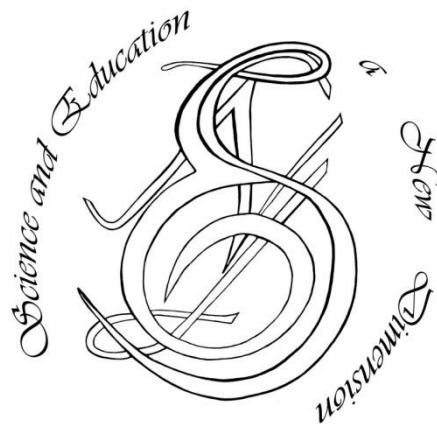


SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES



p-ISSN 2308-5258

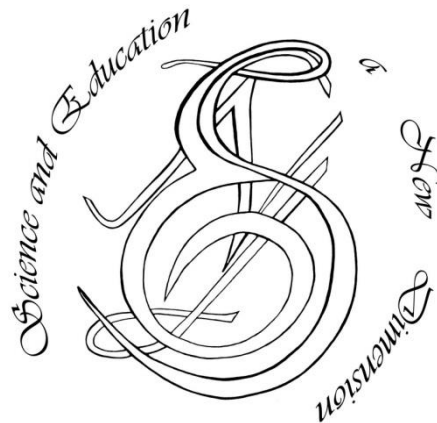
e-ISSN 2308-1996

VII(32), Issue 192, 2019 Feb.

SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32>

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
Department of Psychology, Faculty of Health and Life Sciences, Northumbria University, Northumberland Building, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

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

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

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

Sokuriaynska Liudmyla, Doctor of sociological science. Prof. Head of Department of Sociology. V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

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 co-authors. 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: 70.95; ICV 2015: 80.87; ICV 2016: 73.35

GOOGLE SCHOLAR

CROSSREF (DOI prefix:10.31174)

ULRICHS WEB GLOBAL SERIALS DIRECTORY

UNION OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS YEARBOOK

SCRIBD

ACADEMIA.EDU

CONTENT

CULTUROLOGY	7
Екологічний вимір етичного та естетичного як світобудівна парадигма культури <i>О. С. Хлустун</i>	7
Культурна політика Латвії: ефективні шляхи збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини <i>Ін. М. Ковальчук, Ір. М. Ковальчук</i>	11
ECONOMICS	14
Особенности программ лояльности сегмента B2B на рынке высокотехнологичных товаров <i>Д. Ю. Дворецкий, В. В. Жарникова, Е. А. Соболева-Терещенко</i>	14
Analysis of Ukrainian trends of use of Internet technologies in process of marketing interaction with clients of the enterprise <i>І. О. Уголков, М. Ф. Нончар, О. С. Скубинський</i>	18
PHILOSOPHY	22
Еклезіологічне вчення Православної Церкви у богослужіннях Страсного тижня <i>Є. В. Фурсенко</i>	22
«Синтетична» концепція Ф.Шміта в контексті «культурного зламу» <i>О. А. Пушонкова</i>	25
Біографічний метод як оцінка освітнього потенціалу <i>В. В. Сагуйченко</i>	29
HISTORY	35
Історичні аспекти розвитку фізичної та реабілітаційної медицини у Франції <i>М. В. Данилевич, О. В. Романчук, Р. С. Коваль, Н. О. Базиляк</i>	35
LEGAL SCIENCE	39
Experience of Foreign Countries Regarding Legal Regulation of the Foreign Economic Activities of Economic Entities <i>V. N. Aliyeva-Baranovskaya</i>	39
Conceptual principles of the creation of the high court of intellectual property in Ukraine <i>V. V. Kuryava</i>	44
Щодо залучення певних категорій осіб до соціальних робіт <i>О. В. Тихонюк</i>	47
POLITOLOGY	52
Diplomatic institutions methods in the process of providing intelligence services <i>V. Artemov, A. Rusnak</i>	52
SOCIAL COMMUNICATION	55
Проблеми моделювання лексико-семантичного поля: прагматичний і комунікативний аспекти <i>О. І. Бабаєва, О. Лентуга</i>	55

Типологічна специфіка артбуку як особливого виду книжкового контенту <i>А. В. Бідун</i>	58
Target audience of the popular science information in media: peculiarities and classification <i>К. Р. Bilohrats</i>	64
Ідіостиль в медіадискурсі: до проблеми дефініції <i>Н. М. Прокопенко, О. М. Свтушенко, Т. В. Ковальова</i>	67
Сугестивний потенціал вербальних засобів висміювання в контенті сучасних електронних видань <i>Н. В. Руденко</i>	71
Соціологічні напрямки діяльності кабінету вивчення книги і читання <i>Х. І. Вербицька</i>	75
Філософський, психологічний, художній та публіцистичний образи: сутність понять <i>А. В. Волик</i>	79
SOCIAL SCIENCE	85
Применение методологии дискурс-анализа для изучения дискурсивного уровня онтологии вещей: возможности и ограничения <i>Д. Бойко, Б. Дикань</i>	85
Волонтерство в сучасній Україні: фактори актуалізації <i>О. О. Проценко</i>	89
Administrative aspects of the state social-humanitarian policy in the educational sphere among countries of transformation type <i>Р. Sirenko</i>	95
Міжкультурна комунікація як фактор формування ціннісних орієнтацій підліткової молоді прикордоння Східної та Центральної Європи (за результатами міжнародного дослідження) <i>Л. Г. Сокурянська, О. В. Максимович</i>	99
RECREATION AND TOURISM	104
Особливості розвитку міжнародного туризму в країнах Західної Європи <i>А. В. Сидорук, Ф. Ф. Товстон'ятко</i>	104

CULTUROLOGY

Екологічний вимір етичного та естетичного
як світобудівна парадигма культури

О. С. Хлисту

Київський національний університет культури і мистецтв (м. Київ, Україна)
Corresponding author. E-mail: with_joy@ukr.net

Paper received 17.12.18; Accepted for publication 02.01.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-01>

Анотація. У статті звернено увагу, що проблематика метаекологічного підходу відображає альтерглобалізаційні інтенції культуротворчості. Екологія культури, екологія природи, екологія людини, екологія естетична маркують проблемне поле культурних трансформацій в контексті ідентичності людини. Питання етосу культури на межі екологічної катастрофи свідчить про те, що вже нікого не задовольняє суб'єктно-об'єктна парадигма, не задовольняє світоглядна парадигма як схоластичний палатив посттоталітарної філософії в рамках марксистського розуміння світу як «сутнісних сил» людини та культури.

Ключові слова: етичне, естетичне, екологія культури, екологія природи, екологія людини, культуротворчість.

Вступ. Якщо ми починаємо входити в більш конкретне поле естетичного, підшуковуємо слова, що позначаються прикметником «естетичне», то виникає цілий набір рефлексивних теорій, тобто певних вимірів рефлексії щодо естетичного, які сформувалися в історії естетики як філософської дисципліни. Такі поняття як «естетична цілісність» культури, «естетичне середовище», «естетичні почуття», «естетичні відношення» мають безмежну універсальну презентативність у своїй номінації. Отже, потрібно передусім визначитись, на якому коректному теоретичному рефлексивному полі ми будемо працювати для того, щоб просунулись в розумінні естетичного як екологічної парадигми культури, де пересікаються естетичне та екологічне, а також, коли їх актуальна співскладеність стає парадигмою культуротворення.

Аналіз публікацій та досліджень. Проблема універсуму естетики в культурі в контексті інституалізації її технологій З. Баумана, Д. Гелда, Е. МакГрю, Д. Голдблатта, Н. Маньковської та ін. [2; 3; 5], адже мало визначені екологічні та культурологічні аспекти формування естетичних феноменів в просторі глобалізації культури.

Мета статті – визначити соціокультурні детермінанти сучасного формування естетико-культурних технологій в сприйнятті комунікаивного середовища.

Основна частина. Одним із перших загострив питання естетичного І. Кант. Як відомо, «Критика здібності судження» написана в останні роки його життя і стає певним синтезом антропологічної проблематики філософії. Кенігзберзький мислитель поєднує свідомість, судження і розум таким чином, що визначається епіцентр цієї єдності – природа, яка має пізнавальну здібність в мистецтві як здібність судження, а свобода, що охоплюється розумом, є кінцевою метою і описується такою здібністю душі, як здібність бажання. Так, такі сутності сили людини, як здібності душі, пізнавальні здібності природні принципи в їх єднанні, прилаштуванні до природи, у мистецтві створюють своєрідний категоріальний універсум, де естетичне виконує опосередкуючу роль. Почуття задоволення або незадоволення означає цілепокладання

без мети. Отже, цілепокладання без цілі розуміється як вільна естетична гра, що презентує сутнісні сили людини як певну формальну надприродну і надпредметну ознаку. Таке бачення естетичного ще більш формалізувалося в посткантианській естетиці, де опосередкуючим феноменом гармонізації сутнісних сил людини стає категорія «цінність». Це створює досить цікаву і досить розгорнуту категоріальну партитуру синтетично схоплення світу в його антиномічному системотворенні.

А. Орлов намагається ввести в контекст культурологічної рефлексії ідеї коеволюції та розглянути її не лише в природі, а і в суспільстві. Визначаються такі пріоритети: заперечення європоцентризму, звільнення наукового бачення від традиційного економічного детермінізму, намагання розглянути процеси глобалізації в різних площинах, де наївно-прогресистські теорії, які походять від Просвітництва, є непродуктивними [6]. Тобто, можна стверджувати, що феномен екологічної свідомості стає тотальним типом ідентифікації всіх феноменів людського буття, діяльності, мистецьких, культурних практик, естетичного середовища в цілому як певної екосистеми.

Краса розумілась як ідеальний ейдос просвітлення косної матерії. Філософ витворив свою оригінальну системотворчу стратегію «просвітлення» матеріального субстрату, але час романтичних освітлювань природи пройшов. Зараз екологічна парадигма вже не поєднується ані з аполонівською містифікацією природи, а також ні в якій мірі не кореспондується з марксистським поглядом на активної людини, що розуміє природу лише як своє неорганічне тіло і всіляким засобом перебудовує і добудовує її.

Природа стає тим непізнаним об'єктом (НЛО), що вимушує весь час переоцінювати всі цінності культурного весвіту. Отже, переоцінка всіх цінностей, розпочата в свій час Ф. Ніцше, продовжується, але не в нігілістичному вимірі, а в модельно-реконструктивному. Так, виникає вже не неопозитивістська або неокантианська естетика, естетика екологічна.

Екологічна естетика в постмодерністському світі стає гармонізуючою ланкою культурних практик. Н. Маньковська відмічає: «Два полюса постмодерністської культури – екологічна та алгоритмічна естетика – є свідком про намагання створити цілісне духовне середовище, яке поєднує природу, культуру і техніку. Принциповим є те, що до самої культури постмодернізм відноситься як до первинно даної людині природи, яка потребує її сприйняття і дбайливого відношення до неї. Покоління екологів стало не лише свідком екологічних війн, екофашизму і екологічного тероризму, але і творцем екологічної дипломатії, політекології, термінові екологічної допомоги, екологічного етикету. Реальна діяльність, яка пов'язана з естетизацією навколишнього середовища, приваблює значну частину західноєвропейського електорату, який віддає свої голоси за кандидатів, що проходять по позапартійним спискам „мисливців і рибалок”. Ідеї екологічного ренесансу нашої планети, екологічного екумінізму, який би об'єднував представників усіх релігій світу, в ім'я спасіння природи, тема коеволуції природи і суспільства приваблює будівників екологічного мистецтва (екологічний джаз, кіно, які присвячують свою творчість одній із головних проблем сучасності)» [5, с. 237].

Втім варто говорити про «метаекологічну» естетику, яка змогла б з'єднати збіднілий продукууючий розум, загнаний в кут деконструктивізму та почуття розгубленої та втраченої гармонії в контексті реконструкції постмодерністської культури. Власне, в новітній антропологічній ситуації опосередкуючим виміром стає універсалістська етика, орієнтована на екологічну свідомість. Сцієнтистська свідомість ще за старими зразками класифікує, роз'єднує та всілякими засобами членує той матеріальний субстрат природи, який членувати і розділяти не можна.

Кантівське визначення естетичного як цілепокладання без мети несе в собі певну телеологію, яка стоїть досить гостро в контексті сьогодинського часу. Не утилітаризм геополітики, не доцільність цілепокладання, не новітня соціопрагматика, а різні контексти формування планетарного спільного дому стають детермінантами діяльності людини. К.-О. Апель, більш гостро визначає парадоксальність комунікативної етики постсучасності: «Той, хто буде осмислювати взаємовідносини між наукою і етикою в сучасному індустріальному суспільстві, що охоплює весь світ, знаходиться в парадоксальній ситуації. А саме, з одного боку, потреба в універсальній, тобто зобов'язуючи все людство, етиці ще ніколи не була настільки потрібною, в наш час єдиної планетарної цивілізації, породженої технологічними наслідками науки. З іншого боку, філософське завдання раціонального обґрунтування всезагальної етики ще ніколи не була настільки важкою, як в час науки, при тому, що ідея інтерсуб'єктивної значущості в науці й додає шкоди, а саме саєнтистською ідеєю нормативно нейтральної або вільної від цінностей «об'єктивності» приймають за зразок.

Спочатку розглянемо один бік цієї парадоксальної ситуації: актуальну потребу в універсальній етиці (хотілось би сказати в макроетиці людства на кінцевій землі). Технологічні наслідки науки наділили сьогодні

людські вчинки і припущення, взяті разом, такою значущістю і важливістю, що більше не можливо користуватися моральними нормами, котрі керують людським сумісним життям в малих групах і котрі редукують відносини між групами до боротьби за існування в дарвіновському сенсі» [1, с.263–264].

Настанови краси, домобудівництва під гомін дитячих кроків по піску, під гомін тепла материних рук пов'язують нас з теплом ойкумени, з теплом оселі, що робить естетику не холодною, космополітичною, абстрактною дисципліною, яка може бути матерією ідеального сценарію крокування з епохи в епоху, майже нічого не втрачаючи. Метаекологічна естетика є рідним домом, який не обов'язково є відвертим етнографізмом або шароварною естетикою. Коли домом – естетичним середовищем – стає вся планета, а власна домівка несе почуття планетного крокування людини землею кулею в сучасних мас-медіа і будь-яких інших екранних просторах, сучасна людина в ейдетичному та естетичному вимірі починає відчувати цей світ як невід'ємну єдність людини і природи.

Проблема екологічного виміру естетичного як домобудівної і світобудівної парадигми культури наслідує генетичний рух естетичної теорії. Коли починають виводити специфіку естетичної цінності із аксіології взагалі, то ми відчуваємо, що тут щось не так. Відчуваємо, що це певний редукаціонізм. Перший, хто зреагував на аксіологічний редукаціонізм і без будь-яких сантиментів відкинув гру в аксіологію, був М. Гайдеггер. Він дав зрозуміти, що тільки ми щось оцінюємо, то ми вже деконструємо реальність. Оцінці підлягає те, що вже нами знищено, розчленовано і переструктуровано. Тобто, якщо щось оцінюється, то воно вже втрачає частину своєї цінності. Так, фактично естетичне як таке є безцінним. Безцінне життя людини, кожний її крок, кожна мить, безцінна інша людина. Якщо ми розбудовуємо парадигму цінностей та ціннісного виміру взагалі, то хочемо чи не хочемо, ми все одно створюємо метаморфози оцінювання у рефлексії як значимого інтерпретативного простору. А там, де відбувається оцінювання, де утворюється догмат міри, вимірювання стає вже нестерпним, як стає вже нестерпний плюралізм в постмодерністській реальності, за визначенням Р. Вентурі.

Нестерпний догмат оцінювання, де всьому наліплюється ярлик цінностей, призводить до того, що ми потрапляємо в ситуацію вже втрачених цінностей. Так, естетичне втрачає щось те фундаментальне, що аксіологічним виміром не схоплюється. Отже, дискусія між природниками і суспільниками була суто ідеологізованим коридором псевдодіалогу. Можна сказати, що дискусії не було як такої, існувала псевдодискусія, дискурси були не естетичними, а політично заангажованими ідеологемами, де природники були достатньо історично орієнтованими та фундаментальними, традиційними естетиками, які розуміли, що ще з давніх часів, античності вважалося, що блаоговіння перед природними цінностями є запорукою естетизму. Природне ество є запорукою творення тих шедеврів, які ми бачимо і в античності. Суспільники, що все вбачали як структуровану суб'єктивність, розглядали естетичне як оголену суспільність. Це якраз і створю-

вало те, що свідчить в екологічному контексті про недооцінювання природних вимірів естетичного.

Втім, табір природників окупували псевдонатуралісти, що ховалися за утровою об'єктивністю «естетичних цінностей», нав'язували суспільникам об'єктивізм і свавілля пропорційних систем. А вже пройшов час і ми бачимо, що цінності природного Універсуму, співмірного людині, торкаються універсального природного витoku. Так, цінності стають інколи зайвими, а інколи смішними перед катастрофою знецінювання Універсуму як тотальної цілісності. Можна стверджувати, що система цінностей трансформується в екологічному вимірі, набуває ознак іманентизації екологічних систем як естетично самодостатнього світу. Іманентний трансценденталізм оцінки утворює цілісну партитуру вимірювання, де визначається надцінність можливого (можливе як проект, як аксіологічна перспектива), що відкидає будь-яку неадекватну оцінку і цінності, оголює перспективу в якомусь іншому, неаксіологічному вимірі.

Анти-аксіологізм можна побачити в феноменологічних течіях естетики, зокрема у О. Лосєва, Р. Ингардена. Отже в цих феноменологічних течіях можна побачити не лише міфологічну трактовку природи і культури, а навіть містичні та магичні ритуали, прослідкувати універсальні естетичні доміанти. О. Лосєв пише: «Людина доби Відродження, яка ставить за мету художнє оволодіння природою, чудово розуміє, що це взагалі неможливо в абсолютному смислі або можливо лише в певних відносинах. А вже звідси витікає, і це цілком природно, незадоволеність людини Відродження і неможливість для неї зупинитися на тому або іншому досягнутому результаті. Здавалось би, якщо мова іде лише про земні речі і ці речі для людини цілком можна з'ясувати, але тут повинна існувати певна задоволеність своєю творчістю. А але будь-хто, хто вивчає мистецтво Ренесансу, на здивування наштовхується на величезну незадоволеність, яку переживають художники Відродження, не дивлячись на принципи гармонії і симетрії» [4, с.75–76].

Феноменологічна естетика дає можливість створити універсальну екологічну парадигму естетичного як парадигму культури. Цей простір ще не засвоєний філософською та культурологічною рефлексією, не визначений як безмежна можливість структурування і деструктурування інформації у будь-яких категоріальних універсумах метаекологічної естетики. Отже, категорії традиційної естетики вже стають не достатніми для досягнення формотворчого потенціалу екологічної естетики. Потрібні вже трансценденталії, ті особливі фундаментальні означувані категоріального ряду, що стають орієнтирами інтерпретативного аналізу – перспективними точками, між якими пунктиром розгортається весь категоріальний універсум екологічної естетики.

Так, в полі метаекологічної естетики актуалізується категорія «ритм» як універсальний транслятор світів. В статті «Ритм» у «Словнику театру» Патріса Паві читаємо: «Поняття ритму зовсім не є знов створеним семіологічним інструментом для читання драматичного тексту або опису вистави. Однак теоретичні імплікації ритму мають фундаментальне значення в таких випадках, як, наприклад, у сучасній театральній

практиці, коли ритм стає визначним фактором організації фабули, розвитку подій і сценічних знаків як виробництва сенсів. Теоретичні і практичні дослідження, пов'язані з ритмом, виникають в момент епістеміологічного злам: після засилля візуального ряду, простору, сценічного знака в середині вистави, що розумілася як візуалізація сенсу, відбувається перехід від теорії до практики, до пошуку абсолютно іншої парадигми театральності явища: слухової, часової, з означенням послідовності – одним словом, основаною на ритмічному структуруванні» [7, с.289]. Театрологія середовища допомагає зрозуміти ті транспозиції, що описував в свій час М. Бахтін.

Транспозитивна естетика М. Бахтіна презентує категорію «ритм» як маркер переходу, що є найважливішим для реконструкції метаекологічної естетики як дисципліни. «Ритм є ціннісне упорядкування внутрішньої даності, наявності. Ритм не є експресивним у вузькому значенні цього слова. Він не виражає переживання, не обґрунтовується із середини його, він не є емоційно-вольовою реакцією на предмет і зміст, але реакцією на цю реакцію. Ритм безпредметний у тому сенсі, що не має справи безпосередньо із предметом, але із переживанням предмету, реакцією на нього, тому він понижує предметну вагомість елементів ряду» [25, с.103].

Ці конотації надають можливості визначити поле для майбутніх міркувань. Так, звичайно, ми якоюсь мірою пориваємо з традицією, яка вже опрацьована в вітчизняному естетичному рефлексивному осередку. В одній із книг Столовича «Філософія. Естетика. Сміх», що вийшла в 1999 році, можна побачити посмертну маску Емануїла Канта. В Тарту зберігається один екземпляр. Втім, невідомо, в скількох одиницях відбулась відливка. В Тарту також зберігається кантівський рукопис, присвячений естетичному міркуванню щодо однієї з дисертацій, яку опонував Кант. В Тарту залишився слід Канта, що зберігає його листи, архів.

Артефакти природи – це також штучні факти, створені людиною, але вони симулюють, демонструють і презентують саме їх природність. Культура зараз набуває феноменально і фундаментально природного значення, шукає те, що є глибинним, докультурним, або надкультурним. Паннатуралізм культури постмодернізму презентується в рекламі, моді, дизайні, масмедіа. Всі культурні практики переживають захоплення натуралістичними течіями візуальної презентації. Це віртуальний простір, все, що пов'язане з копіюванням, тиражуванням – гіпсовим зніманням копій. Інсталяція як документування події (біополітика) стає актуальним в сучасних видах мистецтвах, естетиці. А вже ми прекрасно бачимо, що саме звернення до природи ще ніякою екологічною естетикою не маніфестує і не несе.

Тут потрібне не вихоплювання і монтаж природних артефактів, а переоцінювання всіх цінностей. Трансцендентальний метод Канта допомагає поставити питання: як можливе життя в добу екологічних катаклізмів. Людина постмодерну вже загубила ноосферний проект, а якщо немає ноосфери, то і людини немає. Людина не може бути локальним опредмеченим сутнім серед іншого сутнього. Так, в предметних артефактах вона створює ту ноосферу, що є тотожною семі-

осфері і всім іншим людським здібностями, які так прекрасно класифікував Кант у різних вимірах.

Людина не може називатися людиною, якщо вона виконує роль хижака у природному ландшафті, не може бути людиною, якщо вона надіється, що ноосфера сама виникне, а запущений автоматизм перетворений біосфери в ноосферу гарантований технологічним та технічним прогресом. Отже, проблема метаекологічного підходу демаскує холодний об'єктивізм природи та презентує антропний вимір Універсуму – його залежність від людини. Уникнути подібного погляду допомагає принцип софійності як розумового та калакогатійного ставлення до світу.

Відомо, що Вол. Соловйов визначним місце Софії як субститути Христа, спроектував софійність у логос Ісуса Христа. Іншу версію створює С. Булгаков, який «вивільняє» софійність як самодостатню естетичну потенцію теогенезу та космогенезу. Для нас важливо, що реальне поле креативного (естетичного) природо-подібного культуротворчого виміру людини не пригнічує культуру, а належить людині. Звідси походить й пафос восьмого дня творіння у М. Бердяєва.

Метаекологічна естетика усуває цінності культури за межі діяльнісного активізму людини, за межі панестетизму, що заміщений на гордині людини, яка відчуває себе в центрі світу. Софійність як феміністичний імпульс орієнтований на креативний поштовх, що творить світ в естетичному бутті людини-митця. Ми не хочемо проводити демаркаційних ліній між релігійною креацією та між креативністю культури, можемо констатувати, що в культурі вони ніколи не розрізнялися, культурі ніколи не існувала окремо від ре-

лігії. Так, М. Бердяєв загострив питання Боголюдини як антропологічний проект, восьмий день творіння у нього є домом культури. Свобода волі і свобода креації належить божественному акту створення нової землі і нового неба.

Висновки. Романтизм бердяєвського проективізму є небезпідставним, він маркує сьгоднішню метаекологічну ситуацію. Всі розподіли на суб'єктне і об'єктне, ідеальне та матеріальне передують дефініції естетичного у суспільників чи природників. Однак ця демаркація не є екологічним виміром естетичного, навпаки, цілісність естезису як планетарного антропного феномену презентує екологічне як кантівський середній термін. Отже, розуміння, що естетичне як екосвіт людського буття стягує у вузол почуття, розум, свідомість, закономірність і кінцеву мету цілепокладання, з'єднує природу і свободу через креативний акт культуротворчості є евристичним підходом щодо гармонізації сучасних глобалізаційних проблем культури.

Творчість людини як створення краси у витвору мистецтва не є лише диференційованою спеціалізованою діяльністю, бо людину можна зрозуміти як перманентне відтворення в ній гармонії універсуму. Витвір мистецтва як шедевр створений Богом (еманацією Абсолюту), природою (субстратом художньої форми), культурою (образним контекстом). Якщо так на підставах креативних культуротворчих та природотворчих детермінант побачити сучасну проблематику екології естетичного, то можна стверджувати, що метаекологічна естетика стає одним із факторів гармонізації глобалізаційних проблем культури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апель К.-О. Трансформация философии / пер. с нем. В. Куренной. Москва : Логос, 2001. 344 [1] с.
2. Бауман З. Идентичность в глобализирующемся мире. URL : <http://www.lovievich.ru>
3. Гелд Д., МакГрю Е., Голдблатт Д., Перратон Д. Глобальні трансформації / пер. з англ. В. Курганського, В. Сікори. Київ : Фенікс, 2003. 548 с.
4. Лосев А.Ф. Эстетика Возрождения. Москва : Мысль, 1978. 623 с.
5. Маньковская Н. Б. Эстетика постмодернизма. Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. 347 [5] с.
6. Орлов А. С. Социология рекреации. Москва : Наука, 1995. 148 с.
7. Пави П. Словарь театра. Москва : Прогресс, 1991. 504 с.

REFERENCES

1. Apel K.-O. Transformatsiya filosofii / per. s nem. V. Kurennoy. Moskva : Logos, 2001. 344 [1] s.
2. Bauman Z. Identichnost v globaliziruyuschemsya mire. URL : <http://www.lovievich.ru>
3. Geld D., MakGryu E., Goldblatt D., Perraton D. Globalni transformatsiyi / per. z angl. V. Kurganskogo, V. Sikori. Ki-Yiv : Feniks, 2003. 548 s.
4. Losev A.F. Estetika Vozrozhdeniya. Moskva : Myisl, 1978. 623 s.
5. Mankovskaya N. B. Estetika postmodernizma. Sankt-Peterburg : Aleteyya, 2000. 347 [5] s.
6. Orlov A. S. Sotsiologiya rekreatsii. Moskva : Nauka, 1995. 148 s.
7. Pavi P. Slovar teatra. Moskva : Progress, 1991. 504 s.

The ecological dimension of ethical and aesthetic as a world-cultural paradigm

O. S. Khlystun

Abstract. The article draws attention to the fact that the metaecological approach reflects the alterglobalization of the intention of cultural cooking. Ecology of culture, ecology of nature, human ecology, ecology aesthetic mark the problem field of cultural transformations in the context of human identity. The question of the ethos of culture on the brink of an ecological catastrophe suggests that no subjectivity is met by a subject-object paradigm, does not satisfy the world-view paradigm as a scholastic palliative of post-totalitarian philosophy within the framework of Marxist understanding of the world as the "essential forces" of man and culture.

Keywords: ethical, aesthetic, ecology of culture, ecology of nature, ecology of man, culturology.

Культурна політика Латвії: ефективні шляхи збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини

Ін. М. Ковальчук, Ір. М. Ковальчук

Український центр культурних досліджень. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: innairadr@gmail.com, kmir4ik@ukr.net

Paper received 06.02.19; Accepted for publication 13.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-02>

Анотація. Стаття присвячується вивченню міжнародного досвіду імплементації положень Конвенції про охорону нематеріальної культурної спадщини. Розглядається культурна політика Латвії щодо збереження НКС та прописуються успішні механізми та інструменти збереження та популяризації культурної спадщини.

Ключові слова: Конвенція, нематеріальна культурна спадщина, освіта, законодавча база.

Процеси глобалізації, модернізації загрожують культурній ідентичності народів, що призводить до пошуку актуальних, функціональних механізмів та інструментів збереження і популяризації матеріальної і, особливо, нематеріальної культурної спадщини (НКС). Головною метою сучасного світу є пошуки шляхів різноманітного та сталого розвитку культури, які, сприяючи росту та конкурентоспроможності держави, будуть здатні підвищити якість життя кожного, зберігаючи та розвиваючи культурний капітал країни. Дослідженнями в сфері нематеріальної культурної спадщини в Україні займаються В. О. Василенко, О. І. Мельничук, Л. М. Снігирьова, В. В. Телеуца, І. Б. Фетисов та багато інших. Проте, міжнародному досвіду не приділяється належна увага, хоча вивчення успіхів або проблем інших держав може сприяти вдосконаленню власної культурної політики. Крім того, міжнародний досвід ілюструє не лише розробку певних програм, заходів, а й результати їх впровадження.

Дана робота присвячена аналізу латвійського досвіду в сфері НКС з метою розробки рекомендацій щодо інструментів збереження та популяризації культурної спадщини. І Україна, і Латвія належать до групи країн з перехідною економікою. Однак, остання продемонструвала швидкі темпи в економічному розвитку, вже проведені основні структурні перетворення в економіці, спостерігаються зміни в культурній сфері (збільшення туристичних потоків, відвідувачів музеїв, у 2011 році витрати на культуру посіли 4 місце з 12 (6,7%)) [3, с. 75]. Матеріалом дослідження стали законодавчі документи Латвії, номінаційні дос'є на елементи нематеріальної культурної спадщини, проекти, які було реалізовано. Головними методами дослідження є збір та обробка інформації.

Сучасна культурна політика Латвії спирається на «Керівні принципи реалізації культурної політики на 2014 – 2020. «Креативна Латвія»», які було розроблено у 2014 році [3]. Захист НКС забезпечується Законом Про Нематеріальну культурну спадщину, який встановлює, що Міністерство культури має розробляти план збереження національної нематеріальної культурної спадщини, залучаючи громади та інших партнерів (інші міністерства) (2016 р.). Відповідно до Закону, план збереження та розвитку НКС затверджується Кабінетом Міністрів. Це національний середньостроковий документ з планування розвитку, який встановлює національні цілі забезпечення сталості НКС на 7 років, прописуючи юридичні, адміністрати-

вні та організаційні заходи, а також фінансові ресурси, серед інших:

- 1) захист елементів, занесених до Списку НКС, особливо занесених до Списку Конвенції;
- 2) ідентифікація, документація та дослідження НКС;
- 3) оживлення, посилення, розвиток та просування НКС;
- 4) включення тем, пов'язаних з НКС до навчальних програм формальної та неформальної освіти, підготовка спеціалістів та викладачів, залучення відповідних громад під час розробки та впровадження освітніх програм;
- 5) забезпечення іншої підтримки [4, с. 3].

Крім того, в Законі прописана діяльність Латвійського Національного центру культури, який має імплементувати положення Конвенції, координувати розробку плану, підтримувати та оновлювати Список нематеріальної культурної спадщини, перевіряти відповідність номінаційних форм Конвенції, забезпечувати доступ громадськості до Списку та інформації, що стосується спадщини, надавати організаційну та логістичну підтримку Раді НКС. [4, с. 5].

Культурний простір зазнає впливу не лише від економічних, політичних, але й демографічних змін в країні, які в Латвії характеризуються низькою народжуваністю, старінням суспільства, міграційними процесами. Останні призводять до спорожнення сільських територій та концентрації мешканців у містах. «Формування міської культури посилилося. Одночасно місцеві громади краще усвідомлюють значення своєї місцевої матеріальної та нематеріальної культурної спадщини як ресурсу розвитку та активізуються, цілеспрямовано беруть участь у її збереженні та передачі, сприяючи залученню туристів до Латвії» [3, с. 8].

У 2001 році було створено Етнічний культурний центр Суйти, який організовує семінари і викладає традиції дітям в установах навчальних закладів округу. Ініціатива і діяльність самої громади мали вирішальну роль для занесення культури Суйтів до списку ЮНЕСКО. Це прослідковується через такі документи: Номінаційна форма культури суйтів (2009 рік); пропозиція плану охорони; меморандуми співпраці між партнерами, залученими на національному рівні (2010 та 2016 роки); державний звіт Латвії щодо позначеного елемента (2013 р.) [7, с. 372]. Слід зазначити, усі документи демонструють необхідність зв'язків між

культурою, освітою та політикою регіонального розвитку. Так, наприклад, план включає 5 головних пунктів: освіта (краєзнавство в шкільній програмі, вивчення традиційних музичних інструментів та місцевого діалекту); ревіталізація зниклих елементів (весільні традиції, гра на волинці, традиційне вбрання); дослідження та публікації (місцеві ремесла, фестиваль протяжного співу (дрон)); культурне середовище (реставрація місцевих середньовічних замків та муніципальних центрів) та 'довготривала сталість' (програма розвитку держави для сталого розвитку культурного простору Суйтів, програма допомоги транспортній інфраструктурі, відновлення релігійних будівель) [7, с. 373]. Незважаючи на те, що ні Міністерство культури, ні жодна інша установа не створили програму національної політики, призначену спеціально для Суйтів, Державний Фонд капіталу культури та інші фондові ресурси підтримують проекти громади. Крім того, з метою збереження культурного простору Суйтів, було посилено національне партнерство.

Сучасність вимагає обов'язкового залучення формальної освіти для збереження НКС, оскільки передача знань у сім'ї через покоління не завжди є можливою. Так, наприклад, традиції Суйти висвітлюються під час навчання музики та візуальному мистецтву. Середня школа в Алсунга приєдналась до мережі Асоційованих шкіл ЮНЕСКО (2009-2011), фокусуючись на збереженні НКС, учні та вчителі беруть участь у семінарах та експедиціях. Крім того, в шкільну програму були введені місцеві дослідження культури Суйти, щороку в середньому 40 учнів знайомляться з ними. Гру на інструменті кокле було введено в музичну школу Алсунга у 2010 році у співпраці з Латвійською академією музики імені Язепса Вітолса та було надано 8 інструментів – коклес. У свою чергу, курс «Традиційна культура» було інтегровано на уроках з Образотворчого мистецтва, застосовуючи інноваційну методологію [6]. Асоціація ремісників Суйти («*Suitu amatnieki*») запровадила проект *Освіта для дорослих*, спрямований на збереження етнічної ідентичності в повіті Алсунга. Дорослим пропонується оволодіти навичками, пов'язаними з художнім та ремісничим секторами. Крім того, асоціація організувала традиційні костюмні майстерні Суйти – пошив сорочок, в'язання шкарпеток, виготовлення перламутрових комірців та браслетів (*dūrgali*). Табір «*Suitu tradīciju skoliņa*» (Школа традицій Суйти) щорічно організовується для дітей та молоді (в середньому розрахований на 30 чоловік). Школа пропонує вивчити традиції та історію Суйти, відвідуючи музеї та маючи практичні заняття. Табір посилив інтерес дітей та молоді, а також їхніх батьків. Сьогодні кількість бажаючих перевищує кількість місць. Крім табору однієї культури, створили спільний табір для представників громад суйтів та сету.

Поширеним заходом підтримки та популяризації культури в країні є транскордонні проекти, серед яких, наприклад, *Тематичні села: нові можливості для розвитку бізнесу в прикордонних районах Латгалії і Аукштайтії* (2010 – 2012), бюджет якого становив 374,882 EUR і охопив 20 сіл Латвії та Литви, які зберегли національні традиції та ремесла і які мають бажання їх розвивати та погодилися стати частиною нового туристичного маршруту. Для розвитку туристичного потенціалу кожне село обрало тему, яка відображає його особливість (молочні продукти, мед, яблука, хліб, сауна, вівця та вовна, продукції з кухні, місцева кухня) [2, с. 22]. Ще один транскордонний проект – *Прикордонна мережа ремесел як засіб просування привабливості кордонів Латвії-Литви* (2009 – 2011), його бюджет становив 1,574,102 EUR. Ідея виникла у зв'язку з тим, що приблизно 1400 ремісників Середнього Балтійського регіону мали обмежену можливість продажу своєї продукції під час «мертвого» сезону. Одинадцять партнерів об'єдналися, з метою розробки спільної стратегії просування регіону і ознайомлення відвідувачів з традиційним мистецтвом та ремеслами протягом року. Було створено десять ремісничих та мистецьких центрів та було розроблено 5 нових туристичних маршрутів, які сприятимуть вивченню мистецтва різьблення по дереву, надавати можливість насолодитися багатим кулінарним надбанням або дізнатися секрети ремісників. Місцеві жителі та туристи також могли відвідати міжнародні фестивалі ремесел та отримати задоволення від подорожуючих фото-виставок. [2, с. 86]

Таким чином, головним механізмом збереження НКС є законодавча база країни. На рівні держави мають бути розроблені та затверджені Закон про нематеріальну культурну спадщину, План збереження нематеріальної культурної спадщини; конкретизовані критерії відбору елементів НКС і їх поширення серед громад; через залучення законних інструментів, забезпечено видалення дублікатів та продуктів заміників; формування стандартів якості продуктів НКС. Крім того, збереження культури забезпечується завдяки науково-дослідній роботі, яка формує базу даних для майбутніх поколінь. Популяризація культурної спадщини неможлива без залучення освітнього компоненту (як формального, так і неформального). Зокрема: розробка нових програм з метою інтеграції нематеріальної культурної спадщини в навчальний процес; відкриття навчальних курсів при культурних центрах, інституціях; проведення семінарів/ конференцій / круглих столів з роз'яснення міжнародних норм та стандартів з метою покращення візуалізації нематеріальної культурної спадщини на міжнародному ринку. Поширення багатства країни стає можливим завдяки міжрегіональній та міжнародній співпраці освітніх закладів та культурних центрів, осередків носіїв НКС.

ЛІТЕРАТУРА

1. New Theme Village Business Development Opportunities in Latgale and Aukstaitija Cross Border Region – Access mode : – Режим доступу : <http://www.latgale.lv/ru/>
2. Cooperation neighbours. Showcase brochure. Latvia-Lithuania. Cross border cooperation programme under European territorial Cooperation 2007-2013. – Volume 3. – 160 p.
3. Cultural policy guidelines 2014-2020 “Creative Latvia”. – Riga: 2014. – 93 p.
4. Intangible Cultural Heritage Law Publication: «Latvijas Vēstnesis» – 20.10.2016. – 5 p.
5. Muraskovska Ingrida. Adult education in the context of ethnic culture – Alsunga County experience. – Access mode : <https://ec.europa.eu/epale/en/blog/adult-education-context-ethnic-culture-alsunga-county-experience>
6. Report 2013 – 2014 / UNESCO – Access mode : <https://ich.unesco.org/en-state/latvia-LV?info=periodic-reporting>
7. Vaivade Anita. Intangible cultural heritage and sustainable development: case study of Suiti cultural space in Latvia / Intangible Cultural Heritage: Safeguarding Experiences in Central and Eastern European Countries and China // The 10th Anniversary of the Entry into Force of the 2003 Convention through the Prism of Sustainable Development (Scientific and substantive editor Hanna Schreiber). – 2017 National Heritage Board of Poland. – 475 p. – P. 370 – 380

Cultural policy in Latvia: effective ways and means to preserve and promote the intangible cultural heritage

In. M. Kovalchuk, Ir. M. Kovalchuk

Abstract. The article is devoted to the study of international experience in the implementation of the Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage. The cultural policy of Latvia on the safeguarding of ICH is considered and successful mechanisms and instruments for the preservation and popularization of the cultural heritage are prescribed.

Keywords: *Convention, intangible cultural heritage, education, legislation.*

ECONOMICS

Особенности программ лояльности сегмента B2B на рынке высокотехнологичных товаров

Д. Ю. Дворецкий, В. В. Жарникова, Е. А. Соболева-Терещенко

Київський університет імені Бориса Грінченка, Україна, м. Київ
Київський національний торговельно-економічний університет Україна, м. Київ
Corresponding author. E-mail: o.tereshchenko@kubg.edu.ua, v.zharnikova@gmail.com

Paper received 08.02.19; Accepted for publication 13.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-03>

Аннотация. На сегодняшний день, ведущее значение в системе оптовой торговли занимает лояльность клиентов в контексте бизнес-бизнес (B2B), которая до настоящего времени изучена недостаточно. Данная статья посвящена установлению различий программ лояльности в сегментах B2B и B2C, рассмотрены особенности формирования потребительской лояльности в сегменте B2B в торговле высокотехнологичных товаров, предоставлено авторское видение этапов формирования программ лояльности на указанном рынке.

Ключевые слова: лояльность, B2B, программа лояльности, торговля, классификация.

Введение. Приложения усилий компаниями оптовой и розничной торговли по привлечению, удержанию клиентов и формированию их лояльного отношения являются, бесспорно, целесообразными. Вместе с тем, выбор стратегий и конкретных методов зависит от понимания целей программ лояльности и определения приоритетов в зависимости от того, какой вид лояльности покупателей нужно развивать. Именно поэтому, сегодня вопрос классификации программ лояльности для конкретных сегментов рынка является особенно актуальным. Разрозненность существующих материалов по данному вопросу усложняет процесс применения теории на практике.

Краткий обзор публикаций по теме. Среди представителей отечественной и западной экономической мысли, которые занимались вопросами исследования программ лояльности, следует отметить работы: А.Зинкевича [1], Е. Соболевой-Терещенко, В. Жарниковой [2-3], Т. Андрищенко, О. Бережной [4], А. Цысарь [5], Ф. Райхельда [6], А. К. Rai, M. Srivastava [7], М. Стоуна, Н. Вудкока, Л. Мэчтингера [8] и др. Исследователями предлагается множество различных трактовок значения и содержания понятия программ лояльности, при этом не существует единого взгляда по определению понятия программ лояльности.

Вместе с тем, на страницах профессиональных изданий можно найти большое количество статей, посвященных исследованию особенностей формирования программ лояльности на определенных рынках товаров. Например, исследователи-практики активно изучают проблемы формирования программ лояльности торговых сетей [2-3], предприятий [4], банков, ресторанов, аптек, АЗС, Интернет-магазинов, услуг мобильной связи и тому подобное. Наблюдается тенденция к основательному и глубокому изучению указанной проблематики в аспекте отраслевой принадлежности и специфики определенного товарного рынка.

Цель. Сравнительный анализ программ лояльности в сегментах B2B (оптовая торговля) и B2C (розничная торговля). Кроме того, целью исследования было определение особенностей формирования потреби-

тельской лояльности в сегменте B2B в торговле высокотехнологичных товаров для определения этапов формирования лояльности клиентов в оптовой торговле.

Материалы и методы. В ходе исследования теоретико-методологических основ построения программ лояльности в торговле высокотехнологичными товарами в контексте бизнес-бизнес (B2B), обработано научно-практические публикации отечественных и зарубежных авторов с использованием общенаучных и специальных методов: диалектического метода, методов анализа и синтеза, метода системного анализа и дедуктивного метода.

Результаты и их обсуждение. Результаты ряда исследований свидетельствуют о том, что работа торговых сетей по усилению лояльности имеющихся потребителей имеют более высокую эффективность, чем привлечение новых сегментов. Так, повышение уровня удержания клиентов на 5% способствует росту прибыли на 25%, при этом компании с высокой лояльностью клиентов увеличивают прибыли в 2 раза быстрее, чем конкуренты [1, с. 57], а затраты на привлечение нового клиента обходятся в зависимости от отрасли от 5 до 10 раз дороже, чем на содержание уже существующего. [1]

В целом программы лояльности – это инвестиции в долгосрочное развитие компании, важный инструмент построения отношений с клиентами. Они эффективны для увеличения покупательского спроса во времени, но их влияние различается в зависимости от потребительских сегментов и рынков. Ключевая ошибка, которую совершают многие компании, при реализации программ лояльности B2B состоит в том, что они слепо копируют модель программ лояльности для B2C, пытаясь примерить программу лояльности для физических лиц на корпоративных клиентов и их сотрудников. Это приводит к негативной реакции со стороны руководства клиентов и даже к разрыву партнерских отношений.

Обзор научно-практической литературы по данному вопросу предоставил нам возможность определить перечень детерминант для сегментов B2B и B2C.

Различия основных определителей программ лояльности в оптовой и розничной торговле представлены в таблице 1.

Таблица 1. Сравнительный анализ программ лояльности в сегментах B2B и B2C

Детерминанты	B2B	B2C
Участники	Юридические лица, ФОП	Физические лица
Цель	Увеличить прибыльность за счет решения бизнес-задач компаний- клиентов	Увеличить прибыльность за счет удовлетворения индивидуальных потребностей клиента
Приоритеты	Акцент на нематериальную мотивацию и использование косвенного финансового стимулирования	Акцент на материальную мотивацию и прямое финансовое стимулирование
Открытость, способ вхождения	Закрыта для всех, открыта только для определенной категории клиентов	Открыта для всех клиентов
База начисления бонусов, баллов, вознаграждений	Выполнение плановых показателей закупок, совершенных в течение определенного периода, по истечении которого при условии выполнения плана начисляется вознаграждение	Разовые покупки без установленного плана с большим интервалом, при этом вознаграждение начисляется практически сразу либо на следующий день
Наполнение	Относительно небольшая номенклатура и ассортимент продукции поставщика	Огромная номенклатура товаров разных брендов
Категории участников	Покупатели – те, кто совершил одну или несколько покупок Клиенты, регулярно покупающие товары	Потенциальные покупатели, которые могут быть заинтересованы в том, чтобы покупать Посетители - люди, которые, хотя бы однажды побывали в магазине Покупатели – те, кто совершил одну или несколько покупок Клиенты, которые, регулярно покупают товары Приверженцы - те, кто всем рассказывают о магазине
Форма взаимоотношений	Партнерские отношения, основанные на личных контактах	Общие отношения, основанные на обезличенных контактах
Природа взаимоотношений	Двойственная, учет интересов, как организации, так и ее сотрудников, которые занимаются закупками	Учет интересов только конечных потребителей
Размер членских взносов	Ощутимые, высокие входные барьеры	Низкие или бесплатные

Источник: Разработано авторами на основе источников [2-8]

Понимание важности воспитания лояльности торговых посредников B2B появилось относительно недавно, параллельно с увеличением их роли в товародвижении. Ведь посредник - это именно тот участник рынка, который является лицом конкретной торговой марки или компании. То есть, существует четкая двусторонняя взаимосвязь между лояльностью посредников и лояльностью потребителей, между программами лояльности оптовой и розничной торговли. Вместе они составляют комплексную лояльность на рынке определенной группы товаров.

В современных условиях развития торговли, наблюдается тенденция основательного и глубокого анализа формирования программ лояльности в аспекте отраслевой принадлежности и специфики определенного товарного рынка. Одним из динамично развивающихся рынков товаров на сегодняшний день является рынок высокотехнологичных товаров. При создании программы лояльности сегмента B2B на рынке высокотехнологичных товаров необходимо учитывать особенности рыночного поведения конечных потребителей.

На сегодняшний день, на основании изучения научно-практических публикаций отечественных и зарубежных авторов определены следующие особенности украинского рынка высокотехнологичных товаров:

– спрос на высокотехнологичную продукцию имеет потенциал развития и роста, не смотря на невысокую платежеспособность украинского населения, которое тратит половину совокупного дохода на приобретение продуктов питания и товаров повседневного спроса;

– глобализация экономической активности и появление Интернета привели к появлению новой модели оптовой торговли бизнес-бизнес (B2B), известной как электронный рынок B2B или электронная торговая площадка – marketplace (интернет-супермаркет Rozetka, маркетплейс Prom, сервис он-лайн объявлений OLX), которая способствует установлению новых маркетинговых отношений между покупателями и продавцами;

– рынок высокотехнологичных товаров тесно связан с развитием новых технологий, зависим от рынка мобильных операторов, который довольно монополизирован и имеет высокие входные барьеры, а также рынка программных продуктов ИТ, который динамично развивается в Украине и являются самым прибыльным видом услуг на экспорт;

– значимость и применимость программных продуктов способствует лояльности покупателей высокотехнологичных товаров, однако новизна программных продуктов иногда подрывает лояльность клиентов, таким образом, предложение большего количе-

ства инноваций не обязательно делает клиентов лояльным;

– степень лояльности оптовых покупателей имеет двойственную природу: качество отношений с сотрудниками поставщика и качество отношений с самим поставщиком товара в целом; для украинского рынка высокотехнологичных товаров характерно, то, что в лояльности клиентов B2B уровень отношений между сотрудниками поставщика и оптовым покупателем играет существенную роль;

– для украинского рынка высокотехнологичных товаров характерно наличие значительного количества собственных марок товаров, особенно в сфере мобильных телефонов и мелко-бытовой техники и большая ротация брендов в сегменте «эконом», поскольку лояльность бизнес-клиентов, завоевывается менеджерами оптовой торговли больше через ценность и справедливость отношений, чем через марку товара.

Таким образом к процессу формирования программ лояльности привлечен широкий круг разнообразных детерминант: начиная от характеристик потребителя товара и заканчивая внешними факторами микро- и макро экономической среды.

До начала процесса создания программы лояльно-

сти в сегменте B2B на рынке высокотехнологичных товаров необходимо определить основные детерминанты программы лояльности, в том числе: цель, приоритеты, категории участников, базу вознаграждений, наполнение и другое. Кроме того, необходимо четко понимать разницу в построении программ лояльности для сегмента B2B (оптовой торговли) и сегмента B2C (розничной торговли), которые совокупно образуют комплексную лояльность на рынке определенной группы товаров. И в завершение принятия решения о формировании программы лояльности в сегменте B2B необходимо изучить факторы микро- и макро экономической среды, в нашем исследовании это особенности украинского рынка высокотехнологичных товаров.

Как показали исследования отечественных и зарубежных авторов, мотивационная сфера потребителя не является устоявшейся, она подвержена изменениям и определенным трансформациям под влиянием факторов внешней среды и индивидуальным развитием клиента, однако, этапы формирования программ лояльности в целом остаются неизменными. Характеристика этапов создания программы лояльности в сегменте B2B на рынке высокотехнологичных товаров представлено в таблице 2

Таблица 2. Этапы формирования программ лояльности в сегменте B2B

Название этапа	Содержание этапа
Определение стратегии программы лояльности	Определение политики, рисков, методик и процедур; порядок, формы, наполнения и периодичность предоставления отчетов
Постановка целей	Формулировка четких задач, которые ставит перед собой компания, определения параметров оценки эффективности программы лояльности
Создание и анализ базы данных	Основополагающий этап - сбор и анализ основных необходимых сведений и данных о клиентах
Определение целевой аудитории	Выбор конкретной аудитории, на которую будет направлена программа лояльности. Кто, как и за что получает вознаграждение
Определение критериев ценности клиента	Сегментация клиентов, измерение финансовых показателей, доходность потребляемых товаров (сверх прибыльные и менее прибыльные)
Выбор типа программы лояльности	Выбор типа программы лояльности, которая лучше всего будет подходить для выбранного сегмента и будет отвечать поставленным целям (нематериальная мотивация и косвенное финансирование)
Выбор привилегий	Определение определенных привилегий, которые могут быть предложены клиентам кроме бонусов, персонализация системы вознаграждений, нематериальная мотивация
Определение ресурса сопровождения	Формирование команды по поддержке и сопровождению программы, назначение ответственных лиц, распределение обязанностей
Формирование финансовой концепции	Проведение оценки будущих затрат в программе лояльности и возможностей их покрытия, оценка эффективности
Определение коммуникаций	Учет трех направлений коммуникации при создании программы лояльности, а именно коммуникации между клиентами, между окружающей средой и внутри компании
Управление программой лояльности	Формирование единого удобного центра управления и управления программой лояльности, формирование отчетности
Закрытие программы	Определение и формулирование необходимых действий в случае неудачи проекта, возможные варианты завершения программы лояльности

Источник: Разработано авторами на основе источников [2-8]

Используя методику проектного менеджмента, было выделено 12 этапов проекта по формированию программы лояльности в оптовой торговле. Предварительный анализ проекта показал возможность внедрения программы лояльности в течение 3-9 месяцев в зависимости от размера оптового торгового предприятия.

Выводы. На основании проведенного анализа отечественных и зарубежных исследований в области

развития программ лояльности, можно утверждать, что программы лояльности B2B отличаются от программ лояльности для B2C. Попытки примерить программу лояльности для физических лиц на корпоративных клиентов и их сотрудников приводят к негативной реакции со стороны руководства клиентов и даже к разрыву партнерских отношений.

В условиях Украины и современной практики по формированию программы лояльности в сегменте

B2B на рынке высокотехнологических товаров процедура создания такой программы может состоять из двенадцати основных этапов. основополагающим этапом формирования программы лояльности является сбор и анализ основных необходимых сведений и данных о клиентах с использованием Интернет - технологий и специализированных программных продуктов. Важным условием эффективного внедрения программ лояльности является определение отраслевой принадлежности и изучение специфики определенного товарного рынка в целом.

Итак, направление дальнейших исследований по данной проблематике предусматривает определение последствий возможных изменений в структуре потребительских мотиваций бизнес-клиентов на рынке высокотехнологических товаров и параметрах процесса формирования программ лояльности в сегменте B2B. Наибольшие изменения потребительских мотиваций на наш взгляд, будут связаны с дальнейшим развитием информационных технологий и Интернет - продвижением.

ЛИТЕРАТУРА

1. Зинкевич А. Библиотека маркетолога. Конвейер клиентов: как привлекать и удерживать [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга [сайт]. – Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/belt_system.htm
2. Соболева-Терещенко О., Жарникова В. Теоретико-методологичні основи ефективних систем лояльності /О.Соболева-Терещенко, В. Жарникова - Журнал Менеджер, 2017, Вип. 2(75). С.82-91.–Режим доступу:<http://dspace.uzhnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/%E2%84%96-2-75-2017.pdf>
3. Соболева-Терещенко О.А., Жарникова В. В. Особенности бухгалтерського обліку розрахунків з покупцями в умовах застосування програм лояльності/ О.А.Соболева-Терещенко, В. В. Жарникова.- Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка», 2017, Вип. 2(50) С. 325–332. – Режим доступу: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/18221>
4. Андрищенко Т.Ю., Бережна О.Б. Особливості впровадження системи управління партнерськими відносинами на підприємств. / Т.Ю. Андрищенко, О.Б. Бережна // Системи обробки інформації. 2015. Вип. 4 (129). С. 122-126.
5. Цысарь А.В. Лояльность покупателей: определения, методы измерения, способы управления // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2002. – 5 (41). – С. 55-61.
6. Райхельд Ф. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь / Фред Райхельд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 304 с.
7. Rai A. K., Srivastava M. Customer Loyalty: Concept, Context and Character / Alok Kumar Rai, Medha Srivastava. – Published by McGraw-Hill Education, 2014. – 320 p
8. Стоун М., Вудкок Н., Мэчтингер Л. Маркетинг, ориентированный на потребителя Пер. с англ. М. Веселковой. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. – 336 с.

REFERENCES

1. Zinkevich, A. (2014). Library of marketer. Customer conveyor: how to attract and retain. From Marketing Encyclopedia [website]: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/belt_system.htm
2. Sobolieva-Tereshchenko, O.A. & Zharnikova, V.V. (2017). Teoretyko-metodolohichni osnovy formuvannia efektyvnykh system loialnosti [Theoretical and methodological foundations of the formation of effective systems of loyalty]. Zhurnal Menedzher – Journal of the Manager. 2(75), 82-91 [in Ukrainian].
3. Sobolieva-Tereshchenko, O.A. & Zharnikova, V.V. (2017). Features of accounting settlements with customers in conditions of application of loyalty programs. Economy. 2 (50), 325–332 [in Ukrainian].
4. Andryushchenko, T.Yu., & Berezhnaya, O.B. (2015). Osoblivosti vprovadzhennya sistemi upravlinnya partnerskimi vidnosinami na pidpriemstvi [Features management system for enterprise partnerships]. Sistemi obrobki informatsiyi – Information processing systems, Issue 4 (129), 122-126 [in Ukrainian].
5. Cysar, A.V. (2002). Loyalnost pokupateley: osnovnyie opredeleniya, sposobyi izmeneniya, sposobyi upravleniya [Customer loyalty: basic definitions, methods of change management processes]. Marketing i marketingovyye issledovaniya – Marketing and Market Research, 5 [in Russian].
6. Rayheld, F. (2013). Sincere loyalty. The key to winning customers. M: Mann, Ivanov and Ferber, 304.
7. Rai, A., Srivastava, M. (2014). Customer Loyalty: Concept, Context and Character. McGraw-Hill Education, 320.
8. Stone, M., Woodcock, N., & Mechtynger, L. (2003). Marketing, orientirovannyiy na potrebitelya [Marketing consumer-oriented]. (M. Veselkova, Trans). M.: FAIR-PRESS [in Russian].

Features of the B2B segment loyalty programs in the high-tech goods market

D. Dvoretzkyi, V. Zharnikova, O. Sobolieva-Tereshchenko

Abstract. To date, the customer loyalty in the business-to-business (B2B) has a main role in the development of the wholesale trade, which so far been insufficiently studied. This article is devoted to establishing differences in loyalty programs in the B2B and B2C segments. The discussed the features of B2B segment loyalty programs in the high-tech goods market. The given the author's vision of the loyalty program formation stages in this market.

Keywords: loyalty, B2B, loyalty program, trade, classification.

Analysis of Ukrainian trends of use of Internet technologies in process of marketing interaction with clients of the enterprise

¹ I. O. Ugolkov, ² M. F. Honchar, ³ O. S. Skybinskyi

¹Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

*Corresponding author. E-mail: ievgenii.ugolkov@gmail.com

²Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

*Corresponding author. E-mail: mykhailo.f.honchar@lpnu.ua

³Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

*Corresponding author. E-mail: oleksandr.s.skybinskyi@lpnu.ua

Paper received 08.02.19; Accepted for publication 13.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-04>

Abstract. The article is aimed at studying the experience of using various communication tools with the clients of the enterprise by Ukrainian commercial enterprises engaged in the sale of pumping equipment and water filters. The purpose of this study is to analyze the domestic experience of interaction of enterprises with their clients and to identify the main trends of such interaction in the context of Internet marketing tools. The following methods were used for the study: analysis, synthesis, grouping, comparison, generalization, graphic and statistical methods. The patterns were found and the effectiveness of each of the analyzed Internet marketing tools was investigated.

Keywords: *marketing interaction with clients, web marketing tools, SEO, PPC, communications.*

Introduction. The development of modern information systems actively changes the interaction between their participants, creates new tools for communication, information transfer and sales. Such changes especially affected the marketing interaction of the enterprise with the client. Marketing interaction refers to all contacts with a client directly or indirectly undertaken by a company in order to influence the adoption of a positive purchasing decision. The notion “marketing interaction” should be understood as a set of direct or indirect contacts with the client realized by the company in order to influence the adoption of a positive purchase decision.

Analysis of recent researches and publications. The following Ukrainian scientists engaged in research on marketing study of the interaction of company with its client using Internet technology: A. Balabanits, A. Yurchak, S. Ilyashenko and others. In addition, a number of international companies such as eMarketer, McKinsey, Google, Walker and others were studying this issue. Considering the two priority customer interaction tools search engine optimization (SEO) and pay-per-click advertising (PPC advertising) that are most often used in Internet marketing, the following statistics for the last few years attract our attention.

The eMarketer [1] study reveals that 89% of SEO specialists were satisfied with the results of their activities to improve the visibility of the Internet resource in search, traffic and generation of leads in 2015. More than 7 of the 10 surveyed by Marketing Charts [2] have indicated that they feel the improving effectiveness of their SEO promotion. According to eMarketer [3] data, in the small business segment, only 10% of all enterprises update their information on their own Internet resource once a week, 33% - once a month, 21% - once a year or less often.

Speaking about information on an example of mobile versions of the Internet resource, 52% of users have determined that the most important is the physical address of the organization, 47% of respondents want to see a map with a location, 44% consider it necessary to specify hours of work and only 37% need a telephone number [4]. This points to the importance of serving content that is

relevant to the needs of the customers for effective organic search promotion.

It is advisable to consider performance statistics of the second online marketing tool - paid-PPC advertising (Pay-Per-Click). PPC advertising allows you to show ads to the customers who need it, at a time when it is most effective on the platform or on the internet resource they are in. In addition, paid search advertising, as an element of paid advertising, allows you to display ads over organic search engine optimization (SEO). According to Google [5], companies earn about \$ 2 from \$ 1 spent on AdWords advertising. On average, 41% of clicks on the Google Network are attributed to the first 3 paid search ads. For some industries, this figure can reach 65% of clicks. The average number of clicks for a paid ad in the first position is 7.94%. According to Unbounce's data [6], customers who have switched to PPC advertisements are 50% more likely to buy goods than customers who have gone through an organic search. Search advertising campaigns can increase brand awareness by more than 80%. Google [7] also points out that 75% of users who find local information prefer to visit the store. Paid advertising can increase the traffic of Internet resources by 300%.

These data look like credible because we receive them from authoritative and verified foreign publications. However, our article is intended to test whether these trends are relevant to domestic enterprises and what characteristics are inherent to our advancement through these Internet marketing tools.

Setting objectives. The purpose of this study is to analyze the Ukrainian experience of engagement of enterprises with their clients through the use of Internet marketing tools such as SEO and PPC and highlight the main trends of such interaction. In order to achieve this goal, general scientific and special methods of scientific research were used in the article, namely: analysis, synthesis, grouping, comparison, generalization and graphic method.

Results. To reveal the tendencies in using various tools of interaction with the client on the Internet resource, an analysis of the activities of Internet resources involved in

the sale of pumping equipment in Ukraine was conducted. The data was collected as of October 2018. When creating the list, the companies that appeared in Google organic and paid ads on searches for water pumps (keywords in Ukrainian and Russian) were taken into consideration. For analysis, we used data from the analytical services semrush.com and serpstat.com. Data are summarized in Table 1.

For analysis, it is worthwhile to characterize the values of indicators and, if possible, translate them into a mathematical form. Since many of the analyzed online stores deal not only with pumps but also with other products, it significantly affects their Internet marketing strategy. Scores from table 2 were placed on the basis of expert estimates of the width of the product range of each individual Internet resource. The third-party product range is the number of third-party product lines (water filters,

related equipment, etc.) that are not related to the trade in pumping equipment.

This indicator can be expressed in points. The highest score (5 points) means the widest product range, the lowest score (1 point) means that the website is focused only on the implementation of pumps for water. The visibility indicator of SEO was obtained from the analytical service serpstat.com and shows the overall visibility of the online resource in points in the Google search engine in Ukraine (google.com.ua). Data on total traffic was obtained from the analytical service serpstat.com and shows the average monthly traffic of Internet resources in Google's search engine in Ukraine (google.com.ua). The same number of search queries is the number of clicks that were made on Google's searches in Ukraine (google.com.ua) for a specific website.

Table 1. Analysis of the main indicators of the effectiveness of websites on the example of trading companies of water pumps

Website	Third-party product range	SEO visibility, scores	Total traffic, users	Search queries, pcs	PPC advertising	Facebook followers, users	Regular visitors, %	Pages per visit, pcs.	Session duration, min	Bounce rate, %
220volt.com.ua	Very wide	25,88	199533	20185	Presence	1133	31,94	6,8	11:04	51,63
storgom.ua	Very wide	31,14	252542	32925	Presence	176	41,75	3,27	4:20	46,41
vodyanoy.com.ua	Wide	8,31	65809	10473	Absence	212	30,68	3,99	3:51	47,96
voltar.com.ua	Wide	6,77	60909	15718	Presence	165	37,95	3,84	4:21	49,87
aquavin.com.ua	Wide	2,09	15333	2592	Absence	74	20,39	2,63	3:57	49,22
kty.com.ua	Wide	1,16	9902	4481	Presence	49	42,24	8,6	21:01	28,92
hydrostock.com.ua	Average	1,83	14947	2993	Absence	Absence	25,93	2,38	2:50	57,5
akvalend.ua	Average	0,63	5636	3149	Absence	216	62,96	2,31	3:25	64,71
nasos-m.com.ua	Average	1,89	18448	2422	Presence	Absence	23,19	2,74	3:44	61,8
snk-lviv.com.ua	Average	0,38	2634	371	Absence	136	28,57	4,72	5:47	38,89
vodogin.com.ua	Average	0,08	708	394	Absence	Absence	7,69	1,7	0:46	70
euroaqua.com.ua	Average	0,03	262	89	Absence	Absence	50,13	7,73	13:53	27,27
aquaexpert.com.ua	Average	0,11	935	222	Absence	Absence	35,29	2,2	3:48	50
filter-ua.com.ua	Average	1,68	16503	4511	Absence	Absence	27,4	2,14	1:21	61,9
pedrollo.com.ua	Narrow	0,47	3375	278	Absence	Absence	52,17	4,59	2:40	55,74
wilo.ua	Narrow	0,96	9164	1272	Absence	1934	43,14	3,91	5:17	38,81

Table 2. Transfer of performance data of websites into a numerical form for further analysis

Website	Third-party product range	SEO visibility, scores	Total traffic, users	Search queries, pcs	PPC advertising	Regular visitors, %	Pages per visit, pcs.	Session duration, min	Bounce rate, %
220volt.com.ua	5	25,88	199533	20185	1	6,8	11:04	51,63	51,63
storgom.ua	5	31,14	252542	32925	1	3,27	4:20	46,41	46,41
vodyanoy.com.ua	4	8,31	65809	10473	0	3,99	3:51	47,96	47,96
voltar.com.ua	4	6,77	60909	15718	1	3,84	4:21	49,87	49,87
aquavin.com.ua	4	2,09	15333	2592	0	2,63	3:57	49,22	49,22
kty.com.ua	4	1,16	9902	4481	1	8,6	21:01	28,92	28,92
hydrostock.com.ua	3	1,83	14947	2993	0	2,38	2:50	57,5	57,5
akvalend.ua	3	0,63	5636	3149	0	2,31	3:25	64,71	64,71
nasos-m.com.ua	2	1,89	18448	2422	1	2,74	3:44	61,8	61,8
snk-lviv.com.ua	2	0,38	2634	371	0	4,72	5:47	38,89	38,89
vodogin.com.ua	2	0,08	708	394	0	1,7	0:46	70	70
euroaqua.com.ua	2	0,03	262	89	0	7,73	13:53	27,27	27,27
aquaexpert.com.ua	2	0,11	935	222	0	2,2	3:48	50	50
filter-ua.com.ua	2	1,68	16503	4511	0	2,14	1:21	61,9	61,9
pedrollo.com.ua	1	0,47	3375	278	0	4,59	2:40	55,74	55,74
wilo.ua	1	0,96	9164	1272	0	3,91	5:17	38,81	38,81

An analysis of the use of PPC advertising was expressed in text and could be translated into "1" and "0", where "1" means the presence of PPC advertising on Google, and "0" - its absence. The number of Facebook

subscribers can take the value "0" if the Internet resource does not own the page in the given social network. The number of Facebook subscribers did not show a clear relationship with other indicators, which means its low

impact on such indicators as Website traffic, the number of pages viewed, and so on. This means that this indicator and the tool as a whole does not play a key role in the interaction between enterprises and such type of clients.

Since the analyzed website have a significantly different number of users, for the analysis the regular visitors rate was chosen, which is measured as a percentage of the total number of users of the website. The number of pages per session is the average number of pages viewed by all users per visit on website. Under the session duration we understand the interval from the moment of entry to the moment of the exit from the website. The duration of a session is the average time spent by users on the website in minutes and seconds. Bounce Rate is an indicator that shows the percentage of users who logged out from the website immediately after the first sign-in page. All above values was transformed into the mathematical expression and shown in table 2.

The results of the Pearson correlation analysis are presented in Table 3. A clear correlation was found between the range and SEO visibility, assortment and number of searches, assortment and traffic. Obviously, the visibility, the number of searches and traffic have almost complete interdependencies. However, these links also show us that the number of product assortments provokes a significant increase in the number of pages of the Internet resource (ie content), as well as improving the performance of SEO. Obviously, the overall visibility of an online resource affects the visibility of specific product categories by keywords in the search engine. That is, expanding the product range or increasing the content on the website in other ways (writing articles in the blog, detailing the existing product range, publishing reviews, etc.) effectively increases the impressions of pages in the search engine, as already discussed in the analysis of research data from other authors.

Table 3. Correlation between performance indicators of websites

Pearson correlation	Third-party product range	SEO visibility	Total traffic	Search queries	PPC advertising	Regular visitors	Pages per visit	Session duration	Bounce rate
Third-party product range	1	0,732	0,730	0,780	0,598	-0,053	0,217	0,293	-0,112
SEO visibility	0,732	1	0,999	0,952	0,602	0,033	0,149	0,083	-0,037
Total traffic	0,730	0,999	1	0,961	0,613	0,036	0,137	0,073	-0,034
Search queries	0,780	0,952	0,961	1	0,663	0,079	0,096	0,052	-0,041
PPC advertising	0,598	0,602	0,613	0,663	1	0,017	0,360	0,417	-0,133
Regular visitors	-0,053	0,033	0,036	0,079	0,017	1	0,374	0,312	-0,346
Pages per visit	0,217	0,149	0,137	0,096	0,360	0,374	1	0,923	-0,781
Session duration	0,293	0,083	0,073	0,052	0,417	0,312	0,923	1	-0,764
Bounce rate	-0,112	-,0037	-0,034	-0,041	-0,133	-0,346	-0,781	-0,764**	1

The second most important trend is that websites with a wider range of products are more likely to use PPC advertising. This may be due to two main reasons: 1) their SEO visibility in specific product categories reaches the first position and they maximize the effect of implementing an advertising campaign in paid advertisements over an organic search; 2) websites that have a greater organic visibility have Internet marketers in their state who are engaged in their promotion while smaller websites do not have these specialists or replace them with specialists in related professions. The confirmation of the first statement suggests that a correlation was found between the visibility of websites, traffic, the number of searches and the use of PPC advertising. That is, websites that are more promoted by SEO use PPC advertising more often. Since this is a two-way communication, the opposite can be taken - those Internet resources that use PPC advertising are better promoted by SEO. In fact, the visibility of an online resource in search advertising and paid advertisements simultaneously maximizes the likelihood of being spotted by customers in the search, which is why these two tools are often used in a complex.

As for updating the content on the website, there are also interesting statistics. There is a weak reverse correlation between the share of regular visitors on the website and the bounce rate. It's obvious that regular visitors rarely go out of the first page, trying to get more

information from the visit. That is why the constant updating of the actual content of the website is so necessary. In addition, there is a strong reverse correlation between session duration and bounce rate (first page exits). On the one hand, all services that provide statistics of websites calculate the duration of a session only if you switch to the second page. On the other hand, these statistics clearly indicate the need for multi-level and interconnected content, which would be easily perceived by the user and directed him to solve a specific problem. It is also worth noting the weak correlation between the duration of the session and the product range. It shows us that websites that have more pages with content keeps better client online.

Conclusions. In modern conditions, with the help of the latest tools, marketers can track the interaction of potential clients with the brand to better understand the impact of each interaction on the purchase decision. That is why the domestic experience of cooperation of enterprises with its clients with the help of websites was investigated. It has been found that clients attracted by PPC advertising have better purchasing performance than other website visitors, meaning we can see a moderate correlation between the presence of PPC ads and indicators such as session duration and the number of pages per session. Consequently, users who go for paid search advertising are more motivated and are often looking for more information to resolve their own

problem on the Internet. In addition, the statistics clearly indicate the need for multi-level and interrelated content,

which would be easily perceived by the user and directed him to solve a specific problem.

REFERENCES

1. For Effective SEO, Content Is King. eMarketer. (2015). <<https://www.emarketer.com/Article/Effective-SEO-Content-King/1012639>>. (2019, February, 07)
2. Most Effective – and Difficult – SEO Tactics. Marketing charts. (2015). <<https://www.marketingcharts.com/digital-55896>>. (2019, February, 05)
3. SMBs Get More Mobile. One in three have a mobile-optimized website. eMarketer. (2015). <<https://www.emarketer.com/Article/SMBs-More-Mobile/1013010>>. (2019, February, 06)
4. Marchant, R. (2015). 61% of Mobile Users More Likely to Contact a Local Business with a Mobile Site. BrightLocal. <<https://www.brightlocal.com/2015/05/13/61-of-mobile-users-more-likely-to-contact-a-local-business-with-a-mobile-site/>>. (2019, February, 06)
5. Coe, M.E. Google Marketing Solutions <https://economicimpact.google.com/introduction/#/?sections_activeEl=introduction>. (2019, February, 04)
6. Gardner, O. (2012) SEO vs PPC – Time for a Fight! <<https://unbounce.com/ppc/seo-vs-ppc-infographic/>>. (2019, February, 06)
7. New Research Shows How Digital Connects Shoppers to Local Stores (2014). <<https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/how-digital-connects-shoppers-to-local-stores/>>. (2019, February, 06)

PHILOSOPHY

Еклезіологічне вчення Православної Церкви у богослужіннях Страсного тижня

Є. В. Фурсенко

Київська православна богословська академія, м. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: fimafursenko@gmail.com

Paper received 26.12.18; Accepted for publication 06.01.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-05>

Анотація. Стаття присвячена дослідженню гімнографічної інтерпретації православного вчення про Церкву у богослужіннях Страсного тижня. У контекстуальному плані виокремленні і осмисленні відповідні богослужбові тексти.

Ключові слова: Ісус Христос, Церква, Страсний тиждень, богослужбові тексти, піснеспів, тропар.

Еклезіологія – це вчення про Церкву. Саме слово «Церква» походить від грецького ἐκκλησία і означає зібрання унаслідок покликання, запрошення [9, с. 177]. Тому у християнстві ще з давнього часу під Церквою розуміється сукупність осіб, покликаних на Господнє зібрання, які, почувши поклик Господа до спасіння і пішовши за ним, склали вибраний рід [2, с. 486]. Виходячи із цього можна сказати, що Церква – це спільнота людей, заснована Господом нашим Ісусом Христом, об'єднаних однією вірою в Нього як Бога Викупителя, одним Богоодкровенним вченням, одним богослужінням і таїнствами, і керована богоустановленою ієрархією для досягнення моральної досконалості і спасіння [4, с. 18]. Однак таке визначення хоча є і правильним, проте не розкриває в повноті всього поняття Церкви (воно виражає, швидше, лише видимий вияв Церкви – Церкву земну). Адже Церква – це не лише встановлена Богом спільнота людей, а в першу чергу спільнота, в якій і Сам Бог бере безпосередню участь. Таким чином, Церква – боголюдський організм, містичне тіло Христове, а вже потім земна структура, яка втім є обов'язковим виразником і складовою Церкви в цілому, адже лише тут людина має змогу скористатись тим, що для неї звершив Спаситель [5, с. 78].

Мета пропонованої статті – дослідити як у богослужіннях Страсного тижня розкривається еклезіологічне православне вчення.

Для досягнення поставленої мети необхідно здійснити аналіз богослужбових текстів, виявити серед них відповідні піснеспіви і провести їх богословське осмислення.

Піснетворці Страсного тижня подають у богослужбових текстах таке розуміння Церкви: *«Життєдайні Твої ребра, як із раю, виточують джерело — Церкву Твою, Христе, наче словесний наповнюють рай, і в ній розділяються начала — чотири Євангелія, світ наповнюючи, творіння звеселяючи і всіх людей навчаючи вірно поклоняться Царству Твоєму»* (4-ий тропар Блаженних ранньої Великої п'ятниці) [8, с. 537].

З цього тропаря ми бачимо, що Церква є джерелом, що живиться з життєдайних ребер Спасителя, які напоюють увесь світ і навчають народи поклонятися Царству Христовому. Також цей тропар вказує, що Христова Церква отримала своє життя з приходом на

землю Сина Божого, коли прийшла повнота часу, і було звершено Ним спасіння світу [6, с. 143].

Подібне ми зустрічаємо й у інших піснеспівах, в яких уже не вживається у прямому значенні слово «Церква», але говориться про людей, які живляться від цього Джерела: *«Як птах-неясить Ти, Слове, зрнений у ребра, померлих дітей Твоїх оживив, виточивши їм життєдайні струмки»* (115-ий тропар Похвал Великої суботи) [8, с. 627];

«Як від єдиного Джерела, що великою рікою з ребер Твоїх виливається, н'ємо і безсмертне життя одержуємо» (71-ий тропар Похвал Великої суботи) [8, с. 618];

В останньому тропарі Церква в непрямому значенні називається *«єдиним Джерелом»*, що вказує на одну з ознак Церкви, про яку сказано в дев'ятому члені символу віри: «В Єдину, Святу, Соборну і Апостольську Церкву» [3, с. 3]. Єдність Церкви є щось більше, ніж просто число. Церква не просто одна, вона єдина, єдність – це принцип її буття. Церква не є механічне, зовнішнє об'єднання різнорідних елементів, але єдине живе ціле, Тіло Христове, члени якого знаходяться у внутрішній злагоді й гармонії. Таким чином, єдність є не кількісна, а якісна характеристика Церкви [2, с. 506]. Церква Єдина тому, що Вона – одне духовне тіло, має одну главу – Христа – і одушевляється одним Духом Божим [6, с. 80]. Тому цій єдності не суперечить існування багатьох різних Помісних Православних Церков, про яких у наведеному тропарі говориться: *«що розливаються великою рікою»*, під якими і треба розуміти одну Єдину Церкву, яка звичайно і зовнішньо проявляє свою єдність у однаковому сповіданні віри та спілкуванням у молитвах і таїнствах [6, с. 81].

У богослужбових текстах, присвячених еклезіології, увага віруючих акцентується саме на главі Церкви Ісусі Христі, тому у наступних піснеспівах Він називається *«Лозою»*: *«Відкриваючи тайну Своїм ученикам, навчав Ти, говорячи: о друзі, глядіть, щоб ніякий страх не розлучив вас зі Мною. Якщо і страждатиму — то за світ, не сумнівайтеся в Мені: не прийшов бо, щоб служили Мені, але щоб Я послужив і поклав душу Мою за спасіння світу. Якщо ви – друзі Мої, Мене наслідуйте: хто хоче бути першим, нехай буде останнім, володар хай стане слугою. Залишайтеся*

при Мені і плід принесете: Я бо є Лоза життєдай-на» (стихира на І нині стихир на стиховні на ранній Великого четверга) [8, с. 507 – 508].

Саме використання поняття «Лози» у значенні Церкви і Господа Ісуса Христа взято зі свідчення Священного Писання. Спаситель, говорячи про Церкву, використовував подібні порівняння. Так заключні слова стихири: **«Залишайтеся при Мені і плід принесете: Я бо є Лоза життєдай-на»** є переспівом до перших п'яти стихів 15-ої глави Євангелія апостола Іоана Богослова, у яких Ісус Христос говорить: **«Я є істинна виноградна лоза, а Отець Мій — виноградар. Всяку гілку в Мене Він відсікає, що не плодоносить, і всяку, що плодоносить, очищає, щоб більше принесла плоду. Ви вже очищені через слово, яке Я проповідував вам. Перебувайте в Мені, і Я у вас. Як гілка не може приносити плоду сама від себе, якщо не буде на лозі, так і ви, якщо не будете в Мені. Я є лоза, а ви гілки; хто перебуває в Мені, і Я в ньому, той приносить багато плоду; бо без Мене не можете робити нічого»** (Ін. 15: 1 – 5) [1, с. 1210].

В іншому тропарі, в якому також Христос іменується **«життєсною лозою»**, говориться про **«вино спасіння»**: **«Хоч узятий Ти був із землі, але виточив вино спасіння, життєсна Лозо. Прославляю Страсті і Хрест Твій»** (111-ий тропар Похвал Великої суботи) [8, с. 626].

Під цим вином – спасінням потрібно розуміти Таїнство Євхаристії, адже Церква є зібранням навколо Євхаристичної трапези. Вона не установа, не релігійний інститут, не ієрархічна адміністративна структура, не будівлі та службові контори, але народ Божий, який зібрався заради переломлення хліба і благословення чаші, – ось що таке Церква [9, с. 178]. У наведеному тропарі найбільш виразно показується взаємозв'язок між Лозою – Христом і вином спасінням – Пречистій Крові Господній, якою він освятив Церкву, віддавши, за словами апостола Павла, себе самого за неї (Еф 5, 25) [1, с. 1331].

Також у богослужбових текстах, говорячи про Христа як основу Церкви, використовується слово **«камінь»**: **«Хоч Ти, Спасе, як Камінь красікобий, і прийняв відсічення, але виточив живий струмінь, бо Ти — Джерело життя»** (70-ий тропар Похвал Великої суботи) [8, с. 618];

«Витесаний камінь покриває наріжний Камінь: смертний чоловік погребав нині в гробі Бога, начебто смертного, — вжахнися, земле!» (102-ий тропар Похвал Великої суботи) [8, с. 624];

Христос не лише є Засновник Церкви, але і основа Церкви її наріжний камінь, за словами апостола Павла: **«Бо ніхто не може покласти іншої основи, крім покладеної, яка є Ісус Христос»** (1 Кор. 3: 11) [1, с. 1297].

У вищенаведених піснеспівах, у яких використані біблійні еклізіологічні образи, є головна деталь, яка взята зі Священного Писання – це необхідність перебувати в єдності з Ісусом Христом як з главою Церкви.

Із вище наведеного стає зрозумілим, що Христос спасає не кожен окрему людину, але Церкву як єдине

ціле, як Своє Тіло. І кожен з нас спасається у тій мірі, в якій він належить цьому тілу. Іншими словами, наше спасіння здійснюється не на підставі висновку індивідуального «контракту» про спасіння, але через входження в вічний Завіт між Богом і людиною, одного разу встановленого Ісусом Христом у власній Його Крові. Таким чином, спасіння неможливо без участі в житті Церкви [2, с. 495].

Спасіння у Церкві подається усім людям, на відміну від обов'язкового старозавітного належання до богообраного народу. У богослужбових текстах тепер говориться про усі народи, і навіть язичники ставляться в перевагу над юдеями. **«Так говорить Господь юдеям: люди Мої, що Я вчинив вам або чим вас пригнічував — сліпців ваших просвітив, прокажених очистив, мужа, що в постелі лежав, підняв; люди Мої, що вчинив вам; і чим Мені відплатили: за манну — жовч, за воду — оцет, замість того, щоб любити Мене, на хресті Мене розп'яли; більше не терпіти-му, закличу Моїх язичників, і ті Мене прославлять з Отцем і Духом; і Я їм дарую життя вічне»** (12-ий антифон ранньої Великої п'ятниці) [8, с. 532].

Але із цього тексту не випливає, що юдеї втратили можливість на спасіння, адже у наступних текстах говориться про усі народи: **«Розп'ятий на хресті — зібрав Ти людей; в ребра проколотий — життєдайне відпущення всім виточив, Ісусе»** (44-ий тропар Похвал Великої суботи) [8, с. 614]. Саме розп'яття Христа послужило до збирання людей усього світу в Церкву Христову. Також у текстах, які прямо вживають слово «Церква», вже говориться про різні церковні спокуси: **«Пренепорочна Мати життя, чиста Діво, заспокої церковні спокуси і подай мир як милосердна»** (Богородичний після 2-ої статті Похвал Великої суботи) [630], а також проситься дарувати Церкві мир: **«Мир Церкві Твоїй і спасіння людям Твоїм даруй, Христе, Воскресінням Твоїм»** (176-ий тропар Похвал Великої суботи) [637]. Можна припустити, що наведені піснеспіви склалися у час різних богословських суперечок, що виникали на тлі ересей, тому закономірним є прохання про їх позбавлення. Останні тропарі також вказують на земну Церкву і ще раз розкривають перше означене нами визначення.

Отже, проаналізувавши богослужбові тексти Страсного тижня, нами було виявлено, що православне еклізіологічне вчення у богослужіннях Страсного Тижня розкривається стисло у взаємозв'язку з православною сотеріологією. Автори богослужбових текстів, ґрунтуючись на свідченнях Священного Писання вказують, що сама Церква була заснована Спасителем Господом Ісусом Христом, від якого і дотепер має своє буття. Сама на цьому зосереджена велика увага. Для пояснення зв'язку між Церквою і Господом Ісусом Христом пісетворці використовують свідчення Священного Писання. Саме ж поняття «Церква» розуміється як зібрання людей, де подається істинне вчення, поза якої неможливе спасіння людини. Тому приналежність до Святої Церкви є одним із визначних факторів для звершення особистісного спасіння. Можливість належати до Церкви мають усі народи.

ЛІТЕРАТУРА

1. Біблія : книги Священного Писання Старого та Нового Завіту / в українському перекладі з паралельними місцями та додатками. – К. : Видання Київської Патріархії Української Православної Церкви Київського Патріархату, 2007. – 1416 с.
2. Давыденков О. прот., Догматическое Богословие: Учебное пособие – М. : Издательство Православного института, 2016. – 624 с.
3. Книга Правил Святых Апостолів, Вселенських і Помісних Соборів, і Святых Отців / пер. з рос. С. М. Чокалюка – К. : Видання Київської Патріархії Української Православної Церкви Київського Патріархату, 2008. – 368 с.
4. Лесюк М., прот. Історія Древньої Церкви. – К. : Видавничий відділ Української Православної Церкви Київського Патріархату, 2013. – 773 [3] с.
5. Москалюк К. Вступ до богослів'я (катехизис). – К. : Видавничий відділ УПЦ Київського Патріархату, 2010. – 304 с.
6. Помазанский М, протопр., Православное догматическое богословие – Н. : Благовест, 1993. – 238 с.
7. Тріюдь Постова. – К. : Видавничий відділ Української Православної Церкви Київського Патріархату, 2005. – 696 с.
8. Яннарас Х. Вера Церкви. Введение в православное богословие. – М. : Паломник, 2006. – 368 с.

REFERENCES

1. Bible: Scriptures of the Old and New Testaments / in Ukrainian translation with parallel places and appendices. – K. : Edition of the Kyiv Patriarchate of the Ukrainian Orthodox Church of Kyiv Patriarchate, 2007. – 1416 p.
2. Davydenkov O., archpriest, Dogmatic Theology: Textbook – M. : Publishing House of the Orthodox Institute, 2016. – 624 p.
3. The Book of the Rules of the Holy Apostles, the Ecumenical and Local Councils, and the Holy Fathers / translation from Russian S. M. Chokalyuk – K. : Edition of the Kyiv Patriarchate of the Ukrainian Orthodox Church of Kyiv Patriarchate, 2008. – 368 p.
4. Lesyuk M., archpriest, History of the Ancient Church. – K. : Edition of the Kyiv Patriarchate of the Ukrainian Orthodox Church of Kyiv Patriarchate, 2013. – 773 [3] p.
5. Moskaluk K. Introduction to theology (catechism). – K. : Edition of the Kyiv Patriarchate of the UOC of Kyiv Patriarchate, 2010. – 304 p.
6. Pomazan M., protopresbyter, Orthodox dogmatic theology. – N.: Blagovest, 1993. – 238 p.
7. Tripod Post. – K. : Edition of the Kyiv Patriarchate of the Ukrainian Orthodox Church of Kyiv Patriarchate, 2005. – 696 p.
8. Yannaras X. Faith of the Church. Introduction to Orthodox Theology. – M.: Palomnyk, 2006. – 368 p.

Ecclesiological teaching of the Orthodox Church in the worship of the Holy Week

Y. V. Fursenko

Abstract. The article is devoted to the study of the gymnographic interpretation of the Orthodox doctrine of the Church in the Divine services of the Holy Week. Contextually, the relevant liturgical texts are identified and understood.

Keywords: *Jesus Christ, Church, Holy Week, liturgical texts, chants, troparion.*

«Синтетична» концепція Ф. Шміта в контексті «культурного зламу»

О. А. Пушонкова

Черкаський національний університет ім.Б.Хмельницького, (м. Черкаси, Україна)
Corresponding author. E-mail: krapki@ukr.net

Paper received 1801.19; Accepted for publication 28.01.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-06>

Анотація. У статті здійснюється аналіз спадщини Ф.Шміта у контексті епохальних культурних змін зламу ХІХ – поч. ХХ ст. «Синтетична» концепція Ф.Шміта сьогодні викликає особливий інтерес, коли посилюється увага до зламних та перехідних станів культури. Оригінальні ідеї Ф.Шміта визначили стратегії розвитку музеєзнавчої, мистецтвознавчої та психолого-педагогічної думки ХХ ст., сформували настанову на вивчення «еволюції бачення», виходячи з логіки становлення художньої культури.

Ключові слова: спадщина Ф.Шміта, культурний «злам», художня культура, психологія мистецтва, музеологія, естетичне виховання.

Постановка проблеми. Технічний переворот та поява культури повсякденності др. пол. ХІХ ст. не лише вплинули на матеріальне середовище, в якому жили люди, та на спосіб їхнього життя, а й обумовили ситуацію культурного зламу. Стали більш актуальними взаємозв'язки між явищами, що здавалися протилежними й несумісними, дослідження перехідних станів культури та маргінальних явищ. Універсалістські ідеї потребували нової методології дослідження культури та обумовили появу нових синтетичних концепцій на міждисциплінарній основі. Відповідно, це має неабияку актуальність для визначення специфічних характеристик культури кінця ХХ – поч. ХХІ ст.

Значний інтерес у зв'язку з цим викликає багатогранна спадщина Ф.Шміта. Вчені послідовно «відкривали» Ф. Шміта як візантиніста, потім як теоретика естетики, філософа мистецтва, теоретика мистецтвознавства та історії художньої культури.

Ім'я Ф.Шміта довгий час перебувало у «зоні забуття» та «замовчування», як і доля багатьох прогресивних вчених 20-30-х років ХХ ст. Його визнання як мистецтвознавця, педагога та класика музеологічної думки є свідченням глибокої теоретичної розробки суміжних зон філософії мистецтва, соціології культури та психології творчості.

Аналіз досліджень і публікацій. Спадщина Ф.Шміта є актуальною для усього ХХ ст., проте у 20-х роках ХХ ст. його підхід зазнав критики вульгарно-соціологічних течій (В.Фріче, А.Федоров-Давидов, І. Маца та ін.), він був звинувачений в еклетичності й ідеалістичності своїх позицій. При цьому, в 30-х роках у Парижі ідеї Ф.Шміта жваво обговорювались у музеєзнавчому аспекті (Ж.Віндельштейн).

Переосмислення його спадщини було розпочато вченими-візантологами, коли в 1969 році з'явилася публікація А.Банка до 90-річчя з дня народження вченого, у якій висвітлювався значний внесок Ф.Шміта у дослідження візантійського мистецтва. С.Чистотінова, досліджуючи музеологічну спадщину Ф.Шміта, визначила ті стратегіями концепції вченого, які виявились в свій час затребуваними музейною практикою: типологія музеїв, методика їх організації, концепція музею про дітей і для дітей.

Наприкінці ХХ – поч.ХХІ ст. українські (В.Афанас'єв, Н.Ковпаненко, С.Білокінь, С.Побожій, К.Ткаченко, М.Протас та ін.), російські (В.Прокоф'єв, Н.Адаскіна, Л.Сиченкова, Р.Клімов, А.Ахтямова) і навіть узбецькі (Б.Чухович) науковці актуалізували

теорію Ф.Шміта у контексті мистецтвознавчих досліджень та універсальних законів розвитку надскладних систем.

Прогнозування розвитку культурно-мистецьких феноменів є особливою сферою інтересу науковців (М.Кагана, О.Дріккера, М.Протас та ін.). Практично недослідженими залишились психолого-педагогічні та психолого-мистецтвознавчі праці вченого. У наш час триває осмислення підходу Ф.Шміта до вивчення дитячих малюнків. Так, О.Некрасова-Каратєєва розглядає результати пошуків Ф. Шміта в цьому напрямі в одному ряду з працями таких відомих європейських фахівців з психології дитячого художнього мислення кінця ХІХ – поч. ХХ ст., як К. Річчі, З. Левінштейн, Г. Кершентштейнер, Ж. Люку, Ж. Рум, К. Бюль та ін. Новації Ф.Шміта проаналізовані в контексті не лише експериментальних розробок, але й теоретичних пошуків художників В. Кандинського і В.Фаворського.

Мета дослідження – кризь призму появи нового типу історичної свідомості та нового формату культури модернізму виявлення у працях Ф.Шміта інновацій мистецтвознавчої, музеєзнавчої та естетико-педагогічної думки, їх прогностичного потенціалу та специфіки міждисциплінарного спрямування

Методологічні засади дослідження ґрунтуються на роботах Ф.Шміта та концепціях науковців, які вивчають спадщину Ф.Шміта у контекстах модернізму і постмодернізму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Усталеного визначення культурного зламу (зсуву) ХІХ–ХХ століття немає. Дослідники для означення подібного стану культури використовують цілий ряд визначень «культурний переворот», «культурна революція», «етнографічний злам», «структурний зсув» тощо. Традиційно зламний стан культури пов'язується з її кризою, що знайшло вираз у критиці культури як критиці цивілізації та було першим визначенням негарздів у просвітницькому проєкті культу розуму (Ф.Ніцше, А.Шопенгауер, З.Фройд, О.Шпенглер). Показовим є те, що ряд дослідників пов'язали кризу з небезпекою розповсюдження масової людини (Х.Ортега-і-Гассет, Й.Гейзінга, М.Бердяєв, М.Гайдеггер) та появою кризової свідомості (В.Дільтей, Г.Зіммерль, П.Штомпка).

У ХІХ столітті відбувається важлива світоглядна зміна – з'являється культура повсякдення та тенденції масовізації, які переростають у ХХ ст. у формат маскульту зі специфічним типом ідентичності. Але ХІХ

століття ще зберігає «ореол» елітарності та «ауру» мистецтва, відкриваються музеї як сховища сакральних цінностей. З 1825 року існує Одеський історико-археологічний музей, з 1898 – Одеський художній, з 1872 – Київський музей мистецтв, з 1898 – Кам'янець-Подільський історико-археологічний музей. З появою музейної мережі з'являються публікації на музейну тематику (Ф.Аделунга, Ф. Шміта, В. Дубровського, М.Біляшівського, Ф. Ернста, Д.Яворницького та ін.). Музеєзнавчі дослідження вдосконалювались разом з краєзнавчими та мистецтвознавчими, окреслюючи зміни культурного поля. Цей період характеризується значним впливом філософів, педагогів, мистецтвознавців на музейну справу. Вони пропонували свої концепції, ідеї для покращення ефективності роботи музеїв, які все більше перетворювалися з елітарних на публічні, загальнодоступні заклади.

Видатною постаттю, яка займалася питаннями музейництва на початку ХХ ст. є мистецтвознавець, археолог, основоположник музеєзнавства, теоретик мистецтва, педагог, академік Української АН, професор Харківського університету (1912–1921), завідувач музейної секції Всеукраїнського комітету охорони пам'ятників старовини Наркомосу УРСР (1919–1920) Ф. Шміт.

Увага до постаті Ф. Шміта не є випадковою, адже бібліографія його праць межує сьогодні за обставин життя і праці вченого з архівознавством, музеєзнавством, джерелознавством, педагогікою та іншими гуманітарними галузями. Він був людиною універсальною, різні культурні топоси його перебування за часів життя, наукової та педагогічної діяльності пов'язані з десятком країн Європи та Близького Сходу. Його ідеї з теорії мистецтва розглядаються як приналежні до соціології та філософії мистецтва, а ідеї художнього еволюціонізму позначили етапи «еволюції бачення», що виявилось плідним для контекстів сучасних візуальних досліджень.

Відповідно, універсальною була його теорія, яку можна називати не еклектичною, а міждисциплінарною, що відповідає духу наукових розвідок кінця ХХ – поч.ХХІ ст. Найбільш відомі праці «Мистецтво, його психологія, його стилістика, його еволюція» (Харків, 1919), «Мистецтво старої Русі-України» (Харків, 1919), «Історичний, етнографічний, художній музей. Нарис історії і теорії музейної справи» (Харків, 1919), «Психологія малювання» (Київ, 1921) тощо.

Як зазначає М. Протас, Ф.Шміт «відчував дух епохи», адже «світогляд молодішої генерації у ті часи став іншим, іншими були й соціальні умови, що впливали на процес культуротворення, перекожуючи його за новітніми стандартами, радикально не схожими на ті, що панували в мистецтві «нового часу» [1, с.154]. При цьому «формальні пошуки зламау ХХ–ХХІ століття нагадують аналогічні шукання початку ХХ століття, але часова парадигма сучасності визначає вже зовсім інші завдання» [1, с.156]. Цінність «синтетичної» концепції А.Шміта полягає у її спроможності до модернізації – проєкції як у віддалене минуле, так і у майбутнє розвитку мистецтва і культури. Вона обумовила не лише розвиток мистецтвознавчої думки, а й появу максимально системного погляду на феномен мистецтва в цілому.

Сучасні українські історіографи високо оцінюють

вклад Ф. Шміта в розвиток мистецтвознавства. Одними з перших, харківські історіографи позначили новий напрям у вивченні персоналії Ф.Шміта, тему його наукової школи. Саме в український період діяльності Ф. Шміта в Харкові і Києві формується коло учнів і послідовників. Теорія Ф. Шміта залишається практично незайомою світовій науковій спільноті, незважаючи на те, що широку популярність здобули аналогічні теорії, створені західними мистецтвознавцями. За твердженням А. Дріккера, стосовно популярної на той час ідеї виявлення еволюційної закономірності в мистецтві, «праці Ф.Шміта довгий час залишались практично невідомими, а ось праці Е.Гомбріха, який прийшов до подібних висновків на півстоліття пізніше, принесли йому широке визнання» [2, с.48]. Вірність основних положень теорії Ф. Шміта підтверджує проведення сучасними культурологами порівняльного аналізу концепцій німецького і російського мистецтвознавства. Такі оцінки можна розглядати як спробу вписати ім'я Ф.Шміта в історію світової науки. Стильова цикло-фазова періодизація історії мистецтва Ф. Шміта не співпадала не лише з відомими на ті часи мистецтвознавчими періодизаціями, але й з формаційним марксистським підходом. В основу своєї цикло-фазової періодизації культури Ф.Шміт поклав форму (спосіб) художнього мислення епохи. Форма мислення (ідеалістична або реалістична), «в залежності від поставленої формально пластичної проблеми визначала «стиль» мистецтва, який зрештою був стилем культури» [3, с.831].

Ф. Шміт визначає основу своїх майбутніх досліджень і окреслює шість проблем, перед якими стоїть мистецтво: ритму, форми, композиції, руху, простору, світла, які будуть розвинені у систему шести стилів мистецтва у праці «Мистецтво і революція». Ще у 1919 році Ф. Шміт висуває власну концепцію шести стильових версій: перша – «ірреалізм» вирішує проблему ритмічних елементів; друга – «ідеалізм» висуває проблему форми; третя, композиційна – «натуралізм»; четверта – «реалізм», в якому загальне знання урівноважується одиничними враженнями; п'ята – «ілюзіонізм»; остання – «імпресіонізм», який в своєму розвитку має привести до ірреалізму, з якого починається нове коло розвитку. Ф. Шміт просувався до нової теорії, долаючи описову методологію ХІХ століття. Він вже упевнено заявляв, що усі етапи вивчення пам'ятників, починаючи зі встановлення їхньої достовірності, визначення техніки і матеріалу, сюжету, виду мистецтва, є лише «попередньою роботою» [4, с.190]. «Іконографічною» аналітикою, на думку Ф. Шміта, не можна нехтувати, але істориків не можна зупинитися на цьому етапі. Наступним кроком на шляху інтерпретації пам'ятників мало бути його осмислення на рівні «стилістичного аналізу». Робота такого рівня узагальнення була під силу тільки «історико-синтетичному» [4, с.195], який здатний використати досягнення не лише «формального мистецтвознавчого знання», але й новітні підходи в області археології, психології. Ф. Шміту вдалося блискуче реалізувати порівняльно-діахронічний метод. Він майстерно з'являв стилі, епохи, країни, художні школи. Ф. Шміт демонстрував не лише своє бездоганне володіння фактичним матеріалом, але й вміння порівнювати досягнення різних культурних світів, виділених як в

часі, так і в просторі. Ф.Шміт значно раніше за французьких мистецтвознавців приступив до реалізації проекту порівняльної історії в галузі художньої культури. Наукову методологію Ф. Шміта сьогодні «можна віднести до синтетичної, міждисциплінарної методології, що дістала назву «історичного синтезу» [3, с.825]. Як зазначає М.Протас, «Ф. Шміт розглядав еволюцію мистецтва в складному мультикультуралістичному контексті, фактично використовуючи системно-типологічні принципи кластерного аналізу, що поширилися серед науковців лише на зламі ХХ–ХХІ ст.» [1, с.158].

Інтерес Ф.Шміта до музейної справи сполучався зі знаннями природи мистецтва та психології сприйняття. Ф.Шміт писав про «необхідність всі музеї об'єднати в різних відношеннях в особливу музейну мережу» [4, с.689], що дозволить максимально раціонально розподіляти усі музейні скарби. Як зазначає українська дослідниця О.Гладун, «трактуючи музей як джерело знання, Ф.Шміт вніс нове у визначення освітньої місії музею, звернувши увагу на завдання музею стосовно суспільства» [5, с.77]. Спираючись на запити відвідувачів, вчений запропонував класифікацію музеїв, що в подальшому лягло в основу розробленої ним типології музеїв: науковий, навчальний і публічний типи музеїв, орієнтовані на різний освітній та інтелектуальний рівень відвідувача. Важливо підкреслити, що розроблена Ф.Шмітом типологія музеїв і сьогодні є загально визнаною в українському та російському музеєзнавстві та заслуговує на увагу і потребує подальшого осмислення.

У мистецтві музейної експозиції, яка була предметом особливого зацікавлення вченого, його захоплював «не «симбіоз речей», а створення образу епохи; стосовно художнього музею виступав прихильником організації «синтетичної експозиції» без штучного поділу експонатів на живопис, графіку, скульптуру та ін.» [5, с.78]. Тобто він активно розвивав ідею експозиції як образної системи. Введення живих людей у костюмах певної історичної доби, розгортання образу у часі та динаміка сюжету нагадують сучасні бугурти та історичні реконструкції. Основна ідея праці вченого, присвячених музеям, полягає в твердженні, що зібрання творів мистецтва має розвивати художнє мислення, а не бути лише презентацією мистецьких раритетів.

Його педагогіка формування художнього мислення була універсальною, при цьому, як зауважує український вчений С. Побожій, «педагогічний метод Ф.Шміта спирався на прискипливе вивчення пам'яток культури» [6, с.91], тобто детальне вивчення конкретного мистецького артефакту є основою збагачення й поглиблення знання культур різних країн.

Ф.Шміт, звертаючись до проблематики генези творчості, виявляв великий інтерес до вивчення дитячого малюнка. Він створив музей дитячої творчості в Харкові, а потім кабінет творчості при Всеукраїнській Академії наук у Києві. Мету нових підходів до виховання і навчання дітей він бачив не в створенні нових методик для освоєння певної суми знань, а в розвитку образного мислення. Виходячи з того, що філогенетично образне мислення з'являється значно раніше за логічне, він закликав створити всі умови для освоєння

знань-образів в процесі особистого досвіду, живих вражень від спілкування з навколишньою природою. В навчальних музеях Ф.Шміт пропонував не ховати експонати в особливих приміщеннях, а виставляти в кабінетах, де безпосередньо проходить шкільне заняття. Так створюються умови для формування уяви (дотикової, зорової, моторної, словесної), головною якістю якої є ясність, точність, яскравість та здатність виявляти внутрішні переживання за посередництвом образів.

Цикли онтогенетичного художнього розвитку представлені в роботах Ф.Шміта по діалектиці мистецтва. Він презентує поєднання особливостей онтогенетичного розвитку уяви з етапами становлення мистецтва. У першому циклі художньої творчості дітей переважає моторний характер художньої діяльності, «і дикун, і немовля починають ... з чисто моторної лінії, яка тільки коректується оптичними образами» [4, с.101]. Навчаючись виконувати рухи, дитина поступово створює свій перший лінійно-ритмічний репертуар. Коли дитина починає розуміти, що старий набір лінійно-ритмічних фігур не відповідає її уявленням, адже її знання про навколишню дійсність поповнилися, перший цикл розвитку оптичної уяви закінчується і настає етап пошуку нових засобів зображення.

У другому циклі дитина намагається зображувати предмети, що мають подібність з навколишньою дійсністю, за Ф.Шмітом – «художню правду». Одним з улюблених сюжетів є людина, згодом в малюнках дитини з'являються спроби розв'язати проблему композиції та опанувати просторові рішення. Поступово дитина вирішує також і проблему імпресіоністську (тобто світла), коли починає розфарбовувати свої малюнки. Після закінчення циклу знову починається період пошуку нових образотворчих форм.

Ознака нового ступеня формування зорової уяви – профільне зображення людини, що означає цілу «революцію» у формуванні образного мислення. У третьому циклі дитина в основному розвиває проблему композиції, «наближається до встановлення нормальних пропорцій між частинами людської фігури» [4, с.114]. Предмети починають вже цікавити дитину в єдності один з одним, тобто своїм малюнком дитина хоче щось розповісти, адже її «живопис є ніщо інше як піктографічне оповідання» [4, с.122]. У цьому циклі діти вперше починають виконувати малюнки з натури. Ф.Шміт був переконаний, що дітей обов'язково потрібно вчити малювати образи, які викликаються під впливом певних емоцій, адже людина не зможе жити повноцінним життям, якщо образи її залишаться невизначеними, емоції слабкими, а бажання неуспішними.

Наукові дослідження Ф.Шміта переконливо свідчать про необхідність навчання живопису взагалі усіх дітей без виключення. В процесі малювання відбувається розвиток мозкових центрів, що відповідають за створення яскравих, точних і ясних образів, що надзвичайно важливо для розвитку зорової уяви дитини. Формується здатність уявляти мальоване, зв'язати свої образи з дійсністю, виправляти їх і доповнювати. Дитина має навчитися створювати свої образи навколишнього світу як дещо інтимне, особистісно-цінне. Ф.Шміт рекомендував педагогам використовувати копіювання тільки в тих випадках, коли справа стосу-

ється техніки виконання малюнка, не зловживати малюванням-ілюстрацією. Ідеї Ф.Шміта про дитячу творчість є корисними для візуальних досліджень «еволюції бачення», розвідок сучасної музейної педагогіки та арт-терапевтичних музейних практик.

Отже, онтогенетичний розвиток художньої творчості у дітей (так само, як і філогенетична еволюція мистецтва) здійснюється не по висхідній прямій, а в декілька циклів, кожен з яких вирішує одну мальовничу проблему в послідовності, що відповідає переходу від найбільш загальних уявлень до одиничних. За Ф.Шмітом, і в онто- і філогенезі людина розвиває образне мислення «не рівномірно-еволюційно, крок за кроком, а окремими циклами, діалектично» [4, с.87], й саме для подальшого просування вперед людство потребувало ситуацій революційних, як передумов нових форм творчості.

Висновки. Спадщина Ф.Шміта демонструє, як ситуація «культурного зламу» може стати основою інноваційних зрушень. Продукуючи оригінальні ідеї, які були актуальними для свого часу, Ф. Шміт визначив стратегії розвитку музеєзнавчої, мистецтвознавчої

та психолого-педагогічної думки на майбутнє. Його концепція є не еклектичною, а «синтетичною», внаслідок не лише створення єдиного міждисциплінарного поля дослідження, а й окреслення певних аналогових феноменів та закономірностей. Так, логіка становлення художньої культури співпадає з логікою становлення візуальності, адже еволюція мистецтва, яка має дискретно-фазову природу презентована, насамперед, як «еволюція бачення». Ідея наочних коливань художньої культури є плідною для культурологічного аналізу сучасного мистецтва, що зазнало впливу техногенного соціуму, але й також для вдосконалення організації сучасного музейного простору та форм музейної діяльності, розрахованих на відвідувача з поліфонічним світосприйняттям.

Спадщина Ф.Шміта, яка включає унікальну мистецтвознавчу періодизацію, дослідження художнього мислення епохи та репрезентацій дитячої творчості дозволила вченому сформулювати місію музею, виходячи з потреб відвідувача, намітити продуктивні шляхи у вивченні культурних та психологічних аспектів образного мислення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Протас М. Мистецтвознавчі моделі еволюції. Теорія Ф.Шміта та стильоутворювальні стратегії розвитку української скульптури ХХ-ХХІ століть // Сучасне мистецтво: наук.зб. / Ін-т проблем сучас. мис-ва Акад.мис-в України; Редкол.: В.Сидоренко (голова) та ін. «Акта», 2007. Вип. 4. С.152-178
2. Дриккер А.С. Эволюционный цикл художественной культуры. К развитию теории Ф.И. Шмита // Собор лиц: Сб. ст. / Под ред. М.Б. Пиотровского, А.А. Никоновой. СПб.: СПбГУ, 2006. С. 47-55.
3. Сыченкова Л. А. О книгах Ф. И. Шмита // Шмит Ф. И. Избранное. Искусство: Проблемы теории и истории / Ф. И. Шмит. СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2012. С.787 – 912
4. Шмит Ф. И. Избранное. Искусство: Проблемы теории и истории /Ф. И. Шмит. СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2012. 912 с.
5. Гладун О.Д. Інтуїції музею майбутнього у «синтетичній» концепції Федіра Шміта// Музеї та реставрація у контексті збереження культурної спадщини: актуальні виклики сучасності. Матеріали Міжнар. Наук.-практ. Конф., м.Київ, 07-08 червня 2018 р. / редкол. В.Г.Чернець та ін. Київ. НАКККіМ, 2018 . С. 76-78
6. Побожий С.И. из истории украинского искусствознания. Феномен Харьковской университетской школы искусствознания // Собор лиц: Сборник статей / Под ред. М.Б. Пиотровского и А.А. Никоновой. СПб., 2006. С.87-96

REFERENCES

1. Protas M. Mistectvoznavchii modeli evolyucii. Teoriya F.SHmita ta stil'outvoryuval'ni strategii rozvitku ukrains'koi skul'pturi HKH-HKHI stolit' // Suchasne mistectvo: nauk.zb. / In-t problem suchas. mis-va Akad.mis-v Ukraïni; Redkol.: V.Sidorenko (golova) ta in. «Akta», 2007.Vip. 4. S.152-178
2. Driker A.S. EHvolucionnyj cikli hudozhestvennoj kul'tury. K razvitiyu teorii F.I. SHmita // Sobor lic: Sb. st. / Pod red. M.B. Piotrovskogo, A.A. Nikonovoj. SPb.: SPBGU, 2006. S. 47-55.
3. ychenkova L. A. O knigah F. I. SHmita // SHmit F. I. Izbrannoe. Iskusstvo: Problemy teorii i istorii / F. I. SHmit. SPb.: Centr gumanitarnyh iniciativ, 2012. S.787 – 912
4. SHmit F. I. Izbrannoe. Iskusstvo: Problemy teorii i istorii /F. I. SHmit – SPb.: Centr gumanitarnyh iniciativ, 2012. 912 s.
5. Gladun O.D. Intuicii muzeyu majbutn'ogo u «sintetichnij» koncepcii Fedira SHmita// Muzei ta restavraciya u konteksti zberezheniya kul'turnoi spadshchini: aktual'ni vikliki suchasnosti. Materiali Mizhnar. Nauk.-prakt. Konf., m.Kiiv, 07-08 chervnya 2018 r. / redkol. V.G.CHERNEC' ta in. Kiiv. NAKKKiM, 2018. S. 76-78
6. Pobozhij S.I. iz istorii ukrainskogo iskusstvoznaniya. Fenomen Har'kovskoj universitetskoj shkoly iskusstvoznaniya // Sobor lic: Sbornik statej / Pod red. M.B. Piotrovskogo i A.A. Nikonovoj. – SPb., 2006. S.87-96

The «synthetic» concept of F. Schmitt in a «Cultural Fracture» Context

O. Pushonkova

Abstract. The article analyzes F. Schmitt's heritage in the context of epochal cultural changes of the 19th-early 20th century. The «synthetic» concept of F. Schmitt is of particular interest today, when the attention to breakthrough and transitional states of culture. The original ideas of F. Schmitt identified the strategies for the development of museology, art studies and psychological and pedagogical thought of the 20th century, formed the installation to study the «evolution of vision», based on the logic of the formation of artistic culture.

Keywords: F. Schmitt's heritage, cultural «breakthrough», artistic culture, psychology of art, museology, aesthetic education.

Біографічний метод як оцінка освітнього потенціалу

В. В. Сагуйченко

КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти», м. Дніпро, Україна
Corresponding author. E-mail: valentina.sag@ukr.net

Paper received 08.02.19; Accepted for publication 16.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-07>

Анотація. Автор статті обґрунтовує важливість застосування біографічного методу дослідження в філософії освіти, що дали допомогає якісному практичному підбору науково-практичних працівників в освітніх інституціях. У дослідженні дається визначення біографічному методу у дослідженні післядипломної педагогічної освіти як методу дослідження особистості педагогічного працівника, специфіки педагогічних колективів навчальних закладів, інститутів післядипломної педагогічної освіти, що базується на аналізі їх професійної діяльності та індивідуальних особистих біографій.

Ключові слова: філософія освіти, освітні інституції, неперервна освіта, біографічний метод.

Вступ. В умовах зростання конкуренції на ринку праці, яка останнім часом значно посилюється, виникає необхідність якісного підбору науково-педагогічних працівників в освітніх закладах. Для керівників освітніх інституцій всіх рівнів першочерговим завданням залишається пошук перспективних науково-педагогічних працівників, незважаючи на існуючі конкурсні заповнення вакансій. Певною допомогою має стати біографічний метод як інструмент оцінки потенціалу майбутнього працівника, де важливу роль відіграють самооцінка та оцінка його діяльності, про що йдеться у дослідженні Руднева Є. [4, с. 19]. Важливим є здатність до постійної неперервної освіти у всіх її модифікаціях: як за формальними, так і неформальними формами, про що йдеться у дослідженні [13].

Актуальність дослідження. Біографічний метод дослідження рідко використовується у філософії освіти, найчастіше він застосовується у соціологічних та історичних науках, але він дозволяє отримати таку інформацію в галузі післядипломної педагогічної освіти як складової освіти протягом усього життя, яка є недосконалою для інших відомих методів дослідження. Слід зазначити, що значний внесок до цього методу належить У. Томасу і Ф. Знанецькі, які першими застосували цей метод. Біографічний метод дослідження особистості був також предметом дослідження російського вченого М.А. Рибникова. Його дослідження близькі теоретичним ідеям Е. Гуссерля і Г.Г. Шпета. Треба згадати С.Л. Рубінштейна, в чийх роботах розвинуто тему життєвого шляху особистості. Сьогодні акмеологія допомагає вивчати завдяки біографічному методу найбільші досягнення у житті людини та шляхи цих досягнень (необхідно відмітити значний внесок А.А. Бодальова). Завдяки П.П. Блонському, ми будемо зупинятися на біогенетичних детермінантах розвитку особистості, на її здібності до саморозвитку, прагнень до соціальної адаптації. Головне, що підкреслюють дослідники, використовуючи біографічний метод: особистість ми повинні розглядати в процесі постійного удосконалення розвитку Але ні в якому разі як кінцевий результат. Український вчений В.С. Бондар про звернення до біографій як методу збору соціально значимої інформації говорить в контексті відображення певних історичних змін у соціальному житті. Характеризуючи біографічний метод як ревалентний метод дослідження, він акцентує увагу на процесі, що дозволяє вивчати цей процес у єдності соціальних і

особистих детермінант, підкреслюючи індивідуальні історії життя і історії суспільства, що дозволяє аналізувати суб'єктивну різноманітність зовнішньо схожих об'єктивних дій та вчинків [1].

Мета дослідження. Отже, в дослідженні системи післядипломної педагогічної освіти окремі біографії педагогів і керівників загальноосвітніх навчальних закладів можна використовувати для реконструкції історії становлення і розвитку системи післядипломної педагогічної освіти, вивчити її вплив на становлення особистості педагога і керівника в умовах інформаційного суспільства, що важливо для з'ясування діяльності педагогів під час реформування освіти.

Виклад основного матеріалу. Біографічний метод у педагогічній антропології допомагає вивчити розвиток особистості у єдності та взаємодії з соціальною історією. Найбільш часто і плідно користувалися біографічним методом німецькі вчені, які відокремлюють різні аспекти освіти особистості впродовж життя, а саме: освітню політику і педагогічну перспективу. Характеризуючи політичну галузь німецькі філософи, акцентують на соціальній організації індивідуальної та групової роботи учнів, в нашому контексті можна говорити про педагогів та керівників загальноосвітніх навчальних закладів, враховуючи суттєві зміни в освітній сфері.

Аналізуючи педагогічну перспективу, вони пропонують обмежитися неформальною, інформаційною та позаінституційною освітою [6], акцентують увагу на історичних передумовах і змістовному аналізі різних підходів до освіти дорослих, пропонують розглядати актуальні проблеми організації освіти дорослих на різних рівнях. Біографічна перспектива в освіті дорослих виникає на основі загальної тенденції суттєвих соціально-політичних змін в суспільстві і постійного розвитку наукового знання. Інтерес до біографій в соціальних науках пов'язаний з новою оцінкою якісних методів в соціальних дослідженнях. Слід відмітити, що суб'єктивна інтерпретація кожною людиною конкретної дійсності стоїть в центрі дослідницького інтересу. Історія біографічного методу в соціальних науках внутрішньо пов'язана з історією якісної парадигми дослідження. З 20-х років двадцятого століття якісна парадигма розвивалася в соціологічних науках (ці дослідження нам відомі як Школа Чикаго), з роками з'являються і домінують інші, вже кількісно орієнтовані моделі дослідження. А з 70-х років. минулого століття біографічний метод стає важливою технікою

якісного дослідження. Німецькі вчені першими зрозуміли, що біографії людей можна застосовувати для реконструкції становлення та розвитку окремих явищ, організацій та інституцій. Цікаво простежити використання цього методу у післядипломній педагогічній освіті; важливо, що біографія педагогічних працівників демонструє соціальну обумовленість подій, освітніх цілей, завдань, концепцій, стратегій.

Важливо відзначити: біографічна перспектива в цих дослідженнях характеризується нарративом, контекстуальністю, інтерактивністю, і, що найбільш суттєво до нашого сьогодення, динамічністю. Нарратив допомагає зрозуміти суб'єктивний життєвий досвід людини-педагога, людини-керівника навчального закладу, який організовується у формі певної автобіографічної історії. Біографічна перспектива педагогів і керівників навчальних закладів орієнтована в першу чергу не на факти, а на оцінку їх значення для людини і нашого вітчизняного суспільства. Цей інтерпретативний елемент, а також нарративна структура досвіду утворюють ядро автобіографічного дискурсу. Біографічний підхід є також контекстуальним. В цьому аспекті педагога і керівники навчальних закладів активно конструюють свій життєвий досвід у формі певної історії, суттєвої та значимої для кожної конкретної особистості, зі своїми внутрішніми зв'язками і напруженістю. Говорячи про нарративний дискурс, важливо пам'ятати вказані події і ситуації у своєму конкретному контексті. Щодо контексту, то він охоплює як матеріальні, структурні і інституціональні умови існування педагога, так і його соціальний, культурний і особистісний життєвий світ. Можна відзначити: біографічний метод ідентифікує особистість, оскільки вона може усвідомлюватися і розумітися тільки у формі історії, разом з цим він націлений на те, щоб уявляти, як люди розуміють минулі події і свій власний досвід у структурі цілісного суттєвого явища або події, у нашому контексті в системі післядипломної педагогічної освіти. І головне: які наслідки ця цілісна картина дає для майбутніх дій: як кінцевий результат або, що більш суттєво, матеріали для стратегічного планування.

Контекстуальний елемент біографії найчастіше тісно пов'язаний з інтеракціоністським аспектом. Біографічний метод представляє, по суті, інтерактивний або діалогічний процес, при якому викладачі інститутів післядипломної педагогічної освіти, так і наші респонденти-педагоги продукують конкретні факти. При чому треба підкреслити: особистісна поведінка завжди здійснюється у взаємодії зі значимим контекстом (соціальним, культурним, матеріальним, інституціональним). Біографії детерміновані завжди подвійно: з одного боку, суб'єктивними обставинами, а з іншої - громадською реальністю. Громадський розвиток і суспільні процеси роблять вплив на досвід і дії педагога і керівника навчального закладу впродовж усієї життєвої історії. Тому біографічне дослідження займається не лише вивченням і інтерпретацією індивідуального досвіду, суб'єктивних станів і почуттів людини, але і аналізом суспільно-історичного розвитку, який також впливає на зміст індивідуальної свідомості [5, 6]. Динамічний елемент біографії акцентує увагу на розгляді часу і ідеї розвитку у біографічній перспективі. Актуальне мислення і поведінка людини

представляють лише миттєвий знімок з безперервного процесу інтерпретації сприйманої і переживаної дійсності [9].

Для нас суттєвим є широке поширення біографічних досліджень не лише в соціальних науках, але і в педагогіці. Дослідницькі підходи, орієнтовані на біографію, знаходять застосування у вивченні історії виховання і соціалізації, проблем дитинства і юнацтва, соціалізації у вищій школі, а також у сфері освіти дорослих, зокрема в післядипломній педагогічній освіті. Значення біографічних підходів в освіті дорослих полягає не лише в застосуванні біографічних методів в практичній освітній роботі, але і в теоретичному осмисленні процесу освіти і біографічних методів. Як приклад: Німеччина, де існують педагогічні біографічні дослідження, які об'єднують різні педагогічні дослідницькі проекти. З 1980 р. отримало розвиток біографічне дослідження в освіті дорослих. Його предметом, передусім, являється те, як біографії дорослих трансформуються і розвиваються завдяки освіті [6, 9]. При цьому підкреслюється, що взаємозв'язок біографії і життя дорослих є амбівалентний. Це належить до конститутивних ознак людської екзистенції в модерні. Для усіх соціальних прошарків їх біографія стає предметом саморефлексії. У соціальних науках цей процес позначається як «біографізування» [1]. Процес індивідуалізації призводить до того, що збільшується ступінь свободи індивідів, а також відповідальність за її використання. У сучасному житті дорослих йдеться не лише про незалежність індивідів від установ, а також про необхідність нової біографічної впевненості, безпеки, рівності. [1].

Становленню біографічної перспективи в післядипломній педагогічній освіті допомогло дослідження процесів соціалізації в соціології і життєвих періодів в психологічному напрямі. Обидві дослідницькі стратегії долають пануюче упередження, що дорослий є зрілою особою і відповідно більше не потребує подальшого вчення, розвитку, удосконалення. В протилежність цьому розумінню, використовувалося динамічне поняття буття дорослості, яке звільняло місце для нових можливостей у навчанні й необхідності освіти і в період дорослості, в період зрілості. У соціології соціалізація розуміється як процес, здійснюваний впродовж життя, який не завершується індивідуалізацією і акультурацією в юнацтві. Разом з професією педагога і керівника навчального закладу як центральною темою соціалізації дорослих осмислюється також досвід соціалізації дорослих в аспектах організації вільного часу, сімейних стосунків, виховання дітей.

Для розуміння процесів освіти дорослих було також актуальним введення концепту життєвого шляху як соціального інституту, який розглядається подвійно: з боку інституціональних програм, зразків, норм (життєвий шлях педагогічного працівника), а також як суб'єктивна конструкція (особистісна біографія). Основою для соціологічного вивчення дорослості послужив аналіз значення віку як величини виміру соціальних структур. Безпосереднім поштовхом таких досліджень були роботи соціологів, які займалися окремими віковими групами (юність, старість). У цих роботах вже відзначалося, що розгляд окремих фаз або груп розвитку потребує їх оцінки в цілісному

життєвому шляху (у загальній віковій структурі). Тому ставилося питання про значення окремих фаз (в тому числі і навчання) в житті людини і стосунків між ними [8]. Можна продовжити: і стосунків між людьми і системами, вивчення взаємовпливу. Важливий вклад у вивчення процесів соціалізації дорослих був зроблений завдяки роботам про обґрунтування законотвірності соціалізації дорослих на основі ролівої теорії про зміни і стабільність в період дорослості у рамках теорії символічного інтеракціонізму, про зв'язок віку і соціальних структур. Крім того, отримали розвиток дослідження кризи середини життя, в яких відзначалося, що його основою є протиріччя між прагненнями, домаганнями, цілями і досягнутою реальністю, що загострюється у періоди нестабільного суспільства. У аспекті переходів, криз в період дорослості центральну роль грає концепт «критичних подій». З його допомогою тематизуються події (хвороби, укладення шлюбу, розлучення, смерть батьків і так далі) як типові для дорослих, які сприяють або перешкоджають їх розвитку [8]. І це теж важливо враховувати в індивідуальній роботі з педагогічними працівниками.

Для психологічних теорій розвитку, інтерес яких тривалий час був спрямований на психологію дитинства і юності, предметом дослідження стає дорослий, який характеризується, передусім, стабілізацією способу життя і розвитку. Також виникає інтерес до середньої дорослості, коли з'являється новий досвід, відбуваються зміни особистості. Цей період дорослості характеризується специфічними завданнями розвитку (роботи Е. Еріксона, Л. Кольберга). Нові дослідження періоду дорослості привели до диференціації його на ранній, середній і пізній періоди. У педагогічному аспекті найбільший інтерес представляють засадничі ідеї про здатність до вчення в період дорослості. Основою інтересу до періоду дорослості послужили дослідження, що розглядають психічний розвиток людини впродовж усього його життя (всєвіковий підхід). У поняття всєвікового розвитку включалися два сенси. По-перше, загальну ідею про те, що розвиток є властивістю усього людського життя. По-друге, що воно може включати процеси, що беруть початок не з моменту народження, а в пізніші періоди життя, що можна зв'язати з суттєвим переглядом власного життя. Таким чином, кожен період життя і професійної діяльності містить безліч можливостей і вимог, з якими стикається людина на своєму життєвому шляху [7]. Обидва підходи (психології розвитку і дослідження соціалізації) орієнтувалися на типізацію і класифікацію, тоді як особливе і індивідуальне в житті дорослих не розглядалося. Тому у зв'язку з процесами індивідуалізації і плюралізацією життєвих форм людського існування, які стають характерними для сучасного суспільства, виник інтерес до біографічного методу як способу подолання цього теоретичного і дослідницького дефіциту.

Кількість біографічних досліджень, що розглядають різні аспекти в освіті дорослих, нестримно росте. Усе різноманіття дослідницьких біографічних проєктів в освіті дорослих, здійснюваних останнім часом у Німеччині, можна розділити на наступні групи: обумовленість біографії дорослих інституціональною освітньою системою, біографічне історичне дослідження дорослих, біографічний метод і життєва істо-

рія в контексті неформальної освіти педагогів (самоосвіта), біографічне дослідження професії. Цікавим є формування біографічного знання в контексті освітніх установ. Від біографічного дослідження як способу аналізу життєвих історій і отримання знання ми будемо відрізняти формування біографічного знання в контексті освітніх установ. Ці дослідження акцентують увагу на процесі індивідуалізації педагогічного працівника і одночасно залежності його професійної біографії від соціальних інститутів суспільства. Особливий інтерес представляє зв'язок біографії і освіти педагогів, тобто зв'язок біографії з процесами навчання і освіти, з одного боку, професійними педагогічними процесами, обумовленими більш менш інституційною – з іншою. Цей аспект дослідження знайшов віддзеркалення у вивченні процесів формування біографічного знання різних соціальних груп і категорій. Ключова роль при реконструкції історії освіти дорослих належить біографічному методу, який дозволяє отримати інформацію про історію освіти дорослих і її тимчасові свідчення.

Біографічним дослідженням історії освіти дорослих є цікава монографія німецьких дослідників про значення біографічної розповіді в освіті дорослих [11], де відзначається, що на початку 80-х рр. двадцятого століття спостерігається ренесанс у використанні розповіді в педагогіці та досліджується значення розповіді як педагогічного засобу, який виконує посередницьку функцію у навчанні і розвитку ідентичності дорослих. У дослідженні уперше обґрунтовується історіографія «утворюючої розповіді», починаючи з 1918 р., розглядається цінність розповіді для сучасної освітньої роботи з дорослими. На основі аналізу програм освіти з різних епох освіти дорослих реконструюється розвиток педагогічної розповіді, яка стає важливим методом освіти в контексті освіти дорослих, орієнтованої на суб'єкта і його життєвий світ [7, 11]. Автобіографії відносять до рангу цінних історичних джерел, завдяки яким отримують зображення релевантні педагогіці стану речей і різні спроби реконструкції історії.

Інші підходи дослідників дають життєві спогади учителів як самостійний історичний документ. Учителі згадували власні переживання і досліди з шкільної практики, які вони отримували в певній історичній констеляції і представляли в різних мовних формах. Таким чином формувалася історія суспільства, школи або занять з перспективи учителів, що беруть участь в дослідженні. Ці історії спогадів учителів мали для оповідачів як професійне, так і загальноісторичне значення. Розповідаючий учитель продукував біографічний матеріал, що має відношення до історії школи і розкриває форми і зміст шкільних змін, які з інших джерел не могли бути отримані [10, 11]. Біографічний метод і життєва історія педагогів сприяє переорієнтації андрагогічного мислення на життєвий досвід учасників освітнього процесу. Тому самоприйняття педагогічних працівників набуває особливого значення в освітньому процесі. Орієнтація на суб'єкта в освіті педагогів стимулює інтерес до біографії як способу дослідження і предмета освіти педагогів. Життєві історії в освіті дорослих розглядаються як певний навчальний зміст, а не як предмет дослідження. Дидактичне і методичне знайомство з біографіями може бути використане для того, щоб тематизувати

письмові автобіографії відомих або маловідомих осіб, розкривати зв'язки між життєвою історією і загальною історією. У нашому контексті зв'язок з системою післядипломної педагогічної освіти, її проблемами та викликами. Так, наприклад, через аналіз педагогічних оповідань реконструюється історія удосконалення системи післядипломної освіти. На курсах в обласному інституті післядипломної педагогічної освіти досліджувалися особистості досвідчених педагогів і керівників та стереотипи на основі їхніх самосвідчень. Посилення виховного ефекту досягається, якщо учасники розповідали свої життєві історії один одному і приходили до самопорозуміння і цілісності завдяки специфіці групового процесу. Цікаво, що цей підхід був апробований в освіті дорослих в 20-х рр. минулого століття в Німеччині. Він приділяв велику увагу організації добровільних трудових таборів, в яких повинні були визрівати нові міжособистісні зв'язки між різними верствами населення - студентами, робітниками, безробітними. Важливим для освіти педагогів є той факт, що освіта здійснюється на основі її зв'язування з біографічними дослідженнями учасників. Для цієї мети використовуються методи структурованого спогаду і біографічної розповіді, Розмовне кафе, діалоги, дебати є при цьому простором для біографічної роботи, що сьогодні все частіше впроваджується у практику роботи з педагогами. Також організаційними і педагогічними формами біографічної роботи є усі види біографічного тематизування себе і іншого, здійснюваних у біографічних оповіданнях у рамках повсякденних ситуацій, а також інших варіантів самопрезентації [6] і сучасних порт-фоліо, творчих звітів та резюме.

У рамках біографічного дослідження педагогічних працівників особлива увага останнім часом приділяється вивченню індивідуального професійного розвитку особистості. Важливо підкреслити: у 70-і рр. минулого століття біографічні дослідження сприяли встановленню зв'язку між професією і біографією як ресурсом професійно-педагогічного знання. Дослідження професії здійснювалося на двох рівнях: на інституціональному в контексті різних видів професій і умов праці, а також на рівні займаного місця в системі стосунків і пов'язаних з ним поглядів і ідентичностей [8]. Для біографічного дослідження професії найбільш значимими для німецьких дослідників є три поняття – професійна біографія, професійна ідентичність, суб'єктивна теорія [12]. Погоджуючись з ними, реконструкцію професійного розвитку особистості педагогічного працівника можна здійснити на основі аналізу педагогічних професійних біографій. Поняття професійної біографії розкривається в контексті життєвого шляху, тенденції до професійного педагогічного розвитку, причому особливе значення має суб'єктивне сприйняття педагогом і керівником траєкторії і стратегії власного педагогічного професійного становлення.

Важливо підкреслити, на протипагу поняттю професійної соціалізації професійна біографія містить вивчення активної і конструктивної участі педагогів в процесі професійного зростання. У центрі дослідницького інтересу знаходиться особистісна інтерпретація педагогом, керівником загальноосвітнього закладу власного професійного досвіду. Найчастіше під про-

фесійним зростанням розуміються суттєві та якісні зміни в професійній педагогічній діяльності педагогічного працівника в результаті становлення успішної педагогічної для педагога або управлінської кар'єри для керівника закладу освіти. При цьому ми можемо провести всебічний моніторинг і розвитку педагога і його професійної діяльності впродовж всього його педагогічного життя та зробити висновки щодо успішної чи невдалої кар'єри.

Практична робота в системі післядипломної педагогічної освіти дає можливість простежити, як в процесі професійного становлення у педагогів та керівників загальноосвітніх навчальних закладів формується почуття професійної ідентичності. Можливо зробити наступний висновок: професійна педагогічна біографія педагога або керівника є результатом діалектичних стосунків з оточуючим середовищем, а точніше - з сучасним суспільством. Нові тенденції соціокультурних контекстів, конфронтація з ними або сприйняття цих нових обставин, сприяє тому, що відносно швидко, але не просто, змінюються певні інтереси, формується вже в іншому новому аспекті ціннісна картина своєї власної особистості, її місця в житті, в професійній діяльності, обмірковуються нові орієнтири та траєкторії розвитку життєвого успіху та професійної педагогічної кар'єри. У своїх автобіографічних історіях педагоги та керівники навчальних закладів розкривають події, вчинки, окремі факти, ситуації й особистісні переживання у своєму суб'єктивному значенні для кожної окремої людини-педагога, людини-керівника навчального закладу. Для дослідження найважливішим контекстом при цьому є власне педагогічне професійне самосприйняття як наслідок постійного самопізнання, тобто свідоме розуміння людиною-педагогом, людиною-керівником самого себе у якості представника педагогічної професії.

Дослідження професійних біографій педагогів і керівників навчальних закладів у системі післядипломної педагогічної освіти дозволяють акцентувати суттєву увагу на тих детермінуючих чинниках, які визначають динаміку і хід професійного розвитку особистості у якості слухача курсів інститутів післядипломної педагогічної освіти. Практика сьогодення свідчить: професійний розвиток може протікати спокійно, послідовно не завжди, найчастіше останнім часом це здійснюється у формі певних кризових або критичних подій, що можна віднести за рахунок педагогічного ризику у суспільстві ризику. Останнє є кульмінацією процесу розвитку особистості педагогів і керівників навчальних закладів вітчизняного сучасного суспільства, коли певні думки, переконання, бачення професійної педагогічної діяльності і своєї власної особистості переосмислюються. Сьогодні критична подія стає певним викликом професійної ідентичності. Треба відмітити і низький статус педагогічного працівника та падіння престижу вчительської професії. Діяльність на межі критичної фази - період в житті педагога і керівника, який обумовлений певними труднощами і протиріччями як в особистому, так і в професійному педагогічному житті. У науковій літературі розрізняють три види таких критичних фаз: внутрішня, яка проявляється у рамках професії (наприклад, перший тиждень роботи в школі, перша конфронтація

в професійній діяльності з учнями, більш досвідченими колегами, батьками учнів, перші конфлікти та невміння грамотно їх вирішити), зовнішня, обумовлена впливом зовнішніх чинників (загальна економічна криза, зниження іміджу професії педагогічного робітника), і особистісна, яка детермінується найчастіше подіями у приватній сфері (сімейні стосунки, невдалі шлюби, батьки похилого віку, хвороба, конфлікти з дітьми) [9]. На що ніколи не звертається увагу адміністрація навчального закладу. Критичні фази і події доповнюють один одного: в період критичних фаз відбувається більше критичних подій. Окрім цих понять, необхідних для біографічної реконструкції професійної педагогічної діяльності також важливою подією є зустрічі з яскравими особистостями, які зіграли важливу роль в кар'єрі педагога або керівника навчального закладу. Практика свідчить, що зустріч з цією особою (як у практичній реальності, так і з відомим по науковим та літературним джерелам яскравою особистістю) часто призводить до перегляду певних своїх професійних поглядів і дій, мотивує до інноваційної діяльності. Методологічною основою для педагогічної інтерпретації біографічного методу є дослідження М.М. Бахтіна і Л.С. Вигодського [2]. М.М. Бахтін відмічає важливість спілкування, діалогу з іншою людиною. У своїй роботі «Вибрані психологічні дослідження» Л.С. Вигодський підкреслює велике значення культури, спілкування, встановлення міжособистісних стосунків. Він називає це фундаментом для становлення та розвитку специфічної індивідуальності людської особистості. Ретроспективний аналіз дає можливість ідентифікувати критичні фази, події і осіб, що зробили найбільший вплив і мають важливе особистісне значення в професійній кар'єрі педагога і керівника навчального закладу. З цього приводу цікаво згадати неоднозначне ставлення до однієї і тієї ж особистості у своїй країні та інших: технологію А.С. Макаренка знають не всі молоді українські педагоги, а розвинута Швеція на державному рівні вивчає причини дієвості його технології [3].

У вивченні професійних педагогічних біографій застосовується типологічний підхід. Німецька дослідниця Г. Хирш [9] встановила у своєму дослідженні «Біографія і ідентичність учителя» зв'язок між типами біографії і ідентичністю учителя. Біографічний досвід може проявлятися не лише в певних життєвих ситуаціях, але і впливати на окремих відрізках професійного життя, ставати початком суттєвих змін на життєвому шляху педагога і керівника навчального закладу. Вона, вивчивши багаточисленні матеріали нарративного інтерв'ю з учителями, виявила зв'язок між типами біографії і способами опису своєї ідентичності. Різні фази в професійних біографіях розглядаються як ознаки різних професійних ідентичностей. Німецька дослідниця робить важливий висновок для системи післядипломної педагогічної освіти: професійна ідентичність похідна від характеру професійного розвитку діяльності людини, її професійного досвіду і власного

особистісного відношення до своєї професії. Вона розглядає наступні типи біографії: стабілізації, розвитку, диверсифікації, проблемну і кризову біографії учителя, розчарування. Всі ці типи біографії педагогічних працівників повною мірою можна віднести і до нашої вітчизняної системи післядипломної педагогічної освіти.

Слід підкреслити, що дослідження за допомогою біографічного методу в системі післядипломної педагогічної освіти необхідно проводити і у нашій країні більш активніше. Біографічний напрям відкриває нові додаткові перспективи, допомагає сформулювати та реалізувати нові нестандартні задуми і підходи в педагогічній та управлінській практиці. В.С. Бондарь у своїй роботі «Вивчення біографій як метод соціологічного дослідження» зазначає, що звернення до біографій як методу збору соціально значимої інформації є відображенням певних історичних змін у соціальному житті. Він визначає біографічний метод як релевантний метод дослідження, який дозволяє вивчати процес у єдності соціальних і особистих детермінант, у взаємозв'язку індивідуальної історії життя і історії суспільства, робить доступно процесуальність соціального і індивідуального життя. Дослідник підкреслює як важливе і суттєве у цьому методі: можливість для аналізу суб'єктивних зовнішньо схожих об'єктивних дій та вчинків. Метод пропонує не фрагментарне, а цілісне вивчення процесів [1].

Висновки. Можна спробувати дати таке визначення біографічному методу у дослідженні післядипломної педагогічної освіти як методу дослідження особистості педагогічного працівника, специфіки педагогічних колективів навчальних закладів, інститутів післядипломної педагогічної освіти, що базується на аналізі їх професійної діяльності та індивідуальних особистих біографій. Проведене дослідження дає можливість для загального висновку: сьогодні в освіті повинні ширше практикуватися такі джерела інформації як закриті та відкриті тести, опитування колег, вивчення продуктів педагогічної життєдіяльності (методики, технології, передовий педагогічний досвід, авторські програми, розробки тематичних спецкурсів, тренінгів, виставки та презентації), автобіографії, анкетування, інтерв'ю, сертифікати, свідоцтва про підвищення кваліфікації або про перепідготовку, різноманітна шкільна документація, резюме, прес-релізи. У подальшому цей великий масив інформації потребує певних моніторингових досліджень. Поки ще це характерно для великих організацій різних форм власності, де є професійний спеціаліст з управління персоналом, і які приймають спеціалістів на роботу на конкурсній основі. Але важливо відмітити, – за паперами не можна втратити головне: становлення творчої особистості педагога і керівника навчального закладу в цілісній системі післядипломної педагогічної освіти у сучасних соціокультурних контекстах, які все більше актуалізуються реформуванням систем освіти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондарь В.С. Вивчення біографій як метод соціологічного дослідження // В кн.: Наукові записки НаУКМА. Том 18. Спеціальний випуск. Ч.2. Київ: "KM Academia", 2000. С. 222-225.
2. Выгодский Л.С. Избранные психологические исследования. Москва: АПН РСФСР, 1956. 379 с.
3. Макаренко А.С. Педагогические сочинения. В 8-ми томах. Т.1. Москва: Педагогика, 1983. 365 с.

4. Руднев Е. Оценка персонала: подходы, методы, практика // Менеджмент и кадры: психология управления, соционика и социология, № 5-6, 2018. С. 18-27.
5. Alheit P., Dausien B. Bildungsprozesse über die Lebensspanne und lebenslanges Lernen. // In: Handbuch Bildungsforschung. / Ed. by Tippelt R. Opladen: Leske+Budrich, 2005. pp. 565-585.
6. Behrens-Cobet H., Reichling N. Biographische Kommunikation: Lebensgeschichte im Repertoire der Erwachsenenbildung. Neuwied: Luchterhand, 1997. 127 pp.
7. Dieter Nittel. Biographietheoretische Ansätze in der Erwachsenenbildung // In: Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung / Ed. by Rudolf Tippelt, Aiga von Hippel. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2009. pp. 103-115.
8. Harney K., Ebbert A. Biographieforschung in der Berufspädagogik // In: Handbuch der erziehungswissenschaftlichen Biographieforschung / Ed. by Krüger H.H., Marotzki W. Opladen: Leske und Budrich, 1999. pp. 391-406.
9. Hirsch Gertrude. Biographie und Identität des Lehrers : eine typologische Studie über den Zusammenhang von Berufserfahrungen und beruflichem Selbstverständnis. Weinheim ; München: Juventa, 1990. 221 pp.
10. Hoeffe O. Subsidiäres Staatshandeln. // Schweizerische Zeitschrift für politische Wissenschaft, No. 3, 1997. pp. 259-290.
11. Hof Christiane. Erzählen in der Erwachsenenbildung : Geschichte - Verfahren - Probleme. Neuwied u.a.: Luchterhand, 1995. 168 pp.
12. Kelchtermans G. Berufbiographie und professionelle Entwicklung // Bildung und Erziehung, No. 3, 1996. pp. 257-276.
13. Sahuichenko V. Philosophical-anthropological grounds for continuing education // Proceedings of XXXXI International scientific conference "New prospects for development of our science". Detroit, USA. 2019. pp. 31-38.

REFERENCES

1. Bondar V.S. Study of biographies as a method of sociological research // In the book : Scientific notes of NaUKMA. Volume 18 Special issue. Part 2 Kyiv: "KM Academia", 2000. pp. 222-225.
2. Vygodsky L.S. Selected psychological studies. Moscow: APS RSFSR, 1956. 379 p.
3. Makarenko A.S. Pedagogical writings. In 8 volumes. V.1. Moscow: Pedagogy, 1983. 365 p.
4. Rudnev E. Personnel Assessment: Approaches, Methods, Practice // Management and Personnel: Psychology of Management, Sociotics and Sociology, No. 5-6, 2018. P. 18-27.

Biographic method as evaluation of educational potential

V. Sahuichenko

Abstract. The author of the article substantiates the importance of using the biographical method of research in the philosophy of education, which further helps the qualitative practical selection of scientific and practical workers in educational institutions. The study defines a biographical method in the study of postgraduate pedagogical education as a method of studying the personality of a pedagogue, the specifics of pedagogical collectives of educational institutions, institutes of postgraduate pedagogical education, based on an analysis of their professional activities and individual personal biographies.

Keywords: *philosophy of education, educational institutions, continuous education, biographical method.*

HISTORY

Історичні аспекти розвитку фізичної та реабілітаційної медицини у Франції

М. В. Данилевич, О. В. Романчук, Р. С. Коваль*, Н. О. Базиляк

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, м. Львів, Україна

*Corresponding author: kovalrostyslav@gmail.com

Paper received 31.01.19; Accepted for publication 07.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-08>

Анотація. У статті коротко розглянуто історію становлення та розвитку фізичної та реабілітаційної медицини / ФРМ у Франції. Виявлено, що найбільш інтенсивний розвиток галузі в країні припадає на період після Другої світової війни, коли створюються спеціалізовані реабілітаційні центри, приймають відповідні закони, які, з однієї сторони, регламентують діяльність відповідних фахівців, з іншої – є спрямованими на соціальний захист, реінтеграцію чи перекваліфікацію неповносправних людей. Розпочинається підготовка кадрів для перелічених галузей.

Ключові слова: історія, фізична і реабілітаційна медицина, Франція.

Вступ. Численні кровопролитні війни ХХ століття, які призвели до величезної кількості неповносправних людей, дали суттєвий поштовх для розвитку реабілітаційного напрямку медицини як в цілому світі, так і у Франції, зокрема. Створювалися спеціалізовані реабілітаційні центри, проводилися медичні та соціальні реформи, котрі були спрямовані на покращення якості життя осіб з інвалідністю. **Актуальність** роботи зумовлена об'єктивною необхідністю коротко ознайомити україномовних фахівців з історією розвитку цієї галузі у Французькій Республіці.

Огляд публікацій. Проблематика дослідження розглянута у таких працях: «Histoire de la rééducation» (1999) [12]; «Émergence de la kinésithérapie en France à la fin du XIX^{ème} et au début du XX^{ème} siècle. Une spécialité médicale impossible. Genèse, acteurs et intérêts de 1880 à 1914» (2003) [11]; «De l'institut de réhabilitation des diminués physiques à l'institut régional de réadaptation. Cinquante ans de médecine physique et de réadaptation 1954–2004» (2004) [1]; «Dynamique de constitution d'une spécialité médicale fragile: La médecine de rééducation et réadaptation fonctionnelles en France entre médecine et politique» (2008) [4]; «Place de la médecine physique et de réadaptation dans le soutien santé des forces armées: historique, état des lieux et perspectives» (2010) [3]; «La profession de masseur-kinésithérapeute instituée par la loi n° 46-857 du 30 avril 1946: genèse et évolutions d'une profession de santé réglementée» (2015) [10].

Мета статті полягає у аналізі історії становлення та функціонування ФРМ у Франції. Основними **методами дослідження** будуть історичний та описовий.

Результати. ФРМ має на меті “coordonner et d'assurer la mise en application de toutes les mesures visant à prévenir ou à réduire au minimum inévitable les conséquences fonctionnelles, physiques, psychiques, sociales et économiques des déficiences ou incapacités. Elle comporte la mise en œuvre méthodique des actions nécessaires à la réalisation de ces objectifs, depuis le début de l'affection, jusqu'à la réinsertion du patient dans son milieu ambiant et dans la société” – “координувати і забезпечувати застосування усіх заходів, щоб попередити або зменшити до мінімально можливого функціональні, фізичні, психічні, соціальні та економічні наслідки

вад та недієздатності. Вона включає методичне використання необхідних дій для реалізації цих цілей, від початку ураження, аж до повторного залучення пацієнта до навколишнього середовища та повернення у суспільство” [цитовано за 3, с. 31]. Словосполучення «médecine (m) physique et de réadaptation» / MPR – «фізична та реабілітаційна медицина» / ФРМ є офіційною назвою дисципліни у Франції з 1995 року, відколи вона змінила колишню назву «rééducation (f) et réadaptation (f) fonctionnelles» / RRF (спеціальність створено у 1973 році) [3; 4].

Отож, у 1780 році доктор Clément-Joseph Tissot (1747–1826), котрий вивчав медицину в Besançon (Франція), опублікував працю «Медична та хірургічна гімнастика або дослідження про користь руху або різноманітних вправ для тіла і відпочинку для лікування захворювань» («Gymnastique médicale et chirurgicale ou essai sur l'utilité du mouvement ou des différents exercices du corps et du repos dans la cure des maladies»), яку відразу переклали німецькою, шведською та італійською мовами. У ній він виклав власні ідеї щодо лікування, звертаючи особливу увагу на користь від прогулянок, різноманітних рухливих ігор, занять спортом, наголошував на ролі відпочинку [7].

Через деякий час, лікар-ортопед François Humbert (1776–1850), створив у Morley (Франція) заклад для корекції ортопедичних деформацій, котрий функціонував з 1814 по 1846 роки і посприяв виходу у світ 1835 року праці «Про застосування механічних та гімнастичних методів у лікуванні деформацій скелету» («De l'emploi des moyens mécaniques et gymnastiques dans le traitement des difformités du système osseux») [1, с. 5]. Зазначимо, що у першій половині ХІХ століття француз Louis Braille (1809–1852) розробив рельєфно-точковий шрифт для незрячих та слабозорих людей, який назвали в його честь. Варто також додати, що масаж, який є однією зі складових реабілітаційного процесу, з'явився в Aix en Savoie (Франція) у час походу Наполеона Бонапарта в 1799 році. У 1863 році доктор Jacques Estradere написав дисертацію, присвячену масажу, і, таким чином, розробив наукове підґрунтя для використання масажу [11, с. 56]. Він розділяв масаж на: «massage hygiénique» / «гігієнічний масаж»,

спрямований на здорове тіло, та «*massage thérapeutique*» / «терапевтичний / лікувальний масаж», для хворих [11, с. 56].

У XIX столітті доктор Désiré Magloire Bourneville (1840–1909) заснував службу для дітей з фізичними вадами у паризькій лікарні Bicêtre. Саме його вважають одним з перших психіатрів, котрий працював з розумово відсталими дітьми. З 1871 до 1879 року доктор Bourneville був помічником одного із засновників сучасної невропатології та психотерапії Jean-Martin Charcot (1825–1893) у паризькому госпіталі Salpêtrière, а 1879 його призначили лікарем у Bicêtre, і він почав займатися різноманітними реформами медичної галузі. 11 лютого 1893 року Désiré Magloire Bourneville відкрив у французькій столиці спеціалізований лікувальний заклад за адресою 22, вулиця Saint-Aubin (сьогодні авеню Maximilien Robespierre). Доктор Bourneville дуже багато писав для таких наукових видань як «Психіатричний вісник» («*Journal de Médecine mentale*»), «Сучасна медицина» («*Médecine contemporaine*»), «Хроніки наукової гідротерапії» («*Annales de l'Hydrothérapie scientifique*»), а у 1873 році заснував «Медичний прогрес» («*Le progrès médical*»). Jean-Martin Charcot, завжди усіляко йому допомагав, і під його керівництвом у 1880 році було засновано «Архіви неврології» («*Archives de neurologie*»), у якому висвітлювалися питання нервових та розумових уражень [6].

Наприкінці XIX століття у Франції відбувається зародження кінезітерапії (*kinésithérapie*). Доктор Georges Dujardin-Beaumetz (1833–1895), член Академії медицини та автор таких праць як «Словник терапії, медицини, фармакології, токсикології та мінеральних вод» («*Dictionnaire de thérapeutique, de matière médicale, de pharmacologie, de toxicologie et des eaux minérales*») (у співавторстві; 1883–1895), «Практичний збірник терапії та фармакології» («*Formulaire pratique de thérapeutique et de pharmacologie*») (1893), «Терапевтична гігієна, гімнастика, масаж, гідротерапія, аеротерапія, кліматотерапія» («*L'hygiène thérapeutique, gymnastique, massage, hydrothérapie, aérothérapie, climatothérapie*») (1888) в паризькому госпіталі Cochin протягом 1886–87 років провів цикл конференцій під загальною назвою «Терапевтична гігієна» («*L'hygiène thérapeutique*»), у яких розповідав про кінезітерапію, лікування масажем, гідротерапію та кліматологію [11]. У 1895 році професор Arsène d'Arsonval (1851–1940) започаткував в Парижі використання електротерапії [12, с. 8]. Його прізвище, як і, наприклад, Braille чи Charcot, сьогодні використовують в якості епоніму – термін «дарсонвалізація» означає «вплив з лікувальною метою на певні ділянки тіла пацієнта змінним електричним струмом високої частоти і напруги, імпульсного характеру при невеликій силі струму».

Важливе соціально-політичне значення медична реабілітація отримує в період Першої світової війни, в результаті якої дуже багато людей отримали фізичні каліцтва. У 1917 році створено «*Association des aveugles en France*» / «Асоціацію незрячих людей у Франції» [4, с. 20]. Того ж року в госпіталі Salpêtrière відкривається відділення функціонального відновлення [4]. У цьому госпіталі в 1924 році доктор Gabriel Bidou (1878–1959) відкрив першу службу з «*récupération fonctionnelle*» / «функціонального відновлення» для тих,

хто отримав травми у війні [3, с. 27]. У 1929 році створено «*Ligue pour l'adaptation des diminués physiques au travail*» / LADAPT – «Об'єднання, яке займається адаптацією до праці осіб з фізичними вадами» [4, с. 12], у 1933 році засновано «*Association des Paralysés de France*» / APF – «Асоціацію паралізованих осіб у Франції» [4, с. 20].

Тисячі інвалідів, які після завершення Другої світової війни потребують допомоги для повернення до нормального життя, дають новий імпульс розвитку реабілітаційної медицини у всьому світі, котра починає включати в себе також суспільну та соціальну складові. Howard Rusk (1901–1989), котрий заснував у складі Медичного центру Нью-Йоркського університету спеціальний реабілітаційний інститут, що згодом почав носити його ім'я, завжди розглядав медичну реабілітацію як комплексну проблему, яка охоплює надзвичайно великий спектр питань [14, с. 11]. Jacques Parisot (1882–1967), один зі співзасновників Всесвітньої організації охорони здоров'я, ще у 1942 року створює «Комісію з перекваліфікації осіб з фізичними вадами» («*Commission de reclassement des diminués physiques*»), мета якої полягала у тому, щоб полегшити існування робітників під час гітлерівської окупації [1, с. 9]. 1944 року у Франції створено «Національну Федерацію Асоціацій Медичного контролю пацієнтів після лікування» («*Fédération Nationale des Associations de Postcure*»). У 1951 році ця організація змінює свою назву на «Національну Федерацію Асоціацій Медичного контролю пацієнтів після лікування, функціонального та професійного відновлення осіб з фізичними вадами» («*Fédération Nationale des Associations de Postcure, de rééducation fonctionnelle, professionnelle des diminués physiques*») [4, с. 12]. Перед цим, у 1949 році створено першу «*Association des papillons blancs*» – «Асоціацію допомоги людям з розумовими вадами», у 1951 році засновано «*Comité d'entente des grandes fédérations d'aveugles et d'invalides civils*» / «Об'єднаний комітет Федерацій незрячих осіб та громадян з інвалідністю», у 1953 році – «*Fédération Nationale des Malades Infirmes et Paralysés*» / «Національну федерацію осіб з інвалідністю та паралізованих», а у 1958 році – «*Association nationale des Papillons Blancs*» – «Національну асоціацію допомоги людям з розумовими вадами» [4, с. 20].

«Закон Кордоньє» («*Loi Cordonnier*») від 2 серпня 1949 року про захист людей із значними вадами (*grands infirmes*), «Кодекс законів про сім'ю та соціальну допомогу» («*Code de la famille et de l'aide sociale*») від 29 листопада 1953 року, створення «Міжміністерського координаційного комітету адаптації та реабілітації» («*Comité interministériel de coordination en matière d'adaptation et de réadaptation*») 1970 року, Закон «на користь неповносправних людей» («*en faveur des personnes handicapées*») 1975 року суттєво змінюють статус осіб з інвалідністю [1, с. 2].

Зароджується нова професія – масажиста-кінезітерапевта (*masseur kinésithérapeute*) і 30 квітня 1946 року створюється відповідний «Державний диплом масажиста-кінезітерапевта» («*Diplôme d'État de masseur-kinésithérapeute*») [1, с. 119]. Програма з вивчення масажу та кінезітерапії у Франції зафіксована постановою від 27 листопада 1946 року. Вона складається з двох основних частин – вивчення різноманітних

базових дисциплін (анатомія, кінезіологія, фізіологія, патологія та кінезітерапія) та їх практичне застосування під час проходження лікарських практик [1, с. 121]. Кінезітерапія (kinésithérapie), ортофонія (orthophonie), ортоптика (orthoptie) (1964), ерготерапія (ergothérapie) (1970), психомоторика (psychomotricité) (1974) об'єднуються під загальною назвою «реабілітаційні професії» («métiers de la rééducation») [11, с. 41].

У 1960 році професор André Grossiord (1909–1997) при допомозі Jean-Pierre Held створює «Diplôme Universitaire de Médecine Physique et de Réadaptation» / «Університетський Диплом з фізичної та реабілітаційної медицини» [3, с. 30]. Відповідно, Постановою від 4 серпня 1965 року утворено нову медичну спеціальність, котра підтверджується «Свідоцтвом про спеціальну освіту у галузі функціонального відновлення та реабілітації» («certificat d'études spéciales [CES] de rééducation et de réadaptation fonctionnelle») [1, с. 129]. Однак, мова йде лише про певні компетенції в медицині, а не про повноцінну спеціальність. Врешті, як спеціальність, як уже було зазначено вище, її офіційно визнано декретом від 7 травня 1973 року. «Свідоцтво про спеціальну освіту» (французькою «CES»), перетворено у «Диплом про спеціальну освіту» («Diplôme d'études spéciales» / «DES») у 1984 році [3, с. 30].

У 1949 році в Garches (Франція) відкривається центр лікування від наслідків епідемії поліомієліту, котрий у 1951 році розширюється – додаткові місця з'являються для параплегічних хворих. Керівництво ним довіряють André Grossiord, для якого у 1968 році утворюють спеціальну кафедру «Клініка відновлення рухових функцій» (Chaire de «Clinique de Rééducation motrice») [1, с. 10]. У 1950 роках André Grossiord в Garches та Denys Leroy в Rennes створюють перші служби з «Médecine de rééducation pour les poliomyélitiques» / «Реабілітаційної медицини для уражених поліомієлітом» [3, с. 30].

Стаття 15 декрету 50-134 від 30 січня 1950 року зобов'язує кожний лікувальний заклад Франції надавати послуги з функціональної реабілітації, або ж, у випадку, якщо немає змоги цього зробити, направляти своїх пацієнтів в інший реабілітаційний центр, державний або приватний, з яким підписана відповідна угода [4, с. 65]. Положення від 11 грудня 1958 року, яке стосується реформи законодавства діяльності госпіталів, передбачає функціональну реабілітацію серед основних функцій цих закладів. Для цього декретом від 3 серпня 1959 року встановлено зобов'язання для будь-якого департаментного та регіонального госпітального центру мати служби з надання послуг функціональної реабілітації [4, с. 65].

У 1951 році з ініціативи Jacques Parisot в Nancy (Франція) створено тристоронню комісію, куди увійшли медичний факультет (Faculté de Médecine), регіональна каса соціального захисту (caisse régionale de sécurité sociale) та регіональний госпітальний центр (centre hospitalier régional) [1, с. 11]. Наслідком її роботи стало заснування у 1954 році «Регіонального Інституту Реабілітації» («Institut Régional de Réadaptation») [1, с. 11]. У ньому лікували хворих різного віку з будь-якими патологіями. Цей інститут забезпечував в одній і тій самій організації: «ранню короткотермінову реабілітацію в госпіталі» («rééducation précoce en milieu hospitalier de court séjour»), «реабілітацію в спеціалізо-

ваному закладі з застосуванням методів із використанням різноманітного обладнання» («rééducation en milieu spécialisé incluant les techniques d'appareillage») та «професійну реабілітацію / перекваліфікацію» («réadaptation professionnelle») [3, с. 30].

1 жовтня 1953 року утворено «кафедру трудової медицини і реабілітації» («chaire de médecine du travail et de réadaptation») на медичному факультеті [8]. Професор Louis Pierquin (1910–2006) був призначений керівником. За деякий час він створив «Школу Кінезітерапії» («École de Kinésithérapie»), у якій пропагував «довільні активні вправи» («exercices volontaires actifs») та «Школу Ерготерапії» («École d'Ergothérapie»), першу у Франції [8]. Професор Louis Pierquin у 1957 році після важкої епідемії поліомієліту заснував також «Центр Дитячої Реабілітації» («Centre de Réadaptation de l'Enfance») у Flavigny. Ще одним напрямом, яким цікавився і в котрому він себе блискуче проявив, було виробництво різноманітних протезів та ортезів [8]. У 1953 році також в Rennes створено «Центр психомоторної реабілітації» («Centre de rééducation psychomotrice») [1, с. 11].

26 березня 1952 року створено Товариство фізичної терапії («Société de médecine physique») з ініціативи Marcelle Peillon та Pierre Joannon, котре стане у 1960 році «Французьким товариством фізичної терапії та функціональної реабілітації» («Société française de médecine physique et de réadaptation fonctionnelle»), відомим за аббревіатурою «SOFMER» [1, с. 11]. 19 січня 1956 року засновано «Французьке Об'єднання Фізичної Терапії» («Syndicat Français de Médecine physique»), яке, у свою чергу, почало видавати журнал «Хроніки фізичної терапії» («Les Annales de médecine physique») [4, с. 113].

Закон від 11 лютого 2005 року «Pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées» / «За рівність прав та можливостей, участь та громадянські права осіб з інвалідністю» визначив поняття «handicap», а також створення «Maisons Départementales des personnes handicapées» (MDPH) / «Департаментних будинків / закладів для осіб з інвалідністю та обмеженою працездатністю», які мають на меті допомагати в розробленні та реалізації «плану життя» («projet de vie»). Цей закон також говорить про те, що віднині підприємства повинні брати на роботу 6 % осіб з інвалідністю, коли його штат більше 20 осіб [3, с. 94].

Невіддільною від ФРМ є ерготерапія. Термін «ergothérapie» означає «traitement de rééducation et de réadaptation qui a pour but de préserver l'autonomie des personnes en situation de handicap (temporaire ou définitif) par des activités adaptées», тобто «реабілітаційна терапія, що має на меті зберегти автономію людей з інвалідністю (тимчасовою або остаточною) адаптивними видами діяльності» [9]. Одним з основоположників ерготерапії був французький психіатр Philippe Pinel (1745–1826). Він запропонував можливість повернення психічно хворих людей до нормального життя за допомогою виконання певного трудового завдання.

«Національна Французька Асоціація Ерготерапевтів» («Association Nationale Française des Ergothérapeutes» / «ANFE») була заснована у 1961 році. Перші школи ерготерапії були створені у 1954 році в Nancy та

в Парижі [2]. У 1965 році засновано школу в Lyon. У 1971 році видано декрет, який затверджував «Державний диплом з ерготерапії», що супроводжувався офіційною освітньою програмою (décret instituant le Diplôme d'État d'ergothérapeute accompagné d'un programme de formation officiel). Того ж року створена школа в Montpellier, у 1972 році – в Rennes та Berck-sur-Mer, у 1973 році – в Créteil, у 1974 році – в Bordeaux. У 1980 році декретом від 2 січня започатковано «Свідоцтво інструктора з ерготерапії» («Certificat de Moniteur-Cadre d'Ergothérapie»), у 1995 році декретом від 18 серпня засновано «Диплом працівника сфери охорони здоров'я» («Diplôme de Cadre de Santé») [2]. У 2000 році Національна Французька Асоціація Ерготерапевтів опублікувала працю «Ерготерапія – практикум» («Ergothérapie: guide de pratique»), а 2002 року засновано «Національну Французьку Асоціацію Ерготерапевтів в Геріатрії» («Association Française des Ergothérapeutes en Gériatrie» / «AFEG»), 2004 відбулося видання праці «Концептуальні моделі в ерготерапії» («Les modèles conceptuels en ergothérapie»), 2006 – створення «Національного Об'єднання Асоціацій Студентів-Ерготерапевтів» («Union Nationale des Associations d'Étudiants en Ergothérapie» / «UNAEE») [2]. Jacqueline Roux (1936–1999) була однією з найвідомі-

ших фахівців цієї галузі. Після створення Національної Французької Асоціації Ерготерапевтів вона стала її першим президентом, а в 1964 році, завдяки її наполегливості та бажанню, організація увійшла до Світової Федерації (англійською «World Federation of Occupational Therapists» / «WFOT»), заснована у 1952 році [2].

Висновки. Найбільш інтенсивний розвиток ФРМ у Франції розпочинається після Другої світової війни. В цей час створюються спеціалізовані реабілітаційні центри, приймають відповідні закони, котрі, з однієї сторони, регламентують діяльність відповідних фахівців, з іншої – є спрямованими на медичний та соціальний захист неповносправних людей. Розпочинається підготовка кадрів для перелічених галузей. Париж, Nancy, Garches, Rennes, Berck-sur-Mer стають основними центрами ФРМ у Франції.

Суттєвий вплив на розвиток галузі мали свого часу Désiré Magloire Bourneville, Georges Dujardin-Beaumetz, Gabriel Bidou, Jacques Parisot, André Grossiord, Henri Poulizac, Jacqueline Roux, Louis Pierquin. Перспективи подальших наукових пошуків полягатимуть у дослідженні історії розвитку ерготерапії, кінезітерапії та інших напрямів у Франції, а також особливостей підготовки кадрів.

ЛІТЕРАТУРА

1. André Jean-Marie. De l'institut de réhabilitation des diminués physiques à l'institut régional de réadaptation. Cinquante ans de médecine physique et de réadaptation 1954–2004 / Coordination et rédaction Jean-Marie André, Jacques Xénard et Colette Meyer. URL: <http://irr-nancy.fr/IMG/File/IRR50ANS0.pdf>.
2. ANFE – Association Nationale Française des Ergothérapeutes. URL: <http://www.anfe.fr/>
3. Facione-Roger Julia. Place de la médecine physique et de réadaptation dans le soutien santé des forces armées: historique, état des lieux et perspectives // Thèse pour obtenir le grade de docteur en médecine. Nancy, Université Henri Poincaré, 2010. 123 p.
4. Frattini Marie-Odile. Dynamique de constitution d'une spécialité médicale fragile: La médecine de rééducation et réadaptation fonctionnelles en France entre médecine et politique // Mémoire de Master. Deuxième année. Santé, Population, Politiques sociales, 2008. 124 p. URL: <http://www.sofmer.com/download/sofmer/MOF-M2-SPPS-EHESS.pdf>.
5. Gabriel Gable. Historique de l'ergothérapie. URL: <http://ergo.citipro.fr/modules/quitodocs/action.php?iddoc=174&repertoire=0&action=voir>
6. Gateaux-Mennecier Jacqueline. L'œuvre médico-sociale de Bourneville. URL: <http://www.biusante.parisdescartes.fr/sfhm/hsm/HSMx2003x037x001/HSMx2003x037x001x0013.pdf>
7. Gérard Alain. La carrière mouvementée d'un officier de santé: Clément-Joseph Tissot (1747–1826). URL: <http://www.biusante.parisdescartes.fr/sfhm/hsm/HSMx1974x008x003/HSMx1974x008x003x0453.pdf>.
8. Monet Jacques. Émergence de la kinésithérapie en France à la fin du XIX^{ème} et au début du XX^{ème} siècle. Une spécialité médicale impossible. Genèse, acteurs et intérêts de 1880 à 1914 // Thèse pour le doctorat en sociologie. URL: <http://www.bium.univ-paris5.fr/histmed/asclepiades/pdf/monet1.pdf>
9. La carrière du Professeur Louis Pierquin. URL: http://www.professeurs-medicine-nancy.fr/Pierquin_L.htm
10. Le Petit Robert 2012. Dictionnaire multimedia. CD-ROM PC.
11. Macron Alain. La profession de masseur-kinésithérapeute instituée par la loi n° 46-857 du 30 avril 1946: genèse et évolutions d'une profession de santé réglementée // Thèse pour obtenir le grade de Docteur. Droit. Université Montpellier, 2015. 701 p.
12. Wirotius Jean-Michel. Histoire de la rééducation // Encycl Méd Chir (Elsevier, Paris), Kinésithérapie-Médecine physique-Réadaptation, 26-005-A-10, 1999, 25 p.
13. Zribi Gérard, Poupée-Fontaine Dominique. Dictionnaire du handicap. 7^e édition. Rennes: Presses de l'EHESP, 2011. 349 p.
14. Мухін В. М. Фізична реабілітація: підручник. 3-тє вид., переробл. та доповн. Київ: Олімп. л-ра, 2009. 448 с.

REFERENCES

14. Mukhin V. M. Introduction into a physical rehabilitation. Textbook. Third edition, revised and enlarged. Kyiv, Olympic literature, 2009, 448 p.

Historical aspects of development of physical and rehabilitation medicine in France

M. V. Danylevych, O. V. Romanchuk, R. S. Koval, N. O. Bazyljak

Abstract. The article briefly reviews the history of the formation and development of physical and rehabilitation medicine in France. It was found that the most intensive development of the history in the country fell on the period after the second World War, when specialized rehabilitation centers were established and the relevant laws were legislated. These laws regulated the activities of the specialists on the one hand but were aimed at social protection, reintegration or disabled people retraining on the other hand. The training of the personnel for these industries began.

Keywords: history, physical and rehabilitation medicine, France.

LEGAL SCIENCE

Experience of Foreign Countries Regarding Legal Regulation of the Foreign Economic Activities of Economic Entities

V. N. Aliyeva-Baranovskaya

Interregional Academy of Personnel Management
Corresponding author. E-mail: forever5555@ukr.net

Paper received 22.12.18; Accepted for publication 05.01.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-09>

Abstract. The article is devoted to contrastive characterization of the legislation systems of the European Union and the United States of America. The analysis carried out in the article shows the necessity and expediency of modernization and improvement of economic and legal regulation of foreign economic activity of economic entities at the present stage of development of Ukraine. It is stressed that the practical experience of Germany in adapting German economic legislation to the EU legislation is important for Ukraine, because in practice in the EU the processes of adaptation of the national laws of the member states of the Community are carried out on a permanent basis.

Keywords: legal regulation, legislation, economic activity, Anglo-Saxon system, federal laws, trade law.

Introduction. Each country independently forms the system and structure of economic-legal regulation of foreign economic activity (FEA) on its territory; the purpose of this regulation is:

- to protect its own economic interests and legitimate interests of entities engaged in foreign economic activities;
- to create equal opportunities for entities engaged in foreign economic activities;
- to promote the development of all types of entrepreneurial activity regardless of forms of ownership and of all avenues for using incomings and making investments; promotion of competition and elimination of monopoly in the field of foreign economic activity.

The state and its bodies have no right to directly interfere with the foreign economic activities of entities engaged in these activities except in cases when such interference is carried out in accordance with the current legislation.

Modern economic legislation in foreign countries is represented by laws and economic-legal by-laws. They can be codified and uncodified. Forms of systematization of economic-legal acts were formed under the influence of the same historical conditions and national traditions which led to the emergence of national systems of law [1, p. 67-73].

The aim of the article is to analyse and substantiate the reasons and need for activating the processes of adaptation of the national laws of the member states of European Union and applying the experience in the economic legislation of Ukraine.

Methodology. In the Western jurisprudence, two legal systems have spread: civil law (the Romance and Germanic system) and the Anglo-Saxon system. The first system is also called continental law, and in terms of civics - a system with dualism of private law (that is, with parallel existence of the civil and commercial codes). The second system is called common law, which is based on custom, or the Anglo-Saxon law. Historically, civil law is associated with the Roman private law and the Justinian Code (VI century BC). England is thought to be the homeland of common law. The fundamental difference between the two systems of law is in abstract formulation

of legal norms. In the countries of civil law, influence on social relations is carried out, as a rule, through the issuance of laws containing abstractly formulated rules of conduct. Accordingly, the courts in these countries have mainly the role of enforcement bodies. A civil law judge does not create any legal norms.

Despite this, the trend toward the publication of codes is gaining popularity in countries of common law, too. An example of this is the Uniform Commercial Code (the UCC) of the United States of America. The UCC is very different from traditional commercial codes of the countries of continental Europe. It covers only certain institutions of commercial law limiting itself to the regulation of only some commercial transactions, first of all, of those banks deal with. It is no coincidence that in the literature, it was named "the code of bankers" (8 of its sections are directly related to the activities of banks). A number of important institutions of law (corporations, insolvency, bargaining, representation, insurance, etc) stay off the radar of the code.

Discussion. The main objectives and tasks of the UCC are: a) simplification, clarification and modification of the law governing commercial transactions; b) ensuring the development of commercial practice based on customs and parties' agreements; c) the unification of commercial law of all states (Article 1-102) [1].

Generally, the United States legislation consists of federal and state laws. This also applies to foreign economic activity. Federal laws are published in three official journals: "Civil Laws", "United States Statutes at Large", and "United States Code." "Civil Laws" publishes in chronological order new laws of the United States of America that have come into force. At the end of the year, all laws adopted by the Congress that came into force are also collected in chronological order and published in "United States Statutes at Large." Both periodicals are official; legislative acts issued during the last year are grouped according to their issuance in the same form as they were approved by the Congress. In "United States Code", legislative acts are systematized according to the area of their action. Legislative economic norms are mainly concentrated in the following titles: 5) state authorities and civil services; 6) officially recognized and unrecognized secu-

rities; 7) agriculture; 11) bankruptcy; 12) banks and banking; 15) commercial relations and trade; 21) food and medicine; 26) the tax code; 27) alcoholic beverages; 29) labor; 30) land, minerals, and mining; 31) money circulation and finance; 40) public buildings, property, and public works; 41) government contracts; 42) health and welfare; 43) state land; 45) the railway; 46) navigation; 47) telegraph, telephone, and radiotelegraph; 49) transport. The level of the systematization of federal economic legislation adopted in the United States is lower than that of the systematization achieved in the issuance of codes. But it is convenient because "United States Code" is reissued every six years.

In addition to federal law, the United States has a wide range of economic laws of states in the field of foreign economic activity. Legislation of a certain state often differs from those of other states, which is inconvenient. Therefore, measures are taken to unify the state legislatures by issuing model and identical legislative acts, the task of which is to eliminate contradictions between individual laws of different states [2, p. 67-73]. The peculiarity of legal regulation of the US foreign economic activities is manifested in the state system of the country, according to which the United States is a federal republic. This means that the regulation of the foreign economic activities of the USA is carried out at the state and federal levels simultaneously. The system of key institutions for regulating the US foreign economic activities has the following structure:

- 1) the supreme legislative body: the US Congress;
- 2) the supreme executive body: the US President, the US Vice President, and the US President's Office;
- 3) departments that deal directly with economic relations with foreign countries and issues of the implementation of the state foreign economic policy: the US Department of State, the US Department of Commerce, and its organizational unit - the US International Trade Administration;
- 4) other departments and government agencies of the United States;
- 5) the offices of the White House;
- 6) judicial authorities.

Among the 14 departments of the President's Cabinet, the departments which deal directly with economic relations with foreign countries and issues of the implementation of the state foreign economic policy have the greatest influence on the regulation and development of foreign economic activities. These are the US Department of State, the US Department of Commerce as well as its organizational unit - the US International Trade Administration [3, p. 15-17].

The US Department of State, the US Department of Commerce and its organizational unit - the International Trade Administration - carry out the functions of management, regulation, and control in the field of foreign trade. The content of the functions of the ITA Organization division is that the Department develops and implements general measures aimed at developing the country's trade relations with foreign countries, as well as draft trade contracts, agreements, and conventions regarding foreign trade issues. Among other functions of the US Department of Commerce, the following can be singled out:

- creation of draft export-import and other foreign trade plans (*International Trade Administration Strategic Plan, FY 2007 - FY 2012*);
- regulation and control of the implementation of plans for foreign trade;
- providing for measures to improve the quality of export and import goods;
- regulation and control of activities of export-import associations, trade missions abroad and trade advisers at embassies and missions of the country.

Business unions operating in various forms (industry and national associations, chambers of commerce, etc.) which have great influence on the US policy, especially the economic one, act as auxiliary institutions of the regulation of the foreign economic activities of the USA. In the regulation of foreign economic activities, the United States is guided by the principles of economic feasibility, applying a set of tariff and non-tariff tools. The United States creates new markets for goods, services, technologies, and capital in the countries to which support and assistance are provided;

- holding firm positions of the leading country in world markets, the United States opens its borders to other countries only within state-controlled limits.

Let us move on to Germany. Special legislation on the regulation of economic relations was formed in Germany as early as in the nineteenth century. In Germany, in addition to the Civil Code (*Zivilgesetzbuch*) of 1896 (which came into force January 1, 1900), the Commercial Code (*Handelsgesetzbuch*) of 1897 is in force. This act has repeatedly undergone changes in terms of both content and structure. However, a global modernization of the Commercial Code occurred in 1998-2001. In accordance with the Law on the German Trade Law Reform (1998), a supplement to the regulations regarding the definition of the conceptual framework was added to the Commercial Code; also, amendments were made to the articles concerning the legal regulation of its main institutions. Wide international unification of the norms of trade legislation, the adoption of a number of EU Directives, and signing international conventions which ultimately led to a radical revision of the norms of national law are thought to be one of the reasons for the modernization of this codified act [4].

If we take as an example the economic-legal regulation of foreign economic activity in Germany, it should be noted that the commercial law of Germany is based on the norms of other branches of law and avoids a clear definition of the subject of regulation, using abstract wording to regulate many important issues, which significantly differs from the branches of law of Ukraine. Ukrainian scholars and practitioners are accustomed to the fact that each branch of law has its own clearly defined subject, according to which the principles, methods, and system of its legal regulation should be developed. Abstraction, universality of norms is also considered a factor harmful for creating effective legal regulation [4]. On the basis of this, we believe it is questionable to use the German experience to predict the problems that may arise in applying commercial law in Ukraine and to find ways to overcome them. However, in reality, the content, structure, and rules of the commercial law of Germany have their own internal logic, due to the fact that all its components are sub-

ject to the sole purpose of simplifying and speeding up the process of conducting foreign economic activities by economic entities and ensuring the stability and protection of the interests of trading partners. The key rule for the application of the German commercial law is that it does not cover the whole complex of trade relations entered into by an entrepreneur for carrying out activities (business or commercial ones), since this carrying out involves the entrepreneur's engaging in a wide range of diverse economic ties: financial, banking, insurance, labor ones as well as ones concerning the use of intellectual property, consumer rights protection, etc [5]. Therefore, the commercial law is directed only at specific relations characteristic only for trade turnover which require special methods of legal regulation different from ones enshrined in other branches of law [4].

In Germany, civil law is codified; the system of private law is dualistic. The main source is the German Civil Code (hereinafter referred to as the GCC). As noted above, the GCC was adopted in 1896; it entered into force January 1, 1900. The initial number of paragraphs (that is how the articles of the GCC are called) was 2385 [6, p. 46]. The Code consists of 5 books and an introductory law which contains indications on the relationship of GCC with other norms of law, its duration, the rules of international private law. The first book called "General Part" deals with the legal status of persons, the legal regime of things and animals, agreements, terms, limitation of action, the exercise of rights, self-defense and self-help, the promotion of interests. The second book, "Obligatory Law", regulates the content of obligations, contractual obligations, termination of obligations, assignment of claim, debt transfer, multiplicity of persons in obligation, certain types of obligations (in particular, contractual and non-contractual ones). 20 types of contracts are considered: purchase, sale, exchange, donation, hiring, lease, free use (lend), loan, employment contract, tender, brokerage contract, order, storage, leaving things at a hotel, contract of a simple partnership, games and bets, life annuity, guarantee, amicable transaction, agreement on acceptance of obligations, on recognition of existing debt; as well as unilateral commitments, actions for the sake of other people's interests without commission, unfounded enrichment and unlawful actions (delict) [6, p. 46]. The third book, "Property Law," contains provisions on possession, general provisions on rights to land, on property, inherited right for building, easements, privileged purchase right, real estate encumbrances, mortgages, land debt, rent, pledge of movables and rights. The fourth book, "Family Law," is devoted to the regulation of family relationships, civil marriage and guardianship. And the fifth book, "Heritage Law", regulates in detail the order of succession, the legal status of an heir, the rules concerning wills, contract of inheritance, legitimate portion, the grounds for deprivation of the right to inheritance, waiver of inheritance, the procedure for issuing a certificate of the right to inheritance, buying inheritance.

The GCC consolidates the principles of formal equality before the law, the freedom of private property, the inviolability of private property, the freedom of contract and contains a number of restrictions regarding small and medium land ownership in the interests of large industrial and transport enterprises.

As an act of legislation, the GCC is characterized by instructions general in nature (it regulates only the main issues and does not contain casuistic details). A specific feature of the GCC is the presence of a large number of undefined criteria: "good conscience", "trust", "on faith", etc. Because of this, some paragraphs are called "rubber" ones - their content is so elastic that judges can interpret and apply them completely differently, sometimes in the opposite sense. The code is notable for a scientifically logical, substantiated, strict, precise system. At the same time, the paragraphs are very cumbersome, and the actual formulation of the norms are extremely complex, their content can only be understood by specialists in the field of civil law and is practically unclear to ordinary citizens [5, p. 47].

The GCC has become widespread in the world, like the Code of Napoleon (see below), but it also had a significant impact on the legislation of several countries: Japan, Thailand (reception of the German law); Austria, Switzerland, the Nordic countries; Brazil, Peru, Argentina, etc [6, p. 47]. Another important legislative act is the German Commercial Code (hereinafter the GCmC). The GCmC was adopted in 1897 and came into force January 1, 1900, at the same time as the GCC. Initially, the GCmC contained 905 paragraphs. The GCmC consists of 5 books. The first book, "Tradespeople," regulates rules regarding traders, trade registers, trading firms, procuratory and power of attorney to manage business interests, trade clerks and participants in trade affairs (entrepreneurship), trade representatives and brokers. The second book, "Trade Partnerships and Secret Partnership," contains rules regarding full, limited, and secret partnerships. The third book, "Trade Books," is dedicated to instructions for all merchants, additional regulations regarding partnerships that are capital associations (stock companies, limited liability stock companies, limited liability companies), regarding registered cooperatives and credit institutions. The fourth book, "Trading Agreements," regulates general requirements for agreements and specific types of trade agreements (purchase and sale, commission, freight forwarding, warehouse, transportation - in particular railway - ones). The last, fifth book, is called "Overseas Trade" [6, p. 48]. In addition to the GCmC, the Joint Stock Act (1965) as well as such laws as: on limited liability companies (the latest edition - 1980), on production and economic cooperatives (1889), on exchanges (1908), on banks (1961), on securities (1937), on insurance contracts (1908), on amicable transactions (1935), on unfair competition (1909), on the prohibition of restricting competition (1957), on transportation by road (1952), the charter of railways (1938), and others like that were adopted.

The GCC influenced our jurisprudence; for example, the Civil Code of the Ukrainian Socialist Soviet Republic of 1922 was a complete copy of the Civil Code of the Russian Socialist Soviet Republic. It is evident that the latter was influenced by the GCC. The Civil Code of the Ukrainian Soviet Socialist Republic of July 18, 1963 also has German methodological roots. The latter can also be seen in the current Civil Code of Ukraine of January 16, 2003.

Germany's practical experience in adapting the German economic legislation to the EU legislation is also im-

portant for Ukraine, because, in practice, in the EU, the processes of adaptation of the national laws of the member states of the Community are carried out on a permanent basis. Examples are the Directives of the Council of the European Union, which directly regulate individual issues of the adaptation of the legislations of the EU member states [7, p. 234-237].

It seems to be expedient, as the initial step, to hold a roundtable on the Pandectist Civil Code of Ukraine. Participants in the round-table must at least know about the above-mentioned regulations of the United States, Germany, and France.

Then, let us look at France. France has a codified private law with a dualistic system. There are the Civil Code and the Commercial one. The main source is the French Civil Code (1804) also called the Napoleonic Code (hereinafter the FCC). It was developed by widely known at that time French lawyers (Portalis, Tronchet, Malleville, etc) who relied on the Roman law and the pre-revolutionary jurisprudence and remade them in accordance with the needs of the new society. The Napoleonic Code had a revolutionary significance for its era. It played an extremely important role in the elaboration and adoption of many principles of the new civil law, served as a model for ownership reform in many countries; significantly influenced civil laws of the whole world. This code is still valid in many countries and is considered to be a perfect expression of the legal relations of commodity production [6, p. 49]. An important source was the French Commercial Code (hereinafter FCmC) - the main codified act in the field of commercial law in France adopted in 1807. It supplemented the FCC with the provisions on the legal actions of merchants. This code enshrined in the French law the dualism of private law, that is, its division into civil and commercial laws. It contained 648 articles and consisted of 4 books [6, p. 47-48].

The first book, "General Provisions on Trade," contains nine sections: on merchants, on the accounts of merchants, on partnerships (now not in force), on trade registers (now not in force), on commodity exchanges and brokers, on pledge and commissioners, on the conclusion of trade agreements, on transfer and promissory notes, on limitation of action (extinctive limitation) [6, p. 48]. The second book, "On Maritime Trade," initially contained 13 chapters, of which only one is preserved till nowadays - "On the Terms of Limitation". The third book, "On Insolvency and Judicial Regulation, Rehabilitation, Bankruptcy, and Other Insolvency Offenses," has now completely disappeared. The fourth book, "On Commodity Jurisdiction," initially contained 4 chapters: on organization of commercial courts, on the jurisdiction of commercial courts, on the form of legal proceedings in commercial courts, on the form of legal proceedings in the royal (appellate) courts. Of these, as of today, all except for the second one have ceased to exist.

FCmC was issued as an addition to the FCC, the general provisions of which apply to trade agreements as well. It has contained special rules, in the absence of which the rules of the FCC apply. The FCmC has not had such a spread as the Code of Napoleon; however, it has influenced the legislation of individual countries: Belgium, the Netherlands, Greece, Spain, Portugal.

At present, the archaic nature of some rules of the

codes causes their obsolescence, although it should be noted that significant changes and additions were made to both codes. Regarding FCC, its content was most intensively revised after the World War II. In its current edition, the number of changes made over the past 40 years is 8 times higher than their number over the first 140 years of the existence of the FCC. The content of the FCmC has been continuously refined and improved since its very inception, since it contained many drawbacks and gaps. Currently, it numbers no more than 180 articles, that is, about 20% of its original composition.

It is worth recalling the fact that the Napoleonic Code was a star of the world jurisprudence during 1804-1896. Next, the baton in the development of civil law was picked up by the GCC. This code holds leadership for over a century; its noteworthy feature is its branch orientation and, in particular, the presence of the fourth book "Intellectual Property Law" in it. In any way, it is worth paying attention to the Germans who hold the palm in this issue because they have a code built on the Pandectist system, without branch themes.

Unlike the Civil Code, which nevertheless remains the most important act of the private law of France and continues to affect the latest codification of the civil law of other countries, the FCmC has gradually lost its value and no longer plays a leading role among other legal acts of commercial law since most legal institutions were moved outside it and are governed by special laws. Consequently, the French commercial law is in fact uncoded [6, p. 50].

In the field of civil and commercial legal relations in France, there also are special laws: on trade customs (1866), on fixed exchange agreements (1885), on the purchase and sale and mortgage of property complexes of a commercial enterprise (1909), on trading partnerships (1966 - containing 500 articles), on judicial improvement and judicial liquidation of enterprises (1985), on associations (1901), on the restoration of enterprises and the liquidation of their property in an enforcement procedure (1985), on the status of ships and other sea-craft (1967), on literary and artistic property (1957, 1985), on intellectual property (1992), etc as well as decrees: on trade representatives (1958), on trade associations (1967); on registers of trade and partnerships (1984), on judicial settlement, liquidation of property, personal insolvency and bankruptcy (1967), etc. [5, p. 52].

Finally, about the European Union (EU).

Conclusions. The European Union seeks to systematize the economic legislation. To this end, the Economic Code of the EU was issued, which systematizes the most important legal acts, which, in particular, also relate to foreign economic activities. By the way, during the last decade, the Commercial Code of Germany has been substantially supplemented due to the development of the economic law of the EU. These amendments are mainly related to the Law on Entrepreneurship Control, the EU Directive on Business Associations, the Law on Public Proceedings, etc.

The above analysis shows the necessity and expediency of modernizing and improving the economic-legal regulation of foreign economic activities of economic entities at the present stage of the development of Ukraine.

ЛИТЕРАТУРА

1. Юридична енциклопедія Шемшученко Ю.С. Режим доступу: http://leksika.com.ua/16700908/legal/yediniy_komertsiyniy_kodeks_ssha
2. Мамутов В. Господарське право зарубіжних країн : підручник для студ. юрид. спец. вищ. навч. закладів / Міжнародний фонд «Відродження». – К. : Ділова Україна, 1996. – 352 с.
3. Щербина В. С. Господарське право : підручник / В. С. Щербина ; М-во освіти і науки України. – К. : Юрінком Інтер, 2009. – 639 с.
4. Дятленко Н. М. Доцільність модернізації господарського законодавства України на основі досвіду Німеччини [Електронний ресурс] / Н. М. Дятленко. – Режим доступу : <http://vuzlib.com/content/view/2191/126/>
5. Проценко І. Структура торговельного права Німеччини та її вплив на особливості його застосування [Е. ресурс] / І. Проценко. – Режим доступу : <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=1153>
6. Шимон С. І. Цивільне та торгове право зарубіжних країн: навч. посіб.: курс лекцій/Київ. нац. екон. ун-т.–К., 2004.– 219 с.
7. Гражданское уложение Германии (Deutsches Bergerliches Gesetzbuch mit Einfuehrungsgesetz) : ввoд. закон к Гражд. уложению / пер. с нем. ; науч. ред. А. Л. Маковский [и др.]. – М. : Волтерс Клувер, 2004. – 816 с. – (Серия «Германские и европейские законы»; кн. 1).

REFERENCES

1. Yurydychna entsyklopediya Shemshuchenko YU.S. [Legal Encyclopedia of Shemshuchenko Yu.S.] Accessed from: http://leksika.com.ua/16700908/legal/yediniy_komertsiyniy_kodeks_ssha [in Ukrainian]
2. Mamutov V. (1996). Hospodars'ke pravo zarubizhnykh krayin: pidruchnyk dlya stud. yuryd. spets. vyshch. navch. zakladiv [Commercial law of foreign countries: a textbook for the law students] International Renaissance Foundation. Mizhnarodnyy fond «Vidrodzhennya». K. Dilova Ukrayina. 352. [in Ukrainian].
3. Shcherbyna V. S. (2009). Hospodars'ke pravo: pidruchnyk [Commercial law: textbook] M-vo osvity i nauky Ukrayiny. K. Yurinkom Inter. 639. [in Ukrainian].
4. Dyatlenko N. M. Dotsil'nist' modernizatsiyi hospodars'koho zakonodavstva Ukrayiny na osnovi dosvidu Nimechchyny [The expediency of modernizing the economic legislation of Ukraine on the basis of German experience [E. resource] Accessed from: <http://vuzlib.com/content/view/2191/126/> [in Ukrainian].
5. Protsenko I. Struktura torhovel'noho prava Nimechchyny ta yiyi vplyv na osoblyvosti yoho zastosuvannya [The structure of German trade law and its impact on the peculiarities of its application] Accessed at <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=1153> [in Ukrainian].
6. Shymon S. I. Tsyvil'ne ta torhove pravo zarubizhnykh krayin [Civil and Commercial Law of Foreign Countries: Teaching] navch. posib. : kurs lektsiy / Kyiv. nats. ekon. un-t. [in Ukrainian].
7. Grazhdanskoye ulozheniye Germanii (2004). [Deutsches Bergerliches Gesetzbuch mit Einfuehrungsgesetz]: vvod. zakon k Grazhd. ulozheniyu / per. s nem.; nauch. red. A. L. Makovskiy. M.: Volters Kluver, 2004. 816. (Series "Germanic and European Laws"; book. 1). [in Russian].

Conceptual principles of the creation of the high court of intellectual property in Ukraine

V. V. Kuryava

Chair of Administrative, Commercial law and financial and economic security, Educational scientific Institute of Law, Sumy State University, Sumy, Ukraine; e-mail: viktoria.kuriawa@ukr.net;

Paper received 10.01.19; Accepted for publication 18.01.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-10>

Abstract. The article analyzes the conceptual foundations of the creation of the High Court of Intellectual Property in Ukraine, exercising their influence on the actual state of implementation of the declared concept of implementation of the Institute of the Protection of Intellectual Property Rights in Ukraine. The actual problems of the practical implementation of the newly created court show the disadvantages of the principles of its creation, the lack of a clear concept and strategy. Such a state of affairs needs an immediate solution to it, since today the basic principle - access to justice in the field of the protection of intellectual property rights is violated, that is inadmissible for a law-governed state.

Keywords: *the High Court of Intellectual Property in Ukraine, judicial protection of intellectual property rights, jurisdiction of the court.*

Introduction. The current state of economic, political, social and legal life in Ukraine is characterized by sharp rejection by the people of our state from the proposed and initiated reforms. Separate hasty decisions of the President and the legislator led to the suspension of the reform of the institute of judicial protection of intellectual property rights, since unresolved issues regarding the legal status of the newly created court led to the impossibility of its practical activity. Due to the lack of unity of strategy and concepts of the development of the legal system, the judicial system and the legal system, there are problems of practical implementation of the steps taken to reform the Institute for the Protection of Intellectual Property Rights.

Analysis of publications. In recent years, scientists have intensified their attention to the newly created court, they considered the issues of the administrative and legal status of the High Court of Intellectual Property (in particular, Koval I., M.I. Logvinenko, Oryluk O.P.), and criminal-law protection of intellectual property rights property in the context of judicial reform (A.O. Dihtiar), certain aspects of the creation of the said court were examined in the investigated Kanarik Yu.S. Mentioned indicates a few studies in this area, and the problem of the formation and functioning of the High Court of intellectual property requires comprehensive, thorough, deep scientific and theoretical research.

Problem statement. The purpose of the article is to identify the conceptual foundations and preconditions for formation of the High Court of Intellectual Property and legal support of its activity in the judicial system of our state. In order to achieve the goal, the following tasks need to be fulfilled: to define the concept of the judicial system of Ukraine and its structure, to determine the place and role in this structure of the newly created High Court of intellectual property issues. Consider the main conceptual framework on the basis of which the High Court of Intellectual Property has been established, which today has its influence on the practical implementation of the decision made by the head of state on the establishment of a court.

Presentation of main material. The basic conceptual framework, the proposed reform of the judiciary and the judiciary, is the irrevocable observance of the principle of

the division of state power into branches and the real maintenance of the mechanism of containment-counterweight. The constitutional principles of the separation of powers in Ukraine are the independence of the judiciary, which is exercised by independent and impartial tribunals. The courts of Ukraine form a unified system of judicial system of our state. The conceptual foundations and content of any reform carried out in the state should be the assertion of human rights and citizenship, as the main duty of the state, declaring itself legal. The main criteria of the rule of law are the priority of human rights in the system of law, the guarantee and reality of the provision of these rights and freedoms, the existence of the institution of civil society, the rule of law. The fundamental task of the courts is to protect the rights and freedoms of man and citizen, and the implementation of this protection can affect any sphere of public relations, in particular, the scope of protection of intellectual property rights, whose protection is gaining increasing importance due to the growth of the role and value of objects of law intellectual property in the modern world and economic space. The legal regulation of the activities of the courts is regulated by an extremely large number of legal acts, since the activities of the judicial branch of government are socially important and necessary. The number of such legal acts can not even be clearly and specifically defined, because the activities of the judiciary cover all spheres of human life. And hence, the wide range of application of the legislative framework is explained. Such activity requires comprehensive regulation starting from the order of creation of judicial bodies, their powers, tasks, competencies, functions - in order to ensure their activities (legal regulation, material financial basis, staffing, etc.). These problematic aspects of organizational and procedural legal support that the newly formed the High Court of Intellectual Property has faced today.

With regard to the development of the current state of legal regulation in the field of protection and protection of intellectual property rights, expresses his position, D. V. Dovgan, in particular, the author comes to the conclusion that especially the precise regulation requires a procedural scope of consideration and resolution of disputes on intellectual property issues. According to the author, the analysis of the process of formation of the legislation of inde-

pendent Ukraine in the field of intellectual property testifies to the following features. On the one hand, it is the extraordinary dynamism of this process: every year changes are made to the current legislation, which is conditioned both by Ukraine's commitments to the EU and the WTO, and the specificity of this rapidly expanding sphere in the 21st century. On the other hand, in spite of the annual additions, there are no significant changes in the legal regulation of intellectual property rights relations as such, especially as regards the scope of judicial protection. The process of adaptation of national legislation to EU legislation is extremely slow and mainly under the influence of external factors caused by aggression against our state. Terms of adaptation of intellectual property legislation to the EU legislation, as defined in a series of agreements, were not respected. The presence of a large number of problems in the system of intellectual property rights is due to inconsistency between normative and legal acts on these issues [3, p. 10-11]. The TRIPS Agreement stipulates the standards agreed upon by the WTO member countries as minimum requirements for the legal protection of intellectual property. All WTO members, as well as those countries that wish to become members of the future, must adhere to these standards. Of particular importance in today's conditions is the Association Agreement, Chapter 9 and it's devoted to issues of intellectual property [1]. The main purpose of this chapter is to facilitate the creation and commercial use of innovative products and products of creative activity in the territory of the Parties. The Association Agreement sets standards for the protection of intellectual property rights, which should be observed by the Parties. The analysis of the Association Agreement suggests that all measures aimed at improving the national system of legal protection of intellectual property are aimed at creating comfortable conditions for commercial use of intellectual property rights, prevention of abuse of rights, and unfair practices. The TRIPS Agreement and the Association Agreement require an immediate increase in the level of protection of intellectual property rights in order to secure opportunities for the creation of intellectual property rights and the free use of rights to these objects in business. A. O. Digtyar and A. M. Klochko stressed that «the appropriate level of judicial protection of intellectual property rights will help to increase the attention of foreign investors to Ukraine, since the provision of the intellectual property rights of the owner of a trademark, product or work will not only guarantee their high quality, but also obtain a legitimate income from their implementation and consumption» [2], which is a very important factor in ensuring the economic security of the state.

The main conceptual framework of judicial reform in Ukraine is to ensure an effective and fair judicial protection of human and civil rights. It is the real possibility and mechanism for the protection of human rights and interests in any sphere, including the field of intellectual property law, which determines the right of access to justice, which is recognized by the international community as one of the fundamental ones. Analyzing, the present state of judicial reform, O. Gumeza, notes that among the conceptual changes that are being carried out in the direction of judicial reform, effective protection of rights is defined as a priority task of judicial proceedings. After all, a fair,

impartial and timely resolution of disputes has been determined in order to effectively protect the rights and legitimate interests of individuals. At the same time, when making procedural decisions and applying any procedural norms, the court must be guided, first of all, precisely by this task of judicial proceedings [5, p. 89]. Therefore, we emphasize once again the need for the procedural provision of the newly created High Court on Intellectual Property.

If we look at the official understanding of the judicial protection of intellectual property rights, which is provided in the Civil Code of Ukraine, namely Art. 432, entitled "Protection of Intellectual Property Rights by the Court". The content of this article is that everyone is guaranteed the right to apply to the court for the protection of their intellectual property rights. In one of the ways a person may exercise the right to protect his or her rights is determined by Article 16 of the Civil Code. The legal consequences of such appeal may be the following court decision regarding: 1) the application of immediate measures to prevent the violation of the intellectual property right and the preservation of relevant evidence; 2) stopping the passage through the customs border of Ukraine of goods the import or export of which is carried out in violation of intellectual property rights; 3) removal from the civil circulation of goods manufactured or introduced into civil circulation in violation of intellectual property rights; 4) removal from the civil circulation of materials and implements used mainly for the manufacture of goods in violation of intellectual property rights; 5) application of one-time money collection instead of indemnification for the unlawful use of the object of intellectual property rights [7]. The amount of the penalty is determined in accordance with the law, taking into account the fault of the person and other circumstances of significant significance; 6) the publication in the mass media of information about the violation of intellectual property rights and the content of the court decision on such violation. However, again, there is a problem of procedural provision of these rights, since the norms of the Criminal Code of Ukraine do not contain any mention of the possibility of considering cases of intellectual property in the order of civil proceedings.

Instead, such an opportunity is provided for by the applicable Commercial Procedural Code of Ukraine. Thus, according to Part 2 of Art. 20 of the Commercial Procedural Code of Ukraine, the High Court of Intellectual Property shall consider cases concerning intellectual property rights, in particular:

- 1) cases in disputes concerning the rights to an invention, utility model, industrial design, trade mark (mark for goods and services), commercial name and other intellectual property rights, including the right of prior use;
- 2) cases in disputes concerning the registration, registration of intellectual property rights, invalidation, extension of validity, early termination of patents, certificates, other acts that certify or on the basis of which such rights arise, or which violate such rights or the related law interests;
- 3) cases of recognition of a trademark well-known;
- 4) cases in disputes concerning the rights of the author and related rights, including disputes concerning the col-

lective management of property rights of the author and related rights;

5) cases in disputes regarding the conclusion, modification, termination and execution of an agreement on the disposal of intellectual property rights, commercial concessions;

6) cases in disputes arising out of relations related to protection against unfair competition in relation to: the misuse of signs or goods of another manufacturer; copy the appearance of the product; collection, disclosure and use of commercial secrets; Appeal against decisions of the Antimonopoly Committee of Ukraine on issues specified by this item [4]. However, the analysis of the above norms makes it possible to draw attention to the fact that the jurisdiction of the newly established court does not cover the full completeness of public relations in the field of protection of intellectual property rights, in particular Part 2 of Art. 21 of the Code of Civil Procedure of Ukraine does not contain all possible disputes in this area (taking into account the types of disputes stipulated by special legislation in certain areas of intellectual property - copyright, patent law, means of individualization, etc.). In addition, attention is drawn to the absence of the design of non-retaliatory proceedings in the GPC. In particular, the question of the procedural mechanism of recognition of a trademark is not well-known, which in any circumstances can not be a lawsuit.

If you look at the international experience of judicial protection of intellectual property rights, one can conclude that there are different variations in the world of specialized judicial institutions that deal with intellectual property issues with different names: Specialized IPR Trial Court, Specialized IPR Appeals Court, Specialized IPR Trial Division, Specialized IPR Appeals Division, Commercial Trial Court, Commercial Appeals Court, Trial Court that Exclusively Hears IPR Cases, Appeals Court that Exclusively Hears IPR Cases, Administrative Tribunal, Specialized Judges on Courts of General Jurisdiction, Considering Specialized IPR Court, Division, or Tribunal, Considering Commercial Court. In some countries, no court has exclusive jurisdiction over all IPR matters. For example, in the United Kingdom, the Copyright Tribunal decides the terms and conditions of licenses offered by the collective licensing bodies. By statute, the tribunal is charged with establishing the facts of a case and then deciding upon them. Its decisions may be appealed to the High Court, but only on points of law. In addition, the United Kingdom has two other courts of first

instance which adjudicate IPR disputes: the Patents Court, which is part of the Chancery Division of the High Court, and the Patents County Court. The Court of Appeals hears appeals from both courts. All of the judges from both the Patents Court and the Patents County Court are specialists. There is also a special patents judge in the Court of Appeals. The laws that govern IPR are complex, and the technologies protected by those laws can be even more complex. Due to these intricacies, highly experienced judges are often needed to assure timely adjudication and accurate, consistent case outcomes. Although the creation of a specialized IPR court, on its own, does not ensure that judges will be competent in those matters, specialized IPR courts increase judicial exposure to IPR law by funneling cases to a limited number of judges. Specialized IPR courts also facilitate the appointment of judges with specialized knowledge of IPR issues. This should result in higher quality opinions and a more consistent body of law [6].

Regardless of the name, in Ukraine it is necessary to resolve the issue of jurisdiction of the newly created court and its procedural safeguards, to improve the current legal regulation for ensuring the unity of the court practice in the consideration of disputes on intellectual property issues.

Conclusions Thus, based on the above analysis of the understanding of the notion of judicial protection of intellectual property rights, it can be said that it is foreseen by the norms of the current legislation that everyone can apply for the protection of their right to a court, as well as determine the competence of the court in resolving disputes on intellectual property issues. Over the years of our country's independence, the long-standing process of constructing an institute of judicial protection of intellectual property rights has continued, this institute is one of the most controversial, and today there is no unity of theoretical or practical views on the structure of the current system of judicial protection of intellectual property rights. And even the creation of the previously unknown Ukrainian court system of the High Court of Intellectual Property, which belongs to the specialized courts, did not solve the problem, and on the contrary, scientists and practices continue to disagree with such variation of the judicial protection of intellectual property rights. One of the most problematic issues is legal regulation. It is difficult within a single court to combine the peculiarities of all processes - civil, administrative, criminal, economic.

REFERENCES

1. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights: Agreement, International Document of 15.04.1994; WTO. Official Bulletin of Ukraine. 2010. № 84. Art. 2989
2. Dihtiar A. O., Klochko A. M. The delimitation of banking and commercial secrets as objects of criminal law protection and intellectual property rights. The forum is right. No. 5. 2018.
3. Dovgan G.V. Formation and development of the Ukrainian legislation on intellectual property (historical and legal aspect). Author's abstract. to bake sciences Art. к.ю.н., from спец. 12.00.01. Lviv. 2009. with 19th
4. Commercial Procedural Code of November 6, 1991, No. 1798-XII. Verkhovna Rada of Ukraine. Information from the Verkhovna Rada of Ukraine (BP). 1992. No. 6. p.56.
5. Gumeга O. Judicial protection of intellectual property rights in Ukraine as one of the principles of civil law. Theory and practice of intellectual property. No. 2. 2016. c. 88-95.
6. Study on Specialized Intellectual Property Courts: Consultants, International Intellectual Property Institute. URL: <https://iipi.org/wp-content/uploads/2012/05/Study-on-Specialized-IPR-Courts.pdf>.
7. The Civil Code of Ukraine dated January 16, 2003 No. 435-IV // Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine (VVR), 2003, No. 40-44, p.356.

Щодо залучення певних категорій осіб до соціальних робіт

О. В. Тихонюк

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
м. Київ, Україна

Corresponding author. E-mail: Olga_Tykhonyuk@ukr.net

Paper received 04.02.19; Accepted for publication 10.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-11>

Анотація. Згідно *Загальної декларації прав людини* кожна людина має право на працю, на вільний вибір праці, на справедливі та сприятливі умови праці та на захист від безробіття (ч. 1 ст. 23), а під час здійснення своїх прав і свобод кожний має зазнавати тільки таких обмежень, які встановлені законом виключно з метою забезпечення належного визнання й поваги прав і свобод інших та задоволення справедливих вимог моралі, громадського порядку, загального добробуту в демократичному суспільстві (ч. 2 ст. 29); у свою чергу чинна *Конституція України* (ст. 43) проголосила принцип свободи праці — вільне розпорядження людиною своєю здатністю до праці, можливість вільно заробляти собі на життя, а також свободу від примушування до праці (примусового залучення до праці не може бути ні за яких обставин, за винятком надзвичайних, що прямо передбачено законом). Отже, залучення працівників до виконання робіт має здійснюватися лише у випадку їх вільного волевиявлення.

Ключові слова: боржник, безробітний, роботодавець, примусова праця, обов'язкова праця, необхідна праця, соціальні роботи (громадські роботи, суспільно корисні роботи), підходяща робота, правопорушник.

Актуальність теми. Ставлення людини до праці завжди було суперечливим, а саме: 1) праця це кара за людський гріх, адже за Біблією, людина змушена «у поті чола свого добувати хліб свій»; тобто, будь-яка праця — це «чорна» робота, яка виконується аби вижити; тяжка праця, яка викликає «зношування» людини; 2) праця виявляє, розвиває творчі здібності людини, мотивує, сприяє духовному зростанню людини; тобто, «*благородна*», «*вільна праця*», від якої людина отримує задоволення; 3) «*примусова праця*» - будь-яка робота, яка виконується під тиском, до того ж недобровільна; тобто, людина не отримує задоволення від того, чим займається і при цьому повністю залежить від роботодавця (різновидами примусової праці є *рабство*¹ і *боргова кабала*). Формально в Україні заборонена *примусова праця* — виконання робіт чи надання послуг у ситуації, коли особа працює проти свого бажання (можемо припустити, що і не отримує задоволення від того, чим займається); при цьому не вважається примусовою працею військова або альтернативна (невійськова) служба, а також робота чи служба, яка виконується особою за вироком чи іншим рішенням суду або відповідно до законів про воєнний і про надзвичайний стан [1, ч. 3 ст. 43]. Отже, залучення працівників до виконання робіт має здійснюватися лише у випадку їх вільного волевиявлення; тобто, працівник

має право реалізувати свої здібності до продуктивної і творчої праці шляхом укладання трудового договору (контракту) з роботодавцем [2, ч. 2 ст. 21], а роботодавець не має права вимагати від працівника виконання роботи, не обумовленої трудовим договором [2, ст. 31].

Метою статті є дослідження автором наступних питань: 1) у чому полягає сутність *соціальних робіт* (громадські роботи, суспільно корисні роботи) і 2) чи вважаються такі роботи *примусовою* (обов'язковою) *працею*, або ж це — *необхідна праця* (на думку науковців, необхідну і примусову працю поєднує зовнішній вплив — обставини психологічного, економічного, правового ес характеру, які призводять до діяльності у формі праці; тобто, якою б не була праця (необхідна чи примусова), її потрібно виконувати у зв'язку з певними обставинами, які не завжди залежать від суб'єкта правовідносин [3]).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. «*Примусова праця*» і «*обов'язкова праця*» відповідно до частини 1 статті 2 Конвенції Міжнародної організації праці № 29 «Про примусову чи обов'язкову працю» означає всяку роботу чи службу, що вимагається від будь-якої особи під загрозою якого-небудь покарання; робота, для якої ця особа не запропонувала добровільно своїх послуг [4]; у такому разі можна зробити припущення, що ці поняття є тотожними. Іншої думки О.А. Ситницька, яка вважає, що *примусова праця* — це праця, що виконується під натиском, примусом, а *обов'язкова праця* — це праця, яка має беззастережно виконуватись [5, с. 158]; натомість Н.В. Кохан припускає тотожність примусової праці із тимчасово виконуваною роботою, не обумовленою у трудовому договорі і без згоди працівника [6].

У свою чергу, В.В. Жернаков акцентує увагу на тому, що примусова праця може ототожнюватися з поняттям «*необхідна праця*»: адже її не можна обійти або без дійсно не можна обійтись і вона виконується під впливом зовнішніх факторів; але при цьому примусова праця відрізняється від необхідної за такими ознаками: 1) у необхідній праці немає «автора» примусу — це об'єктивні обставини, а в примусовій є суб'єкт примусу — особа або орган, у компетенцію якої входить організація праці в найширшому розумінні (у тому числі служба); 2) у необхідній праці немає механізму забезпечення — сан-

¹ Наприклад, наприкінці 2018 року в Одеській області поліція припинила діяльність міжрегіональної злочинної групи, яка займалась трудовою експлуатацією людей. Як повідомив керівник Національної поліції Сергій Князев, подружжя — громадянин Грузії і громадянка України — створили сільсько-господарське підприємство у Біляївському районі, у якому впродовж декількох років поспіль безкоштовно працювали майже 100 осіб. Людей обманом заманювали на роботу спеціальні вербувальники. «Рекрутери» шукали працівників переважно на залізничних сполученнях серед соціально незахищених громадян: їм обіцяли стабільну зарплату 450-500 гривень на день, житло і харчування, а вже безпосередньо на місці в людей відбирали документи і телефони, примушували працювати у полі по 13 годин. Географія пошуків жертв — 22 області України і місто Київ. За кожного приведеного «раба» вербувальники отримували 500 гривень. Зловмисників затримали, коли вони саджали до мікроавтобусу нових жертв. // «Вести», Всеукраїнський випуск, 14.11.2018, с. 13.

кції. Вона відбувається завдяки усвідомленню необхідності або корисності праці, у примусовій же праці є механізм примусу, який є її обов'язковим елементом та характеризується наявністю юридичного зв'язку між «повноважним» і «зобов'язаним» суб'єктами; 3) необхідна праця має утилітарний характер — людина одержує користь, вона необхідна для неї. Примусова ж праця не завжди носить такий характер і переважно виконується в інтересах держави, суспільства, підприємства, роботодавця. Вона є необхідною не для людини, а для всіх інших; 4) необхідна праця характеризується значним ступенем збігу зовнішніх та внутрішніх факторів щодо її виконання. Примусова праця характеризується меншим ступенем збігу зовнішніх факторів та внутрішнього переконання людини [3, с. 36-37].

Виклад основного матеріалу. Згідно статті 31 Закону України «Про зайнятість населення» *громадські роботи* є видом суспільно корисних оплачуваних робіт в інтересах територіальної громади (тобто, повинні відповідати її потребам), які організуються для додаткового стимулювання мотивації до праці, матеріальної підтримки безробітних та інших категорій осіб (відповідно до п. 3 Порядку організації громадських та інших робіт тимчасового характеру до «інших категорій осіб»), окрім зареєстрованих безробітних, відносяться особи, які шукають роботу і при цьому перебувають на обліку в територіальних органах Державної служби зайнятості, а також працівники, які втратили частину заробітної плати внаслідок вимушеного скорочення до 50% передбаченої законодавством тривалості робочого часу у зв'язку із зупиненням (скороченням) виробництва продукції) і виконуються ними на добровільних засадах; визначаються за наступними критеріями: 1) мають тимчасовий характер і для їх організації не можуть бути використані постійні робочі місця та вакансії; 2) можуть виконуватися на умовах неповного робочого дня; 3) мають економічну, соціальну та екологічну користь для регіону; 4) надають можливість тимчасового працевлаштування безробітних на роботи, що не потребують додаткової спеціальної, освітньої та кваліфікаційної підготовки; 5) такі роботи не пов'язані з ризиком для життя тих, хто їх виконуватиме; 6) про участь осіб у таких роботах роботодавці вносять записи до трудових книжок відповідно до законодавства про працю.

З особами, зайнятими на громадських роботах, укладаються строкові трудові договори, термін яких не може перевищувати сумарно впродовж року 180 календарних днів (тобто, сам *роботодавець* зацікавлений у працевлаштуванні і спеціально для залучення осіб на громадські роботи *створює* тимчасові робочі місця з *оплатою* праці за фактично виконану роботу у розмірі, що не може бути меншим розміру офіційної мінімальної заробітної плати на день працевлаштування та відповідно до умов строкового трудового договору).

Також Закон дозволяє роботодавцю організувати допоміжні роботи тимчасового (разового) характеру (до 6 місяців), для яких не можуть бути використані постійні робочі місця та вакансії. З безробітними, які залучаються до такого виду робіт, укладаються трудові договори на строк, що сумарно впродовж року не може перевищувати 180 календарних днів.

Громадські та допоміжні роботи тимчасового характеру фінансуються за рахунок коштів місцевих бюдже-

тів, роботодавців та інших не заборонених законодавством джерел (законодавець не пояснює, що мається на увазі під «іншими незабороненими законодавством джерелами»), тому можна припустити, що мова йде або про благодійні пожертви, або про спонсорську допомогу, або про кошти Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття).

Отже, якщо особа добровільно погоджується на виконання даного виду робіт, то така робота не вважатиметься примусовою, адже примусового залучення до праці не відбувається, а тому можна вважати, що з точки зору чинного законодавства про працю України *соціальні (громадські) роботи* — це не що інше, як *необхідна праця*, що виконується особою добровільно завдяки усвідомленню її ефективності і корисності в першу чергу для неї самої, адже за виконані роботи особа отримує грошову винагороду у вигляді заробітної плати.

За загальними вимогами статті 46 Закону України «Про зайнятість населення» *підходящою роботою* для безробітного вважається робота, що відповідає освіті, професії (спеціальності), кваліфікації особи з урахуванням доступності транспортного обслуговування та заробітною платою не нижче її розміру за останнім місцем роботи особи з урахуванням середнього рівня заробітної плати, що склався у регіоні за минулий місяць, де особа зареєстрована як безробітний (при цьому обов'язково враховується тривалість роботи за професією (спеціальністю), кваліфікація, досвід, стан здоров'я, тривалість безробіття, потреба на ринку праці). Як бачимо, і в даному разі мова йде про добровільну згоду особи приступити до *оплачуваної* роботи, яка пропонується центром зайнятості (тобто, примусового залучення до праці також не відбувається).

У свою чергу, *громадські роботи* з точки зору чинного адміністративного та кримінального законодавства України полягають у виконанні особою, яка вчинила адміністративне правопорушення (або засудженням), у вільний від роботи чи навчання час *безоплатних* суспільно корисних робіт, кошти від яких спрямовуються на відшкодування завданих збитків стороні, що постраждала від дій чи бездіяльності правопорушника. Ці роботи призначаються районним, районним у місті, міським чи міськрайонним судом (суддею) на строк від 20 до 60 годин і виконуються (або на строк від 60 до 240 годин) не більше 4 годин на день. Вони не призначаються особам з інвалідністю I або II групи; вагітним жінкам; жінкам, старше 55 років та чоловікам, старше 60 років, а також військовослужбовцям строкової служби [9, ст. 30-1; 10, ст. 56].

Також чинний Кодекс України про адміністративні правопорушення (далі — КУпАП) було доповнено новим видом адміністративного стягнення у вигляді *суспільно корисних робіт* (внесені зміни до статті 24, з'явилась нова стаття 31-1 «Суспільно корисні роботи» та, відповідно, нова глава 31-А «Проведення про виконання постанови про застосування суспільно корисних робіт» [9]) у зв'язку з прийняттям у грудні 2017 року Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту права дитини на належне утримання шляхом вдосконалення порядку примусового стягнення заборгованості зі сплати аліментів» яким серед запобіжних заходів було впроваджено новий вид адміністративного стягнення, а саме - вико-

нання особою, яка вчинила адміністративне правопорушення, у вільний від роботи чи навчання час *оплачуваних* суспільно корисних робіт, вид яких та перелік об'єктів, на яких порушники повинні виконувати ці роботи, визначає відповідний орган місцевого самоврядування, що викликало певні наукові дискусії з цього приводу (іншими каральними заходами, відповідно до Закону, є: 1) надання виконавцю права обмежувати виїзд боржника за кордон, 2) обмеження права на керування автомобілем, права на зброю та права на полювання, 3) обмеження немайнових прав боржників за аліментами) [11], а з лютого 2018 року усіх недобросовісних неплатників аліментів можна знайти у створеному Міністерством юстиції України публічному реєстрі (<https://erb.minjust.gov.ua>), при цьому даний документ містить інформацію виключно по тим боржникам, по відношенню до яких відкрито виконавче провадження, за яким сума заборгованості сукупно перевищує суму платежів за 3 місяці². І хоча у відомстві підкреслюють, що робота публічного реєстру — законна, практикуючі юристи його появу називають сумнівною, адже реєстр суперечить чинному Закону України «Про захист персональних даних» від 01.06.2010 (в реєстрі зазначається прізвище, ім'я, по батькові боржника, його вік і сума боргу).

За статистикою Міністерства юстиції України (станом на 01.09.2017), з 539 тисяч виконавчих проваджень зі сплати аліментів у 17% (майже 91,8 тисяч) мала місце заборгованість. Причин такого прострочення зазначене Міністерство не наводить, але ми можемо зробити припущення, що хтось з цих осіб або не отримує заробітну плату за місцем роботи, або потрапив у складні життєві обставини, або помер, але виконавець про це не знає і продовжує нараховувати заборгованість. Також слід враховувати те, що така кількість виконавчих проваджень включає не лише аліменти на дітей, але і на дорослих осіб (наприклад, на колишню дружину або чоловіка; повнолітніми дітьми на своїх непрацездатних батьків; батьками на повнолітніх дітей, які продовжують навчан-

ня тощо).

Сутність *суспільно корисних робіт* полягає у виконанні особою, яка вчинила адміністративне правопорушення (або боржником) *оплачуваних* робіт (при цьому оплата праці здійснюється погодинно за фактично відпрацьований час у розмірі не меншому, ніж встановлений законом мінімальний розмір оплати праці [9, ч. 3 ст. 325-1]), кошти від яких спрямовуються на погашення заборгованості (у першу чергу, за аліментами). Ці роботи призначаються районним, районним у місті, міським чи міськрайонним судом (суддею) на строк від 120 до 360 годин і виконуються не більше 8 годин на день, а неповнолітніми - не більше 2 годин на день. Вони не призначаються особам з інвалідністю I або II групи; вагітним жінкам; жінкам, старше 55 років та чоловікам, старше 60 років [9, ч. 2,3 ст. 31-1, ст. 325-2; 11].

Дійсно, недосконалість чинного законодавства дозволяла недобросовісним батькам або іншим членам сім'ї ухилитися від виконання свого обов'язку щодо утримання (за даними Міністерства юстиції України в країні станом на грудень 2017 - лютий 2018 від несплати аліментів вже постраждали 600 тисяч дітей, а розмір аліментів на одну дитину складає 25% від розміру заробітної плати того з батьків, хто має аліментні зобов'язання).

Разом з тим, запровадження такого виду стягнення обумовлено лише тим, що КУпАП було доповнено статтею 183-1 «Несплата аліментів», яка, на думку експертів, має суттєві недоліки законодавчої конструкції [9; 12].

Виходячи з визначення *суспільно корисних робіт*, закріпленого в частині 1 статті 31-1 КУпАП, вони можуть бути застосовані виключно до осіб, які мають роботу (в законопроекті також було передбачено норму, що ці роботи виконуються особою, яка вчинила адміністративне правопорушення, у вільний від роботи чи навчання час, але вона не була врахована при прийнятті змін до КУпАП). Але, якщо особа має роботу, то вона має можливість сплачувати аліменти або кошти на утримання непрацездатних батьків зі свого заробітку, а у випадку їх несплати цю особу може бути притягнуто до відповідальності за статтями 164 «Ухилення від сплати аліментів на утримання дітей» та 165 «Ухилення від сплати коштів на утримання непрацездатних батьків» Кримінального кодексу України [10].

Виконання стягнення у вигляді суспільно корисних робіт здійснюється шляхом залучення порушників до суспільно корисної праці, види якої визначаються органами місцевого самоврядування [9, ч. 2 ст. 325-1]. На роботодавця за місцем відбування порушником суспільно корисних робіт, зокрема, покладається нарахування плати порушнику та перерахування її на відповідний рахунок органу державної виконавчої служби для подальшого погашення заборгованості зі сплати аліментів [9, підпункт 5 ч. 1 ст. 325-3]. Вважаємо, що забезпечити невідворотну реалізацію положення цих статей з урахуванням високого рівня безробіття в Україні неможливо (на думку науковців, особа може бути притягнута до адміністративної відповідальності лише у разі наявності її вини — умислу чи необережності [9, ст.ст. 9-11], тому суди не застосовуватимуть дану статтю, якщо відсутня вина особи, а, отже, і не буде досягнуто основного призначення — змусити безробітних неплатників аліментів виконувати соціальні роботи, кошти за які спрямовуватимуться на сплату аліментів³). До того ж це ляже додат-

² Зі слів міністра юстиції України *Павла Петренка*, на Рівненщині провели дуже просту інформаційну кампанію — розмістили плакати, де було анонсовано, що якщо не сплачуєш аліменти, то не маєш і безвізу; не сплачуєш аліменти — не маєш і автомобіля; не сплачуєш аліменти — мети вулиці. Цей креативний підхід спрацював. У середньому в Рівненській області за місяць сплачували аліменти на суму 3,6 млн грн, а після кампанії — майже 11 млн грн. // «Сьогодні», Київський випуск, 06.02.2018, с. 4; а зі слів начальника Головного управління юстиції в м. Києві *Станіслава Куценка*, на початок 2018 року в Києві кількість неплатників, сума заборгованості яких перевищує 3 місяці, складала 8752 чоловік, більше 6 місяців — 6556; станом на 01.05.2018 сплачено аліментів на суму 68,63 млн грн (м. Київ), а в цілому по Україні — майже 1,1 млрд грн. // «Сьогодні», Київський випуск, 14.05.2018, с. 17.

³ Наразі Міністерством юстиції України підписано 2 меморандуми про співпрацю з Державною службою зайнятості і з Державною службою з питань праці з працевлаштування осіб, які мають заборгованість з виплати аліментів. Зі слів міністра юстиції України *Павла Петренка*, це дасть можливість отримувати інформацію на наявність вакансій з усіх регіонів України і завдяки цьому існуватиме можливість працевлаштування тих, хто не має роботи для погашення боргу (станом на кінець січня 2019 року в Україні майже 110 тисяч таких осіб); хто не захоче працювати добровільно — піде на суспільно корисні роботи у примусовому порядку. // «Сьогодні», Київський випуск, 22.01.2019, с. 3.

ковим тягарем на тих роботодавців, які будуть зобов'язані брати на роботу осіб, які відбуватимуть суспільно корисні роботи [12].

Отже, з точки зору чинного адміністративного та кримінального законодавства України *соціальні роботи* — це одночасно і *примусова*, і *обов'язкова праця*, що виконується особою всупереч свого бажання під впливом зовнішніх факторів із погрозою застосування санкцій органом, до компетенції якого належить організація праці; до того ж, у разі ухилення особи від виконання суспільно корисних робіт передбачена як адміністративна, так і кримінальна відповідальність [9, ст. 325-4].

Підсумовуючи вищенаведене можна зробити наступні **висновки**:

Primus: з точки зору чинного законодавства про працю України *соціальні роботи* — це не що інше, як *необхідна праця*, що виконується особою добровільно завдяки усвідомленню її ефективності і корисності в першу чергу для неї самої, адже *особа отримує грошову винагороду* відповідно до умов строкового трудового договору у вигляді заробітної плати за фактично виконану роботу у розмірі, що не може бути меншим розміру офіційної мінімальної заробітної плати на день працевлаштування; до того ж, про участь осіб у таких роботах роботодавці вносять записи до трудових книжок;

Secundus: з точки зору чинного адміністративного та кримінального законодавства України *соціальні роботи* — це одночасно і *примусова*, і *обов'язкова праця*, що виконується особою всупереч свого бажання під впливом зовнішніх факторів із погрозою застосування санкцій органом, до компетенції якого належить організація праці; також ми звернули увагу на те, що *громадські роботи* виконуються правопорушником *безоплатно* у вільний від роботи чи навчання час, а *суспільно корисні*

роботи — це *оплачувані* роботи, які виконуються правопорушником виключно в межах тривалості повного робочого дня (виходячи із змісту частини 2 статті 31-1 КУпАП і Глави 31-А КУпАП);

Tertius: якщо *суспільно корисні роботи* виконуються виключно в межах тривалості повного робочого дня, то тоді такий вид робіт призначається лише для працевлаштованих громадян і не застосовується для безробітних (хоча згідно Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту права дитини на належне утримання шляхом вдосконалення порядку примусового стягнення заборгованості зі сплати аліментів» від 07.12.2017 суспільно корисні роботи виконуються особою, яка вчинила адміністративне правопорушення, у вільний від роботи чи навчання час);

Quartus: примусове залучення до суспільно корисної праці непідготовлених людей займатися фізичною працею може спровокувати судові звернення «з приводу порушення проголошеного у статті 43 Конституції України принципу свободи праці та принципу безпеки праці»; скоріше за все, таким людям пропонуватимуть фарбувати огорожі (рос.: «красить заборы»), прибирати сніг, сміття, пиляти гілки дерев тощо (але роботодавцям потрібно пам'ятати, що якість виконуваної працівником роботи залежить від його фізичного стану, а тому за порушення ними законодавства у галузі забезпечення санітарно-епідеміологічного благополуччя населення передбачена юридична відповідальність);

Quintus: і дійсно, якою б не була праця (необхідна чи примусова), її потрібно виконувати у зв'язку з певними обставинами, які не завжди залежать від суб'єкта правовідносин [3].

ЛІТЕРАТУРА

- Конституція України від 28.06.1996. - URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96%D0%B2%D1%80/paran4175#n4175>.
- Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 // *Відомості Верховної Ради України*. - 1971. - (Додаток до № 50). - Ст. 21. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.
- Жернаков В.В. Поняття примусової праці за законодавством України // *Право України*. - 1997. - № 10. - с. 35-43.
- Про примусову чи обов'язкову працю: Конвенція МОП від 28.06.1930 № 29 // Конвенції і рекомендації, прийнятіе Международной конференцией труда. 1919-1956 гг.: Т.1. Международное Бюро Труда. - Женева, 1991. - с.198.
- Ситницька О.А. Заборона примусової праці у трудовому законодавстві України // *Університетські наукові записки*. - 2011. - № 3(39). - с. 156-162; www.univer.km.ua
- Кохан Н.В. Проблеми забезпечення «примусової праці» у трудовому законодавстві та проєкті ТК України. URL: http://www.rusnauka.com/5_SWMN_2012/Pravo/4_100212.doc.htm.
- Про зайнятість населення: Закон України від 05.07.2012 № 5067-VI.
- Порядок організації громадських та інших робіт тимчасового характеру: Постанова Кабінету Міністрів України від 20.03.2013 № 175.
- Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 // *Відомості Верховної Ради України*. - 1984. - (Додаток до № 51). - Ст. 1122. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>.
- Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 // *Відомості Верховної Ради України*. - 2001. - № 25-26. - Ст. 131.
- Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту права дитини на належне утримання шляхом вдосконалення порядку примусового стягнення заборгованості зі сплати аліментів: Закон України від 07.12.2017 // *Відомості Верховної Ради*. - 2018. - № 6-7. - Ст. 40.
- Висновок Головного науково-експертного управління Верховної Ради України. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62857.
- Загальна декларація прав людини, прийнята і проголошена Генеральною Асамблеєю в резолюції 217 А (III) від 10.12.1948. Док. ООН А/PES/217 А - К.: Українська Правнича Фондація. Видавництво Право, 1995. - 12 с. - (Серія «Міжнародні документи ООН з прав людини»).

REFERENCES

- Constitution of Ukraine, 28.06.1996. - URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96%D0%B2%D1%80/paran4175#n4175>.
- Labor Code of Ukraine, 10.12.1971 // *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukraine*. - 1971. - (Add. № 50). - Past 21. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.
- Zhernakov V.V. Concept of forced labor under the legislation of Ukraine // *Pravo Ukraine*. - 1997. - № 10. - p. 35-43.
- On compulsory or compulsory labor: Convention Ministry of Labor Protection 28.06.1930 № 29 // Conventions and Recommendations adopted by the International Labor Conference. 1919-1956: V.I. International Labor Office. - Geneva, 1991. -

- p.198.
5. Sytnytska O.A. Prohibition of Forced Labor in the Labor Legislation of Ukraine // *University Scientific Notes*. - 2011. - № 3(39). - p. 156-162; www.univer.km.ua
 6. Kohan N.V. Problems of providing "forced labor" in the labor law and the draft TC of Ukraine. URL: http://www.rusnauka.com/5_SWMN_2012/Pravo/4_100212.doc.htm.
 7. On Employment: The Law of Ukraine, 05.07.2012 № 5067-VI.
 8. The procedure for the organization of public and other temporary work: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine, 20.03.2013 № 175.
 9. Code of Ukraine on Administrative Offenses, 07.12.1984 // *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukraine* . - 1984. - (Add. № 51). - Past 1122. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>.
 10. Criminal codex of Ukraine, 05.04.2001 // *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukraine*. - 2001. - № 25-26. - Past 131.
 11. On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Enhancement of the Protection of the Right of a Child to Proper Maintenance by Improving the Procedure for Compulsory Recovery of Arrears in Payment of Alimony: The Law of Ukraine, 07.12.2017 // *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukraine*. - 2018. - № 6-7. - Past 40.
 12. Conclusion of the Main Scientific and Expert Department of the Verkhovna Rada of Ukraine. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=62857.
 13. Universal Declaration of Human Rights, 10.12.1948. Dok. UN A/PES/217 A- K.: Pravnycha Fundatsiia of Ukraine. Vydavnytstvo Pravo, 1995. - 12 p. - (Series «International documents UN on human rights»).

About bringing certain categories of people to social work

O. V. Tykhonyuk

Abstract. According to the *Universal Declaration of Human Rights*, every person has the right to work, to free choice of work, to just and favorable working conditions and to protection against unemployment (part 1 of article 23), while exercising their rights and freedoms, everyone can be subject only to such restrictions as are established by law solely for the purpose of ensuring due recognition and respect for the rights and freedoms of others and for satisfying the fair demands of morality, public order, and general welfare in a democratic society (Part 2 of Art. 29); in turn, the current *Constitution of Ukraine* (Art. 43) proclaimed the principle of freedom of work - the free disposal of a person by his ability to work, the ability to freely earn his living, as well as freedom from forced labor (forced labor may not be under any circumstances, except in emergency situations, which is expressly provided by law; for example, military or alternative (non-military) service is not considered forced labor, or work or service performed by a person by a verdict or other court decision or in accordance with martial law and a state of emergency). Therefore, the involvement of employees in the performance of work should be carried out only in the event of their free expression of will; that is, an employee *has the right* to realize his ability to productive and creative work by concluding an employment contract (contract) with the employer [2, part 2 of Art. 21], and the employer *has no right* to require the employee to perform work, not stipulated by the employment contract [2, art. 31]. As part of this work, the following questions are explored: 1) what is the essence of *social work* (public work, socially useful work) and 2) such work is considered *forced* (compulsory) *work*, or is it *necessary work* (according to scientists, the necessary and compulsory labor combines external influence - the circumstances of the psychological, economic, legal etc. nature, which lead to activities in the form of labor; that is, whatever the work (necessary or forced), it must be done in connection with certain circumstances that do not always depend on the subject of legal relations [3]). Having studied the above issues, we came to the following conclusions: from the point of view of the current labor legislation of Ukraine, *social work* is nothing but *necessary work* performed by a person voluntarily, due to the awareness of its efficiency and utility, first of all, for it itself, since a *person receives a monetary remuneration* in accordance with the terms of a fixed-term employment contract *in the form of wages* for actually performed work in an amount that can not be less than the official minimum wage on the day of employment; In addition, the participation of individuals in such jobs employers make entries to work books. Such work is determined by the following criteria: 1) are of a temporary nature, and permanent establishments and vacancies can not be used for their organization; 2) can be performed on a part-time basis; 3) have economic, social and environmental benefits for the region (performed in the interests of the territorial community); 4) provide temporary employment of the unemployed to work that does not require additional special, educational and qualification training; 5) such work does not have a risk to the lives of those who perform them. And from the point of view of the current administrative and criminal legislation of Ukraine, *social work* is both *forced* and *compulsory labor* performed by a person against his own will, with the threat of sanctions being applied by the body whose competence is the organization of labor; at the same time, *public works* are performed by the offender *free of charge* during his free time from work or study as compensation for the damage caused to the party affected by his actions or inactivity and *community service* is paid work, the funds from which are sent to pay off the debt (first of all, for child support), the specified work is performed by the offender only within the duration of the full working day.

Keywords: *debtor, unemployed, employee, forced labor, compulsory labor, necessary labour, obligatory labour, social work (public works, socially useful works, community service), suitable work, offender.*

POLITOLOGY

Diplomatic institutions methods in the process of providing intelligence services

V. Artemov, A. Rusnak

National Academy of the Security Service of Ukraine

Paper received 31.01.19; Accepted for publication 10.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-12>

Abstract. The analysis of the legal aspects of ensuring intelligence activity under the diplomatic cover in the host country is conducted; a set of methods that diplomatic institutions use in the process of providing intelligence activity is determined, it is established that they represent a mechanism guaranteed by the norms of both national and international law allowing legitimate achievement of the goal of implementing foreign policy.

Keywords: *diplomatic institutions, diplomatic cover, intelligence activity.*

When considering the methods of diplomatic institutions that allow to provide intelligence activity in the host country, it is worth noting that "traditionally diplomacy was mainly connected with the transition from the state of the world to the state of war and vice versa" [1] and when "the decisive role to play that kind of means, which is provided by diplomatic immunity" [2]. It is diplomatic immunity that is such a means that allows diplomatic institutions to provide illegal activities, the purpose of which is not only to obtain strategic nature information, but also to conduct subversive operations aimed at violating the political stability and economic power of the host country.

The purpose of the article is to analyze the legal aspects of providing intelligence services under diplomatic cover in the host country.

However, before preceding the methods study for ensuring such activities, it is necessary to identify the legal essence of diplomatic institutions and their representatives, the procedure for granting and depriving them of diplomatic immunity within the framework of international law.

The following types of diplomatic missions are established by international law:

- 1) embassies, headed by the extraordinary and plenipotentiary ambassador;
- 2) missions, headed by extraordinary and plenipotentiary envoys;
- 3) other official representations, having a specific status.

The structure, composition and nature of diplomatic missions in different countries is varied and determined by the traditions and specifics by relations with the host country. All diplomatic missions, regardless of the species, have equal official legal status, the same privileges and immunities. The personnel of diplomatic missions are subdivided into diplomatic, administrative-technical, servicing. The internal structure of the diplomatic mission and the diplomatic personnel composition are the prerogative of the accrediting State, but the Vienna Convention allows the possibility of proposals from the host State regarding the reduction of the foreign missions staff [3].

The most embassies usually have the following posts: ambassador, advisors of various ranks, secretaries, attachés. In addition to diplomatic attachés, the diplomatic representation may include an attaché for defense, mili-

tary, air and naval affairs, as well as an attaché for science, culture, agriculture and industry. In the embassies there are, as a rule, a press attache (press attaché).

Trade missions, headed by sales representatives or advisers, are part of the embassy and they are subject to diplomatic immunities and privileges.

The missions haven a necessary amount of administrative and technical staff (senior referent, referent, manager of the office, accountant, manager, technician, etc.) and maintenance personnel (chauffeur, cook, garbage collector, etc.) that ensure the normal functioning of the institution. The ambassador is solely responsible for the full responsibility for the work of the embassy staff.

On the modern diplomatic law, there is no fundamental difference between the embassy and the diplomatic mission with regard to rights, privileges, and immunities.

The Vienna Convention on Diplomatic Relations of 1961 pays much attention to diplomatic privileges and immunities. In the international doctrine, there are the following basic principles for granting diplomatic privileges and immunities:

- the principle of reciprocity, which is based on the understanding that the granting of diplomatic privileges and immunities is carried out on a reciprocal basis;

- the principle of functional necessity, which is based on the recognition that adequate conditions for effective activity should be created in the host State of a diplomatic mission of a foreign state. It is on this basis that the Vienna Convention on Diplomatic Relations of 1961 is based.

Diplomatic immunities are understood as the withdrawal of a representative office and its employees from jurisdiction and coercive actions from the host State. According to the international law, the privileges and immunities of diplomatic representations and the privileges and immunities of their employees (personal privileges and immunities) are distinguished.

The privileges and immunities of diplomatic missions include:

- 1) The inviolability of the mission premises, which means that the authorities of the receiving State can not enter this premises without the consent of the head of the mission, moreover, the host State is under an obligation to take all appropriate measures to protect the mission premises from causing any harm and intrusion, including preventing any violation of tranquility or insult to his dignity; premises of representative offices, objects of their situa-

tion and other property that is in them, as well as means of transportation enjoy immunity from searches, arrest, requisition and other executive actions; the term "dwelling" is understood broadly and encompasses all buildings or parts of buildings used for representation, regardless of who owns the ownership of them, including the land parcel serving this building or a part of it; but this does not in any way mean that the premises of the diplomatic mission is a sovereign part of the territory of the accrediting state, those the territory of the diplomatic mission is under the sovereignty of the host State, but it is accorded, according to international law, a special legal regime (extraterritoriality regime) for the successful performance of functions determined by international law;

2) The inviolability of archives and documents of representation, which means that these objects are inviolable at any time and irrespective of their location, in addition it also means that the correspondence of the mission is inviolable, and the diplomatic mail is not subject to opening or delay;

3) Freedom of communication, which means that the diplomatic mission has freedom of communication with its government, other representatives and consulates of the accrediting state, wherever they are; this means that diplomatic missions have the right to use all appropriate means, including diplomatic couriers, coded or encrypted dispatches, while diplomatic couriers enjoy personal inviolability and are subject to special protection from the host State. The accrediting state or its representative office may be appointed as a diplomatic courier (for example, commander of a civil air or sea vessel). In this case, the immunities of these individuals cease at the time of delivery of the diplomatic pouches for the intended purpose. Diplomatic missions are entitled to establish a radio station and use it, but only with the consent of the host country, and also have the extraordinary right to use civil telecommunications facilities of the host country or other countries. It is of great importance that the host State, for the proper and effective performance of the diplomatic missions functions, is obliged to facilitate their work, ensure freedom of movement and communications, and provide all opportunities for performing the functions of diplomatic missions;

Among the personal privileges and immunities of diplomatic employee are:

1) The inviolability of the personality of the diplomat, which means that the diplomatic agent is inviolable, he is not subject to arrest or detention in any other form. The receiving State is obliged to treat it with due respect and take appropriate measures to prevent any infringement of his personality, freedom, dignity;

2) The inviolability of the home, which consists in the fact that the private residence of the diplomatic employee enjoys the same inviolability and protection as the premises of the diplomatic mission (the private residence of the diplomatic agent includes any premises in which the diplomat can live: an apartment, a hotel room, house). The documents of the diplomatic employee, his correspondence, except for a number of cases related to the civil jurisdiction of the receiving state, are inviolable;

3) Immunity from jurisdiction - a diplomatic employee enjoys immunity from the criminal, civil and administra-

tive jurisdiction of the host State. He has absolute immunity from criminal jurisdiction.

As a general rule, a diplomat must not violate the laws of the host state, but in the case of a criminal offense, a criminal case against him is not instituted because of diplomatic immunity. Such a person is declared *persona non grata* and he is invited to leave the territory of the host State. At the same time, the host country can petition the government of the accrediting state to refuse immunity to the diplomat who committed the crime. Upon receipt of the refusal, the reason must be clearly and precisely expressed.

Diplomats also enjoy immunity from civil jurisdiction, except in the following cases:

a) real lawsuits relating to private immovable property in the territory of the host country, if it is not used for diplomatic purposes;

b) claims relating to inheritance: a diplomatic employee can not invoke diplomatic immunity as a basis for refusing appearance when considering a claim or other case belonging to inheritance;

c) claims relating to any professional or commercial activity of a diplomat outside of his official functions.

Diplomats also enjoy immunity from the administrative jurisdiction of the host State and therefore no fines or other administrative penalties may be imposed on them.

In addition to diplomatic staff, immunities and privileges extend to members of their families. This fact can be used for the purposes of illegal intelligence activity in the host country. His wife (husband) and minor children belong to the family of the diplomat, and, according to the international order, adult unmarried daughters of the diplomat who live with him and are dependent on him.

Diplomacy, acting as a means of implementing the foreign policy of the state, pursuing the goals of the national interests of the state, should, in the first place, be effective. In this regard, as an effective diplomacy, it is possible to consider such activities carried out in the sphere of external relations, "which, in the conditions available to the state authorities of limited resources, helps to achieve the maximum possible results" [4].

Intelligence activity is one of the options for practical implementation of effective diplomacy, since it can be used to achieve the goals of the special services that provide national interests in a specific political environment, using the means and capabilities of diplomatic institutions

Thus, there is a need to define methods that diplomatic institutions use in the process of providing intelligence activity and which, referring to national and international legal norms, can be used in practice.

One of the oldest methods of providing intelligence, which includes the transfer of information containing official or official secrets, is the diplomatic mail, which since its inception has become a means of communication, which has been and continues to be given increased attention in terms of ensuring the security of transmitted information.

The next method that allows diplomatic institutions located abroad to provide intelligence activity in the interests of the state is service communication, which, based on the technical capabilities of modern equipment, adequately meets both the needs of those using the capabilities of the diplomatic institutions of the departments, and

the security requirements of the transmitted information, arising in the process of processing and transferring to secret government agencies secret information.

The method that emerged as one of the first and which largely predetermined the future possibilities of diplomatic institutions in the process of providing intelligence activity is diplomatic inviolability, which is guaranteed by international norms that have formed the whole branch of law, such as the law of external relations, and which implies extraction from the host country jurisdiction the diplomatic staff, which allows such staff to act in the events, which are conditioned by the tasks of intelligence activity.

Another method that allows diplomatic institutions to provide intelligence is the method of voluntary information transfer. Consular offices or diplomatic missions in the host country in accordance with international law have the right to receive on a voluntary basis explanations, things, documents from their citizens and also hand over documents to such persons.

This opportunity allows diplomatic institutions on a legal basis to receive intelligence information, as well as technical devices and other material of interest to the accrediting state in terms of technical and scientific intelligence.

It should be noted that, despite the fact that the method of voluntary information transmission is one of the traditional methods, there is no possibility of considering it in the framework of studying international legal norms regulating the activity of diplomatic missions, for the reason that cooperation with diplomatic representatives of a foreign state, on which the legal norms of the host country apply without restrictions, entails consequences in ac-

cordance with the legislation of the host country. Thus, in respect of persons who have committed state crimes by receiving and transmitting information containing a state or other state-protected secret to the diplomatic mission of another country, the legal norms of the country in which it committed the crime will apply, since the perpetrator has citizenship in the country of commission crime.

The final and most common method of providing intelligence services with the participation of diplomatic institutions is the granting of extraterritorial status to the diplomatic missions of the accredited state in the host country, since the territory occupied by the diplomatic mission in accordance with the rules of foreign relations is deemed to belong to the country whose flag is raised by building of a diplomatic institution, which largely determines the use of the above-described methods for ensuring intelligence activity and allows us to conclude that the method of granting extraterritorial status is independent, which, among other things, allows us to hide from the jurisdiction of the host country on the territory of the diplomatic mission to those persons whose presence on its territory corresponds to the objectives of national interests protected by the state in a particular host country.

Conclusions and prospects for further research.

Thus, the totality of methods used by diplomatic institutions in the process of providing intelligence services, such as diplomatic mail, service communication, diplomatic immunity, voluntary transmission of information and the granting of extraterritorial status, is a mechanism guaranteed by the norms of both national and international law, allowing legitimately to achieve the goal of implementing the foreign policy of the state and protecting national interests in the country and abroad.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сандровский К. К. Право внешних сношений. – К.: Вища школа, 1986. – С. 144.
2. Барышников, Д.Н. Костюк, Р.В. Ткаченко, С.Л. Эффективность дипломатии / Барышников, Д.Н. Костюк, Р.В. Ткаченко, С.Л. – СПб.: БВМ, 2009, – с. 34
3. Венская конвенция о представительстве государств в их отношениях с международными организациями универсального характера (Заклучена в г. Вене 14.03.1975) URL: http://www.lawrussia.ru/texts/legal_689/doc68939.htm
4. Siracusa, J.M. Diplomacy: A Very Short Introduction / J.M. Siracusa. – NY. : Oxford University Press, 2010, – p. 1.

REFERENCES

1. Sandorovsky K. K. Pravo vneshnich snosheniy. – K.: Vyscha shkola, 1986. – S. 144.
2. Baryshnikov, D.N. Kostjyk, R.V. Tkachenko, S.L. Efektyvnist diplomatiji / Baryshnikov, D.N. Kostjyk, R.V. Tkachenko, S.L. –: BBM, 2009, – s. 34
3. Venskaja konvencija o predstavitelstve gosudarstv v ih otnoshenijach s mezhdunarodnymi organizacijami universalnogo charakneru (Vena 14.03.1975) URL: http://www.lawrussia.ru/texts/legal_689/doc68939.htm
4. Siracusa, J.M. Diplomacy: A Very Short Introduction / J.M. Siracusa. – NY. : Oxford University Press, 2010, – p. 1.

SOCIAL COMMUNICATION

Проблеми моделювання лексико-семантичного поля: прагматичний і комунікативний аспекти

О. І. Бабасва, О. Лептуга

Місце роботи Харківська Державна Академія Культури
Corresponding author. E-mail: loreleja@gmail.com

Paper received 02.02.19; Accepted for publication 10.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-13>

Анотація. У статті представлено дослідження основних методів та способів моделювання лексико-семантичного поля в сучасній лінгвістиці. Розглянуто основні теоретичні положення щодо чинників виокремлення мовних одиниць, прагматику їх застосування, структурні особливості. Теоретичне значення статті полягає в подальшій розробці основних теоретичних положень перспективного напрямку мовознавчих досліджень – лінгвістиці тексту. Також визначено структуру та закономірності формування лексико-семантичного поля між потенціальних корелятивних відношень між одиницями комунікації.

Ключові слова: комунікація, лінгвостилістика, лексико-семантичне поле, прагматика, текст.

Лексико-семантичне поле є структурою особливого типу, що може представляти момент зародження, еволюціонування й використання нових форм культурно-мовленнєвої діяльності – мовного тексту.

Польові структури є одним із принципів організації мовних одиниць; моделі, що структуровані на ґрунті різних мовних рівнів, полів усіх типів. До обігу у мовознавстві термін «поле» уведений німецькими лінгвістами Г. Іпсеном (1924 р.) і Й. Триром (1931р.). Типова модель поля складається з ядра (центра, доміанти) й периферії, хоча є так звані асиметричні (нерегулярні поля), де може бути декілька ядерних зон до периферійних (О.Селіванова [7]). У сучасній лінгвістиці відкритим залишається питання про межі та структуру лексико-семантичних полів.

Основною метою даної статті є розгляд основних напрямів щодо дослідження польових структур, особливу увагу приділено прагматичним та комунікативним напрямкам сучасної лінгвістики.

У статті використано загально наукові методи аналізу й синтезу, залучено також описовий та зіставний методи.

У сучасному мовознавстві виокремлено різні типи полів, формування таких комплексів залежить від визначальних критеріїв, на ґрунті яких і сформовано поле. Це лексичні чи поняттєво-тематичні, семантичні, лексико-семантичні поля (Е. Косеріу, Е. Оксаар, О. Духачек, С. Кацнельсон та ін.); граматичні, поєднані спільністю граматичної категорії (Г. Мюллер, О. Сперсен, Ф. Брюно, Л. Вейсбергер, В. Адмоні, М. Гухман та ін.); словотворчі й семантико-словотворчі поля, об'єднані словотворчим типом (О. Ревзіна), фонологічні (В. Плоткін), морфосемантичні (П. Гіро), функційно-стилістичні (М. Кожина, Ю. Перліна); синтаксичні, інтегровані варіантами граматичних і семантичних перетворень структурної схеми речення (В. Порциг, Г. Золотова, О. Лаптева) тощо. І. Штерн зазначає: «Лексичне поле – сукупність лексем, зв'язаних спільним

змістом, спільними семантичними властивостями, причетністю до однієї й тієї самої ситуації тощо; категорія лексичної семантики» [, с. 210].

Методологію побудови польових структур розглядають О. Бондарко [2], В. Виноградов [3], Л. Романюк[6] та ін. О. Бондарко визначає функційно-семантичне поле як «змістовно-формальну» єдність. Функційно-семантичне поле утворюється із залученням граматичних одиниць і категорій, взаємопов'язаними з ними й поєднаними під семантико-функційним знаменником сукупно з різнорівневими засобами [2].

Багато дослідників моделюють поля на підставі спільності значення або функції одиниць різних мовних рівнів: граматико-лексичні поля (О. Гулига, Є. Шендельс), функційно-семантичні поля (О. Бондарко [2], Л. Іванова [3]). Одним із основних є функційно-семантичний принцип моделювання польових структур. О. Сальнікова підкреслює: «ФСП (функціонально-семантичне поле) — це не лише елементарний опис засобів вираження певного інваріантного змісту та його відтінків; спеціальна увага повинна приділятися окресленню структури поля, ієрархії його компонентів, їхнім взаємозв'язкам із прямою проекцією на мовлення. Отже, головне питання, яке ставиться під час дослідження ФСП, ми бачимо таким — як різнорівневі мовні засоби функціонують у мовленні, як вони реалізуються, взаємодіючи один з одним та з елементами інших полів в умовах певного функційно-семантичного навантаження, тобто в центрі уваги при такому аналізі опиняється співвідношення граматичної одиниці й контексту» [7, с. 51].

Дослідники (О. Бондарко [2], О. Селіванова [7]) визначають два типи полів:

1. Моноцентричні поля. Ядро поля – це граматична категорія, яка є провідною ознакою поля й має стандартизовані мовою формальні показники (ФСП аспектуальності, модальності, компаративні, темпоральні, персональні тощо);

2. Поліцентричні поля – набір мовних засобів, що утворюють неоднорідну систему форм (локативність, кількість, мета, час, простір, модальність тощо). Поліцентричні лексико-семантичні поля можуть мати дифузну й компакту структуру, тоді як дифузна структура визначена розмитими кордонами, відсутністю чіткого розмежування між центром і периферією. Це зібрання слабо пов'язаних одне з одним або ізольованих різнорідних мовних одиниць. Тоді як компактні структури мають конкретні центри з чіткими межами між ядерними зонами та периферією, тісний зв'язок складників [7, с. 614].

Поліцентричний тип семантичного поля є достатньо типовим для мови. Фразеосемантичне поле локативності Л. Романюк [6] визначає як поліцентричне. Лексико-граматичне поле простору, за твердженням Н. Сабурової, також має поліцентричний характер, тобто не має чітко виокремленого центру. Поле просторовості сформоване за принципом групування мовних одиниць у мікрогрупи, що мають різні характеристиками щодо локалізації об'єктів, але спільну сему «просторовість». Периферія кожного мікрополя ускладнена додатковими змістами [7]. Такі принципи групування використовуються й для лексичного рівня мови.

Під час формування лексико-граматичного поля, лексико-семантичної групи із якісною семантикою слід урахувати специфіку цієї категорії, як-от: розвинена та розгалужена система трансформування уявлень про якість, багатшаровість (наявність мікрогруп), мовна природа складових одиниць поля, характер відтворення в мові просторових понять, функційно-семантична неоднорідність семантичних компонентів у значенні слова, розмитість зон поля (від ядра до периферії) тощо. Саме тому формування значеннєвого лексико-семантичного поля може бути здійснене декількома способами відповідно до теоретико-методологічних засад та мети дослідження.

Моделювання лексико-граматичного поля може відбуватися з урахуванням прагматичного компонента у структурі лексем. Універсальний характер категорії якості, широке коло значень, що категорія охоплює, зумовлює значний прагматичний потенціал граматичних одиниць мови, пов'язаних із цією категорією, універсальність засобів їх вербалізації. За такого підходу досліджувану категорію розглянемо як інваріант, який є домінантою певного лексико-семантичного поля. Загальновідомо, що саме польова організація є тією системою, яка дозволяє звести в одне ціле й охарактеризувати сукупність різнорівневих мовних засобів, що використовуються для вираження інваріантного значення. Семантику і прагматику використано як основні критерії формування груп та підгруп у структурі поля локативності. Нерегулярне лексико-граматичне поле може бути сформоване за допомогою семіотичних опозицій та концептуальних класів [6].

Польова система із якісною семантикою зумовлюється метричними й топологічними параметрами категорії якості. Багатовимірність лексико-семантичного поля впливає на його членування й допомагає виділити най-

більш регулярні моделі вербалізації, тематичні групи, що можуть бути представлені за допомогою мікрогруп.

Отже, моделювання лексико-граматичного поля якості може здійснюватися нарізно, відповідно до важливих для дослідження теоретичних поглядів, класифікацій і методів систематизації мовного матеріалу, принципів для вирішення поставленої проблеми. Відкритим залишається питання про прагматичний компонент мовного коду на позначення категорії якості.

Прагматичні компоненти мовного коду в структурі лексем лексико-граматичного поля якості виконують значну роль у формуванні моделей вербалізації. Граматичні одиниці й категорії наповнюють універсальні моделі, а також мовні одиниці лексичного і граматичного рівнів, що задіяні у формуванні лексико-граматичного поля із семантикою якості. Граматична спільність у межах окремих частин мови, спільність їхньої прототипної змістової функції є настільки важливою, що визначає змістовий і граматичний вигляд усіх мовних одиниць, тому є одним із визначальних критеріїв формування таких груп.

П. Грайс [3] розробив теорію прагматики, згідно з якою значення мовної одиниці складається з її семантики, породжуваних нею доповнень до основних змістів. Такі «доповнення» слід називати імплікатурами. Імплікатури складають комплекс властивостей, зручних для описування прагматичних аспектів граматики. Імплікатуру граматичної одиниці можна відмінити, послугуючись контекстом і задіяними дискурсивними практиками, виняток складають стійкі імплікатури, які й покладено в основу визначення якості.

Імплікатура виникає через неоднорідність значень. Є такі значення в семантичній структурі слова, що їх не можна викреслити. Г. Зельдович зазначає: «Опис мовних одиниць, за якого враховується не тільки семантика, але й імплікатури, має великі переваги» [3, с. 9]. Ця гіпотеза спирається на твердження про економію зусиль у прагматичному описі категорій граматики порівняно із використанням потенціалу семантики. Мова на лексичному рівні є ідеосинкретичною, такою, що формує уявлення про світ. Та ці уявлення є оригінальними для кожної окремої мови, оскільки саме національна специфіка ускладнює опис мовного коду й семантики.

Якість як універсальна категорія ґрунтується на комплексі визначальних критеріїв. Вона не лише зрозуміла та на сенсорному рівні сприймається людиною, а й обов'язково відображається засобами мови. Матерії властиві якісно-оцінні критерії, якими визначається її існування в реальному (і навіть ірреальному) світах. Це пояснюється низкою причин. По-перше, якість, якісні характеристики предметів сприймаються візуально, тактильно (маємо на увазі якість у її конкретних виявах, доступна для розуміння і сприйняття якості на рівні побутової свідомості людини). Це повною мірою відбувається під час вербалізації поняття «якість», адже в загальному вигляді якісну семантику можна визначити через логічні операції, що номінують співвідношення предмета та певної його якості. По-друге, категорія якості може визначатися через кількісні, часові, просторо-

рові параметри, які мають широкий діапазон реалізації: міру, об'єм, інтенсивність, оцінку тощо. По-третє, оскільки якість може бути притаманна фактично кожному матеріальному об'єкту реальної дійсності, то на мовно-му рівні обсяг та широкий спектр номінацій якості веде до створення великого за обсягом набору лексем із зазначеною значеннєвою основою.

Асоціативно-семантичне поле слід формувати, спираючись на позицію когнітивної лінгвістики. Це обумовлено наочною для більшості дослідників потребою глибшого вивчення механізму осягнення та передавання нелінійного та багатоканального змісту лексеми. М. Алефіренко зазначає: «Найважливішим завданням когнітивної лінгвістики є проблема формування змісту» [1, с. 60].

С. Фоміна досліджує макроструктурні схеми, сформовані з мовних одиниць. Дослідниця розглядає, яким чином уявлення про «колір», «інтенсивність якості», «кількість якості» формують асоціативно-семантичні мікрополя в текстах художньої літератури, виокремлює набір визначальних ознак цього поля [8]. Отже, лексико-семантичні поля формуються завдяки виділенню сукупності класифікаційних ознак як провідних параметричних настанов для моделювання поля певної семантики. з граматично й семантично складною структурою, без виділення одного функціонально-семантичного центру з комплексом мікрогруп.

Лексико-семантичні поля має бути змодельоване за низкою принципів. Поле складається з ядра (центра, доміанти) і периферії, хоча номінації якісної семантики утворюють асиметричні (нерегулярні поля), де є декілька ядерних і периферійних зон.

Під час формування лексико-семантичної групи з різною семантикою слід враховувати специфіку цієї моделі: наявна розвинена та розгалужена система трансформування мовно-культурних уявлень, відповідних номінації, багатосаровість (наявність мікрогруп); складові одиниці поля мають мовну природу; функційно-семантично неоднорідні семантичні компоненти у значенні слова; розмиті зони поля (від ядра до периферії) тощо. Саме тому значеннєва структура лексико-семантичного поля може бути представлена в декілька способів.

Отже, слід зробити такі висновки: лексико-семантичні групи та семантичні поля формуються завдяки виділенню класифікаційних ознак як провідних параметричних настанов для моделювання поля. Лексико-граматична тематична група з інваріантною семою має граматично й семантично складну структуру, внаслідок чого унеможливується виділення одного центру, тому в дослідженні розглянуто комплекс мікрогруп. Мікрогрупи є складовими частинами лексико-семантичних груп, які, власне, формують лексико-семантичні поля.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алефіренко М. Ф. Теоретичні питання фразеології : монографія / М. Ф. Алефіренко. — Харків : Вища школа, 1987. — 136 с.
2. Бондарко А. В. Методологические принципы функциональной грамматики // Методологические проблемы языкознания. Киев, 1988. С. 88-106.
3. Виноградов В. В. Избранные труды : Лексикология и лексикография / В. В. Виноградов. — Москва : Наука, 1977. — 310 с.
4. Зельдович Г. М. Прагматика грамматики / Г. М. Зельдович. — Москва : Языки славянских культур, 2012. — 648 с.
5. Иванова Л. И. Полисемия русских прилагательных линейно-пространственного измерения : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Л. И. Иванова. — Воронеж, 1981. — 24 с. 336 с.
6. Романюк Л. В. Лінгвопрагматичні аспекти дослідження української фразеології / Л. В. Романюк // Вісник Дніпропетровського університету. Сер. : Мовознавство. — 2013. — Т. 21, вип. 19 (3). — С. 170–174.
7. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник / О. О. Селіванова. — Полтава: Довкілля-К, 2008. — 712 с.
8. Фоміна С. Б. Концептуалізація простору у фантастичному дискурсі В. Винниченка «Сонячна машина» / С. Б. Фоміна // Вісник Харківського університету імені В. Н. Каразіна. — 2010. — № 910. — Ч. 2. — С. 219–223.
9. Штерн І. Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики / І. Б. Штерн. — Київ : АртЕк, 1998. — 336 с.

Problems of modeling the lexical-semantic field: pragmatic and communicative aspects

O. Leptuga, O. I. Babayeva

Abstract. The article presents the study of the basic methods and methods of modeling the lexical-semantic field in modern linguistics. The main theoretical positions concerning the factors of the singularization of linguistic units, the pragmatics of their application, structural features are considered. The theoretical value of the work consists in the further development of the basic theoretical positions of the perspective direction of linguistic researches - text linguistics. The structure and regularities of the formation of the lexical-semantic fields with the semantics, the boundary between the correlative relations between units of communication.

Keywords: communication, linguistic style, lexical-semantic field pragmatics, text.

Типологічна специфіка артбуку як особливого виду книжкового контенту

А. В. Бідун

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Corresponding author. E-mail: a.jabluchko@gmail.com

Paper received 02.02.19; Accepted for publication 10.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-14>

Анотація. Розглянуто ключові підходи в розумінні нетрадиційних книжкових продуктів – артбуків. З'ясовано найпоширеніші критерії їх розрізнення. Проаналізовано найуживаніші поняття на позначення артбуків, у результаті чого виявлено хиби термінологічної матриці, в якій відсутнє чітке розуміння видань цього типологічного сегменту. Виявлено найбільш вдалі поняття, що окреслюють сутнісні, ключові характеристики й функції артбуків, а також лексичні словосполучення, які попри широке застосування в науковому й медійному дискурсах не сприяють вичерпному окресленню й розумінню таких видань.

Ключові слова: артбук, книга художника, artist's book, мистецька книга, книга артистична.

Вступ. Домінуванням у медійному середовищі візуально-образних акцентів, що позбавляє текстоцентричну парадигму монопольності на користь парадигми візуальної, все більше привертає увагу до книг, які відрізняються від масової книжкової продукції структурною унікальністю. Найрізноманітніші видання навіть із мінімальними відмінностями від канонічних зразків усе частіше іменують артбуками, рідше – мистецькими, авторськими, візуальними книгами, книгами художника тощо. «Епоха масового тиражування візуальних образів, абсолютної демократизації їх виробництва і споживання» [1] і зумовлений цим «нарративний поворот» [2] вносять корективи в систему книгтворення й функціонування книги, в означенні якої доречний термін М. Куфаєва «процес книги». Розуміння сутності й природи артбуків головними суб'єктами їх творення відіграє ключову роль у генеруванні специфічного контенту таких видань. На перехресті різноманітних розумінь специфіки артбуків у фаховому середовищі й різнотлумачень їхніх сутнісних ознак у науці визріває потреба з'ясувати типологічну специфіку й окреслити типологічну систему (з відповідною їй терміносистемою) артбуку як особливого виду книжкового видання.

Короткий огляд публікацій із теми. Напрацювання зарубіжних дослідників засвідчують постійний інтерес до різних аспектів створення, функціонування й осмислення артбуків (artbook, art books, artist book, artist's book). Цінні роботи Дж. Дракер, П. Верхеєна, важливі міркування причетних до виготовлення й промоції таких книг А. Лоренц, М. Рід, Д. Келма, Н. Перлоф, Б. Танненбаум. Усебічне осмислення матеріальної природи артбуків, їх змістово-сміслового потенціалу є в працях польських теоретиків і практиків К. Базарник, П. Бернацького, Я. Трізно, Т. Вільманського та Дж. Вишневської-Доманської (książka artystyczna), а також російських – М. Погарського, Н. Селіванова, В. Мішина. В Україні різнопомітний слід на цьому полі залишили Г. Листвак, О. Копецька, К. Загорська, С. Підпригора, М. Скиба. Найґрунтовнішим є дорожок Г. Листвак, яка, вивчаючи «книгу художника» в контексті загальної системи діяльності видавництва, порушила питання нерегламентованості видавничих практик, застосованих до нішевої продукції. Пізнавально-прикладну цінність має інформація в особистих

блоггах видавців, інтерв'ю на фахових медіа-платформах, де вирізняються оригінальністю міркування П. Гудімова, К. Кожем'яки та ін.

Мета. З'ясувати типологічні характеристики видань, спозиціонованих як артбуки, для формування їхньої типологічної системи.

Методи. Спостереження й аналіз допомогли виявити найпоширеніші в науковому і медійних дискурсах поняття, які використовують на позначення артбуків і подібних до них видань. За допомогою індуктивного методу з'ясовано ключові типологічні й сутнісні характеристики артбуків і видань, типологічно схожих і відмінних від них. Завдяки методу узагальнення зафіксовано терміни, що функціонують як лексичні новотвори й ускладнюють типологічну й поняттєву системи. Виокремлено поняття, які в конкретних випадках можуть бути використані на позначення видань, що репрезентують видову різноманітність артбуків.

Результати та їх обговорення. У теоретичній площині важливе впорядкування термінологічної матриці, яка наразі засвідчує дефінітивний різнобій в тлумаченні базових понять, які виявляють розуміння специфіки артбуків і їхнього місця в системі видавничої продукції. «Артбук», «арткнига», «книга художника», «авторська книга», «мистецька книга», «візуальна книга» – найуживаніші поняття-відповідники іншомовним «art book», «artist's book» «livre d'artiste» і «livre de peintre». В останні роки на видавничому полі засвітилося поняття «книга артистична». Виражаючи різні семантику й обсяг значень, вони фігурують як синонімічні, а іноді хаотично підмінюють одне одного. Напрацювання українських дослідників засвідчують не завжди успішні термінологічні пошуки, а в зарубіжній практиці функціонує відносно сформоване ядро понять.

Панорама тлумачень поняття «артбук» – дуже строката, що зумовлено не тільки їхнім видовим різноманіттям, а й неготовністю науковців і практиків сформулювати єдиновичерпне поняття (термін, терміносистему), про що вони зауважують у своїх працях.

Багатоваріантність підходів в осмисленні, а отже – й проектуванні видань, спозиціонованих як «артбуки», закорінена й у взаємопроникненні іншомовних лексем у мовну тканину, некритичному застосуванні

цього поняття на означення сутнісно різних об'єктів. Частка «art», що закріпилася в слов'янських мовах із англійської, у понятті «art book» апелює до мистецтва і конкретного виду видань: «книга, що стосується мистецтва, зокрема книги, що містять друковані репродукції творів мистецтва» [3], що відсилає до «livre d'artiste» як окремого виду видань і підтверджує думки науковців про їхню неоднаковість із «книгою художника». Різноманітність поняття («артбук», «артбук», «art book», «artbook») є предметом лінгвістичних студій, в нашому контексті важливо, що в зарубіжжі артбуки розуміють як книги про мистецтво [4], «альбом із мистецтва» [5, с. 15], «вид живописної довідки, книги про творчість художника, а іноді й особисте життя» [23]. В українському науковому дискурсі таку думку підтримують О. Копецька, за словами якої «артбуки можуть задовільняти різні запити, сприйматися і як мистецькі творіння, і як видавничі продукції» [6], С. Підпригора в одному із запропонованих значень переконує, що артбук – «те ж саме, що й мистецький альбом» [7], Г. Листвак – розуміючи його як альбом графіки [8].

Деякі дослідники – В. Барвенко [9], С. Підпригора [7], Н. Полянчук [10], артбуками називають «книгу художника» та її відповідник французькою «livre d'artiste», цим самим стираючи типологічні й сутнісні відмінності, адже «книга художника» за визначенням М. Погарського – це «специфічна форма інтелектуальної практики, універсальний канал альтернативних методів комунікації, поліфункціональний інструмент для комплексного художнього висловлювання, багаторівнева платформа для тотального арт-синтезу» [5, с. 7]. Погляд на «книгу художника» як на тип книги, що синтезує принципово різний за природою й способом опрацювання контент, і лише частково апелює до видавничих практик (імітація книжкових форм, використання відповідних матеріалів чи графічно-художніх елементів) підтримують Дж. Дракер, Д. Келм, Дж. Вишнеvsька-Доманська, А. Лоренц. Однак не спростована дотепер думка, що «книга художника» – різновид нетрадиційного, унікального видавничого продукту. За визначенням Г. Листвак – це «унікальне комплексне видання, створене митцем (чи за його участі), що пройшло всі/деякі етапи редакційно-видавничого опрацювання, є новаторське з точки зору книжкового мистецтва і має художнє, пізнавальне, освітнє або інше значення» [11], а О. Грищенко пропонує розглядати «книгу художника» як «цільний художній об'єкт, де автор перетворює вербальний текст у візуальний за допомогою розробки оригінальної книжкової конструкції, стилістичних характеристик зображення та техніки виконання» [12, с. 90]. Фахівці із поняттотворення та дефініювання понять без особливих старань знайдуть у цих тлумаченнях багато чорних ниток на білому тлі, відіславши їхніх авторів до базових вимог формальної логіки. Анулюють підстави безоглядно ототожнювати артбуки, «книгу художника» і «livre d'artiste» їхні неспівмірні типологічні ознаки.

Американська дослідниця, як і П. Верхеєн, М. Погарський і В. Мішин, зосереджується на терміні «книга художника» («artist's book») з його французьким відповідником «livre d'artiste» [13]. Визнаючи

найважливішим формальний (матеріальний) критерій, вона переконує, що «книга художника» – це завжди експериментальне, авангардне, випереджальне осмислення книжкової форми, яку художник (митець) використовує для підсилення й концептуалізації змісту, смислів. Завдяки ретроспективному аналізу «livre d'artiste» Дж. Дракер виявляє ключові відмінності видання цього типу. По-перше, «livre d'artiste» виникли не як творчий жест, а як видавничі бізнес-ідеї (бачення редактора), завдяки якій було розроблено модель розкішних видань про митців і мистецтво (аналог сучасних подарункових мистецьких видань). По-друге, «livre d'artiste» стали частиною видавничої індустрії, у той час як «книги художника» – особисті проекти художників, друкарень тощо. І по-третє, «книги художника» експлуатують форму й матеріали як вияв творчого задуму, ідеї, а не просто як засіб їх відтворення.

«Не існує конкретних критеріїв для визначення того, що таке «книга художника», але існує багато критеріїв для визначення того, чим вона не є, або що вона приймає, або від чого вона відрізняється» [13], – розмірковує Дж. Дракер, вирізняючи видання за ключовими, на її погляд, критеріями для «книги художника»: унікальність (семантична єдність змісту й форми), формальне рішення (оригінальність; поєднання ручної роботи і видавничих технологій; використання, трансформація або нехтування традиційною книжковою формою), авторство (здебільшого одноосібне), а також незалежність від комерційних мотивів й обмежень. Солідарні з думкою Дж. Дракер у цьому Б. Танненбаум, переконуючи, що «книга художника» – як і будь-який інший об'єкт мистецтва, існує у фізичному світі як злиття специфічне, унікальне за формою і змістом» [14], А. Лоренц, визначаючи її як «змішані медіа» [15], М. Погарський, у якого «книга художника» – «інструмент тотального синтезу мистецтва» [5, с. 22], де «зміст і форма рівноцінні» [16].

На перший погляд, слушні пропозиції української дослідниці Г. Листвак враховувати фаховість автора (такої думки і К. Копистинська [17]) та походження контенту (первинне, вторинне за формою або змістом) як критерії, що можуть стати типологічною характеристикою «книги художника» [11], проте ця інформація не потрапляє у випускні відомості, якщо вони там узагалі є. Вказує Г. Листвак і на переважання в поглядах дослідників типологічних критеріїв, що більше стосуються форми втілення «книги художника», а не її змісту [11], проте змістовий аспект усе ж не знівельований. Підтверджує це дискусія, розпочата П. Верхеєном ще в 1998 році, до якої долучилося майже вісімдесят теоретиків і практиків книжкової справи, зокрема й дотичних до артбуків. «Книга художника» – це «гармонійне поєднання дизайну, форми, контенту (змісту) і контексту», – стверджує Д. Бейрд, а П. Верхеєн резюмує, що важливо і варто розрізняти книгу з високою видавничою культурою, «книгу художника» і «livre d'artiste». Він переконує у важливості «книжкового» (bookness) аспекту – ядра змісту, сенсів, який оживляє, зміцнює, розширює конотативний простір візуального втілення книги [17], що одночасно засвідчує гнучкість роботи з формою та зв'язок із книгою й книжковою сферою, на

відміну від арт-об'єктів, що використовують книги (навіть традиційні) як основу чи доповнення ідеї, перформативного акту тощо, розриваючи цей зв'язок. Тому поняття «книжковий ленд-арт», «книжкова скульптура», «книга-скульптура» тощо опиняються поза термінологічною системою, що описує поняття арт-бук.

Цікавим критерієм розрізнення «книги художника» від будь-яких типологічно схожих видань зауважує К. Загорська – є аматорство як прийом, аргумент, «підкреслено дилетантський вигляд», що стає творчим жестом й актом розкутого творчого самовияву, а не свідченням непрофесійності чи зневажливого ставлення до твору, книги і мистецтва [18, с. 6]. Артбуки ж тяжіють до мистецької довершеності як однієї з характерних ознак і функцій (вплив на естетику простору й естетичне чуття читача).

Закцентований критерій авторства (відсутності в процесі книготворення видавництва), очевидно, сприяв появі лексичного витвору «авторська книга», яким позначають і артбуки, і «книгу художника», і навіть традиційні видання тоді, коли весь контент або значна його частина виконана одноосібно. Майже кожна книга неможлива без автора (зазначеного або ні), тож це ніяк не гарантує концептуальності й мистецької цінності книги, що є імперативом для артбуку чи книги художника. Поняття «авторська книга», яке ставлять у синонімічний ряд із «артбуком» і «книгою художника» – дещо надумана лексична конструкція, що ставить в один ряд об'єкт (книгу), її концептуально-сміслову джерело та одну із сутнісних характеристик (авторство). Для цієї та її подібних ситуації доречно судження К. Загорської, що кожне із цих поширених понять не тільки «називає несхожі мистецько-культурні феномени чи течії, а зовсім різні явища» навіть із хронологічного погляду [18, с. 4].

Є неспростовні підстави розрізнити поняття: «книга художника» – мистецький твір, виконаний митцем одноосібно (рідше в співавторстві), який синтезує різний за природою контент, матеріали й підходи до їх опрацювання, використовуючи, апелює до книжкової форми, в результаті чого виникає нероздільна змістово-смілова, естетична й ціннісна єдність авторської ідеї; «*Livre d'artiste*» – різновид мистецьких видань, що виник як видавничий проект (Франція, початок ХХ ст.) і спосіб популяризації непересічного контенту про мистецтво, для яких характерне поєднання ручної роботи й видавничих технологій, великих форматів і дорогих матеріалів.

Демаркаційну лінію між «книгою художника», «*livre d'artiste*», артбуком і бук-артом проводить М. Погарський: «Книга художника – це, насамперед, інструмент для комплексного художнього висловлювання», «інструмент художнього жесту», «це завжди – витвір мистецтва» [5, с. 7].

Непослідовні в судженнях представники нового покоління дослідників – Н. Селіванов, С. Підпригора, які обґрунтовують важливість розрізнення понять «*livre d'artiste*» і «книга художника», а наприкінці зводять їх під один знаменник. Не боячись термінологічної плутанини, Н. Селіванов, наприклад, вирізняє в окрему категорію «футуристичні» (як і А. Білик [19, с. 19]), «нео-футуристичні» та «гіперк-

ниги» [20], маючи на увазі «книгу художника» або книгу, створену футуристами чи їхніми послідовниками, серед яких можуть бути й артбуки. Це виявляє розмитість погляду на книжковий контент і спосіб його представлення. Не вбереглася від поняттяєвих самозаперечень і С. Підпригора, яка спершу переконуює в необхідності «розрізнити «книги художника», що відносяться до сфери образотворчого мистецтва, та книги, що належать до простору літератури», звизивши, крім того, фокус уваги до одного виду мистецтва, а у висновках – ототожнює поняття «артбук» і «книга художника»: визначає артбук як «різновид «книги художника», витвір мистецтва, де зберігається форма книги, однак домінує візуальна складова, а буква, слово, текст перетворюється на образ». У спробі зафіксувати семантичні межі поняття «артбук» – редукує його до літературних жанрів – «синкретичний жанр експериментальної прози» [7], не кажучи вже про відкидання дуже сприятливої для творення артбуків поезії (візуальна, конкретна тощо). Не надає стрункості термінологічній матриці й запропоноване Л. Тишковим поняття «метакнига» на позначення «книги художника», яку він розуміє позбавленою сенсу річчю в собі [20].

Ознаки артбуку можна побачити в оригінальних рішеннях дитячих видань (книжки-іграшки, книжки-конструктори, поп-ап книги) і навіть традиційних масових (вклеєні в блок інші матеріали; вставлені вкладиші, які є змога розгортати, сприймати і використовувати автономно від тексту й книги; нетипові матеріали для декорування). Тому у певних конкретних випадках їх можна визначати як артбуки. Розширення видового різноманіття артбуків і типологічно схожих на них видань відбувається постійно, бо їхнє проектування й створення не регламентоване освітньою підготовкою автора, а також досвідом, місцем і технологією виготовлення, вибором тем і матеріалів. Зважати потрібно і на поширену практику довільного типологічного окреслення видань автором і видавцем, продукування квазіжанрів, що ускладнює чітку диференціацію видань на артбуки й видання, що мають лише одну з їхніх ознак. Зрештою, не всі «книги художника», створені художником, можна вважати такими. Вирішальне значення має не обраний (вдало чи ні) тип видання, не наявність у автора професійної атрибутики, а сутність книги – концепція і спосіб її реалізації.

Про артбук як мистецьку книгу «що має оригінальну форму та інформаційно-сміслову, ізографічне наповнення, візуалізує креативність автора, виходить у світ невеликими накладками» веде мову О. Копецька, роздивляючись його як витвір-інсталяцію, видавничий продукт і як експеримент (артефакт) [6]. Обрані критерії (форма і наклад) дають підстави міркувати про концептуальну близькість авторки до засад дослідників в розрізненні продуктів, що мають схожі ознаки з «книгою художника»: «схожі на книги об'єкти» («book-like objects»), книжкові скульптури («book sculpture») у Дж. Дракер, «просто книги» («just-book»), «книги-роботи» («work-book») у К. Філпота і Я. Трізно [22], «бук арт» («book art») у Ч. Хілл [23], об'єкти, що мають форму книги («book-shaped object») у П. Верхеєна [18]. Усі ці книги не тільки

відрізняються просторовими характеристиками, а й натякають на ще один критерій, який, на думку дослідників [14; 15; 16; 18; 24], відрізняє «книгу художника» від «livre d'artiste» і будь-якої іншої книги з високою культурою видання, – інтерактивність. Різною може бути міра задіяння читача – він може брати участь в її творенні [24] і спостерігати за «книжкою-перформансом» («performance book»), яка може перетворюватися самостійно – танути, розтікатися тощо.

Розгалуженість і несистемність об'єктів і поняттєвих одиниць можуть критися в недостатньому осмисленні змістово-смыслового потенціалу й функцій візуальних елементів, які в артбуках, «книгах художника», графічних романах, коміксах, виммельбухах, книжках-картинках і традиційних ілюстрованих книгах тощо – рівнозначні тексту. Пояснює це спорадичну появу в зарубіжному науковому контексті поняття «візуальна книга» («visual book»), яким позначають книги, що складаються виключно чи більшою мірою з художньо-графічних семантичних одиниць [25] або «особливу інтерпретацію електронної книги, яка базується головним чином на візуальних аспектах книги реальної, її фізичних особливостях, таких як розміри, товщина, форма сторінки та загальний стиль дизайну» [26]. Для порівняння – українська наука поняття «візуальна книга» майже не фіксує – тільки Н. Андрейчук [27] використовує його як синонім поняття «артбук», не наводячи дефініції жодного з них. Загалом, у медіадискурсі поняття «візуальна книга» з'явилося кілька років тому й було легко підхоплене журналістами, книжковими експертами й видавцями. «Візуальними книгами» вважають художні альбоми, каталоги, артбуки, комікси та книги про мистецтво, а також тексти художньої літератури та нон-фікшн, у оформленні яких ілюстрації вносять додатковий змістовий контекст [28]. Конотативний потенціал ілюстрації є дещо розмитим і хитким критерієм для виокремлення окремого типу видань, адже, візуальні елементи в будь-якій книзі виконують змістово-смыслову й (чи) естетичну функції; візуальність – базова характеристика, сутнісна властивість будь-якої книги, адже всі іконографічні елементи, в тому числі й шрифт, працюють як візуальна пляма, знак, що має змістово-смыслову значення й потенціал; «візуальність» стосується способу й характеру опрацювання читачем контенту, на що слушно вказує О. Харитоненко [29]. Оперування цим поняттям ускладнює орієнтування агентів книги й читачів (споживачів) у типологічній ієрархії артбуків і подібних до них видань. Недозволені згідно з ДСТУ 3017:2015 і терміни-синоніми «образотворча продукція», «графічне видання» й «друкована графіка» [30].

Тенденційним стало використання поняття «артбук» на позначення мистецьких видань. Щодо цього О. Харитоненко зауважує, що відсутні в попередньому й чинному галузевих стандартах такі види видань як «мистецькі», які, на її думку «забезпечують потреби мистецької сфери діяльності людини» [29], позначати поняттям «образотворче видання» – недоречно через підсвідоме ідентифікування читачем «образотворчого» як того, що стосується мистецтва або помистецьки виконаного. Для унормування терміносистеми вона пропонує варіанти «зображальне видання»

або «видання із зображеннями» як такі, в основі яких – не текст, а зображення. Очевидно, їх використання допомогло б уникнути поширених нині авторських і видавничих імпровізацій у процесі типологічного і жанрового визначення, найпоширенішими варіантами яких є «графічний роман», «книжка-картинка», «безсловесна книжка» («wordless book»), виммельбух тощо. Найввічність у книзі ілюстративного матеріалу, часткове або цілковите домінування такого контенту – не завжди є підставою називати такі книги артбуками.

Семантичний спектр лексеми «мистецький» наводить на міркування, що мистецькими виданнями можна вважати книги, які відображають дійсність у художніх образах і (або) стосуються об'єктів, явищ, персон і персоналій мистецтва; майстерно виконані книги, що становлять особливу цінність як об'єкт мистецтва (автором може бути митець).

Цікаве для дискусії й формування типологічної і термінологічної систем – міркування О. Харитоненко про потребу в зазначенні у фахових стандартах видань, які є різновидами творів мистецтва (в тому числі й друкарського), а не виданнями в традиційному розумінні [29]. Спираючись на формальний (матеріальний) і технологічний критерії, а також розуміння «книги художника» й артбуку як особливого контенту, які є не творами про мистецтво, а витворами мистецтва, – це підводить до потреби визначення понять, якими давно послуговуються і науковці, і практики.

Прояснює феноменологічні особливості й апелює до визначених науковцями типологічних ознак книг із синкретичним контентом поняття «książka artystyczna», що в перекладі – «книга з мистецтва», «книга про мистецтво», «книжка художника». Найближче, на наш погляд, до тлумачення артбука є майже синонімічне поняття «книга артистична» – книга як мистецький витвір (семантичне апелювання до поширеного в недалекому минулому узагальненого тлумачення митця як «артиста»). Це поняття семантично гнучке, враховує експерименти з формою й матеріалами конструкції книги, усуває категоричність належності автора до конкретної професії, апелює до симбіозу ідеї, форми й інших компонентів, задіяних в її створенні. Смыслові виміри понять «книга художника» й артбука як «книги артистичної» здебільшого не накладаються.

Очевидно, є резон поняттям «артбук» («арт-книга», «книга артистична») позначати всю сукупність книжкових видань, які за сутнісними параметрами не відповідають жодній позиції в стандартизованій типологічній системі, оскільки вони більше є результатом розкритої творчої думки, ніж технологічної дисциплінованості. Базовими їх домінантами можуть бути нетрадиційні матеріали, незвична форма матеріальної конструкції («індустріальна не технологічність»), надоригінальні художні й дизайнерські рішення. Їхні ключові функції – інноваційна, креативна. Ілюстровані мистецькі видання – поза цією категорією. Сучасний артбук – не книга, контент якої відображає витвори мистецтва, а книга – мистецький витвір незвичної форми. За такого мислення «книга художника» в об'єктно-пояттєвому аспекті за певних умов (художник одноосібно створив артбук) є елементом системи.

Застосовувати це поняття на її означення не вистачає підстав.

Артбук як мистецька книга («книга артистична») відкриває можливості всім учасникам її створення виходити за межі звичних для традиційної (типологічно внормованої) книги систем проєктивного мислення, конструктивних рішень, а також використовувати різноманітні технології роботи з елементами контенту.

Висновки. Стрімка переорієнтація з текстового наративу на візуальний впливає на сучасні мистецькі й видавничі практики, взаємопов'язані історично. Змінюється підхід до проєктування традиційних книг, з'являються в чомусь типологічно схожі або зовсім відмінні продукти – артбуки, «книги художника», мистецькі книги. Об'єктно-поняттєвий апарат на їх ідентифікування, окреслення сутнісних та смислових

меж – невпорядкований. У результаті цього відбувається ототожнення різних за сутнісними, функціональними й навіть ціннісними характеристиками об'єктів, що більшою чи меншою мірою схожі на книги (різновиди бук-арту, мистецькі книги й «книги художника»).

Поняттям «артбук», вочевидь, варто позначати всю сукупність книжкових видань, які виходять за межі стандартів, пропонують принципово новий погляд на книгу як явище, якому властива пластичність форм і змісту для передачі певної інформації, ідеї, смислів і сенсів.

Запропонований погляд на артбуки як «книгу артистичну» може допомогти уникнути неточностей у позиціонуванні різних видавничих проєктів, а також вказати на їхні ключові характеристики суб'єктам, зайнятих їхнім створенням і промоцією.

ЛІТЕРАТУРА

1. Лехциер В. Л. Нарративный поворот и актуальность нарративного разума [Электронный источник] // Международный журнал исследований культуры. – 2013. – № 1(10). – С.7. – Режим доступа : [https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/01_2013/IJ_CR_01\(10\)_2013_Lekhtsier_1.pdf](https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/01_2013/IJ_CR_01(10)_2013_Lekhtsier_1.pdf)
2. Kreiswirth M. Trusting the Tale: the Narrativist Turn in the Human Sciences // New Literary History. – 1992. – Vol. 23. № 3. – p. 630.
3. Art book // Oxford Living Dictionary [Electronic source]. – Access at : https://en.oxforddictionaries.com/definition/art_book
4. Tan-Delli Cicchi A. Getting Closer To the Art Book // White Fungus [Electronic source]. – Access at : <https://www.whitefungus.com/getting-closer-art-book>
5. Погарский М. В. Книга художника [+] идеология, философия, структура, классификация, технология, параллели, пересечения, история. – М., б. и., 2015. – 416 с.
6. Копецька О. Артбук як різновид нішевих видань // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Т.55. – С. 66–69. – Режим доступа : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_55_14
7. Підпригора С. Артбук у просторі літератури: художні особливості // Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. – 2018. – №10. – С. 44–50. – Режим доступа : <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/21692/1/Svitlana%20Pidopryhora.pdf>
8. Листвак Г. «Книга художника»: термінологічні труднощі [Електронне джерело]. – Режим доступа : http://nbuv.gov.ua/UJRN/dialog_2012_15_18
9. Барвенко В. «Арт бук» как полигон для творческих экспериментов студентов-дизайнеров // Міжвідомчий науково-технічний збірник «Технічна естетика і дизайн». – 2012. – Вип. 90. – С. 156–164.
10. Полянчук Н. Арт-бук, или Когда читать не обязательно [Электронный источник]. – Режим доступа : <http://www.pogarsky.ru/cgi-bin/foremanel.pl?mod=books&a=books&id=202>
11. Листвак Г. «Книга художника»: проблеми видавничої типології [Електронне джерело]. – Режим доступа : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Innbyivs_2012_4_17
12. Грищенко О. Книга художника як творчий метод у навчальному процесі / Українська академія мистецтва. – 2015. – №. 24. – С. 90–98.
13. Drucker J. The Artist's Book-As Idea and Form [Electronic source]. – Access at : <http://www.arts.ucsb.edu/faculty/reese/classes/artistsbooks/Johanna%20Drucker,%20TCofAB,%20Chpt.%201.pdf>
14. Tannenbaum V. What Is a Book Artist or an Art Book? [Electronic source]. – Access at : <http://www.milpedras.com/en/noticias/53/what-is-a-book-artist-or-an-art-book/>
15. Lorenz A. Artist's Books – For Lack of a Better Name [Electronic source]. – Access at : <http://www.angelalorenzartistsbooks.com/whatis.htm>
16. Погарский М. Книга художника как основа новой парадигмы культуры [Электронный источник]. – Режим доступа : <https://syg.ma/@mikhail-pogarskii/kniga-khudozhnika-kak-osnova-novoi-paradigmy-kultury>
17. Verheyen P. Definition of The Artist's Book; What Is a Book; BSO's (Book Shaped Objects); Art vs. Craft [Electronic source]. – Access at : <http://www.philobiblon.com/whatisabook.shtml>
18. Загорська К. Книжковий обід 07/08 Book Lunch. Каталог виставки. – К., 2008. – 52 с.
19. Билык А. Нетрадиционная книга как художественный артефакт культуры начала XX века // Вісник Маріупольського державного університету. – 2016. – №24. – С. 19–24.
20. Селиванов Н. О книге художника и не только... [Электронный источник]. – Режим доступа : <http://www.pogarsky.ru/cgi-bin/foremanel.pl?mod=pages&id=278>
21. Тишков Л. Метакниги-мембраны [Электронный источник]. – Режим доступа : <http://www.pogarsky.ru/cgi-bin/foremanel.pl?mod=pages&id=281>
22. Tryzno J. Kodeks I książka artystyczna // Book Art Museum [Zasób elektroniczny]. – Tryb dostępu : <http://www.book.art.pl/index.php/biblioteka-ok>
23. Hill Ch. Types of Books With Pictures // Great Story Book [Electronic source]. – Access at : <http://greatstorybook.com/picture-book-types/>
24. Bernacki P. Książka artystyczna // Book Art Museum [Zasób elektroniczny]. – Tryb dostępu : <http://www.book.art.pl/index.php/biblioteka-ok>
25. Smith A. K. Structure of the Visual Book. – Keith a Smith Books, 2003. – 432 p.
26. Crestani F., Landoni M., Melucci M. Appearance and functionality of electronic books // ResearchGate [Electronic source]. – Access at : https://www.researchgate.net/publication/226524868_Appearance_and_functionality_of_electronic_books
27. Андрейчук Н. Культурний семіозис: до поняття візуальної книги // Філологічні студії [Електронне джерело]. – Режим доступа : <http://studiap.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/173/164#.XFGittIzbDd>

28. Українська візуальна книга // Мистецький Арсенал [Електронне джерело]. – <https://artarsenal.in.ua/uk/knyzhkovyi-arsenal/year-2017/proekt/ukrayinska-vizualna-knyga/>
29. Харитоненко О. Оновлений ДСТУ 3017 «Видання. Основні види. Терміни та визначення»: досягнення і відкриті питання [Електронне джерело]. – Режим доступу : <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/13508/1/Kharytonenko%20E..PDF>
30. ДСТУ 3017:2015 "Видання. Основні види. Терміни та визначення понять" [Електронне джерело]. – Режим доступу : http://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu_3017_2015.pdf

REFERENCES

- Lekhtsyer V. L. Narrative turn and actuality of narrative mind // International Journal of Cultural Researchers [Electronic source]. – Access at : [https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/01_2013/IJCR_01\(10\)_2013_Lekhtsier_1.pdf](https://www.culturalresearch.ru/files/open_issues/01_2013/IJCR_01(10)_2013_Lekhtsier_1.pdf)
- Poharskyi M. V. Artist's Book [+] ideology, philosophy, structure, classification, technology, parallels, intersection, history. – М., 2015. – 416 p.
- Kopetska O. Artbook as a Version of Niche Edition // Scientific notes of Journalism Institute. – 2014 – Vol.55. – P. 66–69. – Access at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2014_55_14
- Pidopryhora S. Artbook on the Space of Literature: artistic features // NPDU Scientific Journal. – 2018. – №10. – P. 44–50. – Access at : <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/21692/1/Svitlana%20Pidopryhora.pdf>
- Lystvak H. Artist's Book: Terminological Difficulties [Electronic source]. – Access at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/dialog_2012_15_18
- Barvenko V. Artbook As a Ground For Creative Students-Designers Experiments // Interdepartmental Scientific and Technical Journal "Technical Aesthetics and Design". – 2012. – Vol. 90. – P. 156–164.
- Polianchuk N. Art-book, Or When Reading Is Not Necessary [Electronic source]. – Access at : <http://www.pogarsky.ru/cgi-bin/foremanel.pl?mod=books&a=books&id=202>
- Lystvak H. Artist's Book: the Problem of Publishing Typology [Electronic source]. – Access at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/lnnbyivs_2012_4_17
- Hryshchenko O. Artist's Book As a Creative Method at Studying Process / Ukrainian Academy. Of Arts. – 2015. – №. 24. – P. 90–98.
- Poharskyi M. Artist's Book As a Basis of a New Cultural Paradigm [Electronic source]. – Access at : <https://syg.ma/@mikhail-pogharskii/kniga-khudozhnika-kak-osnova-novoi-paradigmy-kultury>
- Zahorska K. Book Lunch 07/08. Exhibition catalog. – К., 2008. – 52 p.
- Bylyk A. Nontraditional Book as a Artistic Artefact of Culture of the Early Twentieth Century // MNU Journal. – 2016. – №24. – P. 19–24.
- Selyvanov N. About the Artist's Book and Not Only [Electronic source]. – Access at : <http://www.pogarsky.ru/cgi-bin/foremanel.pl?mod=pages&id=278>
- Tyshkov L. Metabooks-Membrans [Electronic source]. – Access at : <http://www.pogarsky.ru/cgi-bin/foremanel.pl?mod=pages&id=281>
- Andreichuk N. Cultural Semiosis: to Understanding the Books // Philological studies Access at : <http://studiap.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/173/164#.XFGittIzbDd>
- Ukrainian Visual Book // Art Arsenal [Electronic source]. – Access at: <https://artarsenal.in.ua/uk/knyzhkovyi-arsenal/year-2017/proekt/ukrayinska-vizualna-knyga/>
- Kharytonenko O. Aupdated NTSU 3017 "Edition. The Main Types. Terms and Definition": achievements and open questions [Electronic source]. – Access at : <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/13508/1/Kharytonenko%20E..PDF>
- NTSU 3017 "Edition. The Main Types. Terms and Definition" Access at : http://lib.zsmu.edu.ua/upload/intext/dstu_3017_2015.pdf

The Typological Features of Art Book as a Special Type of Book Content

A. V. Bidun

Abstract. The focus of the article are art books and their observation as non-traditional books in all key approaches and understandings. The ways of their distinction are clarified. All popular definitions for them are analyzed. As a result, the most common mistakes of naming art books are discovered, which shows us general misunderstanding of what this publishing product segment is. All felicitous terms that show us an art book's essence, key features and functions are discovered, as well as definitions that, despite being used in science and media discourses, don't suit well for exhaustive explanation and understanding.

Keyword: *artbook, artis's book, book of art, artistic book.*

Target audience of the popular science information in media: peculiarities and classification

K. R. Bilohrats

Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine
Corresponding author. E-mail: khrystyna.r.bilohrats@lpnu.ua

Paper received 11.02.19; Accepted for publication 17.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-15>

Abstract. The classification of groups of creators and recipients of popular science information is considered. In article described the features of the target audience of information consumers. Mass media channels, which disseminate information about scientific achievements, are described. Suggested the classification of consumers of popular science information.

Keywords: popularization of science, science information, mass media channels, classification of target audience.

Popularization of science can influence on people of different social groups and on their decisions. Dissemination of interesting and readable, existing or newly created materials about the scientific achievements can form desire of young recipients to engage in scientific researches in various fields in their future life. For an adult audience it is an opportunity to get information that can help in some way to solve everyday issues, to expand own horizons and gain knowledge that can be useful in their work or life.

The peculiarities of the target audience and the popularization of science have been researched by numerous Ukrainian scientists, including N. Bogomolova, S. Girik, V. Zdrovega, N. Zelinska, A. Boyko, O. Konovets, D. Filonenko and others. A. Koloyev also was writing about typological features and types of popular science periodicals in his article [7]. N. Diveyeva in her thesis investigated the popularization of science as a form of communication under the conditions of new information technologies and the market relations [3]. Scientific and popular sites in the system of mass media, their typological and profile peculiarities were described by E. Makarova in her dissertation work [8].

N. Zelinska has written in her work, that for a long time it has been considered that science is developing only when scientists publish fundamental works, solid monographic researches, however, modern practice demonstrates a decisive turn to a «small form», which in a certain sense has significant advantages over the «big form» – efficiency, rather economical expenses and democracy [6].

Actively developing direction of professional publications of scientific periodicals, many scientists abroad are trying to promote their own researches not only among their colleagues, but among a wide audience as well, trying to convey the importance and peculiarity of their own scientific achievements.

The Academic Explanatory Dictionary of the Ukrainian language provides the following definitions of the term «popularization»: - submission of something in a clear, accessible form; - distribution of achievements of national and world culture among people, - promotion of knowledge etc., popularizing of smth. [10, p. 239.].

In the DSTU standards in the section on the types of periodic and continuing publications there are such definitions: «Popular science magazine is a magazine that contains publications on the bases of science, as well as achievements in the field of science, technology, culture,

art and practical activities, presented in a readable for non-professional-readers form» [4, p. 19 – 20]. Immediately after that, the definition of a popular magazine has been given: «This is a magazine that contains educational publications on various issues of culture, art, sports, life, and other areas of knowledge of social and practical activities for satisfying the interests of the non-professional readers» [4, p. 20].

In the state standard almost the same definition of the terms «popular science» and «popular magazines» is given, however, we consider that popular magazines can not only be such that promote information and have an educational value, because the popularity is determined by the requirements of recipients and the number of editions.

The spread of popular science information S. Girik considers being a real weapon against propaganda of pseudoscientific and antiscientific concepts, and various falsifications [2]. It's difficult not to disagree with such a statement, however, it's worth remembering that only respected scientists should refute the publications, which contain anti-scientific facts, because such scientists can write clearly and in a popular way about complicated scientific facts, and they can explain easily and availablely them to journalists, who will work with specific scientific issues, as recipients, having received information, can not always objectively evaluate it and understand how truthful it is.

N. Bogomolova suggests that the audience is being formed by separate people belonging to different social groups; therefore the researcher points out on the following features of Mass Media audience:

- huge, massive;
- spontaneous, unorganized;
- unstable;
- anonymous for the communicator;
- is divided at the time of perception of the message to many small groups;
- without clear boundaries, but with a certain rhythm [1, p. 134].

We can add to the statement that affiliation with certain social groups does not guarantee absolute coincidence in interests and preferences, therefore even within a certain group people may belong to smaller groups. We agree that the audience of recipients is large and massive, thus it can be divided into separate groups while perceiving the information. However, in our opinion, if the specific features of the target audience, to which the communicant

refers in his message, have been defined clearly, it is possible to determine its boundaries, which not for long, but, nevertheless, will remain clear.

In the joint work of V. Rizun, A. Boyko, O. Konovets, N. Zelinska and B. Potyatnyk – the manual «Scientific communication in Mass Media: a workshop» - the problems of scientific communication are being described [9]. It is written there that complex topics can be of public interest only if the journalist knows how to submit and to evaluate the scientific information [9]. This means that journalists should understand the methods and scientific research data, skillfully transforming scholar message so that it would be clear and interesting for the audience for which this message has been prepared.

The authors of the «Scientific communication in Mass Media» divide scientific journalism into three types:

1. specialized scientific publications, issued by scholars for scientists and intended for a highly specialized circle of readers;

2. the work of scientific journalists and special correspondents, whose reports are published on the pages of publications devoted to researches, in special scientific programs;

3. the work of correspondents who do not specialize in scientific issues - they may be employees of the news department, politicians or environmentalists, who sometimes cover scientific topics [9].

V. Zdorovega noted that the audience needs fresh and extraordinary information, which is described easily and wittily. Readers of the newspaper or the magazine can be attracted by harmonious and interesting design, layout, color, unexpectedness, and titles with intrigue or wit, thoughtful headings, unobtrusive style and the selectivity of words [5]. These factors in the complex cause the audience's interest. Specific means of interest are based on the peculiarities of the diverse interests of the reader or audience. Gender, age, social status, regional factor, education, level of intellectual development, hobbies should be taken into account. If we talk about universal ways of attracting attention in journalism, then on their basis – the novelty of the fact and the novelty of the idea or, what usually happens, their special combination. They interact in different ways, depending on the type of media, the type of publication, the kind of television broadcast. This is a very wide range of journalistic information – from the presentation of the only news, and broad flows of facts – to analytical headings, special programs on television and radio, analytical publications [5].

D. Filonenko claims that today the segment of popular science publications can not be considered as being in high demand by the audience. Serious science, unlike pseudoscientific, sensational materials, does not provoke the interest of numerous readers. To his mind, such phenomenon takes place due to some unpreparedness of the audience to accept objective, empirically proven information [11]. We consider that the problem is not only that recipients are not interested in «high» science, but that in Ukraine scientists are not got used to promote their own researches among the large audiences, and disseminate information only among their colleagues. There are also problems related to the reluctance of journalists/owners/managers of periodicals and channels to disseminate scientific information that they find not sensa-

tional. As we know, the audience will be interested in the facts offered by mass media, but if the editorial policy of the media does not include the dissemination and promotion of scientific information, then the potential target audience will not learn about new information that relates to scientific researches. D. Filonenko points out that, due to the almost total absence of competition between scientific publications, a full-scale study of the audience has not been conducted yet, and this leads to the irrational distribution of materials in editions [11].

In the process of observing of all the scientific-popular information in Ukraine, we can make conclusions about modern channels of dissemination of such information. We offer the following classification of information dissemination:

- **periodicals** (magazines «Kunst», «Worldview», «Country of Knowledge», «Experiment», «Psychologies», etc.);

- **radio:**
 - broadcasting («This man was Albert Einstein», «ABC», etc.).
 - information in the news blocks of radio channels;

- **television:**
 - sitcoms («Myth busters», « Mind Games» and others);
 - information in the news blocks of TV channels;

- **Internet:**
 - sites («My science», «Scientific room», «Ukrainian Scientific Club» and others);
 - sections on the sites (for example, the section «Science» on the site «BBC Ukraine»);
 - social pages (for example, «I love science», «Science»);
 - collections of movies in the archives of websites.

As we can see, Internet has the greatest potential for distributing popular science information in a variety of ways; probably these opportunities will be replenished with new means.

Without the thorough analysis of the target audience the work of the editorial department may not be effective enough. We offer to classify the audience of popular science information in the media according to the certain characteristics: age, personal interests and professional needs. Of course, such a division may very nominal.

Characteristics **by age** for:

- children,
- teenagers,
- adults.

Children are interested in everything around them, and of course, the information they receive depends on their environment. Adults influence on what the children are watching and reading, therefore, such an age group can be called dependent on the elderly audience.

Teenagers may be interested in information that will help to design certain scientific devices, make unforgettable experiments.

Adult audience is the most diverse, because people can be interested in useful tips that will make their everyday work easier, and in information that can help in professional life, or increase their own knowledge.

By personal interest:

- random recipients,

- recipients, who are interested in specific information for a certain period of time,
- amateurs/connoisseurs.

Random recipients of information encounter it without seeking, but can continue to read or watch what they are interested in. Of course, they may eventually move to another group.

Recipients, who are searching for certain information, are constantly looking for everything related to an issue they are interested in. Having found the required information, they can shift to another group of personal interests.

Amateurs or connoisseurs of popular science publications/broadcasts may be subscribers or regular viewers.

For professional needs:

- students,
- specialists of the professions adjacent, or related to the information,
- experts,
- scientists.

Students are looking for the available materials to help them in studying.

Specialists of the adjacent professions seek popular scientific information for professional interests, and ex-

perts search for the information how the sphere in which they work, is being popularized.

Scientists likely will not seek popular science materials for professional interest, but they can do so to know how to popularize their achievements and how other scholars do it.

The popularization of science in Ukraine is not so active as it is abroad, but science-pop programs are being shown on television, are being broadcast on the radio, sites and pages in social networks are being created in Internet, periodicals, that may be of interest to those who seek information, and for those who would see it accidentally, are being issued.

Almost always recipients use scientific-popular information as a mean of self-education, to a lesser extent – to find out how popular science achievements are being promoted. In order to promote the science in Ukraine, it's necessary for scientists to be interested in disseminating their achievements among the public, and for journalists – to provide truthful information, because if they use wrong facts or manipulate them, the trust of the audience will be lost.

REFERENCES

1. Bogomolova N. N. Social psychology of mass communication: Handbook for the Higher school students / N. N. Bogomolova - M.: Aspect Press, 2008. – P. 191.
2. Girik S. Science-pop as a weapon against pseudoscience // Historical truth / S. Girik. - [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.istpravda.com.ua/columns/2012/05/3/83395/> (Date of the application 07.11.2018)
3. Diveeva Natalya Valeryevna. Popularization of science as a kind of mass communications in the conditions of new information technologies and market relations: author's abstract. ...of the candidate of philological sciences: 10.01.10 / Diveeva Natalya Valeryevna; [Voronezh State University].– Voronezh, 2015– P. 18.
4. DSTU 3017: 2015 Edition. The main types. Terms and Definitions [Text]. - Replacement DSTU 3017-95; valid from 07/01/2012. - Kyiv: State Enterprise «UkrNDNTS», 2016 - IV, P. 38.
5. Zdorovega V. Theory and methodology of journalistic creativity: Handbook / V. Zdorovega. - Lviv: PAIS, 2000. - P. 180.
6. Zelinska N. Scientific publishing in Ukraine: history and current state: Handbook for the Higher schools students / N. Zelinska – Lviv: Svit, 2002. - P. 268.
7. Koloyev A.S. Scientific-educational publications as a typological niche [Electronic resource] / A. S. Koloyev. - Access mode: <http://mediascope.ru/node/1089>.
8. Makarova E. E. Science-popular sites in the media system: typological and profile features: author's abstract. Dissertation on getting the PhD [Electronic resource] / E. E. Makarova. - Access mode: <http://mediascope.ru/taxonomy/term/396>.
9. Scientific communication in mass media: workshop / layout: A.A. Boyko, N.V. Zelinska, O. F. Konovets. - Lviv: Ukrainian Academy of Printing, 2009. - P. 124.
10. Dictionary of the Ukrainian language: in 11 volumes.- Volume 7, 1976. - P. 239.
11. Filonenko D. Scientific-popular periodicals of Ukraine: problems of audience formation / D. Filonenko // Works of the research institute of preschool studies. - 2013. - Issue 3. - P.403-413.

Ідіостиль в медіадискурсі: до проблеми дефініції

Н. М. Прокопенко*, О. М. Євтушенко, Т. В. Ковальова

Сумський державний університет, м. Суми, Україна
*Corresponding author. E-mail: prokoprnko3377@gmail.com

Paper received 08.02.19; Accepted for publication 16.12.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-16>

Анотація. Невпинне зростання ролі ЗМІ в комунікативній практиці зумовлює необхідність вивчення способів і прийомів стилізації газетного дискурсу в аспекті формування ідіостилу. Для з'ясування ролі стилістичного потенціалу мовних та позамовних ресурсів, способів їх використання та взаємодії в медіатекстах у формуванні ідіостилу як цілого видання, так і окремих авторів зокрема дана власна інтерпретація поняття *ідіостиль журналіста* та *ідіостиль друкованого видання*; встановлено зв'язок між ідіостилем журналіста та ідіостилем газети.

Ключові слова: дискурс, діалогічне мовлення, ідіостиль, текст, фігура мови.

Вступ. При розгляді питання стильового статусу мови масової комунікації, яка позначена стилістичною неоднорідністю, розмитістю стильових меж, неодмінно постає питання про ідіостиль як найхарактернішу ознаку журналістської майстерності. Підвищена увага до цієї проблематики, що посідає особливе місце в галузі мови преси, цілком закономірна, оскільки саме газетні тексти є зразком влучного використання основних стилістичних прийомів і мовних засобів різних рівнів, що і є іміджотворювальним чинником та причиною популярності того чи того медіаресурсу. Тому актуальність нашого дослідження і визначається пошуком основних параметрів медіатексту, що сприяють виробленню ідіостилу як окремого журналіста, так і медіа в цілому.

Короткий огляд публікацій по темі. Визначаючи сутність поняття «стиль», що, безперечно, є основою досліджуваного нами явища «ідіостиль», урахувавши різні думки мовознавців, варто зазначити, що на сьогодні єдиною визнаною дефініцією цього феномену не існує. Це пояснюємо тим, що термін «стиль» номінує різні об'єкти дослідження: особливості мовлення в різних ситуаціях, його оформлення вербальними та невербальними засобами, адекватну інтерпретацію письмового викладення, індивідуальну манеру автора, експресивність мовлення тощо. Тобто формулювання поняття «стиль» цілком мотивується тими чинниками, що закладені в основу його визначення.

Поняття стилю цікавило таких мовознавців як О. Ахманова, В. Виноградов, В. Одінцов, Ш. Баллі та ін. [1; 2; 5; 9]. Аналіз їх праць наштовкує на таке узагальнення: «стиль» нерозривно пов'язаний із індивідуальною манерою, особливим світосприйняттям, умілим добром мовних засобів, їх упорядкуванням та інтерпретацією. Це і дає нам підстави стверджувати, що «індивідуальний стиль» – явище синергетичне, людиноцентричне, глибоко особистісне і, що важливо для нас, інтерактивне.

Журналістикознавчі дослідження мовної своєрідності газетного видання представлені працями М. Бондар, Д. Георгієва, Т. Глушкової, В. Іванова, А. Капелюшного, І. Лисакової, А. Мамалиги, О. Пономарева, В. Різуна, К. Серажим, О. Сербенської, А. Сичова, Г. Солганика, В. Шкляра, Н. Шумарової та ін. Нами робилися спроби дослідити цей феномен як мовностилістичне явище [10]. Висновки, спостереження ми використали для досягнення

поставленої мети, а саме: за результатами аналізу теоретичних джерел та дослідження текстів всеукраїнської щоденної газети «День» розкрити сутність понять *ідіостиль журналіста* та *ідіостиль друкованого видання*. Для цього необхідно з'ясувати основні підходи до вивчення ідіостилу, дослідити мовностилістичні, структурно-організаційні та прикладні аспекти, що визначають як індивідуальну творчу манеру журналіста, так і ідіостиль друкованого видання.

Матеріали і методи. Основними методами дослідження стали *описовий*, який дав можливість з'ясувати стилістичні особливості медіатекстів друкованого видання; *дискурс-аналіз* як сукупність взаємопов'язаних підходів до вивчення газетного дискурсу, які передбачають використання системи принципів і методів дослідження, а саме: *лінгвістичного аналізу* (лексичного, семантичного, синтаксичного); *прагматичного аналізу* мовленнєвих та комунікаційних актів; елементів *риторичного аналізу* для з'ясування ефекту впливу на читача; *стилістичного аналізу*; елементів *аналізу жанрової специфіки структур дискурсу*. Для проведення дослідження ми керувалися такими критеріями відбору емпіричного матеріалу: 1) на етапі добору використано *метод ідентифікації* мовного матеріалу газети «День» для з'ясування його стилістичної ролі; 2) опрацьовано більше 400 примірників газети (236 джерел друкованого видання, інші – інтернет-версії) за 2017-2018 роки; автори відібраних текстів визнані в українському журналістському середовищі, про що свідчать: а) кількість їх публікацій у друкованому виданні; б) кількість схвальних відгуків та рецензій в інтернет-версії газети; в) тексти відповідають загальній ідеологічній концепції видання; 3) *методом суцільного вибирання* вивчено тексти газетного дискурсу, які: а) концентровано демонструють ознаки ідіостилу; б) характеризуються контекстуальністю, змістовою, комунікативною і структурною цілісністю, тематичною визначеністю, завершеністю, семантичною самодостатністю, модальністю й особливою прагматичною функційністю.

Результати та їх обговорення. Поняття «індивідуальний стиль», «ідіостиль», «ідіолект», «стильова манера» тощо пов'язані з питаннями індивідуальної мовної творчості. Однозначної думки щодо спільності чи відмінності цих понять у мовознавстві немає. Цікавою з цього погляду є робота О. Линтвар, яка на основі аналізу праць Н. Болотнової, І. Тарасової,

В. Самохіної, О. Селіванової, Р. Фаулера та інших дослідників робить висновок, що «ідіостиль – це складна багатогранна система, яка є не просто системою засобів, якими користується автор для вираження своїх ідей, а способом відображення реальності такою, як її бачить автор, ідіолект – це сукупність текстів, створених в певній хронологічній послідовності у відповідності до єдиної системи метатропів. Ідіостиль – поняття значно ширше, ніж ідіолект, який є лише його основним компонентом» [8, с. 8].

Оскільки охопити весь спектр вивчення проблеми ідіостилю у форматі такої роботи неможливо, цілком погоджуючись із запропонованою О. Линтвар класифікацією напрямів дослідження цього явища [8, с. 3-4], ми сконцентруємо увагу на індивідуальному стилі як на сукупності мовно-виражальних засобів, що виконують естетичну функцію та вирізняють мову окремого автора з-поміж інших, як на феномені, що уособлює єдність змістових і формальних лінгвальних характеристик, притаманних творам певного автора, яка створює унікальний авторський спосіб мовної реалізації [4].

Поняття ідіостилю пов'язують із певним відбором мовних засобів (слів) і способами їх комбінування, взаємодії. Науковець Х. Дідух наголошує, що «хоча не існує яких-небудь унікальних способів репрезентації особистісних змістів, легко виявити переважне їх використання... Характеризуючи поняття ідіостилю, важливо також зазначити, що у творчості певного автора виділяються твори або тексти, між якими встановлюється відношення семантичної еквівалентності за різними текстовими параметрами: способом структурування ситуації, єдністю концепції, композиційними принципами, звуковою і ритміко-синтаксичною організацією» [7]. Тобто ідіостиль визначаємо не лише як вибір слів, тропів, фігур мови тощо, але і як частотність їх уживання.

Отже, як узагальнення наших спроб дослідити сутність поняття «ідіостиль», можемо дефінувати його як притаманну творам одного автора систему якісних і кількісних показників, що полягає у доборі змістових і формальних лінгвістичних одиниць, їх взаємодії, в унікальному (неповторному, креативному, індивідуальному) втіленні в них власного авторського способу мовного вираження, створенні власної манери письма і відображенні свого світосприйняття.

Закономірно, що ідіостиль вивчають як концепт художньої творчості письменника, інтерпретуючи його як ознаку його професійної майстерності. Однак його зрідка корелюють із авторською манерою журналіста. На сьогодні не сформульовано єдиного підходу до категорії ідіостилю не тільки як ознаки мовотворчості окремого журналіста, ведучого, блогера тощо, але й не з'ясовано сутності терміну для газетного видання в цілому, доволі розмиті межі поняття, сучасні журналістикознавчі студії не містять досліджень із позиції його концептуального вивчення та практичної дослідницької реалізації за матеріалами конкретних видань. Тому дослідження ідіостилю газети як синергетичного явища є важливим аспектом формування журналістикознавства, що передбачає комплексне вивчення мовностилістичних, архітектонічних особливостей медіатексту, масової комуніка-

ційного, редакторського забезпечення своєрідності газети, тобто формування індивідуального стилю загалом.

Послугуючись дослідницькими висновками Т. Глушкової [6, с. 6], сформулюємо критерії ідіостилю, що, на нашу думку, є репрезентативними для будь-якої газети: 1) жанрова, тематична, рубрикаційна, проблематична своєрідність; 2) особливості використання мовних засобів видання, створення мовної картини як інтерактивного чинника ідіостилю; 3) характер взаємодії членів колективу, що визначає стиль газети і дає підстави виділити особливості авторської манери; 4) визначення стратегії журналістської творчості; 5) упізнаваність видання читачем як за візуально-змістовими, так і за мовностилістичними особливостями текстів його авторів.

Безумовно, інтегративний характер цих чинників і забезпечує імідж газети, її популярність, читабельність, і, що не менш важливо, індивідуальність. І якщо формальні іміджоутворювальні ознаки можна змінити, відкоригувати, налаштувати під ситуацію, формат, запит, то текстотвірні мовностилістичні маркери і є тією визначальною якістю, яка найбільше впливає на ідіостиль і формує світоглядні орієнтири, переконання, естетичні смаки читача. Важливо, щоб газета стала синергетичним продуктом, що є результатом об'єднання конкретних текстів у єдиний газетний дискурс, тобто коли «авторські мовні картини поєднуються в цілісну мовну картину газети» [6, с. 7].

Д. Баранник визнає за мовою ЗМІ статус окремого функційного стилю й відзначає важливість простежити типологічні особливості мови кожного з різновидів масової інформації «в напрямі всіх складників мовної структури: морфологічних, синтаксичних, лексичних і фразеологічних» [3, с. 15].

Звичайно, лексичні, синтаксичні, морфологічні компоненти ідіостилю газети є найбільш виразними й найлегше ідентифікуються читачем. Вони впливають на емоційну сферу, формують естетичні смаки, мораль і духовність. Саме тому «увага до їхньої ролі в загальному процесі формування змістів і смислів газети досить висока, що засвідчує постійний і широкий інтерес науковців до окремих лексичних груп, наприклад, сленгу, розмовної лексики, просторіччя» [6, с. 10]. Тому цілком логічним є твердження, що, реалізуючи такі різноаспектні функції, як повідомлення і вплив, мова газети не може обмежитися рамками одного якогось стилю. А це свідчить про те, що особливості функціонування мови у сфері журналістики визначають багато чинників. Наприклад, поліфункціональність преси вимагає від мови гнучкості, масовість – універсалізації, постійна динаміка розвитку суспільства – оновлення. Разом із тим, саме ідіостиль окремого журналіста може стати причиною забезпечення стабільної читабельності видання, його популярності та багаторічного існування. Можна переконливо стверджувати, що ідіостиль газети – це своєрідний симбіоз індивідуальної манери представників її авторського цеху, принаймні більшої його частини.

Отже, ідіостиль газетного видання сформулюємо як систему мовностилістичних показників авторських текстів, що визначає не лише індивідуальну манеру

письма окремих авторів, але й вирізняє стиль окремо взятої газети з-поміж інших видань, резюмує її, наголошуючи при цьому не так на конкретному авторському сприйнятті та відображенні дійсності, як на колективній інтерпретації подій та явищ, створюючи своєрідну інформаційну ауру. І тут слід дотримуватися принципів об'єктивності, неупередженості та інших норм, створити ідеологічну концепцію, що сприятиме формуванню у читача цілісної ціннісної орієнтації.

Продемонструємо ці висновки на результатах аналізу матеріалів «Дня».

Варто об'єктивно зазначити, що жанрово, тематично, рубрикаційно та проблематично «День» не має аналогів серед загальнонаціональних засобів масової інформації. Журналістські тексти згруповані за рубриками. Більшість журналістів «Дня» – відомі оглядачі з різних питань життєдіяльності. Вони є авторами книг різного спрямування. Наприклад, редактор відділу «Політика» – Іван Капсамун, «Економіки» – Алла Дубровик-Рокхова, «Міжнародної політики» – Микола Сірук тощо. Автори «Дня» тематично компетентні, це пояснює конвергентність даного ЗМІ.

Редакційною традицією є запрошувати до співбесіди провідних експертів. Постійними гостями редакції є представники різних країн світу, консолідацій; «День» співпрацює із представниками НАТО, який виступає спонсором деяких проектів. Результатом зустрічей із значимими особистостями стають розлогі інтерв'ю. Газета розрахована на інтелектуальну аудиторію, тож найбільш оптимальним прийомом у газетних жанрах є саме діалогічне мовлення. Інтерв'ю здебільшого складається з 8-10 питань та передбачає змістовні відповіді. Деякі інтерв'ю можуть займати дві чи більше шпальти, містити ввідний екскурс, посилення на історію тощо.

Щодня журналісти українською, російською та англійською мовами висвітлюють події у країні в паперовому накладі та інтернет-ресурсами. Редакція видання розділена на відділи, журналісти яких стежать окремо за політичними, економічними, суспільними, культурними та медіа перетвореннями в Україні. Це потужний механізм, за допомогою якого щоденно на суспільний загал виносяться новини з абсолютно всіх сфер діяльності держави. Більше того, на сайті «Дня» цілодобово функціонує стрічка новин «Важливо!», де щохвилино можна отримати нову інформацію. Мовлення газети «День» вирізняється складною структурою речень, розлогими думками, окличними, іноді спонукальними реченнями та асиндетонами. Найуживанішим жанром є інтерв'ю.

Попри об'єктивне висвітлення подій, переважають здебільшого публікації позитивного характеру. Це видає журналістську стратегію фахівців «Дня» як роботу, спрямовану на формування гідного іміджу України. І подібна стратегія виправдана принаймні тому, що автори видання висвітлюють українське суспільство не лише для регіонів, а й за межами країни. З точки зору патріотичності, варто відзначити помітну прихильність та віру в майбутнє держави всіх дописувачів видання, які безпосередньо віддзеркалюються в інформаційному посиленні тексту. Газета формує та інтерпретує позитивний образ і тло навко-

ло держави, спілкуючись на цю тему з представниками всесвітніх організацій та закордонними партнерами. Такі ділові бесіди-зустрічі привертають увагу іноземців до України. За допомогою різних методів збирання інформації та професійної її подачі фахівці «Дня» налагоджують контакт із читачем, пропагують єдність національної ідеї.

Оформлення газети – результат творчості всіх працівників редакції (конкретно – б'єлд-редактора, верстальника, головного редактора та технічного редактора). І, як показує практика, аудиторія зазвичай позитивно сприймає готовий друкований продукт, що відображається в накладі кожного примірника. Також варто зазначити, що дизайн видання, безперечно, викликає читачський інтерес.

Така паспортизація ідіостилю «Дня», яка базується на суто прагматичних, структурно-композиційних параметрах, була б неповною, якби ми не звернули увагу на мовно-стилістичні засоби, що характерні для творчої манери як окремих журналістів газети, так і для видання в цілому. Ми дослідили манеру письма головного редактора Лариси Івшиної, яка демонструє яскраво виражену індивідуальну мовну поведінку, що характеризується ампліфікативним вживанням іншомовних запозичень, розташованих у формі градації, що дозволяє створити напружений, емоційно насичений текст, втілити головну концептуальну ідею видання. Суспільно-політична лексика вживається нею свідомо, щоб підкреслити значущість пропонованого проекту для сучасного медіапростору.

Окремої уваги заслуговує професійне мовлення редактора відділу «Політики» Івана Капсамуна. Журналіст виокремлюється тим, що контролює резонансні справи й часто вносить нові подробиці вже історичних подій на розгляд сучасному суспільству. Для ідіостилю Івана Капсамуна характерне використання інтригуючих заголовків, при чому йдеться не про «плітки, скандали, розслідування», а про суспільно важливі питання. Власне, такий рівень соціальної взаємодії та підтримки й визначає стратегію всеукраїнської щоденної газети «День» і характеризує її як якісну пресу.

Попередні дослідження мови газети «День» дають нам підстави стверджувати, що стилістичний синтаксис є найефектнішим і найдієвішим механізмом створення ідіостилю газети і показником індивідуальної манери мовлення журналістів видання. Стилістична манера авторів «Дня» полягає у широкому використанні фігур мови і тропів, що робить газетний дискурс філософсько наснаженим, рефлексуючим, інтерактивним. Орієнтована на ментальні знання читача, мова газети набуває ознак глибокої змістовності, виразності, точності, доцільності, що і визначає її ідіостиль.

Висновки. Тож дослідивши різні підходи до формування та визначення сутності ідіостилю, ми узагальнили деякі положення, що, на нашу думку, стануть важливими для подальших досліджень.

Ідіостиль – явище синергетичне, людиноцентричне, глибоко особистісне, інтерактивне.

Ідіостиль журналіста визначаємо як притаманну творам одного автора систему якісних і кількісних показників, що полягає у доборі змістових і формальних лінгвістичних одиниць, їх взаємодії, в унікально-

му (неповторному, креативному, індивідуальному) втіленні в них власного авторського способу мовного вираження, створенні власної манери письма і відображенні свого світосприйняття.

Ідіостиль газетного видання формулюємо як систему мовностилістичних показників авторських текстів, що визначає не лише індивідуальну манеру письма окремих авторів, але й вирізняє стиль окремо взятої газети з-поміж інших видань, резюмує її, наголошуючи при цьому не так на конкретному авторському сприйнятті та відображенні дійсності, як на колектив-

ній інтерпретації подій та явищ, створюючи своєрідну інформаційну ауру.

При визначенні ідіостилу варто застосовувати дискурсивний підхід. Усі компоненти, що визначають ідіостиль газети, забезпечують ідентифікацію її читачами, популярність та провідне місце видання у формуванні ідейних смислів медіатекстів, формують «модні» тенденції в мові преси.

Перспективними напрямками дослідження ідіостилу газетного видання може бути ідея створення «школи стилю» в медіа, розроблення методології іміджування газетного видання на ринку ЗМІ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Изд-во «Советская энциклопедия», 1969. 605 с.
2. Балли Ш. Французская стилистика. М.: Иностранная литература, 1961. 394 с.
3. Баранник Д. Х. Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації // Мовознавство, 1983. № 6, С. 13-17.
4. Брославська Л. Я., Шевченко І. С. Ідіостиль і концептуальна ідіосфера автора у художньому дискурсі // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, 2012. Вип. 70, С. 22–27. Режим доступу: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6293/2/Broslavskaya%20L.Y.,%20Shevchenko,%20I.S..pdf>.
5. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М.: Наука, 1963. 255 с.
6. Глушкова Т. В. Ідіостиль газетного видання: автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, К., 2008. 14 с.
7. Дідух Х. Ідіостиль як відображення авторської картини світу // Філологічні науки. Риторика і стилистика. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/Philologia/2_11114.doc.htm.
8. Лінтвар О. М. Індивідуальний авторський стиль (ідіостиль), ідіолект автора художнього твору // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна, 2014. Вип. 44. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2014_44_50.
9. Одинцов В. В. Стилистика текста. М.: Наука, 1980. 264 с.
10. Прокопенко Н. Діалогічність як фундаментальна ознака мови газети «День» / Каріна Хачатар'ян, Наталія Прокопенко // Філологічні трактати. Науковий журнал. – Суми : Сумський державний університет, 2018. – Том 10, № 1. – С. 58 – 65.

REFERENCES

1. Akhmanova O.S. (1969), Linguistic terms dictionary, publishing house «Sovietskaia encyclopedia», Moscow, Russia, 605 p.
2. Bally Sh. (1961), French stylistic, Inostrannaia literatura, Moscow, Russia, 394 p.
3. Barannik D.Kh. (1983), «Topical problems of the study of the mass media language», *Movoznavstvo*, no. 6, pp. 13-17.
4. Broslavskaya L.Ia. and Shevchenko I.S. (2012), «Ideostyle and conceptual ideosphere of the author in artistic discourse», *Vestnik Kharkivskogo nationalnogo universitety imeni V.N. Karazina*, iss. 77, pp. 22-27. Access mode: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6293/2/Broslavskaya%20L.Y.,%20Shevchenko,%20I.S..pdf>.
5. Vinogradov V.V. (1963), Stylistics. Theory of poetry. Poetics, Nayka, Moscow, Russia, 255 p.
6. Glushkova T.V. (2008), The ideostyle of the newspaper edition: author's abstract. Dis. cand. Sciences in social communications: 27.00.04 - theory and history of journalism. Institute of Journalism. Kyiv National Taras Shevchenko University, Kyiv, Ukraine, 14 p.
7. Didukh Kh., Ideostyle as a reflection of the author's picture of the world, *Philologochni nayku. Rutoruka i stulistuka*. Access mode: http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/Philologia/2_111114.doc.htm.
8. Lintvar O.M. (2014), Individual author style (ideostyle), ideology of the author of an artistic work, *Scientific notes of the National University of Ostroh Academy, Series: Philological, Iss. 44*. Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2014_44_50.
9. Odintsov V.V. (1980), Stylistics of the text, Nayka, Moscow, Russia, 264 p.
10. Prokopenko N. and Hachatoryan K. (2018), «Dialogicality as a fundamental feature of the language of the newspaper «Day», *Filolohichni traktat.*, no.6 (1), pp.58-65.

Ideostyle in the media discourse: definition problem

N. M. Prokopenko, O. M. Yevtushenko, T. V. Kovalova

Abstract. Steadily increasing role of the media in communicative practice necessitates the study of methods and techniques of styling newspaper discourse in terms of the ideostyle formation. To determine the role of the stylistic potential of linguistic and extralinguistic resources, methods of use and interaction in the ideostyle formation of the whole edition and in the texts of the individual authors, given interpretation of such words as *journalist's ideostyle* and *ideostyle of printed media*; established the connection between journalist's ideostyle and ideostyle of the newspaper.

Keywords: *discourse, dialogical speech, ideostyle, text, figure of speech.*

Сугестивний потенціал вербальних засобів висміювання в контенті сучасних електронних видань

Н. В. Руденко

Сумський державний університет, м. Суми, Україна
Corresponding author. E-mail: n.rudenko@gf.sumdu.edu.ua

Paper received 10.01.19; Accepted for publication 22.01.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-17>

Анотація. У статті розглянуто механізми та засоби висміювання як сугестивного прийому творення контенту англомовних електронних видань «The Day», «Moscow times», «China daily», «The Guardian», «USA today» за серпень 2018 року. За результатами контент-аналізу виділено 5 рівнів функціонування іронії, яка має багатий арсенал вербальних засобів її реалізації в сучасних ЗМІ, що дозволяє їй перешкоджати критичному осмисленню інформації, створювати позитивнооцінний або негативнооцінний (іронічно-зневажливий) ефект. Найчастіше іронія застосовується на лексичному рівні. Для підвищення ефективності сугестивного впливу іронія може застосовуватись на кількох рівнях одночасно.

Ключові слова: електронні видання, контент, інформація, висміювання, сугестія, громадська думка.

Вступ. Одним із принципів формування контенту сучасних ЗМІ є поєднання стратегій переконання та навіювання. Саме тому природа процесів навіювання в масмедійній системі була і залишається актуальним напрямом дослідження, особливо в час посиленої уваги до інформаційної безпеки суспільства, зростання ролі та значення ЗМК у формуванні громадської думки. Одним із інструментів формування ціннісно-світоглядних орієнтацій в контенті сучасних електронних ЗМІ стала іронія. Водночас механізми та засоби висміювання як прийому навіювання та заміщення реальності допоки залишаються проблемою малодослідженою.

Огляд публікацій за темою. Дослідженням особливостей сугестивного дискурсу та засобів його конструювання, зокрема у масмедіа, займалися такі вчені, як А. Данилова, Б.Потятиник, В. Різун, Дж. Вільке, І. Сухарук, Л. Ільницька, О. Кузнецова, Т.Ковалевська, та ін. Проблемі функціонування іронічних висловлювань як одного з ефективних засобів сугестивного прийому висміювання або глузування, що часто застосовується в ЗМІ для впливу на громадську думку, присвячено праці А.Космеди, Г. Яновської, І. Дебенко, О. Федоренко, Л. Дідківської. Варто зазначити, що «висока ефективність методу висміювання пов'язана з його впливом на сферу слабо усвідомлюваних психічних явищ, що знижує дієвість психологічного захисту особи» [1]. В інформаційну добу для трансформації громадської думки широко використовуються електронні медіа у мережі Інтернет. Як слушно зауважує І. Дебенко, «віртуальний світ, будучи необмеженим у часі й просторі, інтенсифікує процес комунікації, призводить до зростання кількості учасників, сприяє формуванню та функціонуванню мережових структур, породжує нову якість соціальних зв'язків і суспільних процесів» [2, с. 13]. О.Федоренко вважає, що «журналіст вдається до іронічного зображення з метою вираження свого ставлення до предмета мовлення» [3].

Мета. Метою нашого дослідження є визначення особливостей використання вербальних засобів сугестивного прийому висміювання та визначення сугестивного потенціалу іронії в контенті сучасних електронних видань. Окреслена мета передбачає вирішення таких завдань: розкрити поняття іронії, описати механізм її дії в процесі навіювання в контенті сучасних ЗМІ; визначити роль та функції іронії в аспекті сугестивного прийому висміювання; описати рівні використання іронії та вербальні засоби її реалізації на кожному з них. Об'єкт

дослідження – контент популярних англомовних електронних видань «The Day», «Moscow times», «China daily», «The Guardian», «USA today». Предмет дослідження – вербальні засоби сугестивного прийому висміювання (іронії, глузування) в статтях вищезгаданих видань.

Матеріали і методи. Матеріалом дослідження слугували текстовий формат інтернет-версій періодичних видань «The Day», «Moscow times», «China daily», «The Guardian», «USA today» за серпень 2018 року у загальній кількості 128 номерів. Основними методами дослідження стали контент-аналіз, індукція, метод теоретичного дослідження (системний та функціональний), групування, та лінгвістичний метод. За допомогою методу контент-аналізу з корпусу статей досліджуваних видань ми виокремили приклади використання вербальних засобів сугестивного прийому висміювання. Лінгвістичним методом були визначені види вербальних засобів іронії, мовні та текстові рівні їх використання. За допомогою методу групування та описово-порівняльного методу вербальні одиниці іронії було розділено за рівнями їх використання в аналізованих текстах. Методами теоретичного дослідження та індукції здійснено аналіз наукової літератури, розкрито поняття іронії, визначені її роль, функції та механізми дії в процесі навіювання в контенті сучасних ЗМІ.

Результати та їх обговорення. Основним завданням сугестивних прийомів, що використовуються в ЗМІ, є спрямування суспільної свідомості у потрібному напрямі і, як наслідок, кардинальна переорієнтація громадської думки. Сугестія (від лат. Suggestio – натяк) полягає у навіюванні певного настрою, стану, зокрема у здійсненні впливу на підсвідомість художніми засобами, де не останню роль відіграють іронія та гумор. Як слушно зазначає І.Сухарук, «іронічність є показником зниженої оцінки, зневажливого ставлення до певного явища, факту або особистості, в результаті чого нівелюється їхня цінність» [4, с.343]. Іронічний тон викладення матеріалу надає повідомленню емоційно-експресивного відтінку як позитивного, так і негативного характеру. Іронічні висловлювання будуються на засадах мовної гри, амбівалентності значення та неочікуваних аналогій. У функції висміювання виступають різні гумористичні художні засоби — від іронічної насмішки до сарказму, сатири та гротеску. «Усі різновиди іронії так чи інакше пов'язані з усвідомленням невідповідності між розумінням дійсності або очікуваннями й тим, що відбувається насправ-

ді»[5, с.15]. «Іронія (грец. εἰρωνεία, букв. – насмішка, глузування, прихований глум) – різновид антифразу, троп, де з метою прихованого глузування або для легкого добродушного жарту мовна одиниця з позитивно-стверджувальними (в широкому розумінні) значенням, конотацією або модальністю вживається з прямо протилежними характеристиками» [6, с. 214]. На думку А.Камянець та Т. Некряч, «іронія є різновидом прихованого смислу». Він міститься в непрямих висловлюваннях, тобто «іронія передбачає розрив або невідповідність між тим, що мовець стверджує, і тим, що загалом мається на увазі [5, с.15]». Цей розрив є навмисним, так як він ніби замасковує намір мовця вплинути на емоційне сприйняття адресатом повідомлення та задати його думкам потрібний напрям руху. Створення смислового дисонансу є основною функцією іронії, що обумовлює її високий сугестивний потенціал у текстах сучасних ЗМІ.

Використовуючи сугестивний прийом висміювання, сугестор керується такими завданнями: привернути увагу до змісту повідомлення, викликаючи позитивну реакцію та впливаючи таким чином як на свідоме, так і на підсвідоме адресата; обійти захисні психологічні бар'єри критичного сприйняття інформації; викликати схвалення та довіру сугеренда (процес інтимізації); надати інформації провокативного характеру, присвоїти об'єкту повідомлення емоційно-оцінні значення; спростити засвоєння та підвищити рівень запам'ятовування інформації цільовою аудиторією.

Механізм подолання захисних бар'єрів за допомогою іронії З.Фрейд описує наступним чином: «У слухача вона викликає комічне задоволення, оскільки спонукає його, вірогідно, до затрати психічної енергії на вирішення протиріччя, до того ж ця затрата невдовзі виявляється надлишковою»[7, с.176]. Тобто чуттєво-емоційна складова іронії забезпечує більший вплив на свідомість індивіда. Крім того, «сміх руйнує всіляку ієрархію, розвінчує усталені догми, інтерпретує та знімає опозиції [8, 249]».

Розглянемо приклади використання прийому висміювання у контенті електронних видань. Нами було виділено 5 рівнів функціонування іронії: фоносемантичний, морфологічний, лексичний, синтаксичний та прагматичний. На фоносемантичному рівні маркерами іронії є слова, схожі за звучанням, проте часто протилежні за значенням (пароніми), які створюють специфічний ритм, привертаючи таким чином увагу читача до протиставлення певних понять або діючих осіб: «Di Maio and Salvini were *cheered* as they arrived, while Maurizio Martina, the secretary of the former ruling Democratic party, who arrived earlier in the morning, was *jeered* by some of the crowd (Коли приїхали Ді Майо та Сальвіні, їх привітали схвальними вигуками, в той час як Мауріціо Мартіна, секретаря раніше правлячої демократичної партії, що прибув ще вранці, деякі люди з натовпу освистали [переклад мій – Н.Р.]» [9]. Як бачимо, у цьому прикладі співзвучні дієслова *cheered* (аллодувати; нагороджувати схвальними вигуками) та *jeered* (освистати) надають фразі саркастичного звучання. У заголовках така гра зі співзвучними словами покликана зацікавити, налаштувати читача на позитивний лад: «Ofo leaving US cities amid crackdown on bike shares. And off ofo goes (Компанія Ofo залишає американські міста через жорсткі заходи у сфері прокату велосипедів. I Ofo іде геть)» [10]. У цьому заголовку назва компанії співзвучна зі словом off («геть»), вибір якого обумовлений необхідністю натяк-

нути на невдоволення політикою цієї компанії, про що йдеться у тексті статті.

Морфологічний рівень представлений різноманітними морфологічними модифікаціями, в результаті яких утворюються нові слова з додатковою конотацією. Наприклад, у наступному повідомленні маркером іронії є відоме в країнах колишнього СРСР поняття grabadization (прихватація), яке має різко негативну конотацію: «As a result, there began a privatization campaign that eventually turned into one best described as grabadization (У результаті розпочалась кампанія приватизації, що врешті-решт перетворилась на явище, яке найкраще описує слово прихватація [переклад мій – Н.Р.]»[11]. Ця назва є контамінацією слова grab (захоплювати, привласнювати, загарбувати) та другої частини слова privatization (приватизація).

На лексичному рівні іронія реалізує свій сугестивний потенціал у використанні прецедентної лексики, тобто понять та стійких виразів, пов'язаних з ситуацією історично або за змістовною аналогією, що закріпилася в масовій свідомості: «Thus the CAR saw some young polite “little men” (not to be confused with “green little men”) with military bearing (Таким чином, у ЦАР з'явилося кілька молодих ввічливих «чоловічків» (не плутати з «зеленими чоловічками») [переклад мій – Н.Р.] [12]. Прецедент “green little men” у цьому прикладі навмисно вжито разом з виразом polite “little men”, так як він пов'язаний із сумнозвісним евфемізмом «ввічливі люди [у формі]». «Вживання такого типу мовних сутностей має на меті консолідацію адресата й адресанта, їх ідентифікацію як членів однієї лінгвокультурної спільноти, що значно підвищує рівень довіри реципієнта до джерела повідомлення»[13].

Поєднання різних видів тропів також є ефективним засобом іронії (метафора, антитеза, порівняння, евфемізми, фразеологізми): «Europhobia may seem to line up new faces, but they're slapped on to old ideologies (Може здатися, що еврофобія підбирає нові обличчя, проте вони наклеюються на стару ідеологію [переклад мій – Н.Р.]»[14]. У цьому прикладі вживання антонімів в межах одного виразу відіграє роль іронічного протиставлення різних явищ, що значно підсилюються влучною метафорою. Комбінацію протилежних за змістом понять (оксиморон) часто можна зустріти у заголовках, що є ефективним «гачком» для привернення уваги до статті, так як це поєднання створює контрастивний ефект: «NICEST BAD GUY IN THE BUSINESS (Найгарніший поганий хлопець у бізнесі [переклад мій – Н.Р.]»[15]. Порівняння підсилюють комічний ефект, особливо, якщо вони ґрунтуються на національних стереотипах та символах: «Inviting Zh. to that program was a provocation as vile as, for example, inviting an open and known anti-Semite to the funeral of a rabbi (Запрошення Ж. [В. Жириновського] на цю програму було такою ж підлою провокацією, як, наприклад, запрошення всім відомого відвертого антисеміта на похорони рабина [переклад мій – Н.Р.]»[16]. Залучення гри слів, заснованої на повторах повних омонімічних лексем, що належать до різних частин мови, дозволяє формувати каламбури: «It goes without saying that “Oh, Pretty Woman” will be pretty creery (Що й казати, «О, гарна пані» стане досить моторошною [переклад мій – Н.Р.] [17]. У наведеному реченні прикметник pretty має значення «гарний, чарівний», а також «доволі, досить» у ролі прислівника.

Стилістично-забарвлена, емоційна та оцінна лексика вживається для формування таких мовленнєвих актів, як інвективи. Іронія «завжди виступає як прихована, непряма інвектива. Наявність глузування, знижена емоційність і вторинність номінації роблять іронію найменш агресивним типом інвектив» [18, с.130]. Елементи розмовної лексики, зокрема пейоративів, надають повідомленню якостей діалогічності, сприяють інтимізації, а інколи й шокують та викликають глибокі емоції та обурення: «And to others, I'm a self-styled, self-righteous maverick pain in the ass (А інші вважають мене самозваною, самовдоволеною дисидентською скалкою в дупі [переклад мій – Н.Р.]» [19]. У цьому прикладі самоіронія виражається емоційно-оцінними епітетами та розмовним стійким словосполученням, якими мовець характеризує ставлення до себе людей з протилежними поглядами.

На синтаксичному рівні засобами іронії є непрямі мовленнєві акти, цитати, вставні фрази (коментар) та еліптичні конструкції. Вставляючи у текст непрямі мовленнєві акти, «адресант за допомогою вербальних засобів виражає невластивий їм зміст і тим самим досягає своєї мети, яка не маркована словесно»[20, с.51]. У наступному прикладі сугестивний вплив іронії, що міститься в цитаті, посилюється наявною метафорою «open the right doog» та критичним вступним висловлюванням із словом в лапках: «He described the mechanism of their “arrival” quite correctly: “They shamelessly bribe all those who open the right door to them” (Він дуже чітко описав механізм їх «прибуття»: “Вони без сорому пропонують хабаря всім, хто відчиняє для них потрібні двері” [переклад мій – Н.Р.]» [12]. Лексеми, вжиті в лапках, в залежності від контексту імплікують негативну конотацію

або протилежний, тобто іронічно пейоративний зміст представлених ними понять. Еліптичні конструкції доповнюють попереднє повідомлення, кардинально змінюючи або нівелюючи його позитивний зміст: «As a good Christian, I wish all the staunch enemies of my motherland peace and quiet. In the afterlife, of course.» (Як добрий християнин я бажаю всім непохитним ворогам моєї батьківщини миру та добра. Після смерті, звичайно.)»[21]

Засобами іронії прагматичного рівня виступають зміни інтонації, незавершені фрази (комунікативне мовчання), риторичні запитання, перепитування, які створюють ефект «живого» спілкування, невимушеного діалогу між автором та читачем, додають інформації емоційності: «And who will allow somebody to poke their nose into the holy of holies – into oligarchic deals? (А хіба ж дозволять комусь пхати носа у святеє святих – у справи олігархів? [переклад мій – Н.Р.]» [12]. У цьому риторичному запитанні саркастичне висловлювання посилене вживанням прецедентної лексики «олігархи» та стійкого виразу в переносному значенні «святеє святих». Незавершена фраза створює іронічний «післяобраз», тобто як і риторичне запитання, пропонує самостійно завершити думку чи розвинути задану тему, настанову на роздуми, зароджує сумніви: «So Kuchma is a hero? Human memory is short, indeed... (Виходить, Кучма герой? І справді, людська пам'ять коротка... [переклад мій – Н.Р.]» [11].

Висновки. У результаті контент-аналізу електронних видань «The Day», «Moscow times», «China daily», «The Guardian», «USA today» за серпень 2018 року виділено 5 рівнів функціонування іронії як ефективного прийому сугестивного впливу на громадську думку в залежності від вербальних засобів її формування (див.рис.1).

Рівень функціонування Іронії (кількість прикладів)	The Day	Moscow Times	China daily	The Guardian	USA today
Фоносемантичний (3)	0	0	2	1	0
Морфологічний (2)	1	0	1	0	0
Лексичний (50)	18	4	8	14	6
Синтаксичний (12)	6	3	1	1	1
Прагматичний (7)	4	1	1	0	1
Лексико-синтаксичний/прагматичний (5)	5	0	0	0	0
Всього прикладів(79)	34	8	13	16	8

Рис.1. Кількісний склад ілюстративного матеріалу іронії в електронних газетах за серпень 2018 р.

Згідно з кількісними результатами, представленими у рис. 1, найчастіше іронія застосовується на лексичному рівні (50 прикладів). Найменш чисельними виявилися приклади іронії на фоносемантичному та морфологічному рівні, так як їх створення вимагає творчого підходу. Тому такі засоби іронії частіше можна зустріти в заголовках для привернення уваги та зацікавлення читача незвичним звучанням новостворених слів, контамінацій та поєднанням співзвучних слів, які створюють особливий ритм. Для підвищення ефективності сугестивного впливу на сприйняття інформації іронія може також застосовуватись на кількох рівнях одночасно, наприклад на лексико-семантичному (прецедентна лексика+ коментар або метафора+цитата) та лексико-прагматичному (ідіоматичне словосполучення/метафора+риторичне запитання).

Розглянувши емпіричний матеріал, можна зробити висновок, що іронія має багатий арсенал вербальних засобів її реалізації в контенті сучасних електронних видань, що дозволяє їй функціонувати на всіх рівнях

мови та тексту та перешкоджати критичному осмисленню інформації. Починаючи з заголовка, іронія привертає увагу до статті, викликає позитивну реакцію, блокує захисні механізми психологічних бар'єрів свідомості та, діючи таким чином на підсвідомому рівні, сприяє формуванню схвальної реакції та довіри в адресата, загортає інформацію у, так би мовити, привабливу упаковку, що набагато полегшує її споживання як готового інформаційного продукту. Крім того, за допомогою іронії в медіа текстах створюється позитивнооцінний або негативнооцінний (іронічно-зневажливий) ефект. Під впливом іронічних висловлювань відбувається максимальне зближення з аудиторією на емоційному рівні, тому власні емоції адресат приймає за обґрунтовані факти. Таким чином, завдяки прийому висміювання інформація стає простішою для розуміння та набуває зовсім іншої інтерпретації.

Перспективним напрямом подальшого дослідження є вивчення сугестивних засобів діалогізації, що застосову-

ється в контенті електронних ЗМІ як спосіб інтимізації, тобто формування довірливого ставлення до інформації,

представленої в контенті, та, як наслідок, закріплення авторитету видання серед аудиторії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Маніпуляція свідомістю. Я. Макітра. *Українська правда*. 6.12.2006. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2006/02/6/3061121/>
2. Дебенко І. Б. Механізми символізації в конструюванні політичної реальності / І. Б. Дебенко // Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Політологія. Соціологія. Право. 2012. № 3. С. 9-15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKPI_soc_2012_3_3
3. О.Федоренко. Емотивно-оцінні демінутиви як засіб вираження іронії у газетних текстах. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1943>
4. Сахарук І. В. Прецедентні одиниці як засіб реалізації сугестії в українському медійному дискурсі / І. В. Сахарук // Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. 2015. Вип. 13. С. 337-345. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2015_13_49
5. Кам'янець А.Б., Некряч Т.Є. Інтертекстуальна іронія і переклад. Монографія / А.Б. Кам'янець, Т.Є. Некряч. – К.: Видавець Карпенко В.М., 2010. – 176 с.
6. Тараненко О. Іронія // "Українська мова". Енциклопедія / [редкол.: Русанівський В. М., Тараненко О.О. (співголови), М. П. Зяблюк та ін.]. К.: "Укр. енцикл.", 2000. 752 с.
7. Фрейд Зигмунд. Остроумие и его отношение к бессознательному. М.: АСТ; Мн.: Харвест, 2006. 480 с.
8. Михайлюк О. Карнавалізація свідомості в сучасній культурі / О. Михайлюк // Гілея. Історичні науки. Філософські науки. Політичні науки : наук. вісн. зб. наук. праць. К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2011. Вип. 48 (6). С. 248–253.
9. Genoa bridge collapse: thousands attend state funeral for victims. *The Guardian*. 18.08.2018. URL: <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/18/genoa-bridge-collapse-thousands-attend-state-funeral-for-victims>
10. Ofo leaving US cities amid crackdown on bike shares. And of ofo goes *China daily*. 10.08.2018. http://usa.chinadaily.com.cn/2018-08/10/content_36742257.htm
11. Kuchmism and society. *The Day*. №42. 16.08.2018. URL: <https://day.kyiv.ua/en/article/society/kuchmism-and-society>
12. Central African Republic, Wagner, and diamonds. *The Day*. №42. 15.08.2018. URL: <https://day.kyiv.ua/en/article/day-after-day/central-african-republic-wagner-and-diamonds>
13. Сахарук І. В. Стратегії й тактики сугестії в сучасному українському медійному дискурсі / І. В. Сахарук // Вісник Донецького національного університету. Сер. Б : Гуманітарні науки. 2014. № 1-2. С. 216-222. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdnug_2014_1-2_35
14. Politicising the Genoa tragedy is just the latest Europhobic ruse *The Guardian*. 17.08.2018. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/aug/17/genoa-tragedy-europhobic-europe-sceptics>
15. Nicest bad guy in business. *China daily*. 14.08. 2018. URL: http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2018-08/14/content_36758547.htm
16. Dancing on journalists' bones. *The Day*. №41. 08.08.2018. URL: <https://day.kyiv.ua/en/article/society/dancing-journalists-bones>
17. Leave dead people alone: technology threatens celebrities' image after they've moved on. *USA today*. 23.08.2018. URL: <https://www.usatoday.com/story/opinion/2018/08/23/dead-celebrities-coming-back-life-cgi-let-them-rest-peace-column/1010922002/>
18. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. 326 с.
19. US Senator John McCain dies at age 81. *China daily*. 26.08. 2018. URL: <http://africa.chinadaily.com.cn/a/201808/26/WS5b81f650a310add14f387c80.html>
20. Руда О.Г. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: монографія / О.Г. Руда. К., 2012. 232 с.
21. 'The Enemy Is Dead': Russia Reacts to U.S. Senator John McCain's Passing. *Moscow Times*. 27.08.2018. URL: <https://themoscowtimes.com/news/enemy-is-dead-russia-reacts-us-senator-john-mccains-passing-62677>

REFERENCES

1. Makitra Y. Manipulation of consciousness. *Ukrayinska Pravda*. 6.12.2006. [E. source] Access: <https://www.pravda.com.ua/articles/2006/02/6/3061121/>
 2. Debenko I.B. Mechanisms of symbolization in the political reality construction/ I.B. Debenko // Herald of the National technical university of Ukraine "Kyiv polytechnic institute". Polityology. Sociology. Law. 2012. № 3. P. 9-15. [E. source] Access: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKPI_soc_2012_3_3
 3. Fedorenko O. Emotional and evaluative diminutives as a means of irony expression in the newspaper texts: [E. source] Access: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1943>
 4. Sakharuk I. V. Precedent Units as a Means of Suggestion Realization in the Ukrainian Media Discourse. / I.V. Sakharuk // Philological studies. Scientific Herald of Kryvy Rih state pedagogical university. 2015. Is. 13. P. 337-345. [E. source] Access: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PhSt_2015_13_49
 5. Kamyanets A.B., Nekryach T.Y. Intertextual irony and translation. Monograph / A.B. Kamyanets, Nekryach T.Y. – K.: Publisher Karpenko V.M., 2010. – 176 p.
 6. Taranenko O. Irony// "Ukrainian language". Encyclopedia. –K.: "Ukr. entsykl.", 2000. 752 p.
 7. Freud Sigmund. Jokes and Their Relation to the Unconscious. M.: AST; Mn.: Harvest, 2006. 480 p.
 8. Mykhaylyuk O.V. The process of carnivalization of consciousness in a modern culture / O. Mykhaylyuk// Gileya. Historical sciences. Philosophical sciences. Political sciences: scient. herald: coll. of scient. works. K. : M.P. Dragomanov NPU Publisher, 2011. Is. 48 (6). P. 248–253.
 13. Sakharuk I.V. Strategies and Tactics of Suggestion in the Modern Ukrainian Media Discourse/ I. V. Sakharuk // Herald of Donetsk national University. Ser. B : Humanities. 2014. № 1-2. P. 216-222. [E. source] Access: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdnug_2014_1-2_35
 18. Sheygal Y. I. Semiotics of political discourse / Y. I Sheygal. M.: ITDГK «Gnozis», 2004. 326 p.
- issue as an object of manipulative strategies in the Ukrainian contemporary political discourse: monograph / O.G. Ruda. K., 2012. 232 p.

Suggestive potential of the verbal means of derision in the content of modern electronic issues

N. V. Rudenko

Abstract. This article examines the mechanisms and means of derision as suggestive method of content creation of the electronic English-language issues «The Day», «Moscow times», «China daily», «The Guardian», «USA today» of August, 2018. As a result of the content analysis there were selected 5 levels of irony functioning, which has a rich arsenal of verbal means of its implementation in the modern mass media, enabling it to prevent the critical comprehension of information, to create the positive or negative (ironically disparaging) evaluative effect. Most often, irony is used at the lexical level. To enhance the effectiveness of the suggestive influence of irony it can be applied at several levels simultaneously.

Keywords: *electronic issues, content, information, derision, suggestion, public opinion.*

Соціологічні напрямки діяльності кабінету вивчення книги і читання

Х. І. Вербицька

Львівський державний університет внутрішніх справ, Львів, Україна

Paper received 18.01.19; Accepted for publication 28.01.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-18>

Анотація. Сучасна практика вивчення в Україні функціонування засобів масової комунікації значною мірою ігнорує книгу та книговидавництво. Соціологічні дослідження в царині функціональних характеристик книги проводяться в Україні рідко. При цьому історичний досвід соціології книги як засобу масової комунікації в Україні багатий на події та активність науковців, знакових в історії української журналістики та книговидавництва. В статті аналізуються події, пов'язані з вивченням української книговидавничої справи та аудиторією української книги у період 1922 – 1936 років.

Ключові слова: автор, аудиторія, видавництво, журнал, засоби масової комунікації, книга, соціологія.

Вступ. За часів панування СРСР соціологія як наука і практика на теренах сучасної України зазнавала відчутних утисків. Контрольована комуністичною партією та радянським урядом, соціологічна галузь знань – утім, як і уся радянська наука – мала б слугувати тим ідеям, які не виходили за рамки дозволених владою норм і правил. Із здобуттям Україною незалежності, яка була підтверджена референдумом 1 грудня 1991 року [1], ідеологічні нашарування з наукової практики було знято, а наука повернулася до виконання своїх безпосередніх функцій – отримання знань про навколишній світ. Українська соціологічна наука не лише не стала винятком, але в організаційному сенсі піднялася на декілька шаблів. А вже 1990 року на базі відділення соціально-психологічних проблем Інституту філософії Національної академії наук України було створено окремий Інститут соціології, який сьогодні вважається провідною науковою установою у галузі соціології як науки і практики [2].

Короткий огляд публікацій. Дослідників розвитку масовокомунікаційних процесів потішило виокремлення в структурі Інституту відділу соціології культури та масової комунікації. Після десятиліть чи не повного занедбання й нехтування інтересами засобів масової комунікації таке нововведення було на користь справі вивчення процесів та тенденцій розвитку у царині мас-медіа та книговидавництва.

З усіх серйозних напрацювань можна згадати лише декілька. Так, протягом 2002 року у трьох пострадянських державах – Україні, Грузії та Вірменії – у рамках масштабного соціологічного дослідження «Молодь України, Грузії, Вірменії в період ринкових перетворень» було з'ясовано ставлення молоді цих трьох країн до книги як об'єкта комунікативного впливу на молодих людей [3]. На початку 10-х років XXI століття Тетяна Крайнікова провела соціологічне дослідження аудиторії українських засобів масової комунікації у контексті споживацьких інтересів аудиторії – значна частина опитування стосувалась книги як об'єкта медіаспоживання [4]. Приблизно у той самий час Анастасія Бесараб з'ясовувала реальний вплив наукової книги на молодіжну аудиторію [5].

Отже, в Україні протягом останнього часу масштабні соціологічні дослідження книги взагалі не проводилися. Окремі сегменти практики функціонування видавничої справи в Україні, вивчалися спонтанно, що недостатньо для системного аналізу книги, читання книги та аудиторії у парадигмі масової комунікації.

У цьому контексті доцільно звернутися до того багатющого арсеналу української видавничої спадщини,

який актуалізував би проблему соціології як інструментарію вивчення української книги. А вже в історії України були благодатні періоди розвитку книговидавництва – і тоді соціальна функція книги, особливості систематизації потоків книги як масовокомунікаційного явища, принципи споживання книги знаходили достойне місце у сфері масової комунікації в Україні.

Об'єкт, предмет, мета статті. Соціологічна практика вивчення книги не існувала сама по собі. Методи, принципи і форми апробації, аудиторні характеристики, систематизація підходів і – головне – результати проведення будь-яких соціологічних акцій, спрямованих на вивчення книги, завжди опинялися у центрі уваги громадськості. Відбувалося це здебільшого завдяки публікаціям у фаховій періодиці.

Об'єктом статті є Кабінет вивчення книги і читання. Предметом статті є соціологічні напрямки вивчення діяльності цього Кабінету. Хронологічні межі досліджуваного матеріалу: жовтень 1922 – червень 1936 років.

Метою дослідження стала необхідність аналізу принципів, методів, форм і результатів соціологічних досліджень в царині видавничої справи, що були проведені в Україні у період функціонування Кабінету вивчення книги і читання. Масовокомунікаційний аспект книги, видавничої справи загалом виявляється у тому, що книга виступає специфічним явищем, продуктом духовної та моральної культури. Книжкові видання, виконуючи ряд соціальних функцій: комунікативну, організаційну, освітню, ціннісно-орієнтуючу, мотиваційну, соціалізуючу, гедоністичну, виховну тощо, спричиняють творення якісно нових форм комунікування та суспільної свідомості.

Результати та їх обговорення. Перше в історії України комплексне соціологічне дослідження читачів та читацької аудиторії було застосоване протягом 1926 – 1928 років. Воно засвідчило існування висококласної вітчизняної школи соціологічних досліджень у галузі видавничої справи. Це комплексне дослідження провів Кабінет вивчення книги і читання.

Сам Кабінет вивчення книги і читання було створено 1 жовтня 1926 року при секції соціології книги Українського наукового інституту книги [6]. Кабінет досить швидко став центром наукових досліджень у царині соціології книги в Україні. Цьому сприяла наявність висококваліфікованих спеціалістів, які змогли розробити теоретичні та методичні засади досліджень, залучити до їх проведення значну кількість респондентів (на громадських засадах) з бібліотек різних відомств, у них була можливість інформувати

громадськість через друківані видання про хід експерименту.

Як науково-дослідна установа, Кабінет вивчення книги і читання створювався поетапно. На першому етапі було розроблено завдання та установки, створено комплексні дослідні групи. На другому етапі через конкретних виконавців організовувалося збирання основного матеріалу для третього етапу, який включав обробку й систематизацію надісланих документів. Завершувалася робота публікаціями результатів соціологічних досліджень та підсумків їх обробки та аналізу у періодичних виданнях та у збірнику «Праці Кабінету читачівства».

Мета, яку перед собою ставили працівники Кабінету, була дуже і дуже серйозною. У кінцевому результаті йшлося про те, щоби створити цілісну картину читацької аудиторії в Україні. Проте вдалося виконати лише частину із запланованих проєктів. Так, вперше на теренах колишнього Радянського Союзу було всебічно обґрунтовано комплексну програму соціологічних досліджень у галузі книговидавничої справи «Книга – читач». Над теоретичним обґрунтуванням цієї проблеми працював керуючий справами Кабінету вивчення книги Василь Іванушкін. Його праця «Проблема читачівства та її вивчення» [7] є цікавою навіть для сучасних соціологів. Автор статті зазначав, що не можна говорити про існування читача без книжки – отже, не можна уявити собі масовокомунікаційної ролі книги без читача. Василь Іванушкін дає визначення читача як соціологічної постаті, що входить у певний конфлікт зі змістом та формою книжки і підкреслює, що психіка читача не виступає пасивним приймачем думок, а є критичною, навіть при малому інтелектуальному розвитку.

Зважаючи на відсутність науково обґрунтованих і перевірених методологічних принципів, співробітники Кабінету мали можливість діяти лише на основі положень марксистських поглядів на книгу та читача. Утім, вони відмовилися обмежуватися класовими, партійними підходами до проведення соціологічних досліджень та відверто звернулися до наукового доробку просветителів-народників (Христини Алчевської та Бориса Грінченка) і так званих «буржуазних» теоретиків (Зигмунда Фрейда та Миколи Рубакіна).

За це у 1930 – 1932 роках працівники Кабінету постійного відчували гоніння. Суто науковий підхід до розгляду проблеми соціології читання з використанням принципу історичної послідовності, врахуванням надбань і помилок попередників вважався тяжкою провинною й відхиленням від лінії «марксистської науки». Але саме об'єктивний методологічний підхід дав змогу організувати збір і аналіз вірогідних матеріалів щодо роботи видавничої галузі України.

Організація діяльності Кабінету передбачала створення розгалуженої структури чинників проведення соціологічних досліджень в Україні. Ця структура складалася із співробітників, респондентів з міського та сільського секторів, дослідних пунктів, розташованих на підприємствах, у клубах, в бібліотеках, на будівництві тощо. До складу Кабінету вивчення книги і читача входили: завідувач справами (керуючий Кабінетом), наукові працівники, які розробляли інструктивні документи й систематизували отриманий матеріал, консультант (секретар), який підтримував

зв'язок з представниками Кабінету, що знаходилися на периферії.

Дуже якісно діяла мережа представників у бібліотеках. Підтримувався постійних зв'язок з понад 100 представникам Кабінету на місцях. Вони отримували завдання і надсилали письмові звіти, анкети, картки опитувань, протоколи. Було організовано листування з державними установами, які займалися книговидавництвом, мали свої принципи вивчення аудиторії.

1927 року Кабінет вивчення книги і читання здійснив найбільш масову за всю історію свого існування акцію вивчення читацької аудиторії та читацького попиту. Йдеться про Всеукраїнське обстеження бібліотек та розповсюдження стандартизованої «Анкети в справі дослідження стану бібліотек України та їх роботи з читачами». У першому варіанті анкета складалася з 14 запитань. Пізніше їх кількість скоротилася до 12. Частина запитань стосувалася даних про саму бібліотеку: тип, склад фондів, штат, бюджет, технічні умови, облік. Наступні сім запитань давали змогу бібліотекареві описати свою роботу з читачами: кількість відвідувань, особливості попиту, методи керівництва читанням та вивчення читачів. Дослідженню передувало листування з цілою низкою офіційних установ, від «думки» та дій яких безпосередньо залежав успіх запланованої акції.

Було зібрано близько трьох тисяч анкет, які відображали рівень і організацію роботи з читачами, давали уявлення про стан та діяльність бібліотек (склад книжкового фонду, штат співробітників, матеріальні умови тощо). Заповнені анкети надходили до Кабінету протягом другої половини 1927 – першої половини 1928 років. Матеріали оброблялися, аналізувалися й систематизувалися, а висновки готувалися протягом майже усього 1928 року.

Наприкінці 1927 року керівником Кабінету вивчення книги і читача стає Д. Балака. Саме під його керівництвом набуває систематичності робота з мережею представників Кабінету, продовжуються дослідження читача і читання, розробляються комплексні підходи до методів вивчення читача.

Досить цікавим був підхід до створення та організації діяльності представників Кабінету на місцях. Визначивши план та тему дослідження, Кабінет звертався до працівників тих бібліотек, де існував відповідний склад читачів, з пропозицією взяти участь у роботі. Тим, хто давав згоду, надсилалися детальні інструкції і друківані бланки. Організація мережі представників Кабінету на місцях відбувалася на офіційних засадах і за обов'язковим принципом вимагала тривалого листування з численними партійними та радянськими установами. Це ускладнювало проведення досліджень.

Добровільний принцип участі в роботі забезпечував максимальну оперативність усього корпусу представників Кабінету на місцях: поширення або згортання мережі, планове безпосереднє керівництво опитуваннями були запорукою сумлінності у ставленні до поданого матеріалу, гарантом його якості та вірогідності. На заклик Кабінету вивчення книги і читання у 1927 році відгукнулися понад сто осіб, яких розподілили на два сектори – міський та сільський, враховуючи значні розбіжності у можливостях тієї чи іншої бібліотеки, складі фонду та читачів, матеріальному й

технічному забезпеченні.

Слід також відзначити особливості роботи бібліотекарів у кінці 20-х років минулого століття. Працівники міських бібліотек були перевантажені обслуговуванням значної кількості читачів і не мали змоги виділити у штатному розписі окрему людину, яка працювала б тільки на Кабінет. Тому дослідницькі документи оформлялися лише у позаробочий час. У сільській же місцевості бібліотечна робота носила сезонний характер – майже припинялася із настанням весняно-польових робіт, а бібліотекар зажди долучався до участі у численних громадсько-політичних акціях. Ці чинники негативно впливали на привабливість роботи в бібліотеці, викликали значну плінність кадрів.

Наступне масштабне дослідження було присвячене вивченню читачького попиту на книжки, що випускалися українськими видавництвами того часу. Воно проводилося у задалегідь визначені шість днів (у період між 30 січня та 14 квітня 1928 року) у різних за профілем бібліотеках України. Тоді на участь у роботі погодилися 52 представники Кабінету на місцях, виконали їй 44 громадські дописувачі.

Співробітники Кабінету вивчення книги займалися не лише розробкою та проведенням соціологічних досліджень. Вони активно листувалися з читачами, щоби встановити зв'язки і обмін думками. Проводилися засідання секції соціології українського наукового інституту книги, на яких заслуховувалися й обговорювалися доповіді з проблем видавничої справи та книгознавства. Деякі з цих доповідей вийшли друком як окремі видання, інші зберігаються в архіві Українського наукового інституту книги. Рецензувалися наявні видання і публікації з теми «Соціологія книги».

Протягом 1930 – 1932 років в СРСР змінюється політичний курс. Розпочинається й поширюється боротьба з «ворожими ідеями», «буржуазним націоналізмом» в українській культурі та масовій комунікації. Це завдало непоправної шкоди усім галузям культури та науки. Нищівній критиці було піддано Український науковий інститут книги, його наукові здобутки у книгознавстві, бібліографії, бібліотекознавстві. Деякі вчені (наприклад, Юрій Меженко, Дмитро Балика) виїхали за кордон, деяких (зокрема, Василя Іванушкіна) піддано арештам. На постійних зборах та нарадах вже не йшлося про наукові проблеми. Їх зміст зводився до викриття «ворожих елементів» та «ворогів народу». І хоча сам Український науковий інститут книги існував до 1936 року, його видання вже не мали великого наукового значення – і для соціології книги так само.

Аналізуючи внесок Кабінету вивчення книги і читання у розвиток соціології української книги, варто відзначити передусім існування в Україні школи соціологічних досліджень у царині книговидання. Ознаками цієї школи є:

- 1) наявність та розвиток самостійної наукової думки;
- 2) існування творчого колективу;
- 3) спільність теоретичної, методологічної і методичної основи діяльності;
- 4) детальна розробка досліджень за конкретними творчими етапами.

Висновки. Соціологічні теоретичні принципи та прикладні аспекти вивчення книги та книжкового ринку України загалом були органічно притаманні українському книговидавничому осередку. Зокрема, особливості та тонкощі українського соціологічного поля враховували у своїй діяльності українські видавці, фахівці у галузі вивчення аудиторії, книготорговцю-всюдженці та, безумовно, вирішальну роль відігравали представники аудиторії української книги.

Суб'єкти видавничої справи постійно стоять перед вибором: які твори друку видавати, кому їх пропонувати, у якій кількості, за якою ціною тощо. Ці та інші питання можуть бути вирішені виключно у ході проведення соціологічних досліджень, для проведення яких необхідна ґрунтовна теоретико-методологічна база.

Масовокомунікаційне значення книги та усієї сфери обігу книжкової продукції, пов'язаної із виробництвом, поширенням і споживанням книжкового продукту, зумовлене важливими комунікаційними функціями самої книги. На функціонуванні книги позначаються різноманітні фактори – від процесів авторської творчості і аж до впливу на читача, засвоєння читачем книжкового контенту. Щоби достеменно знати ці фактори, протистояти їх негативному суб'єктивному впливові або, навпаки, сприяти розвиткові позитивних тенденцій у сучасному книговиданні, необхідно володіти науковими знаннями у системах «суспільство – книга» та «книга – читач». Ці знання є ще однією важливою передумовою для функціонування соціології книги – наукової дисципліни та прикладної характеристики книговидання, яка може стати міцним фундаментом соціологічних досліджень у галузі книговидавничої справи.

Цінні дослідження масовокомунікаційної ролі книги спостерігаються у працях українських науковців початку ХХ століття. Соціологічна проблематика була обумовлена певними соціальними обставинами і нагромадженим раніше знанням та досвідом у сфері книговидання. І хоч первісток української книгознавчої періодики – часопис «Книгар» – не ставив собі за мету розробку фундаментальних соціологічних проблем у галузі видавничої справи, на його сторінках вимальовувалося широке соціальне тло життя книги, досліджувалися її функції, вплив на читача, питання видавничих пріоритетів, якості, ціни тощо. Часопис «Бібліологічні вісті» як перше наукове періодичне джерело у царині видавничої справи та книгознавства намагався сформувати фундаментальні підвалини соціології книги як науки, визначити її об'єкт, предметну сферу, межі впливу на аудиторію та методи вивчення цього впливу.

У дискусіях між апологетами двох протилежних поглядів на практику функціонування соціології книги – Миколи Куфаєва та Дмитра Балики – можна відзначити головне: книга, видавнича справа, книгознавство є поняттями, які не зливаються з іншими термінами, поняттями та явищами масової комунікації, вони мають свої, автономні, самостійні сенс та зміст. Що ж до бібліосоціології, то її межі і статус тлумачилися по-різному, але об'єктивна необхідність виокремлення такої дисципліни, яка вивчала б книгу у динаміці процесу читання на шляху до розуміння книжки аудиторією, була однозначною.

Д. Балака, розуміючи під бібліосоціологією соціологію книги і книжкового споживання, вважав її найменш опрацьованим і найбільш відповідальним при з'ясуванні суперечливих питань чинником книгознавства. На його думку, соціологія книги покликана показати соціологічний процес створення і життя книги, встановити закони книги як масовокомунікаційного явища. Якщо М. Куфаєв виводив бібліосоціологію за рамки книгознавства, то Д. Балака залишав її у складі науки про масову комунікацію. Практика функціонування видавничої справи довела правильність поглядів Д. Балаки.

З іншого боку, наприкінці 1920-х років трактування М. Куфаєвим бібліосоціології як абстрактної науки про закони книжкових явищ викликало негативну реакцію деяких науковців. Проте сьогодні, в умовах посилення соціологічного фактору в усіх сферах суспільної діяльності, ця теорія не тільки не видається абсурдною але й, цілком можливо, стане основою для подальших соціологічних досліджень у царині книги. На жаль, в умовах сучасної України подібних теоретичних розробок майже немає.

Щодо узагальнень, то вони будуть такими.

По-перше, масовокомунікаційний підхід до видавничої справи відіграв позитивну роль у формуванні методологічних засад соціології книги.

По-друге, розробки у галузі соціології книги почалися в Україні у 1920-х роках. На жаль, більш конкретних та глибоких теоретичних розробок на сьогодні в Україні немає.

По-третє, вивчення книги у соціологічному розрізі носить випадковий, епізодичний характер. В Україні сучасній – на відміну від України взірця 1920-х – 1930-х років – немає структури, яка б центрувала та координувала проведення соціологічних актів у царині видавничої справи.

По-четверте, відсутні серйозні розробки теоретико-методологічних проблем соціології книги, книжкових процесів, книжкової політики, як це було у спеціалізованих книгознавчих виданнях 1920-х – 1930-х років. Ось чому соціологічні дослідження книги, якщо вони й проводяться в Україні, позбавлені ґрунтового наукового апарату.

Історія української соціології книги має яскраве минуле. Що ж до подальшого розвитку соціологічних досліджень у царині функціонування книги у суспільстві, то все залежатиме від доброї волі книговидавців та соціологів, які повинні знайти спільні точки інтересів та виробити загальні правила гри на сучасному масовокомунікаційному полі України. Гадаємо, що аналіз саме цих спільних інтересів становитиме основу перспектив вивчення проблеми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Всеукраїнський референдум. Отримано з https://uk.wikipedia.org/wiki/Всеукраїнський_референдум_1991.
2. Інститут соціології Національної академії наук України. Отримано з https://uk.wikipedia.org/wiki/Інститут_соціології_НАН_України.
3. Фінклер Дж. (2002) Читання як компонент комунікативного впливу на молодь України. Sb. роботи Наукового центру періодичних видань. Стефанік В.Н. ім. Vip. 10. Львів, 205-234.
4. Крайнікова Т.С. (2014). Культура медіа-споживання в Україні: від добросовісності до процесійності. Бориспіль: Лухар. 372.
5. Бесараб А.О. (2016) Соціальні та комунікаційні технології, що цікавлять читання українських книг. Запоріжжя. КПУ. 360.
6. Український науковий інститут книжкової науки. Отримано з <http://ube.nplu.org/article/Український%20науковий%20інститут%20книгознавства>
7. Іванушкін В. (1926). Проблема читацької аудиторії та її вивчення. Київ. Бібліологічні вісті. № 3.

REFERENCES

1. All-Ukrainian referendum. Retrieved from https://uk.wikipedia.org/wiki/Всеукраїнський_референдум_1991.
2. Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine. Retrieved from https://uk.wikipedia.org/wiki/Інститут_соціології_НАН_України.
3. Finkler J (2002) Reading as a component of the communicative influence on the youth of Ukraine. Sb. works of the Research Center of Periodicals. V. Stefanyk LNB them. Vip. 10. Lviv, 205-234.
4. Krajnikova TS (2014). The culture of media consumption in Ukraine: from conscientiousness to processionality. Borispil': Luxar. 372.
5. Besarab AO (2016) Social and communication technologies of interest in reading Ukrainian books. Zaporizhzhia. KPU. 360.
6. Ukrainian Scientific Institute of Book Science. Retrieved from <http://ube.nplu.org/article/Український%20науковий%20інститут%20книгознавства>
7. Ivanushkin V (1926). The problem of readership and its study. Kuiv. Bibliolohichni visti. № 3.

Sociological directions of the activities of the cabinet of booking and reading

Kh. I. Verbytska

Abstract. The current practice of studying the functioning of mass media in Ukraine largely ignores the book and book publishing. Sociological research in the realm of functional characteristics of the book is rarely conducted in Ukraine. At the same time, the historical experience of the book's sociology as a means of mass communication in Ukraine is rich in the events and activities of scholars that are significant in the history of Ukrainian journalism and book publishing. The article analyzes the events connected with the study of the Ukrainian book publishing business and the audience of Ukrainian books during the period 1922 - 1936.

Keywords: author, audience, publishing house, magazine, mass media, book, sociology.

Філософський, психологічний, художній та публіцистичний образи: сутність понять

А. В. Волик

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, м. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: alina_mav@ukr.net

Paper received 17.01.19; Accepted for publication 30.01.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-19>

Анотація. У статті окреслено основні дефініції філософського, психологічного, художнього й публіцистичного образів, виокремлено їхні спільні та відмінні ознаки. На основі попередніх досліджень зроблено висновок, що спільним між усіма типами образів є вторинність по відношенню до оригіналу, оскільки зазвичай джерелом образів є навколишня дійсність (предмети, події, характери), та суб'єктивність по відношенню до джерела образу. Образ, перш за все, форма відображення дійсності, його основними ознаками є чуттєвість та уява. Тож, будь-який образ не може бути об'єктивним.

Ключові слова: образ, філософський образ, гносеологічний образ, психологічний образ, художній образ, публіцистичний образ.

Вступ. Актуальність дослідження зумовлена активізацією розвитку й популяризацією іміджевих та PR технологій. Імідж являє собою штучну імітацію або подання зовнішньої форми будь-якого об'єкта, зокрема особи. Імідж цілеспрямовано формується у масовій свідомості за допомогою реклами або пропаганди. Однак, більшість дослідників сходяться на думці, що імідж є складовою частиною образу, існування іміджу окремо від образу неможливе.

Проаналізувавши наукові дослідження В. Здорогеги, А. Бергера, В. Гридчиної, М. Глазичева, І. Браги, Н. Кондакова та інших, ми зробили висновок, що основними критеріями образу є емоційна чуттєвість та уява суб'єкта впливу, одночасна об'єктивність (предметність) і суб'єктивність. Імідж – штучно створена технологія, яка, перш за все, базується на образі, тому сильне емоційне забарвлення й пряма залежність від свідомості та уяви суб'єкта впливу є спільними ознаками цих понять.

Тож, для формування дієвих іміджевих технологій надважливим є розуміння творення образу. Оскільки образ – категорія мультинаукова, розглянемо її дослідження у філософській, психологічній, мистецтвознавчій та соціальнокомунікаційній науках.

Огляд публікацій по темі. Специфіка образотворення завжди цікавила представників різних наук, зокрема філософії, психології, естетики та мистецтвознавства, соціальних комунікацій. Філософський, або гносеологічний, образ у різні часи досліджували Платон, К. Ясперс, М. Вебер, Г. Ріккерт, Д. Лукач, М. Бубер, І. Фарман, Л. Сафонова, А. Спіркін, Р. Рахматулін, Б. Якимчук, Л. Левчук, образ у психології – Е. Титченер, Ф. Гальтон, З. Фрейд, К. Г. Юнг, П. Гальперін, С. Рубінштейн, А. Леонтьєв, В. Петренко, В. Столін, С. Смірнов, Ф. Василюк. Довгий час, зокрема до кінця ХХ століття, панівне місце у науковому дискурсі займав художній образ, оскільки він об'єднує вищезгадані науки і є категорією філософії, психології, мистецтва. Художній образ ототожнювали із публіцистичним. Тому перші дослідження художнього образу пов'язують із іменами таких філософів як Г. Лессінг, Д. Дідро, Ф. Шіллер, Ф. Шеллінг, Г. Гегель. Серед сучасників проблематикою художнього образу займаються О. Потєбня, М. Бахтін, Г. Шпет, В. Бенямін, Л. Левчук, Б. Галєєва, М. Каган, Л. Мізіна. Останнім увагу дослідників привернув публіцистичний образ. Серед науковців – І. Франко, І. Архипов, В. Учонова, Є. Пронін, М. Черпахов, І. Евентов, Я. Ельсберг, В. Здорогега, З. Нестер, М. Стюфляєва, В. Гридчина, Т. Галинська, І. Балалуєва.

Мета. Описати сутність філософського, психологічного, художнього й публіцистичного образів, виокремити їхні спільні та відмінні ознаки.

Відповідно до мети поставлено такі завдання:

- на основі наявних наукових досліджень визначити дефініції та сутність цих образів;
- проаналізувати ознаки та функції кожного з образів;
- окреслити спільне та відмінне.

Матеріали і методи. Для досягнення мети й розв'язання поставлених завдань у науковій статті використано такі загальнонаукові методи, як порівняльно-історичний, описовий, узагальнення, а також класифікації.

Результати дослідження. У гострих суперечках російських, українських та інших дослідників з початку 60-х років, у період «хрущовської відлиги», почала формуватися загальна теорія публіцистики [27]. Дослідження питань теорії публіцистики велися трохи однобічно. Переважно йшлося про функції, предмет, зміст, форму, метод публіцистики. Однією із центральних категорій публіцистики, яка викликала живий інтерес радянських науковців на початку 60-х років ХХ століття, став публіцистичний, або журналістський, образ.

Попри велику кількість дискусій, науковці визначили, що образ виконує значну роль під час наукового пізнання, тобто є не тільки літературною, але й філософською категорією, є невід'ємним моментом філософського, психологічного, соціологічного, естетичного та публіцистичного дискурсів. Відомий дослідник психологічної науки Д. Леонтьєв наголошує, що, з одного боку, слід відрізнити психічний образ від образу як естетичної категорії, а з іншого – художні образи від публіцистичних [15, с. 4]. Дослідниками виокремлено також найголовніші чинники структури образу: свідоме – несвідоме, індивідуальне (нетипове) – типове (але не безособове), суб'єктивне – об'єктивне, причому процес творчості, переживається «як нове об'єктивне» [36, с. 5].

Цікаво, що дослідники все ж не дійшли спільної думки щодо походження образу, тобто в якій царині вперше почало досліджуватися це поняття. Послідовники філософської теорії вважають, що поняття «образ» зародилося ще в часи Античності, й пов'язують його із науковою діяльністю філософа Платона. У діалозі «Кратил» Платон зауважує, що стовляр, який створює новий човник замість розколотого, потребує його початкового образу. Платоном була закладена традиція розуміння образу як зразка – тобто праобразу, який може мати як духовну, так і матеріальну природу [21, с. 170]. Образом у філо-

софії називають результат та ідеальну форму віддзеркалення об'єкту в свідомості людини, що виникає в умовах суспільно-історичної практики, на основі та у формі знакових систем. На плотьському рівні пізнання образами є відчуття й сприйняття, на рівні логічного мислення – поняття, думки й висновки. Об'єктивним джерелом образу є предмети і явища матеріального світу, тому образ завжди вторинний по відношенню до свого оригінала.

Своєрідність образу у філософії полягає в тому, що він – суб'єктивний та ідеальний, не має самостійного буття поза відношенням до своєї матеріальної основи – об'єкту віддзеркалення. Образ об'єктивний за своїм змістом в тій мірі, у якій він вірно відображає об'єкт. Але образ об'єкту ніколи не вичерпує всього багатства своїх властивостей і суб'єктивних форм: оригінал багатший за свою копію [25].

Отже, образ як цілісна складна структура – заміна предмета у свідомості суб'єкта, якщо ж, навпаки, образ є першоджерелом, – він є однією з імовірних можливостей ставлення до дійсності. Об'єктивне джерело образу – предмети та явища навколишнього світу, тому образ завжди є вторинним відносно свого оригіналу, він – своєрідна заміна (заміщення) предмета в свідомості людини. Загалом у гносеологічному дискурсі образ характеризується через систему взаємодії суб'єкта і об'єкта, через активне, перетворююче ставлення суб'єкта до дійсності. Головна його риса – репрезентація ідеального, поєданого з морально-етичними й соціально-культурними цінностями, оцінювальними судженнями.

Проаналізувавши поняття «образ» зі сторони філософської науки, можемо підсумувати, що суб'єктивність, ідеальність та вторинність по відношенню до свого оригіналу є його основними рисами. Безпосередньо образ – форма сприйняття та узагальнення суспільною свідомістю явищ об'єктивної дійсності, яка є суб'єктивною та вторинною по відношенню до свого джерела.

На думку вчених-психологів, першодослідниками образу були Едвард Титченер та Френсіс Гальтон. Представник експериментальної психології Е. Титченер писав: «образи представляють собою елементи ідей і відображають переживання, які не пов'язані з поточним моментом – наприклад ті, що відбуваються в нашій пам'яті» [34, с. 362]. Ф. Гальтон, працюючи над створенням теорії психічної спадковості, висуває гіпотезу про спадкову схожість процесів уяви. Щоб довести це, він звертається до вивчення теорії асоціацій, в основі яких, на його думку, лежать психічні образи. Згодом деякі принципи вивчення образів, використані Ф. Гальтоном, лягли в основу дослідження образної сфери в рамках когнітивного напрямку [18, с. 120]. Продовжуючи думку про розвиток образів у психології, не можна не згадати й про наукові відкриття швейцарського психіатра та науковця Карла Густава Юнга. На відміну від Зігмунда Фрейда, який розглядає образи як психічні копії інстинктів і бажань, К. Г. Юнг називає образи первинними активними феноменами духовного життя. Згідно з ідеями К. Г. Юнга, здатність психіки створювати образи дає людині можливість переживати реальність, оскільки «ми безпосередньо живемо виключно в світі образів» [35, с. 57]. Образи у дослідника – не просто репрезентація, а й феномен, що виконує активну, творчу функцію.

Про першочерговість образу у психології говорить і радянський дослідник та психолог П. Гальперін: «Аналіз побудови образу, його функціонування та розвиток –

прерогатива психології, яка розглядає його як процес, який грає важливу роль в системі психічної регуляції діяльності людини. Образ втілює в собі сутність психічного» [7, с. 178].

Загалом, питання природи образів і справді досліджує психологія. Представник діяльнісного підходу у психології Л. Рубінштейн, здійснивши аналіз природи психіки, зазначив, що в діяльності суб'єкта відбувається психічне відображення об'єкта у вигляді образу – ідеальної форми його існування [23, с. 213]. Тобто всі речі ми сприймаємо як образи.

Основною категорією психологічного образу є свідомість, саме свідомість є «джерелом народження образів» [15, с. 5]. Піку наукового розвитку концепція про свідомість як основну учасницю формування образів досягла за часів радянських психологічних досліджень. Ця концепція була обґрунтована у рамках «психологічної школи» А. Леонтьєва. У її основі – твердження про три складові: особистісний смисл, значення та чуттєву тканину, яка й стає матеріалом для створення перцептивних образів [15, с. 5]. Згодом теорію розвинули В. Петренко, С. Смірнов, В. Столін, які визначили п'ять складових свідомості – значення, предмет, особистісну сутність, знак (слово) та чуттєву тканину [24, с. 25]. Перші чотири – «спрямовуючі», виступають представниками світу культури, зовнішнього світу, внутрішнього світу особистості й світу мови в психічному образі, стають своєрідними магнітними плюсам образу. Тобто в будь-який момент силові лінії внутрішньої динаміки образу можуть спрямовуватись головню до одного з цих полюсів та за допомогою домінування одного з динамічних вимірів створювати новий адекватний тип образу [4, с. 7]. Чуттєва тканина (емоційна складова образу) – це елемент, який ігнорує усі інші його частини та не лише позначає процес взаємоперетинів, накладання та взаємні відображення різноманітних перцептивних модальностей, а й інтерференцію відчуттів, що надходять від різних полюсів образу [15, с. 5].

Підсумовуючи вищезгадані концепції та твердження, робимо висновок, що сприйняття та осмислення будь-якого образу зумовлене індивідуальними психологічними особливостями того, хто його сприймає (реципієнта), а тому кожен образ – суб'єктивний. Суб'єктивність кожного образу зумовнюється потребами, мотивами, цілями, установками та моральними якостями реципієнта.

Дослідники мистецтва та художнього слова видають першість в образотворенні античному філософу Аристотелю. Починаючи з теорії наслідування, або мімізису, Аристотель у своєму трактаті «Поетика» розглядає художній образ як нову форму реальності (область ймовірного), а його втілення – як одну з вищих форм творчої діяльності. Значну роль у дослідженні форм образів відіграв також німецький письменник Томас Манн. Він стверджував, що художній образ має безліч форм: процес «суб'єктивного поглиблення» в матеріалі має образну форму, образи людей, картини природи, урбаністичні пейзажі, образи речей і таке інше, перетворені за допомогою уяви, об'єднані новими зв'язками завдяки конструктивному мисленню художника.

В останні часи вироблена типологія художніх образів, завдяки якій образ може бути «образом-символом», «образом-знаком», «образом-міфом», «образом-оформленням», «образом-дією», також у мистецтві простежується певна кількість так званих «вічних образів». У типологічній системі художніх образів окреме місце

посідає теорія українських вчених І. Ковалика і М. Коцюбинської про мегаобраз, макрообраз і мікрообраз. Сучасні дослідники Т. Серікова, Я. Лукашевська, Г. Дьомін, О. Чепурова, Л. Чернець, В. Портнова аналізують специфіку образу в образотворчому мистецтві, дизайні, літературній творчості, визначаючи його ідейний, символічний та функціональний зміст. Специфіка образу в декоративно-прикладному мистецтві виявляється О. Салтиковим, який вперше відзначив складність і особливість образності в цьому виді творчості. Увагу на питаннях створення мистецького образу в сучасному культурному просторі зосереджують О. Осадча, Н. Анашкіна, деякі вчені, що вивчають природу образності в мистецтві новітніх технологій. Проте, незважаючи на досить різнобічні підходи до розгляду художнього образу, проблема формування розуміння цієї категорії у студентів творчих спеціальностей майже не розглядалась і залишається відкритою для наукового осмислення [12, с. 77-82].

Загальноприйнятим у сучасному літературознавстві є визначення художнього образу, яке дав у свій час Л. Тимофєєв: «Образ — це конкретна і водночас узагальнена картина людського життя, що створена за допомогою вимислу й має естетичне значення». Це визначення як таке, що відображає естетичну суть художнього образу, Л. Тимофєєв протиставляє широковживаному, але термінологічно не конкретизованому визначенню образу як узагальненого відображення дійсності у формі одичного, індивідуального [5].

Загалом у літературознавстві сформувалося широке й вузьке розуміння художнього образу. У широкому смислі художній образ — це особливий, притаманний мистецтву спосіб творення уявного світу або фрагменту світу, сформований фантазією письменника, у вузькому — семантична (значеннєва) трансформація слів у художньому тексті (тобто тропи).

Деякі дослідники розглядають художній образ як своєрідну форму гносеологічного образу [22, с. 255], але, на наш погляд, між гносеологічним і художнім образами існують певні розбіжності. Гносеологічний образ, насамперед, — категорія пізнавальна, а художній образ — естетична. Хоча, на думку літературознавців, естетичне також є результатом опанування знань, а отже, і результатом пізнання, але своєрідним і за формою, і за своїм предметом [22, с. 257]. Якщо гносеологічний образ співвідноситься з реальним світом, то художній образ — з уявним [3, с. 42]. Тобто художній образ не є фотографічною копією об'єкту, що відображається, у ньому проявляється суб'єктивне ставлення творця до предметного світу, до того ж будь-який художній образ є естетичною цінністю для інших [33].

Отже, серед основних ознак художнього образу — рівноправна єдність об'єктивного та суб'єктивного (об'єктивне в образі — це все те, що взято безпосередньо з дійсності, суб'єктивне — те, що привноситься до образу творчою думкою митця), базованість на уяві, яка є можливістю не лише утворювати, а й змінювати образи, превалювання естетичної та духовнотворчої [17, с. 112] функцій над інформативною, аналогія з персонажем [30, с. 48].

Дослідження образу в контексті науки про соціальні комунікації, тобто публіцистичного образу, почалися тільки в середині ХХ століття. Проблема в тому, що довгий час поняття «публіцистичний образ» було синонімом «художнього образу» й взагалі не розмежовувалося, однак із початком наукової діяльності таких вче-

них як В. Й. Здоровага, В. В. Учонова, М. І. Стюфляєва, Є. І. Пронін, Є. П. Прохоров, М. С. Черпахов та інші публіцистичний образ набув окремого значення. Очевидно, що термін «художній образ» не міг застосовуватися в дослідженнях нехудожнього матеріалу, і в науковий обіг було введено поняття «публіцистичний образ». Як зазначає П. Камінський, поняття «публіцистика» і «журналістика» за радянських часів вважалися подібними й часто використовувалися як синоніми [11, с. 100]. Ймовірно, так закріпилося визначення «публіцистичний образ», а не «журналістський».

Дослідники звернули увагу на те, що образи і в художньому, і в журналістському тексті не ідентичні в силу того, що в основі першого лежить авторська вигадка, а в основі другого — документальний факт. Є. Пронін акцентував увагу на відмінності: «Тільки наявність реального і конкретного факту робить образ журналістським, відрізняє його від образів інших типів творчості» [20, с. 51]. Навколо цієї властивості публіцистичного образу і розгорнулася основна дискусія в науковому співтоваристві в 1970-80-і роки. Питання полягало в тому, наскільки вільно журналіст може дозволити собі поводитися з фактами. З одного боку, щоб мати вплив на аудиторію, текст повинен бути виразним та яскравим, насиченим влучними образами. З іншого боку, творчі пошуки автора обмежені вимогою документалізму. З приводу документалізму як основного журналістського методу та найважливішої ознаки публіцистичного образу в науковому середовищі й досі точаться дискусії.

Поборниками документалізму є радянські дослідники В. Учонова, А. Тушмалішвілі, Б. Костелянець. На думку В. Учонової «документалізм — основний журналістський метод, орієнтований на запам'ятовування поточних подій як вони є, у фактичному відношенні» [29, с. 56]. Із цим твердженням погоджується і А. Тушмалішвілі, зауважуючи, що будь-який факт є документальним, а публіцист тільки «художньо організовує документальний, фактичний матеріал відповідно до завдань і мети своєї творчості» [28, с. 194].

Однак думка про документалізм була близькою не всім. Його оскаржив Л. Кройчик, який назвав домисел необхідним елементом творчості публіциста [14, с. 13]. У статті «Публіцистичний текст як жанр і як дискурс» він висловив свою думку так: «Документальність публіцистичного тексту — міф, створений теоретиками. Факт не скасовує фантазії, фантазія не скасовує достовірності. У публіцистичному тексті вони не протистоять один одному, а взаємодоповнюють, формуючи образ світу й образ автора в очах аудиторії й сприяючи формуванню самої аудиторії» [14, с. 12]. Частково з цим погодився і М. Кім в монографії «Технологія створення журналістського твору». Учений вважав, що в ході публіцистичного освоєння дійсності «всі факти піддаються образному осмисленню» [13, 198].

Існує і третя теорія — так званого «м'якого документалізму». Її прихильники — Є. Прохоров, М. Стюфляєва, В. Здоровага. До прикладу, у праці «Поетика публіцистики» М. Стюфляєва написала, що в нарисі й фейлетоні є допустимою «майстерна типізація», а в інших жанрах публіцистики — тільки «ретельний відбір готового матеріалу, що поставляється життям». Її висновок такий: «Усе вирішує не вміння винаходити ситуації, подібні до життя, а здатність спостерігати й відбирати» [26, с. 53]. Схожу думку поділяє й В. Здоровага [10, с. 176]. Відомий український дослідник говорить, що найваж-

ливішим елементом журналістського твору (особливо в таких художньо-публіцистичних жанрах, як нарис, фейлетон, памфлет) виступає публіцистичний образ, в основі якого лежить художньо-естетичний характер відображення дійсності. «Образи публіцистики мають синтетичну природу. З одного боку, в них сильне чуттєво-емоційне начало, а з іншого – логіко-дієвий апарат» [9]. Загалом науковці зійшлися на такій думці: «Епоха «повного» документалізму не заперечує образності в публіцистиці, але різко підкреслює її специфічність. Основа тут – активність авторських пошуків автора-розслідувача і оповідача» [26, с. 53].

Із середини 2000-х років інтерес дослідників переключився з категорії публіцистичного образу на образ медійний. Складність використання поняття медіаобразу полягає в тому, що його визначення має багато варіацій. Загалом медіаобраз у дослідженнях пов'язують із «сукупністю емоційних і раціональних уявлень, заснованих на інформації, одержуваної з ЗМІ» [16, с. 93]. Наприклад, у Є. Богдан медіаобраз – це «особливий образ реальності, який пред'являється масовій аудиторії медіаіндустрії» [2, с. 123], у Д. Цилорик – «психічний образ, виражений прийомом і методами журналістики» [32, с. 21]. Для Т. Галинської медіаобраз у вузькому сенсі – це «фрагменти реальності, описані в текстах тільки професійних журналістів, що відображають їхній світогляд, ціннісні орієнтації, політичні уподобання, а також психологічні якості» [6, с. 92], у широкому – взагалі всі тексти медіасфери про той чи інший факт дійсності. І. Балалуєва, приводячи кілька різних трактувань поняття, зазначила, що медіаобраз може розглядатися як «одиниця виразних засобів ЗМІ, яка представляє собою художню конструкцію, спрямовану на моделювання не стільки фактичної, як емоційної складової медіаподії» [1, с. 86]. На наш погляд, останнє визначення стирає межу між медіа- та публіцистичним образом. Л. Хочунська пов'язує медіаобраз зі сферою підсвідомого: «медіаобраз – це відбите в журналістському тексті кодування уявлення автора про дійсність або її фрагмент, детерміноване концепцією адресата й установкою на архетипну орієнтацію аудиторії» [31, с. 117]. Підхід дослідниці передбачає винесення на перший план ціннісного наповнення, не випадково один з її висновків звучить так: «несформульовані завдання журналістики – створювати медіаобраз вічних цінностей» [31, с. 118].

Можна розглядати поняття медіаобраз також з боку іміджології. Медіаобраз – це відображення іміджу об'єкта в дзеркалі мас-медіа, тобто ті його елементи, які були відзначені в ЗМІ [8, с. 178]. Медіаобраз позначає сумарне уявлення про людину (предмет), яке створюється засобами масової інформації в результаті відображення в журналістських матеріалах характеристик, рис, ознак особи та її життя. Це уявлення виступає як етап формування в суспільній свідомості цілісного образу, який створюється зусиллями різних суб'єктів творчості. Разом з тим медіа образ є частиною цілісного образу, який існує документально, у вигляді текстів ЗМІ, а тому є автономним і піддається дослідженню. Тобто медіаобраз – те, що створюється на основі роботи ЗМІ, своєрідна колективна робота журналістів над образом людини або предмета.

Якщо звернутися до англомовних джерел та словників, то медіаобраз – громадський імідж відомої людини або організації, їхній характер та ознаки, які, на думку більшості людей, у них є [37, с. 1127].

Я. Пархоменко в статті «Публіцистична складова медійного образу» дійшла висновку, що публіцистичний образ – компонент у структурі медіаобразу. Дослідниця співвіднесла поняття медіаобраз і публіцистичний образ як ціле і частина: «Як особливо значущий компонент в структурі медійного образу пропонується виділити той, який найбільшою мірою відповідає за процес формування громадської думки. Таким компонентом є публіцистична складова або публіцистичний образ. Формується він за допомогою приписування деякому конкретному фрагменту реальності морально-етичної оцінки в процесі визначення його соціокультурної значущості і впливу» [19, с. 40].

Поняття медіаобразу є новим для української науки, тому ґрунтовних досліджень на цю тему небагато.

Підсумуємо думку про публіцистичний образ словами В. Здоровеги: «Образ у публіцистиці характеризується агітаційною пристрасною, дохідливістю, чіткістю і лаконізмом, відсутністю дрібної деталізації, а якщо говорити про відтворення образу персонажа, то й відсутністю всебічної чіткої індивідуалізації, психологічного аналізу, як у художньому творі. Ці властивості публіцистичного образу тісно зв'язані з природою самої публіцистики – її оперативністю, войовничістю, відкритою тенденційністю, активним втручанням у суспільне життя» [10, с. 175].

Попри те, що розглянуті нами види образів досліджуються у різних наукових площинах та є самостійними поняттями, вони часто переплітаються між собою та можуть бути мультидисциплінарними категоріями. Спільним для публіцистичного й ґносеологічного образів є здатність відображати об'єкти реального світу й сприяти їх пізнанню, а для публіцистичного й художнього – можливість впливати та виховувати.

Характерно, що кожному образу притаманні ті самі функції, ієрархічні зв'язки між якими залежать від того, який образ ці функції представляють. Головною функцією ґносеологічного образу є пізнавальна, основна функція художнього образу – естетична, а публіцистичного – впливова.

Кожен вид образу має оцінний потенціал, який виявляється більшою або меншою мірою. Якщо при формуванні ґносеологічного образу чи при створенні художнього образу оцінка знаходиться на периферії, то у структурі публіцистичного образу оцінка займає домінуючу позицію.

Таким чином, публіцистичний образ можна представити як своєрідний конгломерат ґносеологічного (базового) і художнього образів.

Тож, окресливши дефініції філософського, психологічного, художнього та публіцистичного образів та визначивши їхні основні риси, робимо такі висновки:

1. першим дослідники виокремили філософський, або ґносеологічний, образ. Зародився він ще за часів Античності та пов'язаний із діяльністю філософа Платона;

2. спільним між усіма типами образів є вторинність по відношенню до оригіналу, оскільки зазвичай джерелом образів є навколишня дійсність (предмети, події, характери), та суб'єктивність по відношенню до джерела образу. Образ, перш за все, форма відображення дійсності, його основними ознаками є чуттєвість та уява. Тож, будь-який образ не може бути об'єктивним.

3. визначальною ознакою філософського образу є ідеальність, оскільки він є саме ідеальною формою віддзеркалення об'єкту в свідомості людини, психологічного

образу – індивідуальність реципієнта (сприйняття та осмислення будь-якого образу зумовлене індивідуальними психологічними особливостями людини, кожен усвідомлює події по-своєму), художнього образу – естетичність, а також єдність об'єктивного та суб'єктивного (реальності та уяви автора), публіцистичного образу – фактологічність (подієвість) та актуальність у суспільстві. В основі публіцистичного образу, як і в художньому, також лежить авторська думка, однак образ у публіцистиці підпорядкований логічному відображенню дійсності і є поєднанням, у першу чергу, раціональних, а вже потім емоційних елементів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балалуєва І. А. Медіаобраз і соціообраз: процеси взаємоуправління в інформаційному суспільстві / І. А. Балалуєва // Право і управління. XXI століття. – 2014. – №4 (33). – С. 86-91.
2. Богдан Е. Н. Медіаобраз как понятие теории журналистики / Е. Н. Богдан // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2007. – №4. – С. 122-127.
3. Брага І. І. Мовна репрезентація образу держави в пресі України (кінець 1970-х – початок 2000-х років) / І. І. Брага // Дис. на здоб. наук. ступеня канд. філол. наук 10.01.10.–К., 2002.–216 с.
4. Василюк Ф. Е. Структура образа (к 90-летию со дня рождения А. Н. Леонтьева) / Ф. Е. Василюк // Вопросы психологии. – 1993. – №5-6. – С. 5-20.
5. Визначення художнього образу / Матеріали для Нової української школи – планування, розробки уроків, дидактичні та методичні матеріали. – 2016. – Доступ [14/01/19]. URL: <http://www.ukrlit.net/info/criticism/image.html>.
6. Галинская Т. Н. Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике / А. Н. Галинская // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2013. – №11. – С. 91-94.
7. Гальперин П. Я. Введение в психологию / П. Я. Гальперин. – М., Директ-Медиа, 2008. – С. 178.
8. Деркач А. А., Перельгина Е. Б. Политическая имиджология / А. А. Деркач, Е. Б. Перельгина. – М., Аспект Пресс, 2006. – 355 с.
9. Желіховська Н. С. Теоретичне обґрунтування публіцистики як виду літературної діяльності у працях В. Здоровеги / Н. С. Желіховська // Електронна бібліотека Інституту журналістики: зб. наук. праць. – 2006. – Доступ [14/01/19]. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1677>.
10. Здоровега В. Й. Мистецтво публіциста / В. Й. Здоровега. – К., Радянський письменник, 1966. – С. 175.
11. Каминский П. П. Принципы исследования публицистики на современном этапе / П. П. Каминский // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2007. – №1. – С. 97-105.
12. Кириченко О. О. Категорія художнього образу як проблема естетичного освоєння світу в процесі творчої діяльності студентів художньо-графічного відділення / О. О. Кириченко // Наукові записки. Серія: педагогічні науки. – 2016. – №147. – С. 77-82.
13. Ким М. Н. Технология создания журналистского произведения / М. Н. Ким. – СПб, Изд-во Михайлова В. А., 2001. – С. 320.
14. Кройчик Л. Е. Публицистический текст как жанр и как курс / Л. Е. Кройчик // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – 2003. – №3-4. – С. 11-16.
15. Леонтьев Д. А. Личностный смысл и трансформация психического образа / Д. А. Леонтьев // Вестник Московского университета. – Серия: психология. – 1988. – №2. – С. 3-14.
16. Марущак А. В. Политико-социальный образ России в американском медиапространстве / А.В. Марущак // Журналистский ежегодник. – 2012. – №1. – С. 93-96.
17. Михайленко В. М. Теорія твору й тексту: навч. посіб. / В. М. Михайленко. – К., Паливода А. В., 2013. – 256 с.
18. Нартова-Бочавер С. К. Диференціальна психологія / С. К. Нартова-Бочавер. – М., Флінта, 2008. – 280 с.
19. Пархоменко Я. А. Публіцистична складова медійного образу / Я. А. Пархоменко // Вісник електронних і друкованих ЗМІ. – 2015. – №1 (23). – С. 31-49.
20. Пронин Е. И. Выразительные средства публицистики / Е. И. Пронин // Автореф. дис. на получ. науч. степени канд. филол. наук: 10.01.10. – М., 1984. – С. 395.
21. Рахматуллин Р. Ю. Понятие образа / Р. Ю. Рахматуллин // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 12 (26). – С. 167-170.
22. Роднянская И. Б., Кожин В. В. Образ художественный / Краткая литературная энциклопедия: в 9 т. // И. Б. Роднянская, В. В. Кожин. – М., Сов. энциклопедия, 1968. – Т. 5. – С. 363.
23. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии в 2 томах / С. Л. Рубинштейн. – М., Педагогика, 1989. – Т. 1. – С. 213
24. Смирнов С. Д. Мир образов и образ мира / С. Д. Смирнов // Вестник МГУ. Серия: психология. – 1981. – №3. – С. 15-29.
25. Спиркин А. Р. Обозначение образа в психологии / А. Р. Спиркин. – 2015. – Доступ [14/01/19]. URL: <http://vseslova.com.ua/word/%D0%9E%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7-73456u>
26. Стофляева М. И. Поэтика публицистики / М. И. Стофляева. – Воронеж, Изд-во Воронеж. ун-та, 1975. – С.53.
27. Трачук Т. А. Розвиток теорії публіцистики в Україні протягом 60–80-х років століття / Т. А. Трачук. – 2008. – Доступ [14/01/19]. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1900>.
28. Тушмалишвили А. Г. Художественно-документальный образ в советской экранной публицистике / А. Г. Тушмалишвили // Дис. на соиск. науч. степени канд. филол. наук: 10.01.10. – М., 1976. – С.194.
29. Ученова В. В. Творческие горизонты журналистики. К характеристике профессиональных методов / В. В. Ученова. – М., Мысль, 1976. – С. 204.
30. Хаботнякова П. С. Кореляція понять «образ», «символ» та «образ-символ» у сучасній лінгвістичній парадигмі (на прикладах творів Френка Перетті) / П. С. Хаботнякова // Вісник КНЛУ. Серія: Філологія. – 2015. – Том 18. – № 2. – С. 48.
31. Хочунская Л. В. Медіаобраз как диалог ценностей / Л. В. Хочунская. – М., Российский университет дружбы народов, 2011. – С. 247.
32. Циллорик Д. Д. Образ України в сучасному французькому політичному медіадискурсі / Д. Д. Циллорик // Автореф. дис. на здоб. наук. ступеня д-ра філол. наук 10.01.10. – М., 2013. – 21 с.
33. Чернец Л. В. Образ в литературном произведении / Л. В. Чернец. – 2009. – Доступ [14/01/19]. URL: <http://kostromka.ru/revyakin/literature/458.php>.
34. Шульц Д. П. История современной психологии / Д. П. Шульц, С. Е. Шульц, пер. с англ. А. В. Балакуниев, В. И. Кузин, Л. Л. Царук, ред. А. Д. Наследова. – СПб, Евразия, 2002. – С. 478.
35. Юнг К. Г. Проблемы души нашего времени / К. Г. Юнг. – СПб, Питер, 2002. – С. 57.
36. Якимчук Б. А. Образ в структурі творчої діяльності / Б. А. Якимчук // Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини. – 1998. – №5. – С. 5.
37. Longman Dictionary of Contemporary English. – Longman: Pearson Education 2009. – 2082 p.

REFERENCES

- Balaluieva, I. (2014). Mediaobraz i sotsioobraz: protsesy vzaiemoupravlinnia vinformatsiinomu suspilstvi [Media image and social image: processes of mutual management in information society]. *Pravo i upravlinnia*, 4(33), 86-91.
- Bogdan, E. (2007). Mediaobraz kak ponyatie teorii zhurnalistiki [Media image as a concept of the theory of journalism]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10, 4*, 122-127.
- Braga, I. (2002). Movna reprezentaciya obrazu derzhavy u presu Ukrayiny (kinecz 1970-x – pochatok 2000-x rokov) [Language representation of the image of the state in the press of Ukraine]. *Dys. na zdob. nauk. stupenya kand. filol. nauk 10.01.10*. Kyiv.
- Chernets, L. (2009). Obraz v literaturnom proizvedenii [Image in a literary work]. Retrieved from <http://kostromka.ru/revyakin/literature/458.php>
- Derkach, A., Perelygina, E. (2006). Politicheskaya imidzhologiya [Political imageology]. Moskva: AspektPress.
- Galinskaya, T. (2013). Ponyatie mediaobraza i problema ego rekonstrukcii v sovremennoj lingvistike [The concept of the media image and the problem of its reconstruction in modern linguistics]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, 11, 91-94.
- Galperin, P. (2008). Vvedenie v psihologiyu [Introduction to psychology]. Moskva: Direkt-Media.
- Hochunskaya, L. (2011). Mediaobraz kak dialog cennostej [Media image as a dialogue of values]. Moskva: Rossijskij universitet druzhby narodov.
- Kaminskij, P. (2007). Principy issledovaniya publicistiki na sovremennom etape [Principles of research journalism at the present stage]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, 1, 97-105.
- Khabotniakova, P. (2015). Koreliatsiia poniat «obraz», «simvol» ta «obraz-simvol» u suchasniy linhvistychniy paradymy (na prykladakh tvoriv Frenka Peretti) [Correlation of the concepts of «image», «symbol» and «image-symbol» in modern linguistic paradigm]. *Visnyk KNUU, Seriya: Filologiya*, T 18, 2, 48.
- Kim, M. (2001). Tekhnologiya sozdaniya zhurnalistskogo proizvedeniya [Technology of creating a journalistic work]. Sankt-Peterburh: Izd-vo Mihajlova V. A.
- Krojchik, L. (2003). Publicisticheskij tekst kak zhanr i kak diskurs [Publicistic text as a genre and as a discourse]. *Akcenty. Novoe v massovoy komunikacii*, 3-4, 11-16.
- Kyrychenko, O. (2016). Katehoriia khudozhnogo obrazu yak problema estetychnoho osvoinnia svitu v protsesi tvorchoi diialnosti studentiv khudozho-hrafichnogo viddilennia [The category of artistic image as a problem of aesthetic development of the world in the process of creative activity of students of the graphic arts department]. *Naukovi zapysky. Pedahohichni nauky*, 147, 77-82.
- Leontev, D. (1988). Lichnostnyy smysl i transformatsiya psihicheskogo obrazu [Personal sense and transformation of a mental image]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya: psihologiya*, 2, 3-14.
- Longman Dictionary of Contemporary English. – Longman: Pearson Education 2009. – 2082 p.
- Marushchak, A. (2012). Politiko-social'nyj obraz Rossii v amerikanskom mediaprostranstve [Political and social image of Russia in the American media space]. *Zhurnalistskij ezhegodnik*, 1, 93-96.
- Mykhailenko, V. (2013). Teoriia tvoriv y tekstu [Theory of work and text]. Kyiv: Palyvoda A. V.
- Nartova-Bochaver, S. (2008). Dyferentsialna psihologhiia [Differential psychology]. Moskva: Flinta.
- Parkhomenko, Ya. (2015). Publitsystychna skladova mediinoho obrazu [The publicistic component of the media image]. *Visnyk elektronnykh i drukovanykh ZMI*, 1 (23), 31-49.
- Pronin, E. (1984). Vyrazitel'nye sredstva publicistiki [Expressive means of journalism]. *Avtoref. dis. na poluch. nauch. stepeni kand. filol. nauk: 10.01.10*. Moskva.
- Rahmatullin, R. (2012). Ponyatie obraza [Notion of image]. *Voprosy teorii i praktiki*, 12 (26), 167-170.
- Rodnyanskaya, I., Kozhinov V. (1968). Obraz hudozhestvennyy [Artistic image]. *Kratkaya literaturnaya entsiklopediya: v 9 t. Moskva: Sov. Entsiklopediya*.
- Rubinshteyn, S. (1989). Osnovy obschey psihologii v 2 tomah [Basics of general psychology in 2 volumes]. T. 1. Moskva: Pedagogika.
- Smimov, S. (1981). Mir obrazov i obraz mira [The world of images and the image of the world]. *Vestnik MGU. Seriya: psihologiya*, 3, 15-29.
- Spirkin, A. (2015). Oboznachenie obrazu v psihologii [The designation of the image in psychology]. Retrieved from <http://vseslova.com.ua/word/Obraz-73456u>.
- Styufliaeva, M. (1975). Poetika publicistiki [Poetics journalism]. Voronezh: Izdatel'stvo Voronezhskogo universiteta.
- Trachuk, T. (2008). Rozvytok teorii publitsystyky v Ukraini protiahom 60–80-tykh rokiv stolittia [Development of the theory of journalism in Ukraine during the 60-80s century]. Retrieved from <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1900>.
- Tushmalishvili, A. (1976). Hudozhestvenno-dokumental'nyj obraz v sovet'skoy ehkranno publicistike [Documentary fiction in soviet screen journalism]. *Dis. na soisk. nauch. stepeni kand. filol. nauk: 10.01.10*. Moskva.
- Tsilyuryk, D. (2013). Obraz Ukrainy v suchasnomu frantsuzkomu politychnomu mediadyskursi [The image of Ukraine in the modern french political media discourse]. *Avtoref. dys. na zdob. nauk. stupenia d-r filol. nauk 10.01.10*. Moskva.
- Shults, D. (2002). Istoriya sovremennoy psihologii [History of modern psychology]. Sankt-Peterburh: Evraziya.
- Uchenova, V. (1976). Tvorcheskie gorizonty zhurnalistiki [Creative horizons of journalism]. K harakteristike professional'nyh metodov. Moskva: Mysl'.
- Vasilyuk, F. (1993). Struktura obrazu (k 90-letiyu so dnya rozhdeniya A. N. Leonteva) [Image structure]. *Voprosy psihologii*, 5-6, 5-20.
- Vyznachennya xudozhnogo obrazu (2016) [Determination of artistic image]. Materialy dlya Novoyi ukrayinskoyi shkoly – planuvannya, rozrobky urokiv, dydaktychni ta metodychni materialy. Retrieved from <http://www.ukrlit.net/info/criticism/image.html>.
- Yakymchuk, B. (1998). Obraz v strukturi tvorchoi diialnosti [An image in the structure of creative activity]. *Umanskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet imeni Pavla Tychyny*, 5, 5.
- Yung, K. (2002). Problemy dushi nashogo vremen [The problems of the soul of our time]. Sankt-Peterburh: Piter.
- Zdoroveha, V. (1966). Mystetstvo publitsista [Art of publicist]. Kyiv: Radianskyi pismennyk.
- Zhelikhovska, N. (2006). Teoretychna obgruntuvannia publitsystyky yak vydu literaturnoi diialnosti u pratsiakh V. Zdorovehy [Theoretical substantiation of journalism as a kind of literary activity in the works of V. Zdorovegi]. *Elektronna biblioteka Instytutu zhurnalistyky: zb. nauk. Prats*. Retrieved from <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1677>.

Philosophical, psychological, artistic and journalistic images: the essence of the concept

A. V. Volyk

Abstract. The article outlines the main definitions of philosophical, psychological, artistic and journalistic images, their common and distinctive features are singled out. On the basis of previous studies, it is concluded that the commonality between all types of images is secondary to the original, since the source of images is usually the surrounding reality (subjects, events, characters), and subjectivity in relation to the source of the image. The image, above all, is a form of reflection of reality, its main features are sensuality and imagination. So, any image can not be objective. It is also concluded that the first appeared philosophical, or epistemological, image, he was born in the days of Antiquity. All other images are based on it.

Keywords: image, philosophical image, epistemological image, psychological image, artistic image, journalistic image.

SOCIAL SCIENCE

Применение методологии дискурс-анализа для изучения дискурсивного уровня онтологии вещей: возможности и ограничения

Д. Бойко, Б. Дикань

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Харьков, Украина
Corresponding author. E-mail: dmytry.n.boyko@gmail.com dykanbohndan@gmail.com

Paper received 17.01.19; Accepted for publication 26.01.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-20>

Аннотация. В статье рассматривается потенциал дискурс-анализа как методологии изучения дискурсивного уровня онтологии вещей. Отмечается, что вариант методологии в интерпретации теории гегемонии Э. Лакло и Ш. Муфф наиболее актуален для такого изучения. Подчеркивается, что вещь как социально освоенный материальный объект включена в культурно-знаковые структуры, за счет чего и является возможным использования дискурс анализа для ее изучения. Приводятся примеры того, какие аспекты дискурсивного уровня онтологии вещей охватываются методологией дискурс-анализа, а какие упускаются.

Ключевые слова: социология вещей, дискурс-анализ, мифологизация, артикуляция.

После «поворота к материальному», когда усилиями Бруно Латтура [1], Джона Ло [2] и других была принята попытка развенчания пансемиотического подхода, в гносеологическое поле социологии «на постоянной основе» были включены материальные объекты – вещи. Концептуализации и интерпретации их социальности посвящается множество работ, однако остается открытым вопрос по поводу сопоставления новых теоретических наработок в социологии вещей с уже существующими общесоциологическими теориями: классические и современные концепции ориентированы, прежде всего, на изучение «одухотворенных» объектов, однако можно ли их применять к изучению вещей?

Если исходить из множественной социальной онтологии вещей, подразумевая и их инструментально-функциональное, и знаково-дискурсивное, и пространственное воплощение, то необходимой становится разработка специальной методологии и методики для каждого из изучаемых уровней. Использование вещей в ходе производства повседневных практик поддается прямому изучению с помощью всего багажа тематической социологической теории и методологии, тогда как применимость «проверенного» арсенала для исследования дискурсивного уровня онтологии вещей не является настолько однозначной. Поэтому в качестве цели данной статьи мы поставили выявление возможностей и ограничений при применении методологии дискурс-анализа для изучения дискурсивного уровня онтологии вещей.

Сам дискурс-анализ не сводится лишь к методу, его можно считать целым направлением в социальных науках, которое является настолько широким и неоднородным, что его легко можно выделить в отдельную научную дисциплину, а сложность и процедурная неоднозначность дискурс-анализа позволяют исследователям, погружающимся в проблематику дискурс-анализа, «чувствовать себя членами тайного общества, ордена избранных, обладающих сакральной языком и средствами познания» [3, с. 454]. Поэтому из всего многообразия дискурс-аналитических концепций и моделей наиболее актуальными для социологии

в целом и для нашего исследования в частности мы считаем вариант дискурс-анализа как методологии и как метода в интерпретации теории гегемонии Э. Лакло и Ш. Муфф [4]. Для этого направления характерны следующие постулаты: 1) наши знания – продукт дискурса, то есть результат классификации реальности с помощью категорий, а не прямое отражение внешнего мира; 2) способы понимания и представления мира обусловлены историческим и культурным контекстом; 3) знания возникают в процессе социального взаимодействия, где люди конструируют истины и доказывают друг другу, что является верным, а что ошибочным; 4) в соответствии с определенными мировоззрениями некоторые разновидности поведения фиксируются как естественные, другие – как неприемлемые [5, с. 19-21].

Э. Лакло и Ш. Муфф рассматривают дискурс как способы общения и понимания социального мира, конкурирующих между собой за предоставление ему определенных значений, они постоянно вовлечены в борьбу за достижение превосходства. Ключевое словосочетание указанной теории – «борьба дискурсов». Цель дискурс-анализа, по Э. Лакло и Ш. Муфф, заключается в том, чтобы определить процессы структурирования социальной реальности, в ходе которых происходит закрепление за теми или иными знаками определенных значений, устанавливающих, воспроизводящих и изменяющих отношения идентичности. Для этого процесса используется термин «артикуляция»: «Мы называем артикуляцией любое действие, устанавливающее отношение среди элементов так, что идентичность знаков изменяется в результате артикуляционной практики. Все структурное единство, появившееся в результате артикуляционной практики, мы назовем дискурсом» [Цит. по: 5, с. 49]. Итак, дискурс в трактовке Э. Лакло и Ш. Муфф – это продукт, произведенный в ходе и в результате артикуляции представлений о социальной реальности, он принципиально незавершенный, открытый к структурным изменениям, и именно на формировании и изменении этой структуры акцентирует внимание дискурс-анализ в их варианте.

«Модель дискурса Лакло и Муфф нам напоминает многочисленные трансформации изображения, которые мы наблюдаем в калейдоскопе: один и тот же набор частиц при каждом повороте калейдоскопной трубы выстраивается по-новому, образуя структуру нового рисунка» [6]. Однако такая метафора является неполной, ведь не включает субъектную сторону, которая для Э. Лакло и Ш. Муфф достаточно принципиальна: онтологически субъект помещен в дискурс, где в ходе дискурсивных практик включен в процесс идентификации; гносеологически субъект (на лакановский манер) приравнивается к позиции в дискурсе. Идентичность всегда образована в соответствии с принципом относительности, поэтому субъект всегда расщеплен и имеет слож(ен)ную многоуровневую и иерархическую идентичность.

Идентификация формирует противоположные взаимоисключающие идентичности, приводит к становлению антагонизмов «мы – другие», «свои – чужие», «друг – враг» и т.п., и именно антагонистическая логика идентификации является ключевым аспектом как ее онтологии в современном обществе, так и гносеологического ракурса дискурс-анализа. Из-за своей антагонистической природы дискурсы принципиально остаются незавершенными, их внутренняя и внешняя борьба перманентна. Сформированные разрывы заполняются дискурсивными конструктами, которые не дают дискурсивным (и, соответственно, социальным) практикам превратиться в абсолютный хаос и «войну всех против всех», и ключевой разновидностью «наполнителя» разрывов является миф. Эта категория используется, чтобы подчеркнуть иррациональную природу дискурсивного и дискурсивно-антагонистического, их интуитивно-чувственный, аффективный характер. Миф рассматривается как бытие особого рода, как «набор искаженных представлений действительности», и это мифическое «искажение неизбежно, потому что оно устанавливает необходимый горизонт для наших действий» [7, с. 18], он поддерживает антагонизмы и заполняет зазоры, образующиеся между полюсами. И при наличии антагонистического единства и борьбы дискурсивных противоположностей рано или поздно происходит переход количества в качество, для описания и объяснения которого Э. Лакло и Ш. Муфф, продолжая традицию А. Грамши, обращаются к термину «гегемония», интерпретируя ее как переартикуляцию антагонистических практик, которая снимает антагонизмы. Для образования гегемонии необходимо не только наличие антагонистических сил, а возможность и способность элементов этих сил перемещаться с одной стороны на другую, чтобы создать необходимый дисбаланс. В ходе гегемонии рационализируется миф «победителей», тем самым образуется универсальный миф. И такое видение очень похоже с концепциями мифологии Р. Барта и доксы П. Бурдьё: такой универсальный миф / докса служит поддержанию гегемонии, поэтому в них нет места антагонизму, пока гегемония не «проявит слабость», и не образуются новые антагонистические силы.

И как же данную методологическую схему можно заточить под изучение вещей? Подразумеваемая под вещью социально освоенный и/или произведенный

материальный объект, мы автоматически приписываем ей включенность в определенные культурно-знаковые структуры, то есть помимо функционального осваивания и производства вещей происходит их дискурсивное осваивание и производство. Иными словами, используя геометрические аналогии, сложные многомерные фигуры вещей проецируются на культурно-контекстуальную плоскость, тем самым весь их возможный коннотат и функциональность редуцируется до «социально-приемлемого». Причем эта проекция не является единственно возможной, универсальной и окончательной, даже наоборот – такая проекция включается в определенные дискурсы, а вокруг ее «верности» ведется символическая борьба. Вещам характерна двойная многозначность: им сразу могут быть присущи несколько знаков, каждому из которых могут соответствовать несколько значений. Дискурсивные проекции вещей строятся в соответствии с существующими в дискурсе антагонизмами: «элитный» или «массовый» товар, «высокое» или «низкое» произведение искусства, «мужской» или «женский» продукт и тому подобное. Символическая борьба вокруг дискурсивных проекций вещей ведется не столько по поводу владения и распоряжения ими, сколько за их интерпретацию. Для этого разрывы, образующиеся антагонизмами, заполняются мифами в отношении вещей, нацеленными на укоренение интуитивно понятных схем интерпретации их роли и места в дискурсе. То есть вещь становится объектом мифологизации, превращаясь в материальный коррелят дискурсивных антагонизмов. В ходе мифологизации используется упрощенная модель вещи (редуцирована в ходе проекции), которая наделяется именно теми характеристиками, которые необходимы для одного полюса антагонизма. Например, кухонные и бытовые приборы за счет дискурсивных средств (рекламы, маркетингового позиционирования, дизайна, стереотипов и т.д.) включаются в гендерные антагонизмы и оформляются как атрибут женщин, тем самым поддерживая мужскую гегемонию. При этом игнорируется очевидный факт, что ни половой, ни гендерной ограниченности функциональность этих вещей не имеет.

Разрыв между реальными характеристиками вещи и их дискурсивным воспроизведением столь существенный, что дискурсивные проекции отделяются в относительно независимые социальные конструкты, которые функционируют по независимым от «оригинала» правилам. Дискурсивные проекции вещей включаются в социальные отношения совсем иного порядка и природы, чем их материальные воплощения, получая качественно отличные свойства и характеристики. Очевидно, что они перенимают свойства дискурса и его элементов, включаясь в контекстуально-языковую игру и знаковые системы. И в ходе этого включения образуются новые языковые и дискурсивные связи между вещью и другими социальными объектами, которых не было у ее материального аналога: по распространенной версии, название московского Китай-города никак не связано с Китаем [8], но банальная омонимия неразрывно связала его с феноменом Чайна-таун (как минимум, на уровне ассоциаций).

Такая ситуация иллюстрирует то, что вещи во время своего вписывания в дискурсы хотя и теряют определенные содержательные характеристики, редуцируясь только до востребованного контекстуального значения, однако получают другие, нематериальные свойства. Речь идет о том, что дискурсивная проекция вещи приобретает свойства текста, встроенного в «витиеватую» ризому, децентрализованная и ситуативная структура которой обуславливает вариативность и фрагментарность интерпретации самой вещи. Это связано с тем, что знаки, из которых состоит вещь-текст, обладают многими значениями, и это приводит к множественности как самих знаков [9], так и текста в целом – «в нем <...> нет центра, который его объединяет, нет закрытости» [10, с. 415-416], а любое прочтение текста приводит к появлению новых смыслов, обеспечивающих его незавершенность и открытость. Так актуализируются их интертекстуальные свойства, ведь «любой текст строится как мозаика цитаций, любой текст есть продукт впитывания и трансформации какого-нибудь другого текста» [109, с. 167], а сама интертекстуальность «не может быть сведена к проблеме источников и влияний; она представляет собой общее поле анонимных формул, происхождение которых редко можно обнаружить, бессознательных или автоматических цитаций, даваемых без кавычек» [10, с. 418].

Возвращаясь к проблеме интериоризации вещей-текстов следует отметить, что их знаково-символические свойства позволяют проводить дискурсивную артикуляцию вещей без использования непосредственного материального субстрата: наверное, большинство современных людей не имели дела ни с тяжелым армейским вооружением, ни с тяжелыми наркотиками, однако достаточно четко представляют себе их опасность и деструктивную способность, поэтому негласно или гласно соглашались с необходимостью контроля их распространения. Объективная ограниченность человеческого праксиса очерчивает границы жизненного мира, при этом границы практического и гносеологического кругов не совпадают. И за счет тотальной информатизации, функционирования институтов СМИ, образования, массовой культуры и т.д. сфера осведомленности современного человека на порядки превышает сферу компетенции: опыт, полученный человеком в непосредственной практической деятельности с использованием конкретных вещей в разы меньше «пересказанного» опыта. Этот когнитивный разрыв и заполняется теми самыми мифами. Так происходит поляризация в ходе артикуляции вещей-текстов: дискурсивные практики людей, групп и обществ, имеющих дело с материальными «оригиналами» вещей, не тождественны по форме и сути с процессами и практиками тех, кто имеет дело только с мифологизированными «аналогами». И чем больше социальная дистанция между этими полюсами, тем более упрощенный и редуцированный миф (вос)производится. Характерно и то, что в ходе мифологизации происходит упрощенное описание не только вещей, но и реификация мифов для описания групп и сообществ через свойства и характеристики вещей. Намеренно избегая сензитивных тем (вроде приравнивания тутси к тараканам во

время геноцида в Руанде), приведем несколько комический пример из сферы массовой культуры: среди поклонников рок-музыки существует миф о «примитивности» басистов [11], связанный с неприметностью и неочевидностью их вклада в общую музыкальную композицию (особенно на фоне вокалистов, соло-гитаристов и ударников). Они воспринимаются как «недогитаристы», играющие на «упрощенном» варианте гитары (ведь бас визуально похож на гитару, но обычно имеет 4 струны, а не 6 или 7, как на других видах гитар), и такое восприятие распространяется и на самих басистов, которые воспринимаются как «упрощенные» и «примитивные» музыканты. Показателен и не менее ироничный миф об «уникальности» и «эксклюзивности» басистов как истинных создателей рок-музыки, порожденный «уникальностью» и «эксклюзивностью» инструмента, которым они оперируют [Там же].

Таким образом, интерпретация вещей в категории «вещи-текста» для изучения ее дискурсивной онтологии позволяет использовать методологию дискурс-анализа практически в неизменном виде. Но абсолютизация дискурсивного, характерная для модели Э. Лакло и Ш. Муффа, исключает фокус на специфике вещей как материальных объектов, который подразумевался упомянутым нами «поворотом к материальному». И если во время изучения деятельностного уровня онтологии вещей их материальные и функциональные особенности можно рассматривать с точки зрения перформативного и референтного потенциала, который они в себе воплощают, то при изучении дискурсивного уровня эта проблема во многом упускается. С другой стороны, на дискурсивном уровне функции перформации и референции принимают на себя язык и речь, сеть семантических, грамматических, морфологических, фонетических, метафорических и других связей, скомбинированная «автором» в текст и погруженная в контекст, что вполне можно изучить посредством дискурс-анализа. Однако хотя разрыв между «оригинальной» вещью из материального мира и ее дискурсивной проекцией («вещью-текстом») подразумевается, им приходится пренебречь. Аналогично с этим приходится пренебречь и разницей между мирами «автора» вещи-текста и его интерпретаторов, которую подчеркивали постструктуралисты, дополняющейся еще и разницей между мирами «автора» вещи и автора «текста о вещи». К сожалению, методология дискурс-анализа не дает однозначных средств для анализа этой разности, и на гносеологическом уровне она редуцируется (аналогично тому, как редуцируются характеристики самой вещи при проекции ее в языковые системы), однако триангуляция теоретико-методологического аппарата позволит рассмотреть и этот вопрос – на деятельностном и / или пространственном уровнях.

Для этого методологию Э. Лакло и Ш. Муффа можно дополнить, например, методикой критического анализа Н. Фэркло [5], трехуровневую модель которого вполне адаптируема для изучения дискурсивности вещей: 1. Дискурсивная практика, то есть (вос)производство определенных элементов дискурса за счет артикуляции вещи-текста. 2. Вещь-текст, то есть артикулируемая дискурсивная проекция вещи.

3. Социальная практика, то есть определенный «социальный контекст» акта артикуляции вещи-текста; он представляет из себя социальную матрицу дискурсов, борьбу дискурсов в ходе процессов структурирования социальной реальности за счет закрепления за знаками (вещами-текстами) определенных значений для установки, воспроизводства и изменения отношений

идентичности. В любом случае, самостоятельное использование методологии дискурс-анализа в чистом виде для изучения вещей вполне возможно, но оно имеет смысл лишь в том случае, если такое исследование будет дополнено изучением других характеристик социальности вещей (их инструментальности, функциональности, пространственности и т.д.).

ЛИТЕРАТУРА

1. Латур Б. Где недостающая масса? Социология одной двери : пер. с фр. // Социология вещей. Сборник статей. Москва, 2006. С. 199-222.
2. Ло Дж. Объекты и пространства : пер. с англ. // Социология вещей. Сборник статей. Москва, 2006. С. 233-244.
3. Литовченко А. Д. Парадоксальность дискурс-анализа в социологии // Нові нерівності – нові конфлікти: шляхи подолання. Тези доповідей та виступів учасників III Конгресу Соціологічної асоціації України. Харків, 2017. с. 454-455.
4. Laclau E., Mouffe Ch. Hegemony and socialist strategy : towards a radical democratic politics. London, 1985. 197 p.
5. Филлипс Л., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод : пер. с англ. Харьков, 2008. 352 с.
6. Русакова О. Ф. Основные разновидности современных теорий политического дискурса: опыт классификаций // Аналитика культурологии. 2008. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-raznovidnosti-sovremennyh-teoriy-politicheskogo-diskursa-opyt-klassifikatsiy> (дата обращения: 17.01.2019).
7. Литовченко А. Д., Нехаенко О. В. Критико-социологический анализ пропагандистских аспектов социологического дискурса Украины: постановка проблемы // Соціологічні студії : наук-практ. журн. 2016, № 1 (8). С. 16-24.
8. Китай-город // Словарь современных географических названий. Екатеринбург, 2006. 680 с.
9. Деррида Ж. Структура, знак и игра в дискурсе наук о человеке : пер. с фр. // Современная литературная теория. Антология. Москва, 2004. С. 47–68.
10. Барт Р. Избранные работы : Семиотика. Поэтика : пер. с фр. Москва, 1989. 616 с.
11. Басист. Lurkmore. URL : <http://lurkmore.to/Басист> (дата обращения: 06.01.2019).

REFERENCES

1. Latour B. Where Are the Missing Masses? Sociology of a Door : translation from French // The Sociology of Things. Digest of articles. Moscow, 2006. P. 199-222.
2. Law J. The Objects and the Spaces : translation from English // The Sociology of Things. Digest of articles. Moscow, 2006. P. 233-244.
3. Litovchenko A. D. The Paradoxicalness of the Discourse-analysis in Sociology // New Inequalities – New Conflicts: paths of overcoming. The abstracts of the speeches of the participants of The Third SAU Congress. Kharkiv, 2017. P. 454-455.
4. Laclau E., Mouffe Ch. Hegemony and socialist strategy : towards a radical democratic politics. London, 1985. 197 p.
5. Phillips L. J., Jorgensen M. W. Discourse Analysis As Theory And Method : translation from English. Kharkov, 2008. 352 p.
6. Rusakova O. P. The Main Varieties if the Modern Theories of the Political Discourse: the Experience of the Classification // The Analytics of Culturology. 2008. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-raznovidnosti-sovremennyh-teoriy-politicheskogo-diskursa-opyt-klassifikatsiy> (the date of the request: 17.01.2019).
7. Litovchenko A. D., Nekhaienko O. V. The Critical Sociological Analysis of the Propagandistic Aspects of the Sociological Discourse of Ukraine: the Formulation of the Problem // Sociological Studies : scientific and practical journal. 2016, № 1 (8). P. 16-24.
8. Kitay-gorod // Dictionary of Modern Geographical Names. Yekaterinburg, 2006. 680 p.
9. Derrida J. Structure, Sign, and Play in the Discourse of the Human Sciences: translation from French // Modern Literary Theory. Anthology. Moscow, 2004. P. 47–68.
10. Barthes R. Selected Works: Semiotics. Poetics : translation from French. Moscow, 1989. 616 p.
11. Bassist. Lurkmore. URL : <http://lurkmore.to/Басист> (the date of the request: 06.01.2019).

The Applying of the Discourse-analysis to the Studying of the Discourse Level of the Ontology of Things: Capabilities and Limitations

D. Boiko, B. Dykan

Abstract. The potential of the discourse-analysis as the methodology of studying of the discourse level of the ontology of things is considered. It is noted that the variant of the methodology in the interpretation of E. Laclau and Ch. Mouffe's hegemony theory is the most actual for such study. It is emphasized that a thing as a socially mastered material object is included into the cultural sign structures due to what it is possible to use the discourse-analysis to its study. Examples of the aspects of the discourse level of the ontology of things which are covered by the discourse-analysis methodology and of ones and which are missed, are provided.

Keywords: *the sociology of things, discourse-analysis, mythologization, articulation.*

Волонтерство в сучасній Україні: фактори актуалізації

О. О. Проценко

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна, Харків
Corresponding author. E-mail: olga.protsenko@aiesec.net

Paper received 05.02.19; Accepted for publication 13.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-21>

Анотація. У статті досліджують фактори актуалізації феномену волонтерства у сучасній Україні. Волонтерство розглядається в рамках соціокультурного підходу як соціокультурна практика, а також використовуються теорії суб'єкта та суб'єктності. Автором виділяються мікро- та макросоціальні чинники, що обумовили появу та стрімкий розвиток феномену волонтерства у сучасній Україні. Як емпірична база використовуються матеріали глибинних напівструктурованих інтерв'ю з внутрішньо переміщеними особами, що проведено автором, та вторинного аналізу даних соціологічних досліджень.

Ключові слова: волонтерство, фактори актуалізації, соціокультурний підхід, суб'єктність, Україна.

Вступ. Волонтерство наразі є поширеною практикою у багатьох країнах світу. Воно завжди було відповіддю на певні соціально-значущі проблеми суспільства. Так, у багатьох країнах волонтери допомагали своїм урядам у часи економічної кризи, займалися розбудовою післявоєнної Європи, виконували роль світових посередників між СРСР та Західними країнами у часи Холодної війни.

У сучасному українському суспільстві волонтерство становиться одним із потужніших соціальних рухів. У 2015р. кожний десятий українець мав досвід волонтерської діяльності [7], волонтерам довіряють на рівні з армією та церквою [6], та саме це, на думку експертів, створює шанс успішної діяльності активістів з волонтерських організацій у політичній сфері [14]. Досліджуючи волонтерство, у даній роботі ми фокусуємось на аналізі факторної обумовленості зростання волонтерської діяльності в сучасній Україні та, зокрема, ставимо на меті виявити мікро- та макросоціальні чинники актуалізації волонтерства в сучасному українському суспільстві.

Огляд публікацій за темою. Волонтерство як соціальний феномен сучасного суспільства та його різні аспекти стали предметом дослідження низки вчених. Феномен волонтерства був об'єктом досліджень таких українських науковців як І. Білич, Н. Ванійлович, Т. Голованова, С. Горбунова-Рубан, О. Іщенко, О. Касперович, Т. Лях, О. Резнік, О. Стрельнікова, О. Панькова, В. Погрібна, С. Харченко, О. Хижняк, І. Юрченко. Важливими, з точки зору проблематики даного дослідження, є роботи, в яких зроблено спробу проаналізувати причини активізації волонтерства в українському суспільстві. Зокрема, дослідження щодо ресурсного потенціалу волонтерського руху [9; 10] та праця В. Погрібною, яка у причинах активізації волонтерства вбачає зміни у ментальності українців [11]. Разом із тим робіт, що комплексно досліджують факторну зумовленість актуалізації волонтерства в Україні, досі не існує.

Матеріали та методи. Задля досягнення мети даного дослідження нами використовувалися метод глибинного напівструктурованого інтерв'ю та вторинного аналізу даних досліджень. В 2017-2018 рр. в Харкові автором було проведено 21 інтерв'ю з внут-

рішньо переміщеними особами¹ (ВПО), що займаються волонтерською діяльністю. З них 5 осіб діють самостійно та не є членами жодної з волонтерських організацій або ініціатив та не приймають участь в тих чи інших проектах, а 16 опитаних є/були членами певної волонтерської організації.

Інтерв'ю проводилося з волонтерами, що залучені до таких організацій та ініціатив:

- ГО «Станція “Харків”» (допомога внутрішньо переміщеним особам);
- БФ «Карітас Харків» (Гуманітарна допомога та реагування на надзвичайні ситуації; здоров'я; сім'я, діти, молодь; надання соціально-правового захисту; протидія насильству; сприяння зайнятості; інтеграційний напрямок; розвиток громад);
- Адаптаційно-культурний центр АК Центр (допомога ВПО, їхня адаптація та інтеграція, юридичні та психологічні консультації, перекваліфікація);
- Ініціативна група «Нова мета» (Спорт, туризм, допомога ВПО);
- Молодіжний відділ Червоного Хреста Харків (надання першої допомоги, допомога незахищеним верствам населення, донорство, організація соціальних проектів);
- Департамент захисту внутрішньо переміщених осіб (Відновлення виборчих прав ВПО; допомога бізнесу ВПО, допомога ВПО з житлом та ін.).

Відбір респондентів здійснювався методом «сніжного кома», для проведення інтерв'ю запрошувалися респонденти, що переїхали з Донбасу та Криму на підконтрольну українською владою територію після подій 2014 року та не брали участь у волонтерській діяльності до переїзду. Аналіз текстів інтерв'ю здійснювався за допомогою щільного опису та концептуалізації даних.

Вибір саме якісних методів дослідження є доречним, оскільки дозволяє досліджувати співвідношення суб'єктивного та об'єктивного, макро- та мікроконтекстів в умовах соціальних змін та аналізувати вплив об'єктивних факторів через їхню інтерпретацію певними учасниками (у даному випадку ВПО), які діють

¹ Окремим феноменом волонтерської діяльності є волонтерство серед внутрішньо переміщених осіб. З одного боку, переселенці є соціальною групою, яка сама потребує допомоги держави, громадських організацій, волонтерів, з іншого – волонтери-переселенці самі стають рушійною силою цієї допомоги, іноді виконуючи функції держави.

відповідно до свого тлумачення реальності і, тим самим, виступають як суб'єкти.

Теоретичною базою дослідження є соціокультурний підхід та зокрема концептуалізація в його рамках теорії соціальних практик, що дозволяє розглядати волонтерство як феномен, що пов'язаний з суспільством як системою відносин і культурою як сукупністю цінностей і норм, а також теорії суб'єкта та суб'єктності, які допомагають проаналізувати життєві стратегії внутрішньо переміщених осіб, що задіяні у волонтерській діяльності.

Ми розуміємо волонтерство як узвичасні дії людини або групи людей, що мають добровільний, безоплатний, соціально спрямований характер, та проявляються у соціокультурному контексті.

Результати та обговорення. Отже розглянемо чинники *макрорівня*. Одними з найвпливовіших факторів актуалізації волонтерського руху в Україні є зростання соціальної напруги в українському суспільстві та загроза державному суверенітету. Українські дослідники вважають, що такі чинники не є типовими для активізації волонтерського руху в інших країнах [10]. В аналітичній доповіді до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році» також зазначається, про активізацію волонтерства саме через анексію Криму та воєнний конфлікт. «За умов <...> зовнішньої агресії волонтерські організації в критичний момент виконали значну частину функцій держави із забезпечення силових структур і постраждалих громадян під час збройного конфлікту» [1, с. 190]. Майже всі респонденти з нашого дослідження зазначали, що переїзд та політична ситуація вплинули на їхні рішення займатися волонтерською діяльністю.

Дана ситуація спричинила появу в українському суспільстві нових груп, що потребують допомоги різного характеру. До таких груп відносяться внутрішньо переміщені особи; переміщені вищі навчальні заклади (ВНЗ); діти, батьки яких бачили війну; військові, що залучені в антитерористичній операції (АТО) – з 30 квітня 2018 – операція Об'єднаних сил (ООС) та їхні сім'ї; жителі прифронтових міст та селищ; ветерани АТО. Вони стали новими об'єктами волонтерської діяльності.² Під час Євромайдану волонтери допомагали тим, хто протестує, після завершення революції надавали допомогу Збройним Силам України, Національній гвардії України, добровольчим батальйонам, ВПО з Криму та Сходу України [10, с. 28], зараз це реабілітація постраждалих від війни та підтримка реформ. Респонденти також відзначали значну роль волонтерських та благодійних організацій в їхній соціалізації та адаптації. Допомога внутрішньо переміщеним особам здійснювалась в діапазоні від гуманітарної та інформаційної помочі до психологічної підтримки та юридичних консультацій.

До числа чинників також відноситься активізація роботи міжнародних організацій на території країни. Поява великої кількості людей, яким потрібна допо-

мога, та загроза державної суверенності призвели до того, що українське суспільство стало об'єктом уваги з боку багатьох міжнародних організацій, що мають діяльність різного характеру та спрямованості. Серед тих, хто активізували свою роботу в Україні після подій 2014 року були Міжнародна організація міграції (МОМ), Карітас та Карітас Спес, Ватикан та Папа Римський, GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit), UNHCR (United Nations High Commissioner for Refugees), Unicef, British Council, Save the children, Товариство Червоного Хреста та Червоного Півмісяця, ОБСЄ, ПРООН, уряди багатьох країн світу. Їхня діяльність була спрямована у різних напрямках – у діапазоні від проектів гуманітарного спрямування та проблем безпеки до проектів з неформальної освіти, грантів на підтримки бізнесу, волонтерських та благодійних проектів. Ці проекти дозволили громадянам реалізувати свій потенціал, зацікавитися волонтерською діяльністю. Опитані переселенці, що займаються волонтерською діяльністю, також вказували на важливу роль міжнародних організацій в їхньому житті та допомозі у волонтерській діяльності. Наприклад, респонденти зазначають, що значну гуманітарну допомогу вони отримали від Харківського відділення Червоного Хреста, проекту Папи Римського, Карітас та GIZ. Міжнародна організація міграції допомагала з пошуком роботи та давала можливість відкрити власну справу. Також, респонденти зазначали, що організації сприяли здійсненню волонтерських проектів (виділення грантів для проектів, проведення тренінгів, семінарів). Деякі організації, такі, як наприклад, Червоний Хрест та Карітас залучали волонтерів задля допомоги ВПО, серед яких були й самі переселенці.

На відміну від міжнародних організацій та волонтерського руху український уряд демонструє дефіцит якісних управлінських рішень. Волонтерський рух, який активно проявив себе в ході революційних подій у країні (Євромайдан), пізніше став одним із механізмів протистояння зовнішній збройній агресії, порятунку та допомоги переселенцям з Криму та Донбасу, бійцям в зоні АТО, виконуючи функції держави. У цьому погодимося з думкою українських дослідників, які зазначають: «Розбалансованість взаємодії органів державної влади, нездатність своєчасно відреагувати на ситуації воєнного конфлікту, невиконання покладених на них зобов'язань щодо забезпечення соціальної, особистісної безпеки призвели до значного дефіциту ефективних управлінських рішень, неефективності системи забезпечення Збройних Сил України. Саме такий стан став причиною поширення волонтерського руху в країні» [11, с. 28].

Серед чинників *мікрорівня* одним з найважливіших, на нашу думку, є мотиви українських волонтерів. Коментуючи стрімкий розвиток волонтерства в Україні Е. Лібанова зазначає: «Дуже важливо, що є люди, які розуміють: від влади нічого не треба чекати – ні доброго, ні поганого, – і просто роблять свою справу. Наразі – допомагають армії» [11, с.27].

За допомогою класифікації Х. Анхайера і Л. Саламона [15, с.11] нами було проаналізовано мотиваційні чинники волонтерів. Науковці виділяють три базові групи мотивів: альтруїстичні, інструментальні та

² За даними досліджень «Благодійність та волонтерство: результати соціологічного дослідження» у 2015р. армії допомагали 65% населення та 62% – у 2016 р. [2]

мотиви обов'язку.³ Слід підкреслити, що дані мотиви доволі рідко зустрічаються у волонтерів у «чистому» вигляді. На практиці відбувається «сплетіння» цих мотивів при домінуванні одного з них.

Альтруїстичні мотиви включають допомогу знедоленим, співчуття нужденним, ототожнення себе з постраждалими людьми. Отже, допомагати іншим – одна із домінант альтруїстичних мотивів:

«Каждый человек, который родился на этом свете должен жить не только для себя любимого, а еще как-то по возможности друг другу помогать. Это нормально, но, если бы в жизни было бы так. Если бы мы что-то для друг друга делали, а у нас получается все эгоисты. Основная масса людей живут для себя, максимум – для своих детей. <...> Мне хорошо, когда я знаю, что кому-то хорошо от моих поступков. Просто мне это не сложно делать. У меня бывают такие «окна» на работе, что я час сижу свободно. Но это же лучше, чем просто сериал включить смотреть?» [волонтерка, що допомагає хворим дітям. «Карітас»]

Інструментальні мотиви пов'язані із надбанням нового досвіду і навичок, бажання робити щось вартісне у вільний час; можливість знайомитися з людьми, отримання особистого задоволення від діяльності.

«Просто было время свободное. Не хотелось дома сидеть, поэтому приходил и волонтерил. Нравилась атмосфера, нравились люди, поэтому этим и занимался; потому, что все «горели» Красным Крестом и тем, что он делал. Свообразное хобби у нас». [волонтер, Молодіжний відділ Червоного Хреста Харкова]

«Если бы не «Станция» [ГО «Станція “Харків”»], я не понимаю, как бы я вообще выжила в психологическом плане. Потому, что я приходила и просто убивалась об работу. Я где-то шесть дней в неделю работала... Мы не работали, мы пахали. <...> Когда у тебя проблемы, ты помогаешь и этой помощью ты решаешь какие-то свои психологические проблемы. Естественно до конца это не решается, но это могло». [волонтерка, «Станція “Харків”»]

Таким чином, волонтерство використовується як певний інструмент. У першому випадку за допомогою волонтерської діяльності реалізується потреба у соціальних зв'язках, спілкуванні, тощо. Зазначимо, що надалі цей респондент пов'язав своє життя з соціальною роботою, тобто компетенції та навички, що він отримав, працюючи волонтером, допомогли йому знайти оплачувану роботу. Другій фрагмент інтерв'ю демонструє компенсаторний мотив, тобто волонтерська діяльність у даному випадку допомагає людині через підтримку інших впоратися зі стресом, що викликаний воєнними подіями на Сході, необхідністю переселення та спричиненою цими подіями кардинальною зміною свого життя.

Мотиви обов'язку пов'язані з можливістю реалізувати моральний, релігійний, громадянській обов'язок, а також бажанням робити внесок у розвиток місцевої громади. В умовах воєнного конфлікту, загрози державного суверенітету та дефіциту управлінських рі-

шень дані мотиви надзвичайно актуалізуються. Зазначимо, що такі мотиви присутні майже у всіх опитаних волонтерів-переселенців.

«Я прихожу и начинаю издалека людей приглашать на наши мероприятия. Знаете, рассказывать. Всем рассказывать о том, что будет все хорошо... Ну как-то хочется, чтобы в городе было большое количество успешных людей. Не только финансово успешных людей, но образованных, продвинутых.» [волонтер, лідер ГО «Нова мета»]

«Я с самого начала был супер-пупер патриот типа «Украина понад усе». Потом я начал понимать, что Украина — это только люди. Я увидел, что государство вообще никакой помощи не оказывает, и плевало оно вообще на всех переселенцев, волонтеров, на детей, животных, пенсионеров. Вообще на всех. Я увидел, что государство вообще никаким образом не хочет помогать уязвимым слоям населения. И я так как-то более холодно начал относиться к политике. Не то, что более холодно. Вообще нейтрально. Я вообще перестал вникать в это. Я понял, что это все бесполезно и не имеет никакого смысла. На жизнь как это повлияло? Я стал интересоваться проектами, помимо того у меня появилось желание самому какие-то проекты начинать, возглавлять и инициировать, но как бы в большей степени все проекты сводятся к тому, что я начал помогать людям». [волонтер, що діє самостійно, Харків]

«Я ж был в таком состоянии, мне хотелось больше потеть для того, чтобы сделать рывок в обществе. Я тогда для себя понял, <> что город не может быть успешным без успешных людей. Успешные люди, они могут быть либо бизнесмены, либо люди активные в большинстве <>, которые благоприятно влияют на город, на имидж города». [волонтер, лідер ГО «Нова мета»]

«Глаза снизу поднял наверх и понимаешь, что ты поменялся, а вокруг тебя ничего [не поменялось]. Ну, тогда уже пришло время призадуматься о том, что нужно менять что-то вокруг себя». [волонтер, що діє самостійно, Студенок]

«Я думаю потому, что переселенцы, активные переселенцы, это всё прочувствовали на себе. Приехали сюда. Переехал, так получилось, что пришлось уехать, побросать свои дома, работу – все. Посмотрели, а здесь – то же самое болото. Здесь ничего нет. Поэтому они тут волонтерят для того, чтобы здесь не повторилось то, что произошло там. Хотя какими-то своими усилиями, потугами... хотя, это борьба с ветряными мельницами.. но дорогу осилит идущий». [волонтер, Департамент захисту внутрішньо перемішених осіб]

Ще одним важливим чинником, що сприяв актуалізації волонтерства, є ціннісні орієнтації людей, що почали займатися волонтерською діяльністю. За концепцією Р. Інглхарта виокремлюються матеріалістичні та постматеріалістичні цінності. Становлення постматеріалістичних цінностей пов'язано зі зміною самосвідомості особистості та сприяє зміні мотивації поведінки в соціумі, активізації індивідуального са-

³ Докладніше про це див.: [8]

мовираження, перегляду ціннісно-нормативних підстав соціальних взаємин у суспільстві [13; 3]. Як показують соціологічні дослідження, ситуації соціально-економічних потрясінь впливають на ціннісний вибір людей, збільшуючи вибір респондентами матеріалістичних цінностей. Результати моніторингу Інституту Соціології НАН України демонструють, що у 2014 р. ця тенденція зберігалася серед населення України. Разом із тим, дослідження, що було проведено серед людей, що долучились до волонтерського руху, показало домінування серед них постматеріалістичних цінностей [3]⁴.

За результатами нашого дослідження серед волонтерів-переселенців постматеріалістичні цінності найвиразніше демонструють волонтери, що не асоціюють себе з певною організацією. Постматеріалістичні цінності проявляються в їхньому прагненні до самовираження, саморозвитку, індивідуалізму та реалізують через волонтерську діяльність.

«Я могу сказать только то, что я волонтер «для себя». Я не делаю это для кого-то там, для Социального Дома, для АвтоМайдана или для «Станции "Харьков"». Если нужна где-то помощь, я готов помочь. И точно также они мне не нужны. Мне не нужны их деньги, их руки, их товар и так далее. Я делаю это от себя. Мы с братом помогаем. С удовольствием помогаем онкобольным детям, мы помогаем клинике, мы помогаем больницам в Харькове. Облагородить территорию, привезти памперсы. По возможности. Отвозили с братом в Харьковскую область в интернат детям памперсы, конфеты. Полную машину отвезли товара. Ни за чей-то счёт, только за свой. Мне не надо никакой «Станции "Харьков"», чтобы сделать им галочку о том, что это они сделали. Поэтому, я не хочу себя ни к кому приписывать». [волонтер, що діє самостійно]

«Единственное, что приоритетным для меня остается, это прохождение курсов доврачебной помощи. [Хочу] уметь это все, оказывать правильно [помощь] потому, что в медицинском колледже не всегда правильно учат <...> И так же есть очень много семинаров, которые проводятся по обмену волонтеров. Поехать в тот же Киев на какой-то семинар по волонтерству, по помощи другим, узнать что-то новое и, в общем, стремление узнавать что-то новое, как-то помогать потому, что мир наш крутится, мир наш движется». [волонтерка, що діє самостійно]

Як зазначають дослідники, в сучасному українському суспільстві волонтери та волонтерські групи виступають суб'єктами соціальних змін; вони мають високий внутрішній трансформаційний потенціал, високий рівень відповідальності за результати, здатність впливати на інших [9]. Їхня діяльність цілеспрямована та ґрунтується на певних ціннісних орієнтаціях. На макрорівні суб'єктами волонтерства є різні волонтерські організації, на мікрорівні – це волонтер-

ські групи та окремі індивіди (спонсори; волонтери, які приходять за власним бажанням; фахівці в певній галузі; діти і підлітки; клієнти (ті, кому надається допомога); члени організації) [4]. Треба також зазначити існування суб'єктів на мегарівні – це міжнародні благодійні та волонтерські організації.

У ході реалізації волонтерської діяльності внутрішньо переміщені особи з позиції об'єкта волонтерських практик переходять у позицію їхнього суб'єкта, а волонтери й волонтерські групи набувають такої характеристики, як *суб'єктність*. Добровільний характер волонтерської діяльності свідчить про психологічну готовність індивіда та певну здатність до ризику. Волонтери займаються соціально корисною діяльністю, заохочують інших до неї, а отже впливають на інших суб'єктів. Оскільки волонтерство доволі часто актуалізується в умовах соціальних та політичних криз, трансформацій, стихійних лих, можна говорити про адаптаційно-інноваційний потенціал волонтерів. Деякі види волонтерської діяльності передбачають використання певних навичок, вмінь, знань. У волонтерів як суб'єктів наявні специфічні життєві стратегії, ціннісні орієнтації та цінності. Провідний український соціолог Є. Головаха також наголошує на суб'єктності волонтерів: «Люди перейняли на себе функції держави у підтримці армії. Навіть бійці говорять, що це чи не єдина сила, яка підтримала їх у найбільш скрутні часи, і досі держава не знайшла достатніх організаційно-фінансових ресурсів, щоб підтримати армію. Суб'єктність слід шукати саме в цьому середовищі» [5].

Л. Сокур'янська виділяє два рівні структури соціальної суб'єктності: суб'єктна диспозиція (або диспозиційна суб'єктність) та актуалізована соціальна суб'єктність [12]. Диспозиційна суб'єктність характеризується схильністю особистості чи соціальної групи до самостійної та відповідальної соціальної діяльності, яка знаходить своє відображення у відповідній системі цінностей і ціннісних орієнтацій, а також установок на актуалізацію життєвої стратегії самореалізації. Актуалізована суб'єктність включає в себе суб'єктивну диспозицію, але обов'язково передбачає певний рівень підготовленості до здійснення життєвої стратегії самореалізації (відповідну освіту, вміння та навички професійної, політичної діяльності тощо) та власне активну, цілеспрямовану, самостійну, творчу, відповідальну діяльність у різних сферах [12].

Досліджувана нами група волонтерів-переселенців представляє інтерес через те, що з позиції об'єкта волонтерської діяльності переходить у позицію суб'єкта. Використовуючи типологію Л. Сокур'янської ми виокремили два види волонтерів із різними елементами суб'єктності.

До першого типу відносяться волонтери, діяльність яких не потребує певних професійних вмінь та спеціальних навичок:

«Обзваниваю. Где-то информацию даю, с людьми общаюсь, приглашаю». [волонтерка, ГО «Нова мета»]

«Мы так же убирали территории и детские площадки, мы красили просто от себя, убирали по городу». [волонтерка, «Нова мета»]

Другий тип – волонтери, що використовують свої

⁴ Дослідження з використанням методу напівструктурованого інтерв'ю серед інтернет-активістів, що організували волонтерський рух з подолання наслідків снігопаду та хуртовини у Києві[Бойко].

професійні навички, вміння, лідерство.

«То есть я начинала вести в общежитии группу девочек по танцам, но девочки как-то лениво ходили, и поэтому меня к этому как-то не тянуло, и поэтому он [друг] сказал, что я могу заниматься с детками. Даже с более тяжелыми детками я занималась и занимаюсь еще с детьми синдромом Дауна, синдромом аутизма, с различными психическими расстройствами. Я с ними занималась 2-3 месяца, потом [последовательно] я стала уже координатором этого направления. То есть сначала он его начал развивать, потом он это все намного расширил, чтобы везде успеть. Он для меня это оставил». [з інтерв'ю із засновником ГО «Нова мета»].

«Я пошла к Ане и сказала:

- Аня, что я могу сделать?

- А что ты можешь? - спросила она

- Я могу обучать. Я могу сделать тренинг. Я сделаю.

Я сделала его. Мы провели его с Центром занятости свободных людей. Четыре раза я его провела».

[волонтерка, Департамент захисту внутрішньо переміщених осіб]

Висновки. Отже, розгляд волонтерства з позиції соціокультурної практики та теорій суб'єкта та суб'єктності дозволив нам виділити низку чинників, внаслідок яких актуалізувалося волонтерство. Їх можна класифікувати на чинники макро- та мікрорівнів, а також суб'єктивні та об'єктивні. На макрорівні (об'єктивні чинники) це: зростання соціальної напруги в українському суспільстві, загрози державної суверенності, активізація роботи міжнародних організацій на території країни, дефіцит якісних управлінських рішень та виникнення нових груп, що потребують допомоги різного характеру. До чинників мікрорівня (суб'єктивні чинники) віднесено наступні: мотиваційна структура, ціннісні орієнтації особистості, її суб'єктивність. Наявність даних чинників свідчить про складний характер феномену волонтерства та потребує подальшого вивчення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році». – К.: НІСД, 2015. – 684 с. URL: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/POSLANNYA-2015_giper_new-4af35.pdf
2. «Благодійність та волонтерство: результати соціологічного дослідження». URL: <https://dif.org.ua/article/postmaydanna-blagodiynist-i-volonterstvo-2015-rezultati-sotsdoslidzhennya>
3. Бойко Н. Ціннісні пріоритети соціально-активних користувачів інтернету // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. 2015 №4 (29) С. 79-85. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apspp_2015_4\(1\)_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apspp_2015_4(1)_12).
4. Вайнола Р.Х. Волонтерський рух в Україні: тенденції розвитку / Вайнола Р.Х., Капська А.Й. Комарова Н. М. - К, 1999. - 122 с.
5. Головаха: Война впервые научила украинцев помогать друг другу https://news.liga.net/politics/interview/golovakha_voyna_vpe_rvye_nauchila_ukraintsev_pomogat_drug_drugu
6. Довіра соціальним інституціям. URL: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=678>
7. Каждый десятый украинец в 2015 году занимался волонтерской деятельностью URL: https://zn.ua/UKRAINE/kazhdyy-desyatyy-ukrainec-v-2015-godu-rabotal-volontetrom-198057_.html
8. Никонов В.Н., Стегний М.В. Мотивы волонтерской деятельности // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2018. № 1, 146-156. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-volonterskoj-deyatelnosti-1>
9. Панькова О.В., Касперович О.Ю., Іщенко О.В. Ресурсний потенціал волонтерського руху українського суспільства: дослідницька розвідка // Український соціум, 2016. 1(56) С. 25-40. URL: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/no-1-56-2016/resursnij-potencial-volonterskogo-ruhu-ukrainskogo-suspilstva-doslidnicka-rozvidka/>
10. Панькова О.В., Касперович О.Ю., Іщенко О.В. Розвиток волонтерської діяльності в Україні як прояв активізації соціальних ресурсів громадянського суспільства: специфіка, проблеми та перспективи // Український соціум, 2016. 2(57) С. 65-64. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Usoc_2016_2_5.pdf
11. Погрібна В. Л. Волонтерський рух як ознака змін у ментальності українців // Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія : Філософія. 2016. № 1. С. 196-202. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua_2016_1_21.
12. Сокурская Л. Г. Ценностная детерминация становления социальной субъектности в условиях социокультурной трансформации : дис... д-ра социол. наук: 22.00.04 / Харьковский национальный ун-т им. В.Н. Каразина. Х., 2007. 425 с.
13. Соціально-психологічні чинники інтеграції українського соціуму / О.Г.Злобіна, М.О.Шульга, Л.Д. Бевзенко та ін.; за наук.ред. О. Г. Злобіної. Київ : Інститут соціології НАН України, 2016. 276 с.URL: <https://i-soc.com.ua/assets/files/journal/leshch-socio-psy-factors-a5-16-01-2017.pdf>
14. Соціологи радять волонтерам балотуватися на Донбасі. URL: <https://dif.org.ua/article/sotsiologi-radyat-volontetam-balotuvatisya-na-donbasi>
15. Anheier H.K., Salamon L.M. Volunteering in cross-national perspective: Initial comparisons / Civil Society Working Paper 10. - Manchester, 2001. - 20 p.

REFERENCES

1. Analytical report to the Annual Address of the President of Ukraine to the Verkhovna Rada of Ukraine "On the Internal and External Situation of Ukraine in 2015". - K.: NISS, 2015. - 684 pp
2. «Charity and volunteering: results of sociological research». URL: <https://dif.org.ua/article/postmaydanna-blagodiynist-i-volonterstvo-2015-rezultati-sotsdoslidzhennya>
3. Boyko N. Valuable priorities of socially active Internet users // Current problems of sociology, psychology, pedagogy. 2015 №4 (29) С. 79-85. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apspp_2015_4\(1\)_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apspp_2015_4(1)_12).
4. Vaynola R. Volunteer Movement in Ukraine: Trends of Development / Vainola R., Kapskaya A., Komarova N. Kyiv, 1999. 122 p.
5. Golovakha: The war firstly taught the Ukrainians to help each other. URL: https://news.liga.net/politics/interview/golovakha_voyna_vpe_rvye_nauchila_ukraintsev_pomogat_drug_drugu

6. Trust to social institutions. URL: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=678>
7. Every tenth Ukrainian engaged in volunteer activities in 2015. URL: https://zn.ua/UKRAINE/kazhdy-desyatyy-ukrainec-v-2015-godu-rabotal-volonterom-198057_.html
8. Nikonov M., Stegny V. Motivation of volunteering // Vestnik PSTU. Socio-economic sciences. 2018, №1. 146-156. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-volonterskoy-deyatelnosti-1>
9. Pankova O., Kasperovych A., Ishchenko A. Resource potential of volunteering in ukrainian society: research investigation // Ukrainian society. 2016. 1(56) pp. 25-40. URL: <https://ukr-socium.org.ua/uk/archive/no-1-56-2016/resursnij-potencial-volonterskogo-ruhu-ukrainskogo-suspilstva-doslidnicka-rozvidka/>
10. Pankova O., Kasperovych O., Ishchenko O. The development of volunteer activity in Ukraine as a demonstration of civil society social resources activation: specificity, problems and perspectives // Ukrainian society, 2016, 2(57), pp. 25–40.
11. Pogribna V. Volunteer motion as sign of changes in mentality of Ukrainians // The bulletin of Yaroslav Mudryi NLU. Series: philosophy, philosophy of law, political science, sociology. 2016. № 1 (28). pp. 196-202.
12. Sokuryanskaya L. G. Value determination of the formation of social subjectivity in the conditions of socio-cultural transformation: dis ... Dr. Sociol. Sciences: 22.00.04 / V.N. Karazin Kharkiv National University. Kharkiv, 2007. 425 p.
13. Socio-psychological factors of integration of the Ukrainian society / O. Zlobina, M. Shulga, L. Bevzenko and others.; ed. by O. Zlobina. Kyiv: Institute of Sociology National Academy of Sciences of Ukraine, 2016. 276 p.
14. Sociologists advise volunteers to run for Donbass. URL: <https://dif.org.ua/article/sotsiologi-radyat-volonteram-balotuvatsiya-na-donbasi>
15. Anheier H.K., Salamon L.M. Volunteering in cross-national perspective: Initial comparisons / Civil Society Working Paper 10. - Manchester, 2001. - 20 p.

Volunteering in Ukraine: Factors of Actuals

O. O. Protsenko

Abstract. The article explores the factors of actualization the volunteering phenomenon in contemporary Ukraine. The theoretical frame of the research is sociocultural approach, particularly, ideas of socio-cultural practice, and theories of subject and subjectivity. The author distinguishes micro- and macrosocial factors that led to the emergence and wide spreading of the phenomenon of volunteering in contemporary Ukraine. The empirical base of the research are materials of in-depth semi-structured interviews with internally displaced persons, conducted by authors, and a secondary data analysis of sociological researches.

Keywords: *volunteering, factors of actualization, socio-cultural approach, subjectivity, Ukraine.*

Administrative aspects of the state social-humanitarian policy in the educational sphere among countries of transformation type

R. Sirenko

Ivan Franko National University of Lviv
Corresponding author. E-mail: parubchak_io@ukr.net

Paper received 10.02.19; Accepted for publication 18.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-22>

Abstract. The essential characteristics of the educational sphere for the formation of social and spiritual values among society in the present time are analyzed. The managerial aspects of the development of integration processes in the modern social and humanitarian policy among the transformational countries are analyzed. The importance of the state social and humanitarian policy in the educational sphere regarding the formation of values in the educational sphere is substantiated. The phenomenon of social and humanitarian policy as a factor of educational and civil transformations among the developing countries is researched.

Keywords: transformation, management, education, humanitarian policy, social aspects, sphere, country, integration, values.

The statement of the problem and its connection with important scientific and practical tasks. Social and humanitarian policy is based on the recognition of inalienable human rights, including the right to a decent life for everyone, regardless of national, racial, religious, age, gender, individual or social characteristics. Today, the country of transformational type faces global problems and the most acute contradictions of social development, economic, environmental and most important ones: spiritual and moral crises, the growth of social and national conflicts.

State social and humanitarian policy is a systematic and consistent activity of the state in relations with human in particular and society as a whole, which is carried out through bodies of state executive, legislative and judicial power with the involvement of the society and taking into account basic human rights. It aims at achieving a high standard of living, spiritual and intellectual level of personality, both in its own interests and in the interests of the state as a whole.

Social and humanitarian policy can be defined as a system of decisions aimed at creating conditions for social and humanitarian development of the society, social, intellectual, spiritual security of a personality, realization of his/her spiritual needs and enriching person's creative potential. In the role of subjects of humanitarian policy, as well as social policy is the state as a whole, bodies of state power and local self-government, political parties and associations, social groups, society as a whole and individuals.

The analysis of the latest research in which the problem is initiated. The concept of humanitarian policy combines two main components: humanism and politics, which raises a great number of questions about the future of mankind, the role of spiritual culture and education in public life. It is necessary to distinguish the textual and contextual aspects of the managerial activity of the subject, they correspond to two levels of analysis. G.Kh. Gadamer highlighted the level of conceptual analysis - understanding the meaning of the text from the standpoint of the author's intention and his/her system of values as well as the level of contextual analysis - the discovery of hidden sense or reason that goes beyond the borders [8].

Humanitarian models of management have several differentiations. They are presented mainly in various concepts that distinguish the subjective aspect of organiza-

tional relations: the concept of the school: "human relations" (E. Meio), "organizational humanism" (A. Maslow), dichotomous management - the theory of X and Y (D. McGregor), behavioral theory of social roles (R.Seyert, G.March). Socio-cultural principles of management are presented in the concept of humanistic planning of E. Fromm, which presupposes the following: the inclusion of human and his/her living conditions in the planning system, the activation of human potential through participation in the activities of the society, changing the process of consumption, the formation of new forms of spiritual and psychological orientation as an equivalent of religious systems of the past.

The humanitarian sphere of society is connected with the realization of the spiritual potential of the individual, with the processes of increasing the opportunities of human, his/her welfare, safety, health and spirituality [6]. The essence of social and humanitarian policy is based on the consideration of a person as a unique center of social harmony and development. The term "humanitarian" comes from the notion of "humanism" (Latin Humanus - humanistic, humanlike) - the philosophy of the worldview, associated with the perceptions of human as the highest value of society. The task of education is to help society make a conscious choice of social values and to form on their base a stable, consistent, individualized system of orientation that can provide self-regulation and behavior motivation.

The purpose of the research is to substantiate the managerial approaches to the state social and humanitarian policy in the educational sphere of the country and society.

To realize the goal, the following tasks were set:

1. To study the essential characteristics of the educational sphere for the formation of social and spiritual values in society in the present.
2. To analyze the administrative aspects of the development of integration processes in the modern socio-humanitarian policy of transformational countries.
3. To substantiate the importance and role of the state social and humanitarian policy in the educational sphere regarding the formation of values in society.
4. To study the phenomenon of social and humanitarian policy as a factor of educational and civil transformations in developing countries.

The presentation of the main research material with

the full substantiation of the scientific results. The concept of humanitarian policy is closely linked to the concept of social policy, and is often inseparable. The difference lies in the fact that social policy is aimed primarily at ensuring a decent level of material well-being in society while the humanitarian policy is aimed at achieving a high spiritual and intellectual level of personality, preservation and development of fundamental human and national values. The essence of humanitarian policy is related to the concept of "humanitarian potential of the nation", determined by the level of physical and mental health of the nation, its social well-being, morality, intellectual development, solidarity [2].

Sociological reflections helped to understand that the past century has passed under the unconditional primacy of technology, it will enter history not only as the age of wisdom and the triumph of rationalism, but also as the beginning of the systematic critique of traditional ideas about the omnipotence of science and technology. The global ecological and moral imperative that has emerged in the recent past urgently demands the future of new rules of behavior, without which mankind may not survive. Such rules can be developed within the co-evolution of nature and society, based in its development on the values of the humanitarian culture and the updated socio-humanitarian system of education.

At the individual level of human prevail such qualities as: pragmatism, spiritual impoverishment, antihuman. More and more members of society believe that a way out of a crisis situation is possible only by finding new paradigms of humanistic development for each country and for humanity as a whole. It is about deep changes in people's minds, about a new spiritual and moral culture, about the formation of a humanitarian-oriented environment on the human scale with the help of education.

Ecological and anthropological crises, which impose on humanity, encourage the active search for new models of society development, a new system of spiritual values, designed to unite people in the name of survival. In order to radically influence the overcoming of the global crisis, the organic synthesis of different ways of knowledge and transformation of the world is necessary, it is vital to overcome the gap in the culture of spiritual life that arose in the history of New Europe as a result of the breeding in different directions of science and morality, rationalism and humanism, knowledge and faith [4]. It's not about putting irrationalism and religious belief in the place of rationalism and knowledge, but about creating a new, humanist-oriented rationalism that includes all the valuable components of the humanitarian culture.

The effective management of institutional changes in countries of transformation type requires knowledge of the source principles of sociogenesis of modern social and humanitarian education, familiarity with which must be conducted in the university community. In the process of constructing social institutions and organizations, for example, private business or management systems, it is necessary to take into account the whole range of socio-economic changes. The analysis of the processes and contradictions associated with the reform process in the transformational type of Ukraine shows that the main emphasis in the actions of the subjects of governance is on the implementation of social changes and innovations.

Cultural changes do not keep up with the development of events in the social sphere - the creation of new organizational forms, management systems [10]. Even more lagging behind social innovations is personality changes, which entails an increase in tension and conflict in society. New social systems and institutions can only be created on condition of improving cultural preconditions and by selecting the most viable cultural patterns. In this case, direct copying and transferring to the national soil of samples of another culture is excluded without their prior adaptation and assimilation within existing institutions. New social forms are the result of not only a deliberate activity of people, but also a long-term cultural evolution.

Therefore, the creation of a market economy and liberal democracy in countries of a transformational nature must be preceded by certain cultural changes that arise from the objective needs of the social system as a whole and the interests of specific subjects. Establishing adequate relations between different types of institutional changes means proportional and balanced development of the personal and socio-organizational subsystems of society, which implies, as one of the conditions for successful socio-engineering activity, accounting mentality or according to E. Fromm, the social nature of people involved in transforming processes [1].

As we know, these processes change much more slowly than the social institutions themselves and their material environment. Ignoring this principle in the practice of social transformation, as a rule, is one of the main reasons for their inhibition and resistance to changes and innovations. The scheme of institutional changes should be as follows: culture - personality - social organization. Subsidiarity contributes to solving management problems, including those related to the construction of new institutions and organizations, taken at the lowest possible level. This is a key to the success of market and democratic reforms that do not end in transformational countries, but not in establishing the "vertical power",.

Cultural policy should be aimed at creating conditions for the comprehensive development of the spiritual potential of the individual and society, ensuring accessibility of the use of services of cultural institutions, guarantees of freedom of creativity [9]. Priorities of the state policy in the field of science should be the defining the state's needs in the field of science, the formation of intellectual potential of society, the formation of a new system of national science and technology policy and its organic entry into the world of scientific space, increasing the status of science in society, strengthening the mutual necessity of science and economics.

The main goal of the state policy in the field of education is to ensure the availability of education and to create conditions for the comprehensive development of all branches of education as the basis for the socio-economic, spiritual, cultural and intellectual development of society, the preservation of positive achievements and education, the introduction of foreign experience in the development of education, enrichment of educational space of countries of transformation type. The health protection of the population should be aimed at ensuring the availability of qualified medical assistance to every citizen, the introduction of effective mechanisms for financing and management of health care, and creating conditions for the for-

mation of a healthy lifestyle.

Religious policy, the main task of which is to ensure the rights and freedoms of worldview and religion, religious activity, equality of religious organizations, should promote the combination of the interests of the state, society and church in the process of formation of morality and spiritual development, creating conditions for the religious environment [3]. State policy in the field of tourism, sports and physical culture, the main priorities of which are the creation of conditions for meeting the needs of citizens in strengthening health, physical and spiritual development, should stimulate state support of domestic and foreign tourism, the formation of a competitive tourism product in the world market.

The management system in this area is not only a problem of social and humanitarian knowledge, with its special vision and understanding, but also the subject of rational-technological activity and the field of educational activity. In essence, it can be stated that in recent decades there has been a profound technological revolution in the field of governance. All this justifies the scientific and methodological foundations of the educational sphere and requires correction of both existing educational approaches and the development of new educational concepts and models; there are different management models: socio engineering and humanitarian.

The socio engineering approach to management is associated with a scientifically grounded and practically oriented change in social organization, based on the rational construction of models of human behavior and the correction of a set of regulatory requirements. It does not affect the mental characteristics and does not allow involvement in practice of social transformation orientation of all participants in management activities. Management of education and educational programs provides a project approach, in which the listener is considered not as an object of pedagogical influence, but as a full-fledged subject of the learning process, participant in the project activity [7].

The humanitarian approach to management, in particular, involves a different logic of research, discourse, and practical action, the meaning of which is the identification of semantic content and symbolic forms of communication used by people both in the processes of symbolic interaction and the exchange of reasoned positions and practical interaction in the field of management. The humanitarian approach to management in general is oriented towards the formation of a new image of the manager - a "person who understands" - capable of obtaining new knowledge and decoding the cultural codes laid down in the text and in the context of management activity.

Based on this understanding, one can propose the following preconditions for a humanitarian approach to the development of management technologies. First, "understanding person" is a full member and subject of the management process, co-author of the text of the activity. Management is the content and form of managerial activity, as well as various technologies. The context of managerial activity is an imaginary reconstruction of the whole set of conditions and factors that directly affect the textual component of management processes. Text is the actual or essence of activity while the context is what is usually

meant when any conditions and situations are described.

Humanitarian management paradigm significantly changes our perceptions of the image, including the image of the person who understands the idea of humanity of the world and society as a new worldview and activities. However, one humanitarian approach to the study of management and managerial technology is not enough. It is necessary to combine its meaning with the cognitive and practical possibilities of the socio engineering approach, which involves the development of an integrated, socio-humanitarian approach to changing socio-cultural systems. This approach is aimed at understanding and designing models, organizational forms, and other means, which with one or another degree of adequacy, allows us to change the social systems: institutions, organizations and structures.

In practical terms, humanitarian and socio engineering approaches are oriented on different strategies and objectives of managerial activity: the humanitarian component of management consists in the formation of the personality of a specialist in the existential and general cultural sense while social - in changing its socio-normative situation and, first of all, professional status and public position. Therefore, both sides of social and managerial training are important for the graduate student. These areas are united in the framework of the socio-humanitarian approach to management in the educational sphere.

The socio-humanitarian approach focuses on the study and purposeful development of management systems in the unity of their social and cultural, subjective and objective, institutional and symbolic aspects, that is, the entire socio-cultural context of organizational change. Transformations are achieved by forming in the subjects relevant representations about the desired or optimal from the point of view of the subjects themselves the state of objects and systems. This happens taking into account the life strategy of the subject, this type of technology is extremely necessary in the process of reforming the modern educational system of countries of transformation type.

From the standpoint of the humanitarian approach, we do not actually change social systems as such, but representations about them that largely structure the reality of their existence. Obviously, humanitarian approaches are intended to reconstruct the semantic content of managerial activity, it has to be considered in organic unity with another type of technology - social, aimed in its turn at transformation of real social systems and institutions, including their infrastructure and organizational forms [5]. The benefits of social technology include the effectiveness of their application for the design of social systems and the implementation of institutional changes.

Concerning the disadvantage, or rather, the limitation of this type of technology, should be named their orientation mainly on the object, and not on the subject of managerial activities, the institutional nature of changes, as well as underestimation of human potential and socio-cultural features of organizational systems. Therefore, such technologies are not very suitable for the field of educational activities, social work with different segments of the population, organization of work with youth. The advantage of humanitarian technology is, of course, their pronounced emphasis on understanding and improving the structures of managerial and other professional activi-

ties.

Its disadvantage is the underestimation of the institutional aspects of undertaken socio cultural changes, with excessive emphasis on the personal problems of the subjects of governance. The integrative nature of managerial technologies in general is precisely determined by their belonging to two classes of technologies - social and humanitarian, as well as the possibility of creating new diagnostic tools. Under the influence of the transforming consciousness, science began to change its character, especially humanitarian one, from science to the knowledge of essence increasingly transformed into a science directed toward the future.

In the information epoch, we can talk about the real possibility of ripening a new type of sociality, the essence of which is expressed in the change of consciousness, in the change of priorities and target orientation of society. If at previous stages of its development social goals were determined by the fact that human remained only as a means of their achievement, then the principle of a new social state is the multiplication of the wealth of the essential forces of human, in the full extent of their manifestation on the basis of a stable humanistic orientation, formed under the influence of education in general, and in the first place social-humanitarian education among countries of a transformational type.

Formulation of the conclusions and perspectives of further exploration in this direction. In our time, in connection with the beginning of the transition of humanity to the information civilization, the place, social functions and the role of spiritual culture and education in the production and reproduction of social life have radically

and fundamentally changed. The way out of crisis of the educational system cannot be found only at the expense of its organizational and structural reform, computerization and increase of investment, as it is planned in the documents devoted to the reform of the education system. It is necessary to change the theoretical paradigm of so-called supportive education on the paradigm of innovative, humanistic-oriented education.

The new paradigm of integrated education emphasizes the need for the growth of such functions of social and humanitarian education as the formation and development of morality, spirituality, social responsibility, culture as factors of professionalism. Implementation of tasks and priorities of humanitarian policy should be carried out in many areas, by all state authorities and local municipality. The basis of the unity of all directions should be the idea of the national character of humanitarian policy, the formation of national consciousness, the protection of freedoms enshrined in the United Nations Regulations, the consolidation of society for harmony and labor.

An important role in the development of processes of accumulation of knowledge for the formation of social and humanitarian education play researches in the field of social anthropology, philosophy, sociology of the world and culture, the role and significance of ideology, spiritual processes in the revival of transformational countries. In this regard, socio-humanitarian policy of the state is manifested in the consistent implementation of measures aimed at supporting the humanitarian development of society in accordance with defined priorities and national interests.

REFERENCES

1. Derkx, P. (2002). Modern humanism in the Netherlands. In A. Halsema & D. van Houten (Eds.). *Empowering humanity* (61-97). Utrecht: De Tijdst room.
2. Dohmen, J. (2003). Philosophers on the 'Art of Living'. *Journal of Happiness Studies*, 4 (4), 351-371.
3. Hansen, D. (2009). Walking with diogenes: Cosmopolitan accents in philosophy and education. In D. Kerdeman (Ed.) *Philosophy of Education 2009* (1-13). Urbana, IL: Philosophy of Education Society.
4. Haste, H. (2004). Constructing the citizen. *Political Psychology*, 25(3), 413-440.
5. Leeman, Y. (2006). Teaching in ethnic diverse schools: teachers' professionalism. *European Journal of Teacher Education*, 29(3), 341-356. Leenders, H. & Veugelers, W. (2006). Different perspectives on values and citizen ship education. *Curriculum and Teaching*, 21(2), 5-20.
6. Oser, F., & Veugelers, W. (Eds.). (2008). *Getting in involved. Global citizen ship development and sources of moral values*. Rotterdam / Taipei: Sense Publishers.
7. Said, E.W. (2004). *Humanism and democratic criticism*. New York: Palgrave.
8. Verbeek, P. (2006). Everyone's monkey: Primal moral roots. In M. Killen & J. Smetana (Eds.). *Handbook of Moral Development* (423-459). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
9. Veugelers, W. (2008). Youngsters in transformative and reproductive processes of moral and citizen ship education. In K. Tirri (Ed.). *Moral sensibilities in urban education* (79-91). Rotterdam / Taipei / Boston: Sense Publishers.
10. Westheimer, J. (2008). On the relationship between political and moral engagement. In F.K. Oser & W. Veugelers (Eds.). *Getting in involved. Global citizen ship development and sources of moral values* (17-30). Rotterdam / Taipei / Boston: Sense Publishers.

Міжкультурна комунікація як фактор формування ціннісних орієнтацій підліткової молоді прикордоння Східної та Центральної Європи (за результатами міжнародного дослідження)

Л. Г. Сокурянська, О. В. Максимович

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (м. Харків, Україна)

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ, Україна)

Corresponding author. E-mail: sokuryanska@karazin.ua, olgamaksymovych@gmail.com

Paper received 05.02.19; Accepted for publication 10.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-23>

Анотація. У статті представлено результати міжнародного дослідження «Молодь на пограниччі Центральної та Східної Європи», здійсненого в березні - червні 2015 року серед випускників шкіл деяких прикордонних областей України, Польщі та Угорщини. Наведені дані порівняльного аналізу аксіопреференцій школярів, опитаних у цих країнах, зокрема показано спільне та відмінне в їхній ціннісній свідомості. Особлива увага приділена аналізу міжкультурної комунікації як фактору формування ціннісних орієнтацій молоді прикордоння, а також чинників актуалізації того чи іншого ціннісного дискурсу українських школярів. Зроблено акцент на мовних компетентностях молоді прикордонних регіонів, її ставленні до освіти як життєвої цінності. Сформульовано висновок про амбівалентність ціннісного дискурсу школярів прикордоння, оскільки на рівні термінальних цінностей дослідження виявило значну подібність ціннісних орієнтацій підлітків з України та їхніх однолітків із прикордонних міст та селищ Східної та Центральної Європи, тоді як на рівні інструментальних цінностей (засобів досягнення термінальних цінностей) простежуються окремі відмінності.

Ключові слова: ціннісні орієнтації, підлітки, молодь прикордоння, міжкультурна комунікація.

Актуалізація наукового вивчення проблематики прикордоння відбулася наприкінці ХХ століття внаслідок докорінних змін у геополітичній структурі Європи. Євроінтеграційні процеси, з одного боку, та реалії розпаду СРСР, з іншого, призвели до появи нових самостійних держав, формування нового прикордонного регіону, у зв'язку з чим проблема наукового осмислення та концептуалізації понять кордону і прикордоння набула особливого значення. Актуальність дослідження прикордоння Східної та Центральної Європи як простору міжкультурної комунікації підліткової молоді зумовлена низкою чинників.

По-перше, існує нагальна потреба в теоретичному переосмисленні концептів «кордон» та «прикордоння» з урахуванням реалій глобалізації, інформатизації сучасних суспільств, що викликало деструкцію епістемологічного потенціалу зазначених термінів, кризу їхнього усталеного трактування і, як наслідок, теоретико-методологічну дисфункцію при спробі застосування цих понять при аналізі соціальної реальності.

По-друге, гострою гносеологічною проблемою є критично мала кількість наукових досліджень, присвячених вивченню підліткової вікової групи, позаяк переважна більшість як національних, так і міжнародних досліджень стосується повнолітніх респондентів.

По-третє, з погляду онтологічного, особливої актуальності набувають вивчення та практична імплементація таких стратегій і тактик розвитку прикордонних територій, які спрямовані на їхню максимальну рівновагу, попередження потенційних конфліктних ситуацій, сприяння успішній інтеграції України до європейського соціального простору. По-четверте, вивчення аксіодискурсу підліткової молоді прикордоння Східної і Центральної Європи, втім, як і інших європейських країн, актуалізується також тим, що завдяки такому вивченню ми, можливо, отримаємо відповідь на питання про те, чи

існує певна європейська ціннісна єдність (а для нашої країни зближення) хоча б на рівні ціннісної свідомості молоді, що живе в безпосередній близькості з представниками іншої культури, а отже, іншої системи цінностей. Для українського суспільства відповідь на це питання актуальна ще й тому, що допоможе зрозуміти, який вектор розвитку нашої країни в більшій мірі відповідає ментальним характеристикам її громадян.

Звернувшись у своєму дослідженні саме до підліткової молоді прикордоння Східної та Центральної Європи як об'єкту вивчення, ми керувались такими аргументами:

по-перше, як вже зазначалося вище, дана вікова група переважно не представлена в загальнонаціональних та міжнародних дослідницьких проектах, проте саме ця група, будучи вагомим демографічним капіталом українського суспільства, із високою долею вірогідності в короткотерміновій перспективі (5-7 років) становитиме основу найбільш численної та соціально активної групи молоді – студентства. У цьому контексті пригадаймо, що практично кожна революція в Україні новітнього періоду («Революція на граніті», «Помаранчева революція», «Революція гідності») ініціювалася та розпочиналася із активних студентських рухів, які згодом підхоплювали більш широкі верстви населення;

по-друге, можна припустити, що саме молодь, особливо освічена, вже в недалекому майбутньому буде втілювати власні ціннісні орієнтири в суспільне життя, перетворюючи його. Отже, вивчення ціннісних орієнтацій підліткової молоді дозволяє нам здійснити своєрідний «стрибок у майбутнє»; спрогнозувати можливі вектори соціального розвитку. Згадаймо, що писали з цього приводу К. Маннгейм, Х. Ортега-і-Гассет, наш сучасник американський соціолог Р. Інглхарт і багато інших учених [див., напр.: 1].

Наукові пошуки зазначених вище авторів, а також дослідників, до творчого доробку яких ми звертатимемося нижче, складають теоретичну базу цієї публікації.

Що стосується її емпіричної бази, то її основу складають результати дослідження¹, здійсненого в березні-червні 2015 року серед школярів випускних класів таких

¹Робота над програмою та інструментарієм цього дослідження була досить довгою і складною через відмінностей у дослідницьких традиціях методологічного і методичного характеру, в розумінні мети і завдань нашого вивчення і т.д. Все це відбилося, як буде показано нижче, і на обробці отриманих даних, а також їхньому поданні.

прикордонних українських, польських та угорських міст (і прилеглих до них районних центрів і сіл), як Харків (n = 428), Дрогобич (n = 392), Ужгород (n = 400), Перемишль (n = 413), Зелена Гура (n = 336), Жешув (n = 294), Ніредьгаза (n = 359).

Одним з головних завдань цього дослідження було з'ясування того, що спільного і чим відрізняється молодь прикордоння Центральної та Східної Європи. У фокусі нашої вивчення були також життєві цілі школярів прикордоння, їхні освітні плани та соціально-професійні переваги, оцінки шансів на життєвий успіх та еміграційні настрої, соціально-територіальна ідентичність та інтерес до політики, вплив пограниччя на комунікативні практики молоді, її культурний і соціальний капітал і ще багато інших питань.

В контексті даної публікації ми зосередили увагу найперше на ціннісних орієнтаціях молоді прикордоння. При цьому, *мета* нашої статті полягає у з'ясуванні того, чи є щось спільне в аксіодискурсі українських, польських та угорських школярів. Для України, яка задекларувала курс на євроінтеграцію, зрозуміти це особливо важливо.

Перш ніж приступити до реалізації мети нашої статті, зробимо кілька теоретичних уточнень.

По-перше, щодо феномену підлітковості, відкриття якого, як вважається, належить американському психологу Г.Холлу [3]. З точки зору вченого, підлітковий період супроводжує духовна трансформація особистості (див. : [4, с. 71-72]). На нашу думку, це виявляється не тільки в інтеріоризації нею культурних норм і цінностей, домінуючих на макро- та мікросоціальному рівні, але й у привнесенні в соціум нових аксіофеноменів, що особливо характерно для сучасних суспільств. У цьому процесі величезну роль відіграє оточення підлітка, той соціальний контекст, в якому він перебуває. У зв'язку з цим підкреслимо, що багато дослідників, наприклад К. Гріффін, приділяють особливу увагу формуванню контексту підлітковості, який, з точки зору дослідниці, є базисним феноменом у конструюванні молодіжної ідентичності [5]. Останнє було неймовірно важливо для нашого дослідження, оскільки ми намагалися визначити, як соціокультурний контекст прикордоння впливає на формування особистості підлітка, його ціннісний світ. У зв'язку з цим, зауважимо, що прикордоння як простір інтенсивної взаємодії культур і народів сьогодні досить активно вивчається представниками різних соціогуманітарних наук (див. : [6, 7, 8]), які акцентують увагу на процесах культурної трансмісії в умовах цього простору, їхньому впливу на формування ціннісно амбівалентної особистості. Ще одне уточнення стосується здійсненого нами аналізу міжкультурної комунікації як фактору конституювання аксіополя молоді прикордоння. Перш за все підкреслимо, що відповідне поняття з'явилося в 50-ті роки ХХ століття, головне завдяки роботам американського антрополога Е. Холла, який, власне, і запровадив до наукового вжитку поняття «міжкультурна комунікація» [9, 10], започаткувавши напрям міждисциплінарного теоретизування щодо міжкультурної комунікації, який згодом отримав наукове продовження в дослідженнях Г. Хофстеде [11], Г. Тріандіса [12] та інших науковців. Засновуючись на ідеях цих досліджень, поняття «міжкультурна комунікація» ми визначаємо як процес соціальної взаємодії між представниками різних соціокультурних систем на мікро-, мезо- та макрорівні,

який зумовлюється індивідуальними, груповими та суспільними потребами, цінностями та настановами, виявляється на когнітивному, емоційному та діяльницькому рівнях, забезпечується завдяки формальним і неформальним каналам комунікації та імплементується в тих чи інших видах і формах дискурсів та соціальних практик.

На нашу думку, в умовах «пост-територіального світу» (за влучним визначенням Ч. Майєра [2]) можливості, практики та канали міжкультурної комунікації (а саме: просторово незалежні сучасні засоби спілкування, як от можливості інтернет-комунікації) суттєво впливають на формування набору соціальних ідентичностей особистості, зокрема підлітка, формуючи постнаціональні, крос-територіальні соціальні групи та спільноти із специфічним (циркуляційним) характером життєвого циклу їхніх членів, що відображається на мікро- мезо- та макрорівні функціонування соціальної системи країни громадянства представників цих спільнот, докорінно змінюючи принципи інституційного регулювання регіону.

Ще одне уточнення стосується здійсненого нами аналізу ціннісних орієнтацій молоді прикордоння. Ми зробили його, виходячи з відомої типології цінностей Шелера-Рокича (див. : [13, 14]), відповідно до якої цінності можна розділити на термінальні, тобто цінності-цілі, та інструментальні, тобто цінності-засоби. При цьому ми виходили з розуміння цінностей як концепцій життєвих уподобань особистості (або соціальної групи), що відображають її здатність осмислення навколишньої дійсності, оцінного ставлення до неї, а також її емоційний (афективний) стан, волютивні інтенції, та виступають головними мотиваторами поведінки та діяльності того або іншого соціального суб'єкта [15, с. 117]. Зауважимо, що в якості інструментальних цінностей, з огляду на інструментарій представленої вище дослідження, ми розглядали відповіді опитаних нами школярів на питання про фактори досягнення життєвого успіху.

Отже, почнемо з аналізу ієрархії термінальних цінностей наших респондентів (див. табл. 1).

Аналіз інформації, представленої в таблиці 1, свідчить про відмінності (часом досить істотні) в ціннісних орієнтаціях українських школярів, з одного боку, польських та угорських – з іншого. Звичайно, деякі відмінності простежуються і в аксіодискурсі школярів Харкова та прилеглих територій і Дрогобича. Вони проявляються в більшій значущості для випускників шкіл Харківщини таких цінностей, як *цікава, творча робота* і *високий рівень матеріальної забезпеченості*.

Порівнюючи ціннісні переваги українських, польських та угорських школярів, ми ще раз переконалися в тому, що така цінність, як *сім'я* (що б не говорили вчені, зокрема соціологи, про її кризу, трансформацію тощо), має неминущу значимість, в тому числі на рівні молодіжної свідомості. При цьому польські школярі так само високо оцінюють *цікаву, творчу роботу* (для школярів Жешува вона навіть дещо більш значуща, ніж *сім'я*). Аналізуючи відмінності в аксіодискурсі опитаних нами підлітків, ми акцентували увагу на таких цінностях, як *вища освіта* (ця цінність більш значуща для українських школярів: 2-4 рангові позиції; школярі, опитані в Зеленій Гурі, поставили її на 10-11 місця, в Жешуві - на 13, в Ніредьгазі - на 6 позицію) і *цікава, творча робота* (в Польщі значимість цієї цінності найвища (1-2 рангові позиції), в Україні - трохи нижче (Харків - 5, Дрогобич -

8 рангова позиції), нарешті, угорські школярі поставили *цікаву, творчу роботу* тільки на 9-10 місце в ієрархії своїх ціннісних орієнтацій). У цьому контексті підкреслимо, що для шкільної молоді, опитаної в Угорщині, найважливішими (після *сім'ї*) цінностями виявилися *розваги* (2 рангова позиція), *спокійне життя, відсутність хвилювань, неприємностей; друзі і самореалізація* (3-5 рангові позиції)².

Тепер звернемося до аналізу інструментальних цінностей опитаних нами школярів. Нагадаємо, що для такого аналізу ми скористалися відповідями наших респондентів на питання про фактори життєвого успіху (див. табл. 2). У цьому контексті зауважимо, що школярі всіх трьох країн, висловлюючи своє ставлення до тих чи інших міркувань щодо власного життя, перш за все говорили про своє прагнення до досягнення життєвого успіху. При цьому вони були однотайні в тому, що, якщо багато працювати, можна досягти всього, чого хочеш, і впевнені, що не потребують сторонньої допомоги, щоб домогтися успіху.

Аналізуючи ієрархію інструментальних цінностей випускників шкіл трьох країн, ми виявили ціннісну єдність українських школярів і розбіжність їхніх ціннісних преференцій з аксіодискурсом школярів Польщі та Угорщини. Якщо в ієрархії інструментальних цінностей українських школярів 1 місце займає така цінність, як *високий рівень професійних знань, умінь і навичок*, 2 - *працьовитість*, а 3-4 (в Дрогобичі) і 3-6 (в Харкові) поділили такі цінності, як *знання іноземної мови, ініціативність, підприємливість, диплом про вищу освіту*, то для польських і угорських школярів головними інструментальними цінностями є *знання іноземної мови* (1 місце в обох країнах), *знайомства, протекція родичів, друзів* (2 місце в Польщі, 3-4 - в Угорщині), *високий рівень професійних знань умінь і навичок* (3 місце в Польщі і 2 місце в Угорщині), *зовнішній вигляд, привабливість* (3-4 місце в Угорщині). Найбільші розбіжності в оцінках факторів життєвого успіху (інструментальних цінностей) між українськими школярами, з одного боку, і польськими та угорськими – з іншого, ми виявили по відношенню до таких цінностей, як *знайомства, протекція* (опитані нами школярі Польщі та Угорщини цінують їх значно вище, ніж українські школярі), *ініціативність, підприємливість* (тут ситуація зворотна: більш високий рівень орієнтації на цю цінність характерний для українських школярів), *зовнішній вигляд, привабливість* (найменше це цінують школярі Дрогобича, найбільше - угорські школярі). Єдина інструментальна цінність, з приводу якої ми зафіксували повну однотайність всіх опитаних нами школярів, - це політичні погляди (остання, 15-а рангова позиція у всіх країнах).

Багато запитань виникло у нас у зв'язку з високою вагомістю для польських та угорських школярів (у порівнянні з українськими підлітками) знань іноземних мов. Деякі відмінності існують також у значимості такої цінності, як *диплом про здобуту освіту*. Залишається незрозумілим, чому українські школярі при тому, що значно вище оцінили значимість вищої освіти та її формального свідчення (диплому), все ж надають меншої

значущості мовними компетентностям, зокрема знанню іноземної мови? Розмірковуючи над цим питанням, ми припускаємо, що недооцінка володіння іноземною мовою як інструменту досягнення життєвого успіху і високого соціального статусу зумовлена, поміж інших факторів, низьким, на жаль, рівнем інституційної включеності українських школярів до програм освітньої мобільності, яка надає широкі можливості міжкультурної комунікації.

Що стосується польських і угорських школярів, то серед них набагато менше тих, хто хотів би відразу після школи продовжити навчання (особливо серед Жешувських підлітків). У той же час серед них значно більше (в порівнянні з українськими школярами) тих, хто після школи вирішив йти працювати. Одним з можливих пояснень цього може бути той факт, що, згідно з отриманими даними, значна частина польських підлітків (38%) вже на шкільній лаві мала оплачувану роботу за трудовою угодою (серед школярів Харкова та області таку роботу мали тільки 6% опитаних); ще 46% респондентів в Зеленій Гурі та 38% в Жешуві працювали неофіційно (без контракту) (в Харкові - 20%). Не мали досвіду роботи в Харкові 41% опитаних, в Зеленій Гурі - 18%, в Жешуві - 14%. Можливо, наші польські респонденти, вирішивши після закінчення школи працювати, не хотіли втратити ту роботу, яку вони вже мали і завдяки якій вони могли відчувати себе економічно більш незалежними. Не випадково, висловлюючи своє ставлення до праці, польські школярі відзначили, що люди трудяться насамперед для того, щоб отримувати гроші на задоволення своїх потреб (60% і в Зеленій Гурі, і в Жешуві; в Харкові і області - 38%).

Підкреслимо, що соціально-статусні домагання школярів, зокрема їхні орієнтації на здобуття вищої освіти, багато в чому зумовлені установками їхніх батьків. Як показало наше дослідження, прагнення здобути вищу освіту характерно не тільки для підлітків, чії батьки мають високий освітній статус, а й для тих, чії батьки не отримали навіть середньої освіти. При цьому, більшість сімей з низьким освітнім рівнем батьків - це найбільш бідні сім'ї. Прагнення таких батьків дати своїм дітям вищу освіту зумовлено, в тому числі, бажанням підвищити їхній соціальний і перш за все економічний статус.

Оцінюючи шанси на реалізацію своїх життєвих планів, більшість опитаних у всіх країнах вважають їх дуже високими (в Зеленій Гурі - середніми). Будемо сподіватися, що нове покоління польської, угорської та української молоді реалізує свої ціннісні орієнтації, досягне бажаного і у представників старшої генерації не буде причин називати його втраченим поколінням. Звичайно, проведене нами дослідження було тільки пробним, розвідувальним. Надалі разом з нашими польськими та угорськими колегами ми плануємо продовжити вивчення молоді прикордоння, розширивши географію дослідження і забезпечивши його репрезентативність. Проте, навіть на основі аналізу даних, отриманих у 2015 році, можна зробити деякі висновки.

По-перше, зроблений нами порівняльний аналіз ціннісних орієнтацій випускників шкіл прикордоння Центральної та Східної Європи виявив як відмінності, так і єдність їхніх аксіодискурсів. Будемо сподіватися, що на шляху України до Європи цінності її громадян будуть змінюватися, але, не втрачати свою культурну автентичність.

²Більш докладно про причини розбіжностей у ціннісному дискурсі школярів трьох європейських країн, зокрема в їхньому ставленні до цінності *вищої освіти*, йшлося в наших попередніх роботах [16, с. 254-255].

Таблиця 1. Ієрархія термінальних цінностей школярів прикордоння (R-рангові позиції)³

	Цінності	Харків	Дрогобич	Зелена Гура	Ніредьгаза	Жешув
		R	R	R	R	R
1.	Здобуття вищої освіти	2-4	3	10-11	6	13
2.	Щаслива сім'я	1	1	1-2	1	2
3.	Створення власного бізнесу	12-13	12-13	13	13	14
4.	Задоволення, розваги	12-13	12-13	12	2	10-11
5.	Розвиток своїх здібностей, самореалізація	2-4	4-5	3	3-5	5
6.	Спокійне життя, відсутність хвилювань, неприємностей	8-11	9	8	3-5	7-8
7.	Багатство, високі доходи	8-11	14	6-7	9-10	7-8
8.	Повага людей	6-7	6-7	5	7-8	3-4
9.	Цікава, творча робота	5	8	1-2	9-10	1
10.	Життя згідно релігійних заповідей	15	10-11	14	15	12
11.	Особиста свобода, незалежність у судженнях і діях	6-7	4-5	6-7	7-8	6
12.	Допомога іншим людям	8-11	6-7	9	11	9
13.	Друзі	2-4	2	4	3-5	3-4
14.	Досягнення високого становища в суспільстві	8-11	10-11	10-11	12	10-11
15.	Влада	14	15	15	14	15

Таблиця 2. Фактори життєвого успіху (інструментальні цінності) в оцінках школярів прикордоння (R-рангові позиції)

	Цінності	Харків	Дрогобич	Зелена Гура	Ніредьгаза	Жешув
		R	R	R	R	R
1.	Знайомства, протекція батьків, родичів, друзів	8	9	2	3-4	2
2.	Високий рівень професійних знань, умінь і навичок	1	1	3	2	3
3.	Диплом про здобуту освіти	3-6	3-4	6-7	5-6	4-5
4.	Ініціативність, підприємливість	3-6	6	6-7	8-10	8-9
5.	Матеріальне становище батьків	10-12	12	11-12	14	8-9
6.	Обрана спеціальність, професія	3-6	5	4-5	8-10	6
7.	Працьовитість	2	2	4-5	5-6	4-5
8.	Місце проживання	13	11	10	12-13	11-12
9.	Хитрість, кмітливість	7	7	13	7	13
10.	Щасливий випадок, везіння	10-12	10	11-12	11	11-12
11.	Соціальне походження	14	13-14	14	12-13	14
12.	Зовнішній вигляд, привабливість	10-12	13-14	9	3-4	10
13.	Політичні погляди	15	15	15	15	15
14.	Престиж навчального закладу, де здобув (здобула) освіту	9	8	8	8-10	7
15.	Знання іноземних мов	3-6	3-4	1	1	1

Що стосується українських підлітків, які представляють східне і західне пограниччя нашої країни, то їхні ціннісні орієнтації навряд чи можуть бути підтвердженням відомої тези Гантінгтона про цивілізаційний розлом, що поділяє нашу країну на Захід і Схід, яким, як хотілося б деяким місцевим і закордонним політикам, не зійтися ніколи. Українська молодь різна, в тому числі в ціннісному відношенні, хоча, як показало дослідження, загального в ціннісних орієнтаціях молодих людей різних регіонів нашої країни більше, ніж відмінностей. Можна сподіватися, що це буде підставою для ціннісного консенсусу в українському суспільстві, але тільки не для його ціннісної одноманітності, бо останнє не може сприяти ані суспільному, ані особистісному розвитку.

³У таблицях 1 і 2 представлені тільки рангові місця перерахованих в інструментарії нашого дослідження цінностей, оскільки середні (S) розраховувалися польськими та угорськими колегами на підставі методик, що відрізняються від тих, які використовувалися нами.

⁴Так висловився польський колега Артур Цембик, виступаючи на конференції «На пограниччі культур і народів: культура, мистецтво, освіту», що проходила в Сяноку (Польща) в жовтні 2015 року.

Як доводять результати наших попередніх досліджень, проведених серед студентської та шкільної молоді, амбівалентність ціннісної свідомості, що виявляється в одночасній присутності в ній альтернативних аксіофеноменів, цінностей, які представляють різні культури («культурне прикордоння всередині нас»)⁴, робить особистість більш активною, ініціативною, налаштованою на інновації (див.: [15, с. 543-544]). Саме такі особистості потрібні сьгодні українському суспільству. Набуття людиною таких ментальних характеристик відбувається, в тому числі, завдяки її комунікації з представниками інших культур.

Результати порівняльного аналізу довели існування, в одного боку, значної подібності термальних цінностей українських, польських та угорських підлітків, з іншого – суттєвих відмінностей їхніх інструментальних цінностей. На нашу думку, це свідчить про те, що, попри схожість життєвих цілей підлітків прикордоння Східної та Центральної Європи, засоби їхнього досягнення підлітки України розуміють дещо по-іншому, ніж їхні однолітки з Польщі та Угорщини, що зумовлюється відмінностями соціально-економічної та політичної ситуацій в україн-

ському суспільстві, з одного боку, та в угорському та польському суспільствах – з іншого, яка, у свою чергу, багато в чому детермінується особливостями історичного розвитку цих суспільств, які не могли не позначитися на свідомісних характеристиках їхніх представників.

У своїх подальших теоретичних та емпіричних розвідках ми будемо намагатися виявити, які форми та засоби міжкультурної комунікації сприятимуть ціннісному зближенню молоді європейських країн, створенню єдиного європейського комунікативного простору.

ЛІТЕРАТУРА

- Inglehart R. Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies / Ronald Inglehart. – Princeton: Princeton Univ. Press, 1997. – 440 p.
- Maier Charles S. Once Within Borders Territories of Power, Wealth, and Belonging since 1500 / Charles S. Maier. – Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press, 2016. – 416 p.
- Hall G. S. Adolescence. Its Psychology and its Relation to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion and Education: Vol. II. – [Digitized by the Internet Archive in 2010 with founding from Open Knowledge Commons and Harvard Medical School] / G. S. Hall. – New York: D. Appleton and Company, 1904. – 809 p. – Access Mode: <https://archive.org/stream/adolescenceitsps002hall#page/n0/mod e/2up Citation Date - 05 March 2018>.
- Омельченко Е. Молодежь: открытый вопрос / Елена Омельченко. – Ульяновск: Изд-во «Симбирская книга», 2004. – 184 с.
- Griffin C. Representations of Youth: the Study of Youth and Adolescence in Britain and America / Christine Griffin. - Cambridge [England]; Cambridge, MA, USA: Polity Press, 1993. - 253 p.
- Na Pograniczach. Szance i zagrożenia społeczne / Redakcja naukowa Piotr Frńczek, Jolanta Karolczuk. – Sanok: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jana Grodka w Sanoku, 2015. – 232 p.
- Филиппова О.А. «Граница» и «Пограничье» в контексте политик идентичности / О.А. Филиппова // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : збірник наукових праць. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. – С. 394-402.
- Кравченко В.В. Представления о Пограничье и практики их использования / В. В. Кравченко, А. А. Мусиездов, О. А. Филиппова. – Вильнюс: ЕГУ, 2012/ – 174 с.
- Hall Edward T. Beyond Culture / Edward T Hall. – New York: Doubleday, 1976. – 298 p.
- Hall Edward T. Understanding Cultural Differences: Germans, French and Americans / Edward T. Hall and Mildred Reed Hall. – Yarmouth, Maine: Intercultural Press, 1990. – 196 p.
- Hofstede G. Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations / Geert Hofstede. – USA, California: SAGE Publications, 1984. - 595 p.
- Триандис Гарри К. Культура и социальное поведение [Перевод В.А.Соснина] / Гарри К. Триандис. — М.: Форум, 2007. – 382 с.
- Шеллер М. Формы знания и образование / М. Шеллер // Избранные произведения. – М., 1994. – 490 с.
- Scheler M. Wesen und Formen der Sympathie [Copyright by Fridrich Cohen in Bonn, 1923] / Max Scheler M. – – Access Mode: <https://archive.org/stream/adolescenceitsps002hall#page/n0/mod e/2up Citation Date - 30.01.2018>.
- Сокурянская Л. Студенчество на пути к другому обществу: ценностный дискурс перехода / Л. Г. Сокурянская. – Харьков: Харьковский нац. ун-т им. В.Н. Каразина, 2006. – 576 с.
- Сокурянская Л.Г. Ценностные ориентации подростковой молодежи пограничья Центральной и Восточной Европы (по результатам международного исследования) / Сокурянская Людмила Георгиевна // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – Х.: Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина. – 2015. – 251-258.

REFERENCES

- Omelchenko E. (2004) Molodezh: otkrytyi vopros [Youth: an Open Question]. Ulianovsk: Izd-vo «Simbirskaiia kniga» [in Russian].
- Filippova O.A. “Border” and “Borderland” in the context of identity politics. *Metodologiya, teoriia ta praktika sotciologichnogo analizu suchasnogo suspilstva : zbirnik naukovikh prac.* Kharkiv: KhNU imeni V. N. Karazina, 2010. S. 394-402 [in Russian].
- Kravchenko V. V. Musiezdov A. A., Filipova O. A. (2012) Predstavleniia o Pograniche i praktiki ikh ispolzovaniia [Representations about the Borderlands and Practices of their Use], Vilnius: EGU [in Russian].
- Triandis G. (2007) Culture and Social Behavior [Translated by V. A. Sosnin] Moskva: Forum [in Russian].
- Sheller M. (1994) Selected works. Moskva: Gnozis. [in Russian].
- Sokurianskaia L. (2006) Studenchestvo na puti k drugomu obshchestvu: tseennostnyi diskurs perekhoda [Students on the Path to Another Society: the Value Transition Discourse]. Kharkov: Kharkovskii nats. un-t im. V.N. Karazina [in Russian].
- Sokurianskaia L.G. (2015) Tseennostnye orientacii podrostkovoii molodezhi pogranichia Tsentralnoi i Vostochnoi Evropy (po rezul'tatam mezhdunarodnogo issledovaniia) [Value Orientations of Adolescent youth in the Borderlands of Central and Eastern Europe (according to the Results of an International Study)]. *Metodologiya, teoriia i praktika sotciologicheskogo analiza sovremennogo obshchestva*, 251-258 [in Russian].

Intercultural communication in terms of Central and Eastern Europe Adolescents' Value Orientations Constructing Factor (based on International Survey Results)

L. G. Sokuryanska, O. V. Maksymovych

Abstract. The article is devoted to the initiative international sociological survey “Youth on the border of Central and Eastern Europe” data analysis. The study had been conducted within four months in 2015 among school graduates of some Borderland Areas in Ukraine, Poland Slovakia and Hungary. Data comparative analysis aksio-preferences among surveyed students in these countries, in particular, shows the general differences in the value consciousness. Particular attention is paid to the intercultural communication analysis in terms of value orientations constructing factor. Additionally, axiological discourse factors in relation to the Ukrainian teens are being deeply revealed as well. The foreign language skills as well as education perception in terms of well-being values in relation to the Borderland Area teens are being considered. It has been concluded that there is a significant axiological ambivalence when it comes to the Central and Eastern Europe Borderland youth. The reasons for that are that when it comes to the terminal values, a significant similarity might be seen between Ukrainian teens on the one hand and Central and Eastern Europe teens on the other hand. However, when it comes to the instrumental values, a number of differences could be mentioned, especially in terms of communicative practices.

Keywords: Value Orientations, Adolescents, Youth of the Borderland, Intercultural Communication.

RECREATION AND TOURISM

Особливості розвитку міжнародного туризму в країнах Західної Європи

А. В. Сидорук, Ф. Ф. Товстоп'ятко

Запорізький національний університет, Запоріжжя, Україна
Corresponding author. E-mail: anna0956564651@gmail.com

Paper received 30.01.19; Accepted for publication 12.02.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-24>

Анотація. У статті схарактеризовано поняття «міжнародний туризм», його функції, чинники, складові і тенденції розвитку. Визначено країни, в яких саме міжнародний туризм знаходиться на найвищому рівні. Акцентовано увагу на тому, що залученню іноземних туристів сприяє розробка спеціального туристичного продукту, орієнтованого на конкретного споживача, з урахуванням представлених ресурсів і послуг країн, які відсутні в їх рідній країні. Виокремлено і проаналізовано країни Західної Європи, які мають багаті природні, історико-культурні ресурси та інші особливості, які користуються не аби якою популярністю у туристів, им самим впливають на розвиток міжнародного туризму в регіоні.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристичні потенціал, природні ресурси, історико-культурні ресурси, туристичні потоки, туристи.

Вступ. Туризм на початку 21 століття став одним з провідних напрямків соціально-економічної діяльності більшості держав, а туристична індустрія - невід'ємним елементом споживчих моделей і соціальної поведінки значної частини населення. Важливим складовим елементом туризму є міжнародний туризм, який передбачає виїзд людей за межі місця постійного проживання в іншу країну з рекреаційною, пізнавальною, розважальною (тощо) метою.

Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму мають позитивний характер. Туристична галузь економіки активно розвивається: зростає кількість туристичних прибуттів у світі загалом і у всіх туристичних макрорегіонах зокрема, що сприяє створенню нових робочих місць у сфері туризму, а також збільшенню прибутків. Крім цього міжнародний туризм є ще й одним із могутніх чинників посилення престижу країни, зростання її значення в очах міжнародної спільноти та пересічних громадян.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань особливостей розвитку міжнародного туризму присвячені праці багатьох наукових діячів, а саме: Александрової А.Ю. [0], Великочого В.С [0], Мальської М.П. [0] та ін. Науковці визначають, що для міжнародного туризму характерно розробка спеціального туристичного продукту, орієнтованого на конкретного споживача, з урахуванням представлених ресурсів і послуг, які відсутні в їх рідній країні.

Міжнародний туризм у світі розвивається досить нерівномірно, що пояснюється в першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів. Найбільшого розвитку міжнародний туризм набув у західноєвропейських країнах. Частка цього регіону складає більш як 70% світового туристичного ринку і близько 60% валютних надходжень. Приблизно 20% припадає на Америку і менше 10% - на Азію, Африку і Австралію.

Всесвітня організація туризму (ВОТ) у своїй класифікації виділяє країни, які переважно є постачальниками туристів (США, Бельгія, Данія, Німеччина, Нідерланди, Нова Зеландія, Швеція, Канада, Англія), і країни, які в основному приймають туристів (Австралія, Греція, Кіпр, Італія, Іспанія, Мексика, Туреччина, Португалія, Франція, Австрія, Швейцарія [0]).

Мета статті - аналіз туристичних ресурсів країн За-

хідної Європи як особливостей розвитку міжнародного туризму.

Виклад основного матеріалу та результати дослідження. Європа, що має вигідне економічно-географічне розташування, високий рівень економічного розвитку, зростаючу урбанізацію, зручні транспортні зв'язки з іншими країнами, розвинену рекреаційну інфраструктуру, й надалі залишається основним регіоном світу в сфері санаторно-курортного лікування, відпочинку та туризму. Ще одна причина популярності європейського регіону – це її високий рівень освіченості та культури завдяки наявності найбільшої кількості історичних і архітектурних пам'яток. Традиційно тут проводяться різні міжнародні заходи: конгреси, з'їзди, конференції, семінари, симпозиуми, фестивалі, спортивні змагання тощо, що сприяє розвитку туризму [0].

Європу вважають головним районом міжнародного туризму, що має країну-«рекордсмена світу» по туризму – Франція, яку щорічно відвідує понад 50 млн. туристів. До числа самих популярних туристських країн належать також Іспанія, Італія, Швейцарія, Австрія, Великобританія, Чехія, Угорщина, Португалія, Греція. А в таких мікродержавах, як Андорра, Сан-Марино і Монако, обслуговування туристів давно вже служить головним джерелом доходів.

У межах Європейського туристичного регіону провідну роль за рівнем розвитку міжнародного туризму відіграють саме Південна та Західна Європа, що обумовлено впливом кількох груп чинників:

- по-перше, потужний різноманітний туристичний природний і культурно-історичний потенціал: тисячі кілометрів морських пляжів, освоєні гірські системи, різноманітність ландшафтів, рясна річкова й озерна мережа, багаті бальнеологічні ресурси, значна кількість культурних, сакральних і техногенних атракцій (мегаліти, монастирі, церкви, музеї, тематичні парки, аквапарки, розважальні заклади тощо), а також численні події, що використовуються у туристичній індустрії, формують значні туристичні потоки [0];

- по-друге, сприятливі соціально-економічні та суспільно-географічні чинники: високий рівень економічного розвитку більшості країн регіону, якісна транспортна і соціальна інфраструктура, тісне сусідство держав, багаті культурні традиції, у тому числі напрацьована культура відпочинку і подорожі, релігійна й етнічна толерант-

ність, притаманна населенню більшості країн Європи, відносно низький рівень злочинності і висока безпека життя, якісні трудові ресурси, традиційно високий рівень розвитку туристичної індустрії та якості обслуговування;

- по-третє, сприятливий політичний клімат: давні демократичні традиції суспільно-політичних устроїв, стабільність політичної ситуації в більшