На наш погляд, цікавою та важливою виявилася робота О. В. Голік «Історіографія питання іміджу України на сторінках російської та американської преси», в якій було детально розглянуто досвід вивчення основних тем, з якими пов'язують Українське питання на Заході.

На початку другого тисячоліття концепт Україна мислиться і як проміжна територія, як своєрідне «між». В. Горський наголошує на тому, що такий погляд не є новим, вперше він був запропонований ще В. Липинським, який вважав завданням України втілювати синтез Заходу і Сходу; образ України «між Заходом і Сходом» розвинув І. Лисяк-Рудницький, професор Гарвардського університету І. Шевченко та ін. учені. Публіцист, розвиваючи згадану метафору місця, ідентифікує Україну з «третьою Європою», або регіоном Середньої чи Центральної Європи. Він підкреслює: «Україна в цьому сенсі – культурне перехрестя, де від віків стверджується феномен інтертекстуального культурного простору (...)

Саме ця багатоманітність, культурна різнобарвність, породжена бар'єрним характером української культури, й має передусім враховуватися з огляду на запитання, зазначене в заголовку: «Де шукати Європу?» [2, с. 118-119]. На його думку, не можна абсолютно стверджувати Україну як Захід чи як Схід, бо «обрізання нашої культурної ідентичності відповідно до зразка Західної Європи реально призводить до збіднення притаманної українській культурі багатоманітності» [2, с. 120].

Все ж таки, занурюючись у тему сприйняття та відображення концепту Україна, зокрема, іншомовним сегментом Інтернет, ми приймаємо думку попередніх науковців про те, що даний концепт тісно пов'язаний з концептом Європа, який, своєю чергою, актуальний передусім тому, що належить до суспільно-політичних, ідеологічних та культурних концептів, багатоконпонентний. Він складається із сукупності різноманітних елементів – концептів-мінімумів, що моде-

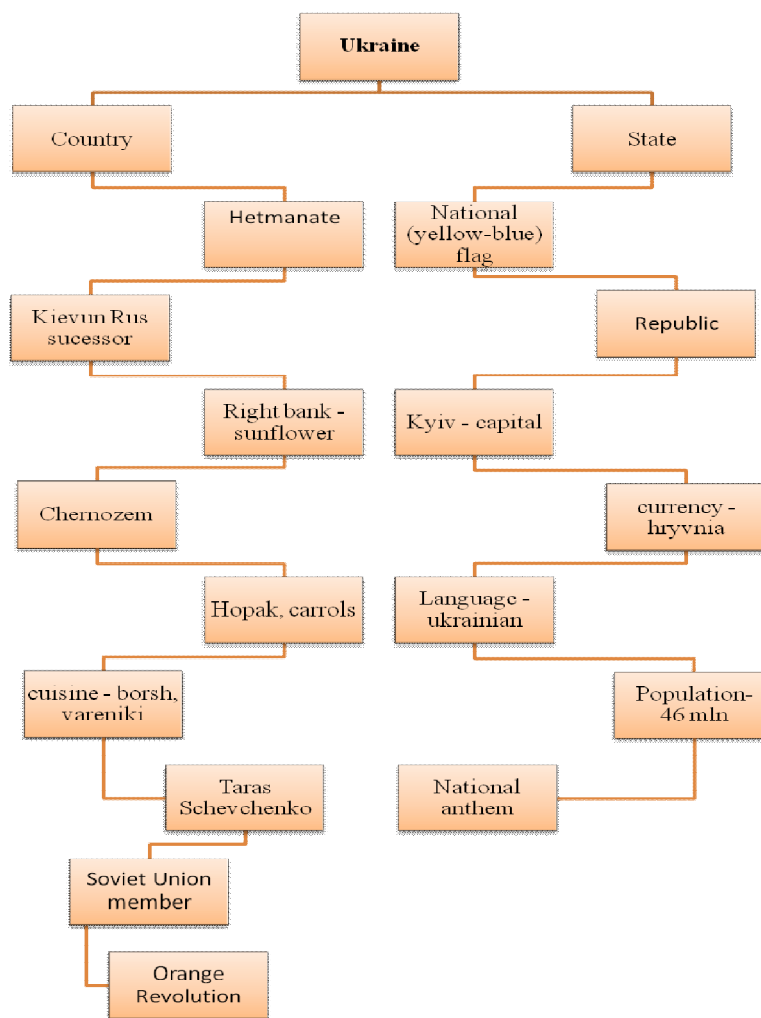


Рис. 1. Складники концепту «Україна»

люють концепт-максимум, взаємодіють поміж собою, взаємозумовлюють один одного.

Здебільшого ці концепти виявляють тотожність з матеріальною оболонкою головного концепту (європейська толерантність, європейська інтеграція, європейськість тощо). Важлива також ієрархія структурованих елементів концепту; культура, політика, економіка, релігія, право, зміна їхніх пріоритетів, похідні вузлові утворення. Однак у своєму невеличкому дослідженні ми все ж таки розглядаємо концепт Україна не стільки як територіально-суверенний осередок, як країну; нам цікаво поглянути на всебічне сприйняття даного поняття, брэнда та на увесь широкий ряд можливих асоціацій, пов'язаних із ним.

Отже, вибудовуючи фрейм концепту Україна у іншомовному сегменті Інтернет, ми хочемо акцентувати роботу на таких положеннях. Контекст макроконцепту «Україна» (“Ukraine”) обов'язково асоціюється із такими концептами: країна (*country*) та держава (*state*), які у сукупності своїх складових і утворюють повну концептосферу даного макроконцепта.

Як відомо, країна — це визначена територія, що становить єдність з погляду історії, природних умов, населення (спільноти людей, що проживають на цій території) тощо. Інколи термін вживається як синонім терміну держава. Отже, до концепту *country* (країна) ми повинні включити такі поняття як історичні асоці-

ації про Україну (є спадкоємицю Київської Русі (*Kievun Rus*) та наступницю традицій Гетьманщини (*Hetmanate*), географічні особливості, притаманні саме нашій країні (Правобережжя, Лівобережжя, природа Карпат, субтропічний клімат півдня із Азовським морем та Крим з Чорним морем, а також унікальні родючі ґрунти – чорноземи), індустриальну частину України (Донбас, вугілля та шахти із шахтарями), народні звичаї (обряди, пісні, усна народна творчість в т.ч. складання колядок, танці, наприклад, гопак), національну кухню (найпопулярнішими блюдами якої є – вареники, борщ, сало та горілка) [8]. Крім того, до найбільш типових асоціацій із країною Україна відносять: Запорізьку Січ (*Zaporizhska Sich*), ім'я славетного українського поета Тараса Шевченка (*Taras Shevchenko*), належність нашої держави до Радянського Союзу (*ex-Soviet Union country*), перемогу на Руслани на Євробаченні (*Ruslana, Eurovision*), та Помаранчеву Революцію (*Orange Revolution*) і Євромайдан (*Euromaidan*) [9].

Зазначимо, що до поняття макроконцепту «Ukraine» входить концепт «Держава» (*State*). Держава – суб'єкт політики, ядро політичної системи. Вона характеризується суверенітетом, уособлює в собі суверенітет національностей і народу. Тобто включає в себе регламентовані в законах, Конституції України та в інших документах поняття, такі як національна валю-

та, державні символи та атрибути влади, державну мову, релігію, форму правління тощо.

Ці загальні складники поняття «концепт України» ми подаємо у рисунку 1. Як бачимо, в цьому рисунку наведено тільки найбільш поширені та загальновідомі асоціації, пов'язані з концептом «Україна» (*Ukraine*), які можуть виникати у свідомості українців. Досліджуючи іншомовний сегмент Інтернету на предмет згадувань про Україну, ми насамперед звертаємо увагу на висвітлення та використання у цьому сегменті саме вищезгаданих ключових слів або концептосфер обраного концепту. Зокрема, у інтернет-медіа очима іншомовного користувача Інтернет, ми орієнтувалися

на досвід науковців, які робили спроби аналізу іміджу України у західних ЗМІ.

**Висновки.** Фреймами «концепту» Україна є:

- ситуації в країні загалом, зокрема, у сферах економіки та політики;
- реформам в Україні;
- боротьбі з корупцією;
- відносинам з Росією, США, впливовими країнами Західної Європи;
- відносинам України з міжнародними фінансовими установами;
- ситуації в українській енергетиці (зокрема в атомній);
- досягненням українських спортсменів [7, 305].

#### ЛІТЕРАТУРА

1. <http://disser.com.ua/api/search/?query=%EA%EE%ED%F6>
2. Горський, В. Де шукати Європу? [Текст] / В. Горський. // Вітчизна. – 1999. – № 9–10. – С. 114–121.
3. Пахльовська, О. З України в Європу через Константинополь [Текст] / О. Пахльовська. // Сучасність. – 1994. – № 1. – С. 54–68; № 2. – С. 101–116.
4. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Concept>
5. Прихода Я. В. Концепт Європа в українській публіцистиці: когнітивно-лінгвістичні аспекти : Дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. — Л., 2004. — 187арк. — Бібліогр.: арк. 168-187.
6. Селиванова Е. Принципи концептуального аналізу // Актуальні проблеми металінгвістики. — Київ; Черкаси: Бра-
- ма, 1999. — С. 11-14.
7. Бойко О. В. Зовнішній імідж України в світлі англomовної преси // Наукові записки. Сер. Політика і етнологія; Ін-т політичних і етнонаціональних досліджень НАН України. – К., 2001. – Вип. 16. – С. 291–307.
8. Бутирський О. А. Україна у дзеркалі західних ЗМІ // Вісн. Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Сер. Журналістика. – 2003. – Вип. 11. – С. 53–54.
9. Габор Н. Політичний портрет Української держави на сторінках "New York Times" // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Журналістика. – 1993. – Вип. 18: Українська журналістика: формування сучасного обличчя. – С. 36–41.

#### REFERENCES

1. <http://disser.com.ua/api/search/?query=%EA%EE%ED%F6>
2. Gorsky, V. Where to find Europe? [Text] / V. Gorsky. // Homeland. - 1999. - № 9 - 10. - P. 114 - 121.
3. Pachlowska O. From Ukraine to Europe through Constantinople [Text] / Pachlowska. // Modernity. - 1994. - № 1. - P. 54 - 68; № 2. - P. 101 - 116.
4. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Concept>
5. Prikhoda Y.V. Concept Europe in Ukrainian journalism: cognitive-linguistic aspects: Dis ... candidate. Philology. Sciences: 10.01.08 / Lviv National University them. Ivan Franko. - L., 2004. - 187ark. - Ref.: ff. 168 - 187.
6. Selivanov E. Principles of conceptual analysis // Actual problems metalinguistics. - Kyiv, Cherkasy gate, 1999. - P. 11 - 14.
7. Boiko O.V. External image of Ukraine in the light of the English Press // Scientific notes. Avg. Politics and ethnology; Institute of Political and Ethnic Studies, National Academy of Sciences of Ukraine. - K., 2001. - Vol. 16. - P. 291 - 307.
8. Butyrskii OA Ukraine in the mirror Western media // Visn. Kiev. nat. Univ Taras Shevchenko. Avg. Journalism. - 2003. - Vol. 11. - P. 53 - 54.
9. Gabor N. political portrait of the Ukrainian state in the pages of "New York Times" // Visn. Lviv. Univ. Avg. Journalism. - 1993. - Vol. 18: Ukrainian journalism: shaping the modern face. - P. 36 - 41.

#### Key Frame Factors of the Concept “Ukraine”

Verbytska Khr.

**Abstract.** Mass Media change the surroundings in which the current individual lives and communicates. Universal communication system creates the global unity of people, eliminates space and time in common understanding because of that the world is taken as a whole. The globalization of mass is in progress: international industrial and banking corporations, international trade development, capital movement and manpower unifies life and consumption. The modern means of communication (Internet) not only ensure the communication of people in the most remote and inaccessible areas of our planet, but even go back to outer space and touch everyone's personal life. Social communication runs through all sides of public life, social groups and separate individuals. Any researches of social life touch the research of different communication forms. Examining a promotion, especially the Internet advertising as a modern form of social communication, we consider that it will be to the point to focus attention to information and communicative function of advertising. The aim of the research deals with the necessity of learning the concept of social and communicative understanding, frame analysis of explanation by the foreign segment of Internet the main questions, thematic headings connected with the concept “Ukraine”. Methodology of carrying out the analysis is based on using historical and analytical methods, method of content analysis and synergetic approach to adapted material. Results: raising of frame concept “Ukraine” is analyzed, the work on context of macroconcept “Ukraine” is emphasized, which is associated with such concepts as: country and state, which in total of their components form the complete conceptsphere of given macroconcept. The research gives opportunity to make such conclusions: the frames of concept “Ukraine” are key problem blocs which either in certain situation or usually concern to our state.

**Keywords:** audience, state, Internet, concept, mass media, frame.

PHILOSOPHY

Social Knowledge in Constituting the Axiosphere of the Society

S. Chmykhun\*, O. Protsenko

The National Aerospace University KhAI, Kharkiv, Ukraine

\*Corresponding authors. E-mail: s4myh@mail.ru

Paper received 04.04.2016; Accepted for publication 15.04.2016.

**Abstract.** The article is devoted to the study of the modern social knowledge in the process of establishing the axiosphere of the society. It demonstrates that values being the coordinates of the human world foster its stability and arrange the purposeful human activity.

**Keywords:** axiosphere, social knowledge, culture, value system, society.

The **topicality** of the socio-philosophical understanding of the phenomenon of the social axiosphere under the current conditions of the social knowledge functioning is determined by the following factors.

Globalization processes observed in the modern world actualize the axiological potential of the society as a whole and its separate representatives. Humanistic thrust of the value orientation is able to harmonize the relationships within the frames of various cultures, foster surmounting of the crisis in the spiritual life, which suffers from the predominance of the present-day individual's materialistic sights as well as outlines the perspectives of exiting from the conflict situation. Axiological problematics directs the social object's attention at the risk factors, which spell disasters of various scopes. These are, above all, the positive values, which co-exist with negative values, disvalues as well as ecological, political and other public life processes. The issue of value differentiation according to their impact on the individual and the society as a whole require critical thinking and value judgement, the veracity of which provides the modern social knowledge. The axiological universum has always been the integral part of the object field of the philosophic knowledge. Nowadays, this knowledge encompasses various provisions, interpretations and conclusions.

The following most well-known scholars tackling the axiological problematics, which are worth mentioning, are the German philosopher R. H. Lotze, who determined the existence of values as insights of the special kind. H. Rickert offered value classification. N. Hartmann became a representative of the phenomenological school, which gives the analysis of values and amenities. It is worthwhile mentioning the sociological thought of T. Parsons, which is aimed at the search of the determinants of social interaction harmonization via forming the axiological consensus. A notable contribution into the development of ideas connected with the moral and ethical value continuum was made by the scholars E. S. Fromm and Yo. F. Fukuyama, K. Apel and Jü. Habermas. Russian scholars A. Guseynov, V. Inozemtsev, O. Drobnitskiy and N. Rozov played an important part in establishing the modern interpretation of the axiological potential of the social knowledge. Among the Ukrainian specialists tackling the problem of values were S. Krymskiy, A. Tolsoukhov and I. Parapan.

The notion of axiosphere in the given research refers to the relatively independent social reality, represented by a

value hierarchy and value structures, the unity and interrelation of the phenomena of the social knowledge and conscience (public and individual) transpierced by some certain values. The social knowledge holds the information about the axiological properties of the subjects and objects to be studied in line with the main problems of various spheres of the philosophic knowledge. The above-mentioned defines **the purpose of the article** – to demonstrate the role of the social knowledge in amplifying the potential of the society axiosphere. "Ethics distinguishes moral values, aesthetics defines artistic values, social psychology addresses individual value orientation problems, political economics predominantly deals with economic values as public commodity values etc. However, the fruitful solution of certain problems is impossible without the socio-philosophic analysis of these values". [1, c.78] The social knowledge is the factor that is the embodiment of true and ostensible values and the basis for defining some values wreck dynamics, identification and emergence of other values, transition of values to disvalues. This "ephemerality" of values in connection with life and culture has been noted by H. Rickert: "Are there any dormant autotelic values?... the person who realized that the values to which independent meaning is assigned are not autotelic values in their essence, they will be more eager to seek values, the meaning of which will be immune to critics. We will never be able to stop wondering about the "sense" of our life, and this sense may be revealed on the basis of meaningful values. Thus, due to the depreciation of "life values" widely accepted without critics under the influence of fashion the drive to true life values must emerge..." [2, c. 421]

In the social knowledge the so-called dominant values can be distinguished. One of their manifestations is the life purpose of the subject of the social knowledge (personality, culture type). The absence of the explicit life purpose hints that the subject is in the course of its formation, crisis or decay. You can imagine the individuals whose life purpose is union with God, artistic work as a way of self-expression, artistic work as the perfection of the reality, wealth, power and pleasure ("modes of social significance" – Wealth, Mastery, Holiness) etc. Sets of dominant values for various types of cultures and personalities can be represented in the same way. Value is the notion which characterizes "ultimate" categorical grounds for human existence. This notion characterizes the meaning of certain objects, phenomena and processes for an individual, social groups and the society as a

whole. These two above-mentioned notions of “value” often differ and are sometimes controversial in every-day life: what is regarded as a value in philosophy – freedom, kindness, truth – may not be of any interest for an individual. In their turn, certain objects valuable for an individual in the philosophic sense are not valuable. The notion of value can be compared with the notion of the essence of man, which does not always coincide with the individual human existence.

The socio-philosophic analysis of the social knowledge structure and functions presupposes the axiological analysis of the aspect of the living activity problem for the subject being a knowledge carrier. With regard to this, above all, the notion of “value” and the way it is used in the knowledge of the society need to be clarified. The social knowledge refers to the values via determining the essential characteristics of the man, via the axiological potential of the correspondence of the due to the things in existence as well as the ideal to the real, via defining the goal-setting activity of the man. A value corresponds to an estimate. Goals shaped on the basis of values are always large-scale life-purpose goals. Values being the coordinates of the human world promote its stability and arrange purposeful human activity. In the common sense a value refers to the “ultimate goals” of an individual and the society, acting as a criterion for evaluation of any cultural phenomenon.

Values in the history of the mankind act as some spiritual constants, which help people to withstand difficult life circumstances. Values order the reality and introduce evaluation coordinates to its understanding. They correspond to the insights into the ideal, the perfect and the essential. Values add to the sense of the human life.

Values in their aggregate in the social knowledge are presented as the sui generis information. Values serve as a specific form of human orientation in the environment, which does not uncover its subject content, but it “encodes” this content in the form of predefined judgements. These are the public attitudes and judgements, imperatives and prohibitions, goals and projects, expressed in the form of axiological vision of the good and the bad, justice, life purpose and destiny of the man. With relation to this vision objects and events (natural, historical, cultural) surrounding the individual are identified. According to the scholar O. Drobnitsky, “values are, on the one hand, characteristics of objects (phenomena) in which the individual is interested somehow and which are evaluated positively or negatively, and, on the other hand these are the forms of cognition, which express the normative axiological attitude of the individual to the reality”. [3, c.292]

It is worth noting that the axiological vision of the object differs from the scientific one. This is a vision of the object being beneficial or harmful, good or bad, kind or evil. This vision is unobtainable for the natural science because it cannot enable expressing the real terror of atomic bombing during World War II or present-day terrorist acts. The science is only able to document the history of certain physical and chemical processes. Evaluation of these processes with regard to their implications for the individual is not a natural-science but an axiological stance on the object, its different dimension. This is the exclusive power of the social science

over any other knowledge. This is the value of the object for us as opposed to its very existence without us in accordance with its own development laws. This is also the vision of what exactly the object should be (a process, an event) in accordance with our activities, needs and interests.

Axiological vision of the world is inherent to the social nature of the individual. At all times and époques people have allotted sense to various natural and social phenomena and processes. And the more important these phenomena become for the individual, the more they affect them, the more intensively it is done.

The individual is a sentient, emotional as well as cognoscitive being. Their cognitive activity occurs in the emotional environment of desires and actions aimed at the practical attainment of the goals. Cognition is an aspect of the existence of their spirit. Their conscience is a holistic composition encompassing the sphere of demonstrating passions – hatred, love. The whole world is initially believed to be living in accordance with its own norms. Making sense of the surrounding things, construing historical world processes as the victory of the good or of the bad is the fundamental feature of the social knowledge – its generic characteristics.

The world around us is initially tinted with value (for the subject). Our human “ego” is always in the center of this world full of positive and negative values. This means that the individual perceives the world around with regard to the values in terms of its importance for themselves and for the others. Values are inherently primary, i.e. the individual always perceives the environment as to the categories of the good and the bad, justice etc. The ego is always the center of the situation being an indivisible property of the self. This fact has been studied by experiment by S. Grof, M. Wertheimer.

Human life is a correlation of the due and the existent. F. H. Kessidis has repeatedly expressed the idea that it brings into compliance the real and the ideal as well as the real and the possible, makes emphasis either on the way life is indeed, or the way life should be with regard to its sense and value. [4] Since the individual lives simultaneously in the real and in the due, the element of the due penetrated all spheres of the activity and the whole world.

Values are crucial for the formation and functioning of the social knowledge. The life of the individual as the a social object is largely distinguished by value orientation, which enables defining this aspect of the social knowledge as axiological (axioshere of the social knowledge).

Axioshere educes the potential of the social knowledge, which can be characterized as the axiological knowledge. It encompasses a wider information space than the axiological one. The axiological knowledge is the knowledge which defines value criteria and serves to represent benefits for the individual and the humanity as well as ways to attain these benefits.

This can be observed in the analysis of the culture as a social phenomenon. In the modern philosophical comprehension of the culture its axiological nature and is actualized and cultural phenomena are present in the social knowledge as the carrier of values.

It is evident that values represent the cultural dimension for the individual, embodies the attitude to the forms of human existence. It brings spiritual diversity to the individual’s reason affections and will. Therefore, the



value is not only the “conscious”, but also lifelike, existentially perceived existence. It characterizes human evaluation of social knowledge because it is put through the personality, through the inner world. If the idea is a breakthrough to the perception of certain aspects of existence, of private and social life, then the value is the personified attitude to the world arising not only on the basis of knowledge and information, but also based on the individual’s own life experience.

Acquisition of cultural values and, consequently, various levels of the social knowledge relative to them, which were found in the previous époques and new levels in the formation process, is a separate and a complicated problem, being both theoretical and practical. Even understanding of what is a cultural value and what is a pseudo-value or a disvalue does not come off immediately. There is no conformity in various representations of what is a value as a whole and in particular. The axiosphere of the social knowledge comprises the notion of values as well as axiological relations.

Values dictate a certain nature of relationships, the specificity of which lies in the fact that they comprise the desired on the basis of the individual’s voluntary, free choice. Values do not disunite or alienate the individual from other people, however, they consolidate, unite, bring people together into communities of any level: a family, a collective, an ethnic group, a nation, a state, the society as a whole. Moreover, value relationships are not external or compulsory, they are inner and nonviolent. And, finally, true values, e.g. conscience, love or courage, cannot be seized by force, deception or money, or taken away like power or wealth.

Social values relate to the significance, applicability and practicality being expressed and perpetuated in values and judgements, which in the aggregate are the social knowledge. Only positive significance becomes a value and the object, the carrier of the value, may be useless (a simple stone as a mascot). In line with this the value is not limited to significance. Axiological relation encompasses the due (the norm) and the desired (the ideal). An the demand to display kindness (the moral norm) even being met does not mean its full realization of the good as a value. According to V. Solovyov, the good is due, however, it can only be the good of we desire it, if there is experience of the good as the ideal, as my goal and as my aspiration to the good. M. Mamardashvili in his polemic with I. Kant, put forward this concept as a question that every person must ask him/herself: will you be more moral with regard to the more efforts you make to implement them [5, c.14].

Axiological relation in essence is the embodiment of the ideals experienced by people. Thus, axiological relations cannot be external and compulsory. They cannot be rammed through (you cannot force someone to love or to be happy), they cannot be taken possession of like power or wealth. Absence or presence of values and their necessity cannot be proved by logic. For the person who believes or is in love, there exist God and Love, but there is no God and no Love for those who do not have faith or have never been in love. And the latter does not stay within the consistent abstract logical construction.

There are three basic interrelated elements in the value structure: significance, norm and ideal. All these elements

are present in the axiosphere of the social knowledge. Culture is defined by the degree to which these values are realized and axiological relations are implemented in all spheres of the human activity. Values can function as significances, norms and ideals in the social knowledge.

The specificity of values, their place in the axiosphere of the social knowledge and functioning in the society are not defined by the inter-subject rather than the subject-object relations, and they are realized, in their turn, in these relations. The relationship of the subject to the object from the point of view of its significance defines the specificity of the valuation, not the value. This enables to distinguish the notions of valuation as the subject-object relationship and value which establish the most general types of relations between the objects of any level from an individual to the society as a whole, which plays the reverse normative and regulatory role in the society. In line with this we refer to the relationships not only between the individual and the society, but all the possible variants of interpersonal relationships.

Breach of value inter-subject relations is the source and the basis of the individual’s alienation from other people, from himself, from the society and the nature. The concepts of natural and artificial value relations are diverse. The first type of relations brings good to the individual (welfare, health) while the others bring evil (sicknesses). The philosopher N. Lossky writes that the source of the good and the bad in the value system is the morality. Moral evil lies in breaching the range of values by the agent, i.e. in self-love and selfishness, deeper love to oneself than to the God or other beings whereas the correct balance of values demands a deeper love to The God than to oneself, and the equally deep love to other beings and to oneself [6, c. 62].

**Conclusions.** Hence, modern social knowledge aims to distinguish true values from the ostensible ones. There are many cultural regulations as to the reason and the way one should live and this displays the real pluralism of the modern culture. Nevertheless, it is possible to distinguish at least two real solutions of the global task: the first lies in the fact that the creative activity of specialists in axiology to develop the conceptually new system of philosophic grounding with regard to the modern value priority must enable universal consideration and qualitative evaluation of the existing value orientation; the second presupposes creation of the conditions under which the individual can realize his/her priorities based on his/her deep inner reaction that must foster creation of a system of criteria to help reveal the true values and distinguish them from the ostensible ones.

Social knowledge is included in the process of constructing the axiology of the society, producing meaningful components, which influence the advent of new values corresponding to the real social life conditions. This social knowledge is the basis on which rational and emotional utilization of the axiological meaning of the social reality is formed. In this respect, social knowledge directs the value potential for the benefit of the individual and his/her culture thus humanizing the entire communication space of the society. Social knowledge comprises knowledge of the important. This is the knowledge that determines evaluation criteria and serves as the concept of the benefit for the individual

and the mankind as well as ways to attain these benefits. It encompasses a wider information space than axiology.

The social knowledge is not the study of values. According to its information potential it is wider than the

latter resulting in the analysis and the place of values in the process of culture formation and social subject establishment on the part of its intellectual and practical activity as well as creative, utilitarian and pragmatic activity.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ценности познания и гуманизм науки / Отв. ред. В.М. Найдыш, В.А. Федоров. – М.: Изд-во РУДН, 1992. – 240 с.
2. Риккерт Г. Философия жизни: Пер. с нем. // Г. Риккерт. Философия жизни. – К.: Ника-Центр, Вист-С, 1998. – С. 269–443.
3. Дробницкий О.Г. Мир оживших предметов: Проблема ценностей в марксистской философии. – М.: Политиздат, 1967. – 351 с.
4. Кессиди Ф.Х. Философские и этические проблемы генетики человека. – М.: ТОО «Мартис», 1994. – 107 с.
5. Мамардашвили М.К. Сознание как философская проблема // Вопросы философии. – 1990. – № 3. – С. 3–18.
6. Лосский Н. О. Условия абсолютного добра: Основы этики: Характер русского народа. – М.: Политиздат, 1991. – 368 с.

#### REFERENCES

1. Tsennosti poznaniya i gumanizm nauki [Knowledge Values and Humanism of Science] / Отв. ред. V.M. Naydysh, V.A. Fedorov. – Moscow: Izd-vo RUDN, 1992. – 240 p.
2. Rickert H. Filosofiya zhizni [The Philosophy of Life]: Translated from German // H. Rickert. Filosofiya zhizni [The Philosophy of Life]. – Kyiv: Nika-Tsentr, Vist-S, 1998. – P. 269–443.
3. Drobniyskiy O.G. Mir ozhivshikh predmetov: Problema tsennostey v marksistskoy filosofii [The World of Resurgent Objects: The Problem of Values in Marxist Theory]. – Moscow: Politizdat, 1967. – 351 p.
4. Kessidis F.Kh. Filosofskie i eticheskie problemy genetiki cheloveka [Philosophical and Ethical Problems of the Human Genetics]. – Moscow: LLP «Martis», 1994. – 107 p.
5. Mamardashvili M.K. Soznanie kak filosofskaya problema [Conscience as a Philosophical Problem] // Voprosy filosofii [Questions of Philosophy]. – 1990. – vol. 3. – P. 3–18.
6. Losskiy N. O. Usloviya absol'yutnogo dobra: Osnovy etiki: Kharakter russkogo naroda [Conditions of Absolute Good: Basics of Ethics: The Character of the Russian Nation]. – Moscow: Politizdat, 1991. – 368 p.

#### Социальное знание в конституировании аксиосферы общества

**С. Чмыхун, О. Проценко**

**Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению роли современного социального знания в процессе становления аксиосферы общества. Показано, что ценности, как координаты человеческого мира, способствуют его устойчивости, организуют целенаправленную человеческую деятельность. Именно социальное знание воплощает в себе критерии различения ценностей истинных и мнимых, включает в себя основу для выявления динамики крушения одних ценностей, обозначения и возникновения других, переход ценностей в „антиценность”. Социальное знание обозначает ценности через выявление существенных характеристик человека как социального субъекта.

**Ключевые слова:** аксиосфера, социальное знание, культура, система ценностей, общество.

## Електронні навчальні видання у глобалізованому освітньому просторі: проблеми типологізації

М. І. Женченко

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна  
Corresponding author. E-mail: mizhenchenko@gmail.com

Paper received 22.05.2016; Accepted for publication 05.06.2016.

**Анотація.** У статті на основі аналізу теоретичних джерел, зарубіжної та української видавничих практик запропоновано типологічну модель електронної навчальної літератури, окреслено перспективи розвитку електронного навчального книговидання як засобу формування інноваційного глобалізованого освітнього простору.

**Ключові слова:** книжкові застосунки для мобільних пристроїв, навчальні програмні продукти, навчально-методичні комплекси, статичні електронні аналоги друкованих видань, цифрові навчальні ресурси.

**Вступ.** Доступність інтернету, цифрові технології видозмінюють звичні методи навчання, пропонують нові можливості для отримання знань, створюють передумови для трансформації традиційної системи освіти та поступового формування цифрового ринку навчальної книги: змінюються технології редакційно-видавничої підготовки, вимоги до базових знань і компетенцій видавців навчальної літератури, з'являються нові типи видань.

Голова ради директорів компанії Google Ерік Шмідт прогнозує, що у найближчі десятиліття діти, як і раніше, ходитимуть до школи, щоб спілкуватися між собою та з вчителями, однак, як мінімум у половині (а може і більшій частині) уроків стануть використовувати ретельно розроблені навчальні інструменти в дусі академії Хана (Khan Academy) — некомерційної організації, яка виробляє тисячі коротких відеороликів (переважно з математики та природничих наук) та безкоштовно розповсюджує їх в інтернеті. Отже, освіта стане більш гнучкою та адаптованою, враховуватиме індивідуальний стиль і темп навчання дитини [6, с. 31]. Поки що це звучить дещо фантастично і сприймається як дуже віддалена перспектива, проте швидкий розвиток цифрових технологій та англійська мова як міжнародна поступово формують глобалізований ринок електронних освітніх ресурсів, на якому видавництвам доведеться конкурувати не лише з технологічними компаніями, а й з вчителями, викладачами, які зможуть самостійно пропонувати учням, студентам власні електронні навчальні матеріали. Для утримання позицій у конкурентному середовищі видавці навчальної літератури експериментують з різними форматами, видами видань, які часто не «вписуються» у традиційні, розроблені для друкованих видань типологічні класифікації, що й актуалізує проблему розроблення типологічної моделі електронної навчальної літератури.

**Огляд публікацій з теми.** Вплив цифрової революції на навчальне книговидання широко обговорювали у світовій вищій освіті ще на початку 90-х років ХХ ст. До проблем трансформації навчального книговидання цифрової доби у США та Великобританії зверталися зарубіжні науковці Франія Халл (Francia Hall), Лалл Рамраттан (Lall Ramrattan) та Майкл Зенберг (Michael Szenberg), Джон Томпсон (John B.

Thompson) [7-9]. Інформацію про тенденції розвитку української книги в цифровому форматі можна знайти у звіті про результати дослідження видавничого ринку О. Афоніна [1], в аналітичній записці Національного інституту стратегічних досліджень при Президентіві України [5]. Комплексне дослідження типологічної структури електронного навчального книговидання відсутнє у сучасному науковому дискурсі.

**Метою** статті є вивчення тенденцій розвитку ринку цифрової навчальної книги, розроблення типологічної класифікації та типологічна характеристика навчальної літератури в електронному форматі.

**Матеріали і методи.** При проведенні дослідження ми використовували методіку аналізу якісних даних — публікацій на сторінках російського фахового журналу «Книжная индустрия» [2-4], інформаційних порталів з проблем цифрового книговидання Digitalbookworld (<http://www.digitalbookworld.com/>), Publishingperspectives (<http://publishingperspectives.com/>), блогу експерта з цифрового книговидання Теда Макілроя (Thad McIlroy) The future of publishing (<http://thefutureofpublishing.com>), в яких описано практичний досвід видання цифрової навчальної літератури; електронного навчального контенту, представлено на офіційних сайтах провідних світових та українських видавців навчальної літератури Pearson Education, Houghton Mifflin Harcourt, Oxford University Press, Cambridge University Press, McGraw Hill, Macmillan, Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Nowa Era, «Дрофа», «Просвещение», Видавнича група «Основа», «Гімназія», «Знання України», «Клуб сімейного дозвілля», «Кондор» «Навчальна книга – Богдан», «Освіта», «Ранок», «Університетська книга», «Шкільний світ», «Школа», «Школяр» та інших. Метою аналізу якісних даних була організація значної кількості емпіричних даних шляхом категоризації та концептуалізації на основі схожих характеристик в зрозумілу картину та подальше застосування системного підходу та аналітико-синтетичного методу для побудови цілісної типологічної моделі навчальної електронної літератури.

**Обговорення та результати.** Генеральний директор російського видавництва навчальної літератури «Альпіна Паблішер» Олексій Ільїн, описуючи модель роботи в електронному середовищі, говорить про

побудову лінійки: паперова книга, потім вона ж в електронно-текстовому варіанті, далі книга reach media (з використанням технологій Flash, Java, CGI, DHTML. – М. Ж.), потім – певний навчальний курс і останній найвищий рівень перероблення контенту – це прикладні програми та мобільні додатки, які допомагають втілювати знання в життя [3].

Аналіз зарубіжної та української практики видання електронної навчальної літератури дає підстави виокремити на основі взаємопов'язаних типологічних критеріїв – характер основної інформації й кількість та різновиди носіїв – такі основні типи навчальної електронної літератури **мономедійні видання** (містять або текстовий, або текстово-зображувальний, або звуковий контент), **мультимедійні видання** (містять лінійно організовані текст, звук та відеозображення, зафіксовані на одному носії), **полімедійні видання**: використовують різні види медіа на різних носіях (поширеним є поєднання друкованої книжки та компакт-диска, друкованої книги і сайту, друкованої книги і компонента доповненої реальності).

Найдешевшим та технологічно найпростішим для видавців є підготовка **мономедійних навчальних видань** з текстовим або текстово-зображувальним контентом. За ступенем відповідності друкованому виданню і характером взаємодії з читачем такі видання можна поділити на *статичні електронні аналоги друкованих видань* (статичні електронні версії друкованого видання) та *інтерактивні електронні прототипи* (електронні версії друкованих видань, доповнені інтерактивним змістом, гіпертекстовими посиланнями, інтерактивними зображеннями тощо).

Статичні електронні аналоги друкованих видань на власних сайтах або в магазинах з продажу цифрового контенту (Amazon, Google Play, Blackwell Learning, LitRes, Bookland, «С підручники») пропонують польське «Видавництво Шкільне і Педагогічне» (Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne), російське «Дрофа», більшість українських видавців навчальної літератури: видавництва «Гімназія», «Знання України», «Клуб сімейного дозвілля», «Кондор» «Навчальна книга – Богдан», «Освіта», «Ранок», «Університетська книга», «Шкільний світ», «Школа», «Школяр». Найбільш поширеними форматами є PDF та EPUB з захистом DRM.

Інтерактивні прототипи друкованих видань у форматах flash, epub представлені в асортименті видавництва Oxford University Press, «Дрофа», «Навчальна книга – Богдан».

Окрему групу утворюють мономедійні видання з відеоконтентом та аудіоконтентом, наприклад, аудіодиски для дошкільної освіти польського Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, серія аудіо-відео навчальних посібників із основних шкільних предметів (алгебра, геометрія, фізика, біологія та анатомія за програмою 7-11 класів) української компанії «StudyBuddy» та серія аудіодиктантів з російської та української мови для 5-9 класів українського видавництва «Ранок».

Більш технологічно складним та економічно затратним є створення **мультимедійних навчальних видань**, в яких рівнозначно та взаємопов'язано за допомогою відповідних програмних засобів існує текстовий, графічний та аудіовізуальний контент.

Залежно від технологій використання електронні мультимедійні навчальні видання можуть бути локальними (на CD-ROM) та мережевими (доступними для завантаження в мережі).

**Мультимедійні навчальні програмні продукти локального доступу** поступово відходять у минуле у видавничій практиці США та західноєвропейських країн, проте досить широко представлені у репертуарі українських видавців, зокрема компаній «Атлантик рекордс», «СМІТ», видавничої групи «Основа» та інших. Більш поширеними є **мережеві електронні навчальні видання**, доступні користувачам через інтернет. Залежно від технологій підготовки та орієнтації на певну технологічну платформу виокремлюємо три групи мультимедійних мережевих електронних навчальних видань:

1) *видання – програмні продукти, призначені для відтворення на комп'ютерах чи ноутбуках з операційною системою windows;*

2) *видання – застосунки, створені для відтворення на портативних пристроях для смартфонів і планшетів;*

3) *інтернет-видання, підготовлені для відтворення в браузерях інтернету та доступні в мережі на всіх технологічних платформах (комп'ютери, портативні пристрої з Android та iOS).*

Першу груп видань утворюють навчальні посібники, підручники, створені як програми в exe-форматі, що не вимагає спеціально встановленого програмного забезпечення для відтворення на комп'ютерах і ноутбуках (інтерактивні мультимедійні шкільні підручники, підготовлені за урядовою програмою Польського міністерства освіти, підручники для 4 і 7 класу від українського видавництва «Навчальна книга – Богдан» тощо) та електронні навчальні комплекси, підготовлені у спеціалізованому програмному забезпеченні, яке для відтворення видань потрібно заздалегідь встановити на комп'ютер. Наприклад, українські видавництва «Навчальна книга – Богдан» та «БХВ-освіта» пропонують інтерактивні мультимедійні навчально-методичні комплекси, що охоплюють електронні конспекти уроків, плани уроків, методичні рекомендації для викладання, дидактичні інтерактивні матеріали, вправи і тести, відеоуроки, інші дидактичні матеріали, підготовлені за допомогою програми Easy School Book Editor. Для перегляду таких видань необхідно придбати на сайті видавництва (<http://bhvosvita.com/>) та встановити на комп'ютер з OS Windows спеціальне програмне забезпечення – програма Easy School Book.

До другої групи належать інтерактивні мультимедійні книжкові застосунки для відтворення на портативних пристроях, які з'явилися у США 2010 р. із виходом Apple iPad. Перші інтерактивні книги для планшетів 2010 р. презентувало американське видавництво Penguin. Ідея поставити виробництво інтерактивних книг на потік належить співробітнику компанії Apple Метту МакІннісу, який заснував компанію Inkling, що сфокусувалася на розробленні програмного забезпечення для створення доповнених відео та ілюстраціями книг для студентів університетів і підтримує власну платформу для підготовки інтерактивних книг iPad-Inkling. Компанія орієнтуєть-

ся на ринок університетської літератури, тому її книги відомі в досить вузьких колах [4]. Поштовхом для активізації видання навчальної літератури для iPad стала презентація програми Apple iBooks Author. Запуск проекту інтерактивних, мультимедійних навчальних посібників на основі платформи iBooks Author відбувався разом з ключовими видавцями навчальної літератури США (McGraw Hill і Pearson), для демонстрації того, що програмне забезпечення розроблено не заради створення конкуренції видавництвам, а щоб надати їм інструмент для підготовки якісного цифрового навчального контенту [7]. У пост-радянських країнах більшою популярністю користуються портативні пристрої з операційними системами Windows та Android, що зумовлює розроблення застосунків, які працюють на цих технологічних платформах. Так, ключовий видавець навчальної літератури Російської Федерації видавництво «Просвещение» доступ до своїх електронних підручників пропонує через власний застосунок «Учебник цифрового века», який працює на ПК, ноутбуках і планшетних комп'ютерах під управлінням операційних систем Windows 7 і 8.1, Android 4.4 і вище, iOS 7. Підручники для школярів у форматі книжкових застосунків для мобільних пристроїв з Android пропонують польське видавництво Nowa Era, українське «Навчальна книга Богдан». Загалом варто відзначити, що українські видавці навчальної книги поки що не активно працюють на ринку книжкових застосунків для смартфонів і планшетів, оскільки створення такого виду видань – високобюджетний і складний процес, який потребує кваліфікацій, що часто виходять за рамки традиційної видавничої діяльності.

Досить перспективним вважаємо розвиток третьої групи мультимедійної навчальної літератури – онлайн-нових навчальних посібників, які доступні через інтернет на будь-яких комп'ютерах та мобільних пристроях. Онлайн-курси з різних дисциплін шкільної програми пропонує польське Wydawnictwo Szkolne і Pedagogiczne. Курс включає в себе всі матеріали, необхідні для складання іспиту з привабливим мультимедіа (відео, фотографії, малюнки), тестові завдання, приклади та рекомендації з виконання завдань. У 2015 р. українське видавництво «ІТ-книга» представило онлайн-інтерактивний підручник з інформатики для 7 класу, який містить посилання на зовнішнє програмне забезпечення, вправи, міні-тести.

Дієвим засобом диверсифікації видавничої діяльності є створення **полімедійних видань**, які складаються з друкованого видання та електронного додатку: мультимедійного інтерактивного локального видання (на CD-ROM), мережевого електронного ресурсу, компонента доповненої реальності. Як слушно наголошує американський дослідник цифрової видавничої індустрії Джон Томпсон (John Thompson), нові можливості, які відкриває цифрова революція, видавці підручників сприйняли як спосіб створення додат-

кової вартості друкованих видань за рахунок електронних додатків [9].

Електронні додатки до своїх навчальних видань на CD-дисках випускають польське Wydawnictwo Szkolne і Pedagogiczne, українські видавництва «Ранок» (доповнює друковані видання безкоштовними наочними матеріалами для уроків), Видавнича група БХВ (пропонує мультимедійні інтерактивні курси на CD-дисках як доповнення до посібників з інформатики для старшокласників) та інші. Онлайн-ресурси – додатки до друкованих видань є поширеною зарубіжною практикою, зокрема британські видавництва Oxford University Press, Macmillan видають спеціально розроблені навчальні матеріали, які доповнюють паперовий підручник чи серію та є невід'ємним складником книжкового продукту. Серед українських видавців онлайн-додатки до традиційного навчального посібника з інформаційних технологій пропонує видавництво «ІТ-книга» (на сайті <http://itknyga.com.ua> розміщено онлайн-уроки, сотні інтерактивних міні-вправ до кожної теми курсу). Перші українські навчальні посібники з додатком у формі компонента доповненої реальності випустило у 2015 р. видавництво «Країна мрій».

**Висновки.** Проведене дослідження дає підстави говорити про досить складну типологічну структуру електронної навчальної літератури, яка постійно трансформується під впливом новітніх технологій. Видавці навчальної літератури поступово опановують мультимедійні технології та створюють інтерактивні мультимедійні навчальні видання, доступні на різних технологічних платформах (розробляють книжкові застосунки для всіх операційних систем або ж створюють онлайн-курси, доступні в інтернеті).

Трендами сучасного цифрового навчального книговидання є індивідуалізація та атомізація навчального контенту – підготовка окремих навчальних продуктів, які об'єднуються за допомогою спеціального програмного забезпечення в цілісні цифрові навчально-методичні комплекси. Провідні світові видавці навчальної літератури США та Західної Європи все більше орієнтуються на продаж не окремих електронних навчальних видань, а доступу до цілісних цифрових навчальних ресурсів з інтегрованими підручниками, навчальними посібниками для студентів, методичними матеріалами для викладачів, тестовими завданнями, мультимедійними матеріалами, презентаціями тощо. Лише за таких умов видавничий ринок якісної ліцензійної навчальної літератури в електронному форматі зможе успішно конкурувати з навчальним контентом, який автори створюють поза видавництвами (електронні курси викладачів, підготовлені для системи дистанційного навчання на платформі Moodle та розповсюджені у корпоративних мережах університетів, безкоштовні онлайн-курси на платформі Prometheus, відеокурси Академії Хана (Khan Academy) тощо).

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Афонін О. Звіт про результати дослідження видавничого ринку України // [UABOOKS.INFO](http://uabooks.info) : портал української книжкової індустрії [Електронний ресурс]. — К., 2005–2013. — Режим доступу: <http://uabooks.info/ua/bookmarket/>
2. Как сделать интерактивную книгу: обзор рынка готовых решений // Книжная индустрия. — 2013. — № 9 (111), листопад. — С. 42.

3. Професійна і освітня книга в електронному форматі: продукт, дистрибуція, моделі розвитку // Книжкова індустрія. — 2013. — № 9 (111), листопад. — С. 10-11.
4. Соснина А. Інтерактивна книга: як мобільні пристрої змінюють обличчя книг [Електронний ресурс] / Алена Соснина // Pro-books.ru. — Режим доступу: <http://pro-books.ru/sitearticles/16423> (дата звернення: 17.05.16).
5. Формування ринку української електронної книжки: проблеми і перспективи. Аналітична записка [Електронний ресурс] // Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України. — Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1433/> (дата звернення: 17.05.2016).
6. Шмидт Э. Новый цифровой мир. Как технологии меняют жизнь людей, модели бизнеса и понятие государств / Эрик Шмидт, Джаред Коэн. — М. : «Манн, Иванов и Фербер», 2013. — 486 с.

#### REFERENCES

1. Afonin A. Survey Report of the publishing market of Ukraine // UABOOKS.INFO: Portal Ukrainian book industry [Electronic resource]. — K., 2005-2013. — Access: [http://uabooks.info/ua/book\\_market/analytics/?Pid=4135](http://uabooks.info/ua/book_market/analytics/?Pid=4135) (last accessed: 17.05.2016). — Name of the screen.
2. How to make an interactive book: overview of the market ready solutions // Knyzhnaia industryia. — 2013. — № 9 (111). — P. 42.
3. Professional and educational book in electronic format: product, distribution, development model // Knyzhnaia industryia. — 2013. — № 9 (111). — P. 10-11.
4. Sosnina A. Interactive book: how mobile devices are changing the face. book [Electronic resource] // Pro-books.ru. — Access mode: <http://pro-books.ru/sitearticles/16423> (last accessed: 08.05.2016). — Name of the screen.
5. Formation of Ukrainian market of electronic books: problems and prospects. Policy Brief [electronic resource] // National Institute for Strategic Studies under the President of Ukraine. — Access: <http://www.niss.gov.ua/articles/1433/> (last accessed: 08.05.2016). — Name of the screen.
6. Schmidt E. The new digital world. How technology is changing the lives of people, business models and the concept of State / Eric Schmidt, Jared Kohen. — M. : Mann, Ivanov and Ferber, 2013. — 486 p.
7. Hall F. The Business of Digital Publishing: An introduction to the digital book and journal industries / Franja Hall. — London ; New York : Routledge, 2013. — 194 p.
8. Ramrattan L. Revolutions in Book Publishing: The Effects of Digital Innovation on the Industry / Lall Ramrattan, Michael Szenberg. — Palgrave Macmillan, 2016. — 166 p.
9. Thompson, John B. Books in the Digital Age. The Transformation of Academic and Education Publishing in Britain and the United States / John B. Thompson. — Cambridge : Polity Press Ltd. — P. 380.

#### The digital publishing in the global education market: problems of typology

Zhenchenko M.

**Abstract.** The education market quickly recognized the potential in the advances in digital technology for presenting an multimedia and interactive teaching and learning environment. The author focuses on the typology of digital textbooks. It was analyzed of theoretical sources, foreign and Ukrainian publishing practices, suggested typological model of e-textbooks, defined the prospects of development of electronic educational books as a means of formation of an innovative global education space.

**Keywords:** book applications for mobile devices, educational software, educational systems, static electronic versions of print publications, digital learning resources.

#### Электронные учебные издания в глобальном образовательном пространстве: проблемы типологизации

М. И. Женченко

**Аннотация.** В статье на основе анализа теоретических источников, зарубежной и украинской издательских практик предложено типологическую модель цифровых учебных изданий, определены перспективы развития электронной учебной книги как средства формирования инновационного глобального образовательного пространства.

**Ключевые слова:** книжные приложения для мобильных устройств, учебные программные продукты, учебно-методические комплексы, статические электронные аналоги печатных изданий, цифровые учебные ресурсы.

## SOCIOLOGY

## Практичні методи соціальної роботи: порівняльний аналіз

Н. О. Кримова\*, О. М. Лисенко

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса, Україна

\*Corresponding author. E-mail: oktant33@yandex.ua

Paper received 29.04.2016; Accepted for publication 10.05.2016.

**Анотація.** У статті надано порівняльний аналіз методів соціально-психологічної та психологічної підтримки клієнтів соціальної роботи, таких як: психологічне консультування, психодіагностика, психологічна корекція, соціально психологічний тренінг, медіація та модерація. Обґрунтовано, що ці методи сприяють розвитку і саморозвитку як клієнта, так і працівників соціальної роботи, завдяки взаємодії і взаємовпливу обох сторін.

**Ключові слова:** психологічні методи, психологічне консультування, психологічна корекція, соціально психологічний тренінг, медіація, модерація.

Соціально-психологічні методи професійної діяльності є важливим компонентом наукової організації соціальної роботи. У соціальній роботі зміцнилася ідея про те, що соціальні програми допомоги тим, хто її потребує, стають вторинними по відношенню до такої мети, як індивідуальне самопосилення клієнта і підвищення його здатності користуватися громадськими ресурсами і можливостями [9].

Вибір методів для аналізу у статті багато в чому визначено предметом соціальної роботи. «Унікальністю предмета соціальної роботи є те, що вона займається процесом, які мають місце між елементами таких систем, як людина – людина у контексті групи або спільноти; людина – група; людина – спільнота; група – спільнота; спільнота – суспільство. Здійснення цього процесу, позитивність і ефективність його характеру як раз і залежать від ступеня розробленості теорії і практичних методів соціальної роботи у суспільстві, а також від ступеня відповідності теорії і практики до потреб саме цього конкретного суспільства» [9, с. 34-35].

Метою соціальної роботи є соціальна адаптація клієнта, тобто розвиток способів пристосування і регулювання взаємодії індивіда із середовищем. У середині минулого століття Г. Херн підкреслював, що «взаємовідносини є сутністю соціальної роботи, будучи як її метою, так і її засобами» [14, р. 30]. Встановлення і підтримка прийнятних відносин між клієнтом і суспільством відбувається через ті стосунки, які встановлює соціальний працівник з клієнтом. У професіях, які засновані на допомозі, сам працівник є засобом і інструментом допомоги. У цьому випадку взаємодія з клієнтом будується на рівноправному суб'єкт-суб'єктному спілкуванні, тобто діалозі. Мета діалогу спрямована як на саму людину: самопізнання, саморозвиток, задоволення потреби в розумінні; так і на – іншу людину. Інший принципово до кінця непізнана особистість, завдяки чому спілкування перетворюється у безперервний творчий процес взаємного пізнання, розуміння, спрямований на саморозвиток партнерів по спілкуванню, прийняття іншого погляду на світ. Діалог руйнується там, де партнер переходить на категоричність, безапеляційність, де немає місця уточненню точки зору, можливості не погодитися. Персоніфікований характер спілкування, передбачає розмову від імені власного «я». Так, діалог – це важ-

ливий інструмент психологічної соціальної роботи, його технології у багатьох випадках становлять основу консультативного психологічного процесу. Здійснювати психологічну роботу можна за допомогою психологічного консультування, психодіагностики, психологічної корекції, психологічних тренінгів та інше.

Завдання прикладної психології і соціальної роботи співпадають у сфері вивчення та створення оптимальних умов розвитку, навчання, праці, спілкування людини, груп, спільноти. Інтенсивне використання психологічних методів в соціальну роботу обумовлено тим, що клієнт соціальної роботи – людина, що опинилася у важкій життєвій ситуації. Саме соціально-психологічна допомога надає необхідний вид послуг щодо вирішення індивідуальних, сімейних або професійних труднощів людини.

Психологічна допомога відображає певну реальність, психосоціальну практику, полем діяльності в якій є сукупність питань, проблем, які відносяться до психічного життя людини. Психологічна допомога забезпечує емоційну, смислову і екзистенціальну підтримку людині або спільноті в ситуаціях труднощів, які виникають в процесі особистісного та соціального буття [13]. Тобто, сукупність проблем, де психологічна допомога є затребуваною, різноманітна і багатоаспектна. Зміст психологічної допомоги можна розглянути через сукупність дій консультанта, які спрямовані на те, щоб людина здійснювала самостійний вибір і діяла на власний розсуд, навчалася новій поведінки, змінювалася і розвивалася як особистість.

Психологічна допомога може включати: психодіагностику (область психології, яка розробляє методи виявлення індивідуальних особливостей і перспектив особистості), психологічну корекцію (організований вплив на клієнта з метою зміни показників його активності і відповідно до вікової норми психічного розвитку), психологічне консультування (допомога психічно здоровим людям у досягненні ними цілей особистісного розвитку), психотерапію (активний вплив психотерапевта на особистість клієнта з метою відновлення або реконструкції психічної реальності особистості).

Психологічне консультування у соціальній роботі – це забезпечення повноцінного орієнтування клієнта в самому собі, у ситуації, яка склалася та засобах її розв'язання. У процесі консультування, як правило, вирішуються такі завдання: допомога клієнту зорієн-

туватися у власних проблемах; знайти напрям, у якому слід шукати вихід зі скрутної ситуації; актуалізація психічних сил та здібностей, що сприяють знаходженню нових можливостей щодо вирішення проблем. Позиція консультанта у соціальній роботі є апріорно більш активної, ніж в інших видах консультування, вважає М. А. Гуліна [9]. Цілі консультування – сприяти зміні поведінки, щоб клієнт міг жити продуктивніше, відчувати радість від життя; розвивати навички подолання труднощів; переживати перехідні періоди, виходити з кризових ситуацій; розвивати специфічні життєві вміння. Тому, психологічне консультування можна розглядати як таку форму діяльності, що складається в безпосередній взаємодії з людьми з метою надання допомоги в прийнятті ними рішень щодо обставин і умов їх особистого і соціального життя, спрямованих на досягнення психологічного комфорту, особистісний ріст і зміну поведінки.

Таким чином, психологічне консультування у соціальній роботі можна розглядати як особливий вид відносин допомоги, певний репертуар можливих впливів та психологічний процес. Кінцевою метою консультування є навчання клієнтів надавати допомогу самим собі, щоб, таким чином, навчити їх бути своїми власними консультантами [6].

Фахівці прийшли до висновку, що чітку різницю між консультуванням і психотерапією провести неможливо, однак, можна виділити певні відмінності. По типу проблем: психотерапія вирішує більш глибокі проблеми; в центрі роботи в консультуванні – сьогодення, сам клієнт, а в психотерапії – сучасне і минуле, клієнт і терапевт; по характеру взаємодії: в консультуванні – довірчий контакт, а в психотерапії – терапевтичний (робочий) альянс; за типом взаємин між фахівцем і клієнтом: в психотерапії відносини зазнають змін більшою мірою; за тривалістю: психотерапія займає більше часу; за місцем проведення: консультування проходить у педагогічних, психологічних та ін. організаціях, а психотерапія – у медичних установах [5]. Специфіку консультування у порівнянні з психотерапією визначають наступні моменти: консультування практично завжди орієнтоване на клінічно здорову особистість, яка зіткнулася у повсякденному житті з психологічними труднощами та проблемами; консультування спрямоване на більш широке коло проблем, ніж в психотерапії; консультування може здійснюватися в превентивних цілях, орієнтуватися на короткострокову допомогу, на сьогодення і майбутнє клієнта [11].

Психологічна практика соціальної роботи може включати такі форми, як підвищення ресурсних можливостей особистості, корекцію емоційного розвитку, допомогу у прояві та усвідомленні своїх почуттів, що здійснюється за допомогою психокорекційної роботи. Аналіз літератури [4], [7] дозволяє виділити такі основні аспекти психокорекції: 1) це один із видів психологічної допомоги; 2) психокорекція можлива, коли існує відхилення від вікової норми психічного розвитку людини; 3) застосовується у роботі з психічно здоровими людьми, які здатні до самоаналізу і самозмін; 4) здійснюється за для повноцінного розвитку та функціонування особистості; 5) сприяє роз-

криттю внутрішнього потенціалу особистості, латентних можливостей та ресурсів її психіки.

Психокорекція допомагає особистості у досягненні власної психологічної цілісності; сприяє самопізнанню та підвищенню особистісного потенціалу людини; розвиває навички зав'язувати та підтримувати соціальні відносини; впливає на зміни поведінки особистості для більш продуктивної взаємодії з оточенням; формує навички та вміння ефективного додання труднощів за допомогою методів щодо налагодження міжособистісних контактів, зниженню тривожності, агресивності та інше; покращує суб'єктивне самопочуття і укріплює психічне здоров'я людини.

У соціальній роботі поняття «групові методи в соціальній роботі» та «робота в групі» майже не диференціюються. Перше поняття, з нашої точки зору, передбачає роботу з первинними або вторинними групами або спільнотами, членом яких є клієнт соціальної роботи, друге – передбачає створення спеціальної групи, «...з метою надання людині допомоги, за допомогою передачі групового досвіду для розвитку його фізичних та духовних сил, формування соціальної поведінки» [12, с. 112]. У західній практиці соціальної роботи має місце орієнтація фахівців саме на групові методи роботи з людьми. Як зазначає М. А. Гуліна, «не випадково на стику клінічної та соціальної психології у США виникла нова прикладна область психології – «комунітарна психологія» (community psychology), метою якої є дослідження та організація процесів допомоги людям один одному у різних спільнотах» [9, с. 216]. У Британії соціальна робота спрямована не тільки на створення груп підтримки з метою зміни внутрішньої ситуації людини (support-groups), але й розвиток роботи груп (campaign-groups), які орієнтовані на зміну зовнішньої соціальної ситуації.

Деякі дослідники «роботу у групі» ідентифікують з психотерапією, що проводиться у групі (групова психотерапія), яка у широкому плані визначається як домовленість й згода кількох людей допомагати самим собі та один одному у вирішенні будь-яких особистих проблем або важкій ситуації за допомогою обговорення проблеми або/та завдяки спільній діяльності [9]. У цьому випадку найбільш важливим результатом групової роботи є перетворення внутрішнього світу учасників групи, основа цих перетворень – переусвідомлення життєвих цінностей (Е. І. Холостова); створення безпечного простору щодо випробування нового досвіду побудови відносин з іншими (Ю. Т. Ковальов, М. А. Гуліна); можливість стати більш незалежними та ініціативними у прийнятті самостійних рішень та брати на себе відповідальність за зміни у власному житті (О. М. Савчук).

Д. Б. Паригін розглядає тренінг як метод групового консультування. Він пов'язував роботу у групі з активним груповим навчанням навичкам спілкування у житті та у суспільстві: від навчання професійно корисним навичкам до адаптації до нової соціальної ролі з відповідною корекцією Я-концепції та самооцінки [8]. Групи психологічного тренінгу створюють умови отримання особистісного досвіду, сприяють розвитку самосвідомості, орієнтують на активну позицію, самовираження. Кожен тренінг, незалежно від теоретичної



парадигми, має такі основні етапи: по-перше, виведення із внутрішнього плану в зовнішній неконструктивних елементів та моделей поведінки, по-друге, побудова моделі ідеальної поведінки в зовнішньому аспекті, по-третє, модифікація поведінки учасників групи і закріплення його у внутрішньому плані.

Ю. Н. Хряшева, аналізуючи тренінги соціальних та життєвих умінь (social/life skills training) виділяє три основні моделі. Перша модель спирається на сім категорій життєвих умінь: рішення проблем, спілкування, наполегливості, впевненості у собі, критичності мислення, уміння самоврядування та розвитку Я-концепції. Друга модель виділяє чотири категорії життєвих умінь, які є метою тренінгу: міжособистісне спілкування, підтримка здоров'я, розвиток ідентичності, рішення проблем та прийняття рішень. Третя модель включає тренінг емоційного самоконтролю, міжособистісних відносин, самопорозуміння, самозахисту, самопідтримки та концептуалізації досвіду [8].

Р. Баклі і Дж. Кейпл відмічають відмінності тренінгу та навчання, як з точки зору процесу, так і змістовної сторони та результатів. Вони бачать «мету тренінгу – забезпечити людину знаннями, вміннями і установками, які необхідні для виконання конкретних завдань. Навчання, або освіту, забезпечує людину теоретичної і концептуальної системою, що стимулює розвиток аналітичного і критичного мислення... Результат тренінгу зазвичай видно відразу, тоді як зміни, які викликані навчанням і розвитком, як правило, проявляються пізніше, через деякий час, і мають більш глибокий характер... Грамотно проведений тренінг дозволяє людині швидко придбати та виробити конкретні знання, вміння та установки, які необхідні для виконання певної роботи» [1, с. 17]. Також, важливим є акцент дослідників [3] на те, що значна частина змін у учасників тренінгу виникає як раз після завершення тренінгу у межах зони ближнього розвитку. Відповідно, розглядаючи потенціал тренінгу, зона найближчого розвитку означає можливості, здатності учасника, у межах яких, він може сприйняти допомогу ведучого. Тому, результат поєднаної діяльності з авторитетним другим у межах зони ближнього розвитку, пізніше стає включеним в її досвід.

Тренінг на відміну від психокорекції, визначається тим, що в ньому увага, в основному, приділяється формуванню навичок самовдосконалення особистості, тоді як корекція більшою мірою зорієнтована на норми психічного розвитку. За змістом соціально-психологічний тренінг включає до себе сукупність групових методів формування умінь та навичок самопізнання, спілкування і взаємодії осіб в групі. Тому, тренінг – це не тільки засіб корекції, але і метод формування особистості в цілому. Переважно психологічний тренінг використовується для розвитку навичок саморегуляції, саморозуміння, самопізнання, самосвідомості, рефлексії, адаптації та інше. Він вступає в певному сенсі тренажером, що дозволяє освоювати окреслені вміння, навички, знання.

Модерація групової роботи та медіація є інноваційними методами у соціальній роботі. В основі модерації лежить використання спеціальних прийомів, методів і технік, що допомагають організувати процес вільної комунікації, обміну думками, судженнями. Це

підводить клієнта до прийняття грамотного рішення за рахунок реалізації його внутрішніх можливостей. Модерація групової роботи у більшій мірі спрямована на розкриття внутрішнього потенціалу людини. Вона не привносить нового, а лише допомагає потенційне зробити актуальним. При цьому індивідуально значуще стає соціально значущим, тобто прийнятним у колективі. Функція модератора – допомогти тому, кого навчають «розкріпачитися», виявити приховані можливості та нереалізовані вміння.

Модерація так само, як і інші види супроводу, має наступні характеристики: зосереджена на конкретній проблемі; орієнтована не на конкуренцію, а на кооперацію; виключає формальний контроль та оцінку; містить способи діяльності, які вказують шлях вирішення проблеми для групи; створює психологічно комфортні умови для суб'єктів роботи членів групи [10]. Психотерапевтична і корекційна функції у модерації менш виражені.

На відміну від професійного тренінгу модерація не пов'язана з поетапним навчанням і формуванням окремих компетенцій фахівців. Модерація в основному використовує внутрішні ресурси (синергетичний ефект групової роботи), а при консультаційній взаємодії використовується як внутрішній потенціал клієнтів, так і професійні поради та рекомендації консультанта. Крім того, передбачається, що модератор, на відміну від консультанта, не обов'язково є фахівцем у певній професійній області.

Медіація – це технологія вирішення конфлікту за участю нейтральної третьої сторони. В основі медіації лежить переговорний процес, який спрямований на досягнення сторонами взаємоприйнятної угоди. У процесі медіації використовується підхід, який дозволяє допомогти зацікавленим сторонам у виробленні вирішення конфлікту у їх власних інтересах. В ухваленні рішення беруть участь обидві сторони, таким чином, результат є прийнятним для всіх залучених у конфлікт сторін. Ця обставина спонукає сторони дотримуватися вироблених спільно угод [2]. Посередник захищає процес, а не будь-яку з сторін або будь-який результат, якого вони прагнуть. Медіація унікальна у тому, що вона стимулює учасників взаємодіяти безпосередньо один з одним для розгляду спору, як загальної проблеми, яка потребує вирішення, з метою пошуку різних варіантів рішення; ставитися до протилежних позицій з повагою та фокусуватися на тому, що їм належить робити у майбутньому, ніж на тому, що сталося у минулому. Медіатор сприяє та забезпечує процес переговорів між сторонами, призводить їх до відшукування своїх власних рішень.

Посередництво – не консультування. Консультанти – це, як правило, психологи, які вислуховують сторони та дають поради. У медіації – справа сторін, що прийняти у якості найбільш прийнятної рішення з даного питання, а не завдання медіатора. Посередники докладають усіх зусиль, щоб упевнитися, що учасники процесу правильно розуміють наслідки своїх рішень. Але вони не говорять учасникам медіації, що треба робити. Тільки сторони самі можуть вирішити, як врегулювати ситуацію.

Психокорекція, психологічне консультування, тренінги є необхідними складовими у практиці психо-

логічної допомоги. Ці практичні методи соціальної роботи успішно можуть бути доповнені такими методами, як модерація і медіація, завдяки розширенню професійного репертуару працівників соціальної

роботи. Ефективність соціальної роботи досягається в результаті взаємодії та взаємовпливу обох сторін, що сприяє розвитку та саморозвитку як клієнта, так і працівників соціальної роботи.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бакли Р., Кэйпл Дж. Теория и практика тренинга / Р. Бакли, Дж. Кэйпл. Пер. с англ. А. Татлыбаевой – СПб.: Питер, 2002. – 352 с.
2. Бесемер Х. Медиация. Посредничество в конфликтах: Пер. с нем. Н.В. Маловой / Х. Бесемер. – Калуга: Духовное познание, 2004. – 176 с.
3. Зайцева Т.В. Теория психологического тренинга. Психологический тренинг как инструментальное действие / Т. В. Зайцева. – СПб.: Речь, М.: Смысл, 2002. – 80 с.
4. Колесникова Г.И. Основы психопрофилактики и психокоррекции / Г.И. Колесникова. – Ростов н/Д: «Феникс», 2005. – 185 с.
5. Лютова-Робертс Е.К. Тренинг начинающего консультанта: ведение доверительной беседы / Е.К. Лютова-Робертс. – СПб.: Речь, 2007. – 307 с.
6. Нельсон-Джоунс Р. Теория и практика консультирования. – СПб.: Питер, 2001. – 464 с.
7. Осипова А.А. Общая психокоррекция / А.А. Осипова. – М.: Сфера, 2002. – 510 с.
8. Психогимнастика в тренинге / [Под ред. Н. Ю. Хрящевой]. – СПб.: «Речь», 2002. – 256 с.
9. Психология социальной работы. Учебное пособие / [Под общ. ред. М.А. Гулиной]. – СПб.: Питер, 2004. – 351 с.
10. Редлих А., Миронов Е. Модерация конфликтов в организации / А. Редлих, Е. Миронов. – СПб.: Речь, 2009. – 240 с.
11. Сапогова Е.Е. Практикум по консультативной психологии / Е.Е. Сапогова. – СПб.: Речь, 2010. – 542 с.
12. Технологии социальной работы / [Под ред. Е.И. Холостовой]. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 400 с.
13. Шнейдер Л.Б. Пособие по психологическому консультированию: Учебное пособие / Л.Б. Шнейдер. – М.: Осъ-89, 2003. – 272 с.
14. Hearn G. Theory building in social work. Toronto: University of Toronto Press, 1958.

#### REFERENCES

1. Buckley, R. Caple, J. The Theory and Practice of Training. – Sankt Peterburg: Piter, 2002. – 352 p.
2. Besemer, H. Mediacija. Posrednistvo v konfliktah [Mediation. Conflict mediation] Tr. from German by. N.V. Malova. – Kaluga, 2004. – 176 p. (in Russian)
3. Zajceva, T.V. Teoriya psikhologicheskogo treninga. Psikhologicheskij trening kak instrumental'noe dejstvie [The theory of psychological training. Psychological training as an instrumental action]. – Sankt Peterburg: Rech', Moskva: Smysl, 2002. – 80 p. (in Russian)
4. Kolesnikova H.I. Osnovy psychoprofilaktiki i psychokorreksii [Fundamentals of psychological prophylaxis and therapy] / H.I. Kolesnikova. – Rostov n/D: «Feniks», 2005. – 185 p. (in Russian)
5. Lyutova-Roberts E.K. Trening nachinaushchego konsul'tanta: vedenie doveritel'noj besedy [Novice Training consultant: keeping confidential conversation] / E.K. Lyutova-Roberts. – Sankt Peterburg: Rech', 2007. – 307 p. (in Russian)
6. Nelson-Jones R. Theory and Practice of Counselling. – Sankt Peterburg: Piter, 2001. – 464 p.
7. Osipova A.A. Obshaya psychokorreksiya [Total psychocorrection] / A.A. Osipova. – Moskva: Sfera, 2002. – 510 p. (in Russian)
8. Psikhogimnastika v treninge [Psychogymnastics in Training]. Ed. by N.YU. Khryashevoj. – Sankt Peterburg: Rech', 2002. – 256 p. (in Russian)
9. Psikhologija social'noj roboty [Psychology of Social Work]. Ed. by M. Gulinoj. – Sankt Peterburg: Piter, 2004. – 351 p. (in Russian)
10. Redlikh A., Mironov E. Moderatsija konfliktov v organizatsii [Moderation of Conflicts in the Organization]. – Sankt Peterburg: Rech'. – 2009. (in Russian)
11. Sapogova E.E. Praktikum po konsul'tativnoi psychologii [Workshop on Counselling Psychology] / E.E. Sapogova. – Sankt Peterburg: Rech', 2010. – 542 p. (in Russian)
12. Tekhnologii social'noj roboty [Technologies of Social Work]. Ed. by E. Kholostovoj. – Moskva: INFRA-M, 2003. – 400 p. (in Russian)
13. Shneyder L.B. Posobie po psikhologicheskomu konsul'tirovaniu [Benefit: Counseling Tutorial] / L.B. Shneyder. – Moskva: Os'-89, 2003. – 272 p. (in Russian)
14. Hearn G. Theory building in social work. Toronto: University of Toronto Press, 1958.

#### Practical Methods of Social Work: A Comparative Analysis Krymova N., Lysenko O.

**Abstract.** The article presents a comparative analysis of social psychological methods and the methods of psychological support of the social work clients, such as psychological counseling, psychological correction, social psychological training, mediation and moderation. It is proved that these methods are dialogical in their nature, so the dialogue can be seen as a system quality of psychological support of social work clients. The efficiency of social work is determined by the client's ability to the self-energizing actions and its ability to use public resources and capabilities. Thus, the practical methods of social work promote development and self-development of the clients and the workers of social work, due to the interaction and mutual influence of both sides.

**Keywords:** *psychological methods, psychological consultation, psychological correction, social psychological training, mediation, moderation.*

#### Практические методы социальной работы: сравнительный анализ Н. А. Крымова, О. М. Лысенко

**Аннотация.** В статье дан сравнительный анализ методов социально-психологической и психологической поддержки клиентов социальной работы, таких как: психологическое консультирование, психологическая коррекция, социально психологический тренинг. Обосновано, что эти методы диалогичны по своей сути, поэтому диалог можно рассматривать как системное качество психологической поддержки клиентов социальной работы. Эффективность социальной работы определяется способностью клиента к самоусилению и повышением его способности пользоваться общественными ресурсами и возможностями. Таким образом, практические методы социальной работы способствуют развитию и саморазвитию как клиента, так и работников социальной работы, благодаря взаимодействию и взаимовлиянию обеих сторон.

**Ключевые слова:** *психологические методы, психологическое консультирование, психологическая коррекция, социально психологический тренинг, медиация, модерация.*

## HISTORY OF ART

# Нове розуміння ролі лінії і кольору в пейзажах кримського періоду М. С. Самокіша

Н. О. Бондарчук

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, м. Харків, Україна

Paper received 18.04.2016; Accepted for publication 01.05.2016.

**Анотація.** В статті розглянуто та надано аналіз пейзажної спадщини М.С. Самокіша у контексті пошуків кримського мистецтва ХХ ст. Виявлені привнесені Самокішем у Крим риси українського малярства, перехрестя і єднання української і російської мистецьких шкіл. Визначено новаторське бачення художника.

**Ключові слова:** кримський пейзаж, живопис, нове розуміння, лінія, колір, єднання традицій.

**Вступ.** У творчості академіка батального живопису Миколи Семеновича Самокіша пейзаж ніколи не відіграв чільної ролі. Можливо цим пояснюється незначна увага мистецтвознавців до пейзажної спадщини художника. А втім, у творчому доробку майстра є немало гідних прикладів цього жанру.

У 1917 р. М.С. Самокіш оселяється у Криму. У роки революції та Громадянської війни він створює яскраві, наскрізь пронизані теплим південним сонцем, сповненні південного повітря картини-етюди в яких наявний вплив традицій "Спілки російських художників" і українських майстрів початку ХХ ст., які працювали у дусі імпресіоністичної репліки. До цього досвіду Самокіш додає свого порозумінням, збагачуючи живописну поверхню полотна графічною лінією.

**Огляд публікацій з теми.** Описи окремих пейзажів у батальних творах Самокіша містять дослідження В. Ф. Яценка [6], В. Я. Ткаченка [14], М. Г. Бурачека, І. І. Пікулева [9], Г. С. Портнова [11], О. І. Палканова [10]. Спогади про метод праці майстра, спостерігаючи Самокіша за роботою на власні очі, залишив М. С. Барсамов [2]. У каталозі виставки творів М. С. Самокіша [7], що проходила в Сімферопольській обласній картинній галереї у 1957 р., О. І. Палканов дає стисло характеристику творчій манері і технічним прийомам майстра у підході до пейзажу. В рамках Міжнародної науково-практичної конференції "М. С. Самокіш та його учні", присвяченій 150-річчю від дня народження художника, що відбувалася у Сімферополі та Бахчисараї 2010 року, питання пейзажу в творчості М. С. Самокіша порушила у своїй доповіді автор даної публікації [8].

Але наявні публікації не дають вичерпної відповіді стосовно ролі і місця Самокіша у мистецтві кримського пейзажу. Живописні пейзажі майстра залишаються малодослідженими.

**Мета дослідження** полягає у виявленні принципів творчого методу М. С. Самокіша у живопису пейзажу. Встановленні індивідуальних рис, притаманних здобуткам кримського періоду, зокрема аналізу поведінки лінії і кольору в картині. Осягнення ролі і місця М. С. Самокіша у мистецтві кримського пейзажу ХХ ст.

**Матеріали і методи.** Основною інформаційною базою дослідження стали наукові праці вчених, мистецтвознавців, дослідників художньої творчості М. С. Самокіша, розвитку мистецтва живопису кримського пейзажу у ХХ ст., живопис, інші матеріали особистих

досліджень. В якості базового використано типологічно-системний метод, що дозволив окреслити образ «мистецького життя Криму», показати його специфічні риси, взаємовпливи та синтез у його середовищі. Завдяки історичному методу прослідковано розвиток кримського пейзажу у часі. Методом аналогій проведено паралелі між творчими особливостями кримських мистців та їх колег за межами півострову, виявленні впливи, запозичення. Одним з центральних є мистецтвознавчий метод, який дозволив провести образно-стилістичний та іконографічний аналіз живопису М. С. Самокіша. Гіпотетичний метод надав можливість припустити які історичні події, умови мали вплив на впровадження тієї чи іншої традиції або зміну її напрямку.

**Результати та їх обговорення.** У кримському мистецтві пейзажу дореволюційної доби як і в інших регіонах лінія була набуттям модерну, її ролі відводилося неабияке значення. У Криму вона виявляє себе як самостійний елемент з декоративною функцією здебільшого у мистецтві графіки, акварелі чи гуаші або темпері, рідше зустрічається в творах олією. Але як повноправний елемент формотворення у реалістичного напрямку живопису, лінію вперше у Криму застосовує М. С. Самокіш. З появою якого у 1918 р. було закладено фундамент для подальшого розвитку кримського пейзажу у реалістичному спрямуванні.

Європейського рівня графік, неперевершений майстер пера з тонкою культурою рисунка він надає своїм живописним творам впевненої енергійної лінії. Звикши до неї у щоденній багаторічній праці на ниві української і російської ілюстрації, європейської прикладної графіки, не спроможний відступити від лінії і у живопису. Але не варто сприймати таке за недолік. Оскільки в цьому виявляється трансформація ролі лінії у кримському післяреволюційному мистецтві. Таке її розуміння стає новаторським. Змінюючи свою траєкторію від графіки у живопис, лінія набуває нової для себе форми і змістовного значення. З появою Самокіша вона отримує інший змістовний контекст. В євпаторійський період 1918-1921 р., а саме у цей час художник створює найбільшу кількість пейзажів з натури, лінія виступає частиною незаписаного підмальювання або картону на якому творилося зображення. У живопис художник привносить і графічне розуміння пластики фарб.

Вищезазначене наявне у роботі "В Євпаторії" (1918, ХХМ). Де м'який ледве помітний перехід у відтінках кольору площинного трактування об'ємних предметів не принижує якостей картини, а навпаки дивує тим, як майже не опрацьовуючи об'єму, записуючи його суцільною площиною, мистець досягає ілюзорності і правдоподібності природи.

Впевнено володіючи художньою формою, майстер немов обіймає предмет подекуди довгастим, іноді широким, але майже завжди гладким не фактурним мазком. Жвавий артистичний почерк виокремлює М. С. Самокіша із невеликого осередку тогочасних місцевих живописців. Декоративні площини насиченого, соковитого кольору подекуди набувають орнаментального силуету. А один з улюблених прийомів майстра – графічна лінія, іноді зовсім зникає, лише інколи з'являючись там, де потрібно підкреслити форму для її більшого виявлення і звучання. Загалом ця лінія любить позначати себе на об'ємних предметах простору – конях, людях, стовбурах дерев, розчиняючись у рослинах і інших природних формах оточення. У картині "Жінка з відром" (1917-1919, СевХМ) помітно як заклавши загальні кольорові і тональні відношення Микола Семенович наносить лінію поверх живопису за для уточнення форми. Такий прийом використовують художники-акварелісти. Але М.С. Самокіш користується ним і у живопису олією. Виходячи зі свого завдання лінія або набуває, або зменшує товщини. Так у картині майже графічне вирішення дерева сусідить з пастою написаною стіною будинку з вікном і фігурою жінки на її тлі. Зображення умовно поділене майстром на дві частини. Праву частину виокремлює широке живописне подання. У лівій – по живописна прописаному тлі з групою господарських предметів на передньому плані, художник уточнює зображення графічною лінією кольору темної сепії. Якою зазвичай наносять попередній малюнок на полотно. Білих частин посуду на першому плані художник майже не торкається фарбою, підкреслюючи їх форму лише тільки жвавою лінією. Лінією він натякає і на кам'яну кладку стіни на задньому плані, окреслює нею межі зеленої клумби.

У "Євпаторійському подвір'ї" (1920-1921, СХМ) така лінія з'являється знов, але вже у малюнку ніг коня, якого написано поверх фарбового шару землі. І як у випадку з посудом у попередньому творі, маючи певні лінійні начерки ніг коня, майстер прописує їх лише частково, залишаючи деякі з фрагментів вільними від власного кольору, тим самим призначаючи їм відтінки тла. Таким чином, М. С. Самокіш єднає завдання різних жанрів мистецтва у межах однієї картинної площини.

У 1917 р. М.С. Самокіша направлено до Криму по стану здоров'я. Оселившись у Євпаторії, він створює низку пейзажів і етюдів у кращих традиціях російського і українського реалістичного мистецтва. Художника не ваблять екзотичні види курортного міста. Рідко використовує Микола Семенович і широкий діапазон мотивів Південнобережжя у своїй творчості. Його душі ближчі затінені затишні подвір'я, старовинні особняки і дачі, торжища [1, с. 12]. У період 1917-1921 рр. увагу художника приваблює пейзаж, як органічно замкнена частина природи більше ніж

панорамні види. Так у своїх баталіях майстер часто зображує просторі роздолля. Епічність, яка властива пейзажам в батальних полотнах майстра була необхідна йому для втілення цілісності задуму. А в самостійних пейзажах, які не відігравали допоміжної ролі при баталіях, автор віддає перевагу ліричному образу природи. Саме у Криму майстер вдається до написання проникливих своєю щирістю творів з природи. Які не схожі на його попередній досвід у створенні видів в баталіях і сюжетних картинах. У цей час М. С. Самокіш працює над низкою пейзажів в яких мають місце майстерно перепрацьовані прояви двох напрямків: модерну і імпресіонізму. У творах не відбито характер кримської місцевості, натомість яскраве забарвлення видає південний колорит. Автор поєднує декоративно-живописний підхід у кольорі і формі з детальною проробкою окремих частин зображення. У цей час мистець створює пейзажі двох типів: ліричні камерні та пейзажі-картини, застосовуючи схожу манеру письма для обох типів. В останніх М. С. Самокіш зображує господарські подвір'я з людьми та конями. Художник працює широкими площинами подекуди локального кольору, утворюючи гладку поверхню матового живопису. Деякі з пейзажів написані на темному картоні, який поглинає колір, надаючи зображенню земельного відтінку. Окремі місця свідомо залишені незаписаними, вони утворюють темний контур предметів, що надає живопису певної графічності. Іноді художник створює абрис форми уривистою лінією поверх прописаного тла, особливо це помітно у малюнку коней.

Наприкінці XIX – початку XX ст. ліричний образ жінки в оточенні природи усе частіше зустрічається у мистецтві В. О. Серова, М. С. Ткаченка, К. К. Костанді, П. О. Нілуса, П. І. Холодного, інших. Притамною журбою літа, що відходить пронизані поетичні образи природи і у творах М. С. Самокіша "Жінка у парку" (1918-1920, СХМ), "На дачі. Євпаторія" (1918-1919, СХМ), "На дворі" (1920-1921, СХМ). Замилуваний мотив дозволяє віднести їх до жанру ліричного пейзажу. Скрізь полотна дише образ полонівської патріархальної тиші. Є в них і щось пророчче. Немов поспішає мистець зберегти останні теплі промені бархатного літа. Але у живопису Самокіша немає притаманного Василю Дмитровичу сюжетного повчання.

За свідченням дослідника О. І. Палканов, залишався і надалі у Євпаторії з її обмеженими можливостями для художньої творчості не було сенсу. Для роботи художника-баталіста необхідні широкі стосунки з військовими, архіви і бібліотеки, наявність коней, військового обмундирування і спорядження для живопису з природи. Усе це можливо було лише у Сімферополі, куди Самокіш переїздить наприкінці 1921 року [2, с. 66]. Таке красномовне ствердження можна розцінити як творчу безвихідність художника-баталіста у період його перебування в Євпаторії і як наслідок – звернення до жанру пейзажу. Але ймовірно, що переймання типовими для старого міста мотивами, інтерес до садиб, дворич, загородів був цілком щирим для мистця. Інакше як пояснити емоційну насиченість і безпосередність узагальнених образів природи у полотнах "Літній день" (1917-1919, СХМ), "Дворик, освітлений сонцем" (1917-1920, СХМ), "Євпаторійський дворик" (1918-

1921, СХМ), "В Євпаторії" (1918, ХХМ), інші.

У тематичній картині симферопольського періоду «Розвідка» (1938, ЦМВСРФ) значну частину полотна відведено пейзажу. Проміж вкритих соломною білених малоросійських хат виступає група розвідників верхи. У формуванні об'єму на допомогу автору приходять гостра влучна лінія колонкового пензлю. Лінія не живописна як у творі «Жінка з відром» (1917-1919, СевХМ), а навпаки, графічна. І це надає картині враження журнальної ілюстрації. Кольором і лінією відтворено характерні деталі пейзажу, особливо у правій частині переднього плану. Подекуди тонкий шар олійної фарби у поєднанні з темним контуром нагадує про акварелі автора. Загалом зображення побудоване на контрасті живопису різної щільності мазка і точно вивіреного графічного довершення його поверхні.

Будучи спадкоємцем найкращих традицій російської реалістичної школи Микола Семеновичу завжди залишався вірний своєму корінню і духовно близький з плеядою українських мистців. Дотримання творчим заповітам Т. Г. Шевченка, багаторічна дружба і праця з С. І. Васильківським, близькі стосунки з К. О. Трутовським, П. Д. Мартиновичем, О. Г. Сластіном, О. О. Мурашко, Д. І. Безперчим, К. К. Костанді, М. К. Пимоненко, знайомство з П. О. Левченко, І. П. Похітоновим, К. Д. Трохименко, М. А. Беркосом і з багатьма іншими, робота у Харківському художньому інституті сприяли зміцненню духовного зв'язку Миколи Семеновича з Україною, єднання з її мистецьким осередком. Перепрацювавши стилістику імпресіонізму і модерну російські і українські живописці, у тому числі М. С. Самокіш, випрацювали особисті, властиві лише для них пластичні прийоми письма. Не виключаючи взаємовпливів і переймання досвіду, вони зберегли власні оригінальні обличчя у складному і надто цікавому мистецькому обрії першої третини ХХ ст. Микола Семенович був одним з яскравих представників цього кола. Рисами стилю Модерн позначені твори майстра "Вулиця" (СумХМ), "Етюд з будинками" (1917-1919, СевХМ), "Трійка" (1917-1919, СевХМ).

Справедливий вислів Я. П. Бірзгала у монографії 1940 р., присвяченій життю і творчості М. С. Самокіша, про те, що за технікою свого живопису Микола Семенович знаходився осторонь [3, с. 40]. Дослідник стверджує, що мистця важко цілком приєднати до будь-якої зі сталих художніх шкіл. Його творчий метод дуже особистий. Індивідуальність виявляється і в сукупності використаних прийомів при написанні пейзажів, плернерних етюдів. У пластичній декоративного мазку, сплюсненій подекуди формі, ажурності тінні, загальному графічному підході в окремих творах вбачаються паралелі з українським і сербським майстром сюжетної картини С. Ф. Колесниковим. Це гарно просліджується в картині М. С. Самокіша "Молодята" (НХМУ) і особливо помітно у живопису дерев. Споглядаючи на полотна Миколи Семеновича створюється враження, що він поділяє зображення на окремі клаптики, розфарбовуючи їх. Такий мозаїчний, навіть пазловий підхід здається особливо цікавим у відтворенні листя дерев і тіней, які воно відкидає, що набуває певної декоративності у роботах "Запорожці біля корчми" (1917-1920, СХМ), "Дворик. Етюд до картини "Запорожці біля корчми" (1917-1920, СХМ).

Загальне у прагненні єднання живопису з елементами графіки, лояльності локальним кольорам вбачається у пейзажах кримських двориків М. С. Самокіша, а особливо в першій вище зазначеній роботі з твором "Садиба" (1919, СумХМ) українського художника Н. Х. Онацького.

В Євпаторії М. С. Самокіш створює низку робіт з рисами історичного пейзажу. В них автор показує базарні площі, хазяйські подвір'я і все те, що рисує образ нехитрого устрою провінційного життя південної Росії перших десятиліть ХХ ст. Не можна впізнати Крим і по цих полотнах. Ймовірно, автор і не прагне до відтворення властивих кримській землі характерних особливостей. У даному випадку пейзаж слугує лише натурою, засобом к утворенню на його основі образного задуму мистця. Що особливо помітно у роботах "Запорожці біля корчми" (1917-1920, СХМ), "Євпаторійське подвір'я" (1920-1921, СХМ), "Дворик. Етюд до картини "Запорожці біля корчми" (1917-1920, СХМ), "Селянське подвір'я" (1917-1919, СевХМ), "Коні коло возу" (1918-1920, СХМ). Як виключення робота "Вороні коні" (1917-1919, СХМ), в якій проміж білених мазанок і дерев виразно помітно силует кримських гір.

У пейзажах 1917-1921 рр., як правило, відображено невеликий фрагмент природи, розміщений у горизонтальному форматі. Розмір полотна укладається у межі від 20 см по меншому боці, до 80 см – по великому. Зображення вкрито однорідним шаром фарби, різними за розміром площинами по всьому полотні. Кольорові акценти і камертони не позначені більш густою консистенцією фарби. Колір насичений, майже без півтонів, що надає живопису більшої декоративності, наближує до стилістики модерну. Композиція фрагментарна, часто будується за діагоналлю від правого кута у лівий ("Дворик. Етюд до картини "Запорожці біля корчми" (1917-1920, СХМ), "Запорожці біля корчми" (1917-1920, СХМ) і від лівого – у правий ("Євпаторійське подвір'я" (1920-1921, СХМ), "Вороні коні" (1917-1919, СХМ), "Селянське подвір'я" (1917-1919, СевХМ), "Катик-Базар. Євпаторія" (1917-1920, СХМ), "Літній день" (1917-1919, СХМ). У цьому вбачається звичка автора до перенесення композиційних прийомів спроможних відтворити динамізм сюжету в батальній картині у мірні пейзажі. Дерева і будівлі закривають горизонт, від того простір у картині майже завжди обмежений. На відмінну від дореволюційних робіт, як на приклад "Табун білих рисистих маток на водопой" (1889, НХМК), "Трійка" (1917, СХМ) де історичний пейзаж відтворено з притаманною епічному полотну широтою і розмахом.

Один з найліричніших творів майстра "Осінній пейзаж" (СХМ) написаний Самокішем до революції у традиції "Спілки російських художників". Фактура живопису гладка, фарба широким мазком рівномірно нанесена по всій поверхні полотна. Невибагливий безлюдний мотив приваблює глибокою російською задушевністю, левітанівською журбою. На думку спадає "Жовтень. Домотканово" (1895, ДТГ) Валентина Серова. Саме в "Осінньому пейзажі" Самокішу як найкраще вдалося відтворити стан і настрої похмурого дня. Легка, жвава манера письма створює враження, немов картина жива, усе в ній рухається, як у

натурі. Це можливо завдяки тому, що митець тонко відчув і зміг передати найтонші нюанси атмосфери. У до реставраційному варіанті картини (до 2010 р.) срібна паволока туману вкриває усе навкруги, від того зображення набуває особливості витонченості, кришталевого дзвону. Примарний, оповитий туманом осінній день ось-ось уронить на землю каплі дощу і вже почувається у повітрі лісна вогкість і запах азону. Але тим значущий витвір, що автор передає найостанніший момент, майже перехід від одного стану природи до іншого. Посередництвом природи, відтворення її станів, художник являє мінливість, раптовість людського життя.

У пейзажах дореволюційних баталій майстра також простежується вплив російської реалістичної школи, але з переїздом до Криму живопис Самокіша все більше набуває декоративних рис у традиції українського малярства. Колорит стає більш насичений, палітра звільняється від срібної гами, набуває відкритості. Графічність у розв'язанні живописних завдань виявляється у силуетності окремих мас, відході від півтонів, що частково сприяє втраті колишнього трепету і жвавості світлоповітряного середовища, властивих пейзажам дореволюційного періоду. Але у будь-який час майстер виявляє своє ліричне ставлення до природи. Його пейзажі завжди пройняті любов'ю до рідного краю, народу. У виборі неефективних мотивів провідну роль відіграють простота і скромність характеру художника.

З появою Миколи Семеновича на півострові, кримський пейзаж змінює курс від модерну. М.С. Самокіш на ряду з М. С. Барсамовим своєю творчістю і педагогічною діяльністю закладає у Криму фундамент для подальшого розвитку мистецтва у реалістичному напрямку. Що з початком 1950-х рр. набуває яскраво виразних рис пленеризму та імпресіоністичних ремінісценцій. Самокіш привносить у кримський пейзаж мальовниче розуміння кольору, властиве представникам ТПРХ, українським мистцям.

Велика антична культура, авторитет І. К. Айвазовського та мюнхенська сецесія давлелі над Кримом у дореволюційний час. До М. С. Самокіша кримський пейзаж, за рідкими виключеннями, майже не був знайомий ні з імпресіонізмом, ні з картиною-плєнером у значенні виконання твору від початку до кінця на повітрі. Самокіш розкриває природні можливості Криму у напрямку кольору. Надаючи йому південного цвітіння, знайомить з набуттям французів на цьому терені. Вдосконалюючи свою майстерність у Франції у 1880-х рр., він на власні очі спостерігає за роботою імпресіоністів. А подальша праця на Волині та в інших регіонах України сприяють випрацюванню нового погляду на колір і його завдання, як коду місцевості, в якому закладено національний абрис. Від тоді Самокіш привносить у кримський пейзаж мальовничий український колорит.

Не зважаючи на південніше розташування півострову відносно України, світло у Криму має більш холодний відтінок у наслідок рефлексувань від моря. В Україні світло тепліше, бо насичене рефлексами іншого моря – жовтого колосу величезних ланів. Саме до такого світла звикло око майстра з дитинства і він бачить його усюди. Самокіш майже не пише моря, від того в його

пейзажах світло більш гаряче, а колір по-українськи барвистий, що йде від мистецтва народу. Таке розуміння кольору стало новим для живопису Криму.

У більшість своїх пейзажів художник вводить елемент яскраво блакитної фарби, який слугує камертоном як, наприклад, палантин у картинах "Жінка у парку" (1918-1920, СХМ), "На дачі. Євпаторія" (1918-1919, СХМ), "На дворі" (1920-1921, СХМ). У творах "Євпаторія. Дачі" (1917-1920, СХМ), "Гарман" (1917-1919, СХМ), "Червоноармієць біля воріт" (1935, СХМ), "Кореїз. Крим" (1923, ХХМ) камертоном виступає тепла блакить неба. Іноді митець створює гру двох камертонів, один з яких небо, як у творах "На дачі. Євпаторія" (1918-1919, СХМ), "Євпаторійське подвір'я" (1920-1921, СХМ), "В Євпаторії" (1918, ХХМ), іншим може бути білена стіна хати, одяг жінки чи один з улюблених атрибутів майстра – синій чайник або відро. Яке являє самостійний камертон у творі «Дворик. Етюд до картини "Запорожці біля корчми" (1917-1920, СХМ), а у картині "Запорожці біля корчми" (1917-1920, СХМ) вдало відтіняє композиційний центр – яскраво червоний платок на голові у козачки. У роботі "Євпаторійський дворик" (1918-1921, СХМ) помаранчево-червона черепиця і платок дівчини виглядають яскравішими за рахунок контрастного зіставлення з зеленою деревиною і трави. Художник взагалі любить контрасти, вибудовуючи зображення на гармонії зіставлення протилежних кольорів. Життєстверджуюча сила його пейзажів – в світлоносності та більш насиченому кольорі порівняно з баталіями. Майстер надає вивірені пропорційні єдності тепло-холодних відтінків. Доповнюючи та контрастуючи між собою вони справляють позитивне враження випромінювання поверхнею живопису лагідного тепла.

Таким чином, М. С. Самокіш привносить у кримське класичне розуміння барви суто українську колірність. Але варто відзначити, що лінія розвитку кримського пейзажу у цьому напрямку, носіями традиції якого були М. К. Пимоненко, О. О. Мурашко, К. К. Костанді, М. Д. Кузнецов, І. І. Труш, Г. М. Глюк, І. І. Бокшай, надалі Т. Н. Яблонська та інші українські майстри не мала системного продовження у Криму. Чи то складні для мистецтва 30 роки ХХ ст., чи то війна, що унесла життя певної кількості безпосередніх учнів М. С. Самокіша, а може античне підґрунтя та стійкий авторитет вікових традицій російської школи, але кримський пейзаж обирає іншу лінію розвитку, що йде від коровінського розуміння світла і кольору з переваженням холодних відтінків. На думку автора статті, причина у вище зазначеній зорово-спектральній специфіці регіону, насиченого холодними рефлексами моря, а також у носіях традиції російського мистецтва, які прибули до Криму на початку 1950-х рр. та скоординували подальшу роботу художньої освіти регіону і розвитку мистецтва відтворення його краєвидів.

Не зважаючи на те, що М. С. Самокіш стояв у витоків формування художньої освіти у Криму і перші викладачі художньої освіти у Криму і перші викладачі художнього училища були його безпосередніми учнями, сучасний кримський пейзаж узяв за аксіому коровінський підхід у системі розподілу кольорів. В повітрі кримських серій якого завжди

відчувається освіжаюча прохолода морського бризу. Вона присутня навіть тоді, коли на картині немає зображення моря. Цю лінію підтримували і інші представники "Спілки російських художників" які працювали у Криму наїздом, як наприклад С. А. Виноградов. Палітра блакитних відтінків К. О. Коровіна, як і у його кримських наступників – особливо Ф. З. Захарова, В. П. Цветкової, С. І. Бакаєва, а також В. Д. Бернадського, П. К. Столяренка, С. К. Ярового, інших, часто холодна. Гаряче південне кримське сонце ці майстри передають переважно посередництвом холодних відтінків кольору, у той час як блакить М. С. Самокіша багата лазур'ю, яка випромінює тепло. Від споглядання пейзажів К. О. Коровіна і його наступників у Криму завжди жарко, але обов'язково відчувається присутність моря. Парадокс у тому, що кримську спеку вони передають за рахунок холодних кольорів на контрасті з вкрапленням гарячих, які займають на полотні значно меншу площу. У Самокіша навпаки, в основі полотна – тепла гамма, теплі відтінки займають більшу площу, а холодні він майстерно додає для контрасту. Від того сонце у Миколи Семеновича не палке, а зігріваюче. А ось моря в його творах немає навіть за кадром. Та може, не зовсім воно і кримське... сонце Самокіша.

Пейзажі створені Миколою Семеновичем у Криму, ніби відірвані від дійсного оточення, майже нічого в них не нагадує про цю землю. Вони свідчать про тугу майстра за рідною Україною. Народжений українською землею та присвятивши їй свою багаторічну плідну працю, художник наповнює місцеві краєвиди козаками та жінками в українському народному вбранні, використовуючи оточуюче середовище лише як натуру, яку наділяє іншим національним і історичним змістом. Виходить цікаве поєднання надбання двох шкіл – української і російської, в якому вбачаються мистецькі перехрестя з О. О. Мурашко, К. К. Костанді, С. Ф. Колесниковим, іншими, а також В. О. Се-

ровим і "Спілкою російських художників". Такий підхід до пейзажу підтверджує той факт, що переїзд художника до Криму був необхідністю, у той час як марив він про життя у Харкові і подальшу спільну працю з С. І. Васильківським над українською темою.

Таким чином, поряд з натурним, пейзаж у більшості історичних і батальних сцен кримського періоду Самокіша, як втім і до революції, не має певної географічної прив'язки. Часто це узагальнений образ селища, або степу з характерним малоросійським національним колоритом. Певно позначилась, серед іншого, і робота художника у 30-ті рр. XX ст. над серією історичних творів з героїчної минувшини України. Але саме у Криму яскраво розкрився талент Самокіша, як майстра пленеру.

**Висновки.** Першокласний академічний малювальник, визнаний одним з найліпших ілюстраторів Європи свого часу, Микола Семенович спрямовує кримський пейзаж у русло реалістичних тенденцій, еднаючи поживний живописний мазок насиченого українським сонцем кольору з чорною або відтінків сепії графічною лінією. Він оновлює завдання лінії у кримському мистецтві надаючи їй нового життя вже у межах реалістичного напрямку живопису з явним нахилом у бік пленерного подання. Що для лінії не є розповсюдженим явищем. Манера виконання живописного твору у весь кримський період Самокіша майже не змінюється, відхиляючись в більшій чи меншій мірі в бік декоративного або живописного подання.

Належність М. С. Самокіша і до Харківської школи живопису, що підкреслює певна кількість мистецтвознавців, поряд з С. І. Васильківським, М. С. Ткаченко, П. О. Левченко, М. А. Беркосом, М. Г. Бурачком, іншими, яскраво визначена в пейзажах його історичних і жанрових творів. Отже будучи безпосереднім носієм традицій українського і російського малярства, він еднає набуття обох шкіл на терені кримського мистецтва.

#### ПРИЙНЯТІ СКОРОЧЕННЯ

ДТГ – Державна Третьяковська галерея, м. Москва  
 НХМК – Науково-художній музей конярства Російського державного аграрного університету – Московської сільськогосподарської академії ім. К.А. Тімірязєва, м. Москва  
 НХМУ – Національний художній музей України, м. Київ  
 СевХМ – Севастопольський художній музей ім. М. П. Крошицького

СумХМ – Сумський художній музей ім. Н.Х. Онацького  
 СХМ – Сімферопольський художній музей  
 ТПРХ – Товариство південноросійських художників  
 ХХМ – Харківський художній музей  
 ЦМВСРФ – Центральний музей Військових сил Російської Федерації, м. Москва

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Амелина Л. Не только романтик войны. К юбилею Николая Самокиша // Антиквар. – К.: Визувий-2005, 2010. – С. 54-62
2. Барсамов Н.С. 45 лет в галерее Айвазовского. – Симферополь: Крым, 1971. – 255 с.
3. Бирзгал Я.П. Н.С. Самокиш. Жизнь и творчество. – Симферополь: Государственное издательство Крымской АССР, 1940. – 48 с.
4. Крымский пейзаж в творчестве художников: Альбом / Автор вступ. ст. и сост. Р. Д. Башенко. – К.: Мистецтво, 1990. – 215 с.: ил. – Рез. на англ., фр. и нем. яз.
5. Національний художній музей України: Альбом / Авт. вступ. ст. і уклад. Т. Рязанова, Л. Членова, О. Жбанкова, А. Захарчук, С. Рябичева, Л. Ковальська. – К.: Артанія Нова, 2003. – 416 с.
6. Николай Самокиш: Альбом / Авт.-сост. В.Ф. Яценко. – К.: Мистецтво, 1978. – 120 с.
7. Николай Семенович Самокиш: Каталог выставки / Автор вступ. ст. и сост. А.И. Полканов. – Симферополь, 1957. – 22 с.
8. Н.С. Самокиш и его ученики: Материалы Международной научно-практической искусствоведческой конференции / Сост. И.Б. Арбитайло, Е.И. Лазаренко. – Симферополь: "Бизнес-Информ", 2011. – 536 с.
9. Пикулев И.И. Николай Семенович Самокиш. – М.: Искусство, 1955. – 47 с.
10. Полканов А.И. Николай Семенович Самокиш. Жизнь и творчество. – Симферополь: Крымиздат, 1960. – 120 с.
11. Портнов Г.С. Николай Семенович Самокиш. – М.: Советский художник, 1953. – 62 с.
12. Садовень В.В. Русские художники баталлисты XVIII – XIX веков. – М.: Искусство, 1955. – 369 с.
13. Самокиш Николай Семенович. Выставка произведений. Живопись, графика: Каталог / Автор вступ. ст. Л.М.

- Рыбникова. – Симферополь: Крымский облполиграфиздат, 1985. – 10 с.
14. Ткаченко В.Я. Николай Семенович Самокиш. Жизнь и творчество. – М., 1984. – 128 с.
15. Український живопис XIX – початку XX ст. з колекції НХМУ: Альбом / Авт. та упоряд. А. Мельник, О. Жбанкова. – Хм.: Галерея, 2004. – 272 с.

#### REFERENCES

1. Amelina L. Ne tolko romantik voyni. K yubileyu Nikolaya Samokisha [Not only romantic of war. To Nick Samokish's anniversary] // Antikvar. – K.: Vizuviy-2005, 2010. – S. 54-62
2. Barsamov N.S. 45 let v galeree Ayvazovskogo [45 years in the gallery of Ayvazovsky]. – Simferopol: Kryim, 1971. – 255 s.
3. Birzgal Y.P. N.S. Samokish. Jizn i tvorchestvo [N.S. Samokish. Life and creation]. – Simferopol: Gosudarstvennoe izdatelstvo Kryimskoy ASSR, 1940. – 48 s.
4. Kryimskiy peyzaj v tvorchestve hudojnikov: Albom [Crimean landscape in the creation of artists: Album] / Avtor vstup. st. i sost. R. D. Baschenko. – K.: Mistetstvo, 1990. – 215 s.
5. Natsionalniy hudojnyi muzey Ukraini: Albom [National Art Museum of Ukraine: Album] / Avt. vstup. st. i ukhad. T. Ryazanova, L. Chlenova, O. Jbankova, A. Zaharchuk, S. Ryabicheva, L. Kovalska. – K.: Artaniya Nova, 2003. – 416 s.
6. Nikolay Samokish: Albom [Nick Samokish: Album] / Avt.-sost. V.F. Yatsenko. – K.: Mistetstvo, 1978. – 120 s.
7. Nikolay Semenovich Samokish: Katalog vystavki [Nick Semenovich Samokish: Catalogue of the exhibition] / Avtor vstup. st. i sost. A.I. Polkanov. – Simferopol, 1957. – 22 s.
8. N.S. Samokish i ego ucheniki: Materialyi Mejdunarodnoy nauchno-prakticheskoy iskusstvedcheskoy konferentsii [N.S. Samokish and his students: Materials of the International Science and Practical Art Conference] / Sost. I.B. Arbitaylo, E.I. Lazarenko. – Simferopol: "Biznes-Infom", 2011. – 536 s.
9. Pikulev I.I. Nikolay Semenovich Samokish [Nick Semenovich Samokish]. – M.: Iskusstvo, 1955. – 47 s.
10. Polkanov A.I. Nikolay Semenovich Samokish. Jizn i tvorchestvo [Nick Semenovich Samokish. Life and creation]. – Simferopol: Kryimzdat, 1960. – 120 s.
11. Portnov G.S. Nikolay Semenovich Samokish [Nick Semenovich Samokish]. – M.: Sovetskiy hudojnik, 1953. – 62 s.
12. Sadoven V.V. Russkie hudojniki batalisty XVIII – XIX vekov [The Russian painters of battle-pieces of XVIII – XIX centuries]. – M.: Iskusstvo, 1955. – 369 s.
13. Samokish Nikolay Semenovich. Vystavka proizvedeniy. Jivopis, grafika: Katalog [Samokish Nick Semenovich. Exhibition of works. Painting, graphic arts: Catalogue] / Avtor vstup. st. L.M. Rybnikova. – Simferopol: Kryimskiy oblpoligrafizdat, 1985. – 10 s.
14. Tkachenko V.Y. Nikolay Semenovich Samokish. Jizn i tvorchestvo [Nick Semenovich Samokish. Life and creation]. – M., 1984. – 128 s.
15. Ukrainkiy jivopis XIX – pochatku XX st. z koleksii NHMU: Albom [Ukrainian painting XIX – beginning XX centuries from collection of NKHMU: Album] / Avt. ta uporyad. A. Melnik, O. Jbankova. – Hm.: Galereya, 2004. – 272 s.

#### The new conception of the role of lines and colors in landscapes of the Crimean period of N.S. Samokish Bondarchuk N.

**Abstract.** In the article N.S. Samokish's the landscape heritage in the context of development of the Crimean art of the XX century is examined and analysed. The author exposes traits of the Ukrainian painting, which was brought by Samokish to Crimea and exposes points of interpenetration and unity of Ukrainian and Russian artistic traditions on the Crimean platform. Innovative vision of artist is marked.

**Keywords:** Crimean landscape, painting, new conception, line, color, unity of traditions.

#### Новое понимание роли линии и цвета в пейзажах крымского периода Н.С. Самокиша Н. А. Бондарчук

**Аннотация.** В статье рассматривается и анализируется пейзажное наследие Н.С. Самокиша в контексте поисков крымского искусства XX в. Выявлены привнесенные Самокишем на полуостров черты украинской живописи, взаимопроникновение и единение на крымской платформе украинской и русской художественных традиций. Обозначено новаторское виденье художника.

**Ключевые слова:** крымский пейзаж, живопись, новое понимание, линия, цвет, единение традиций.



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)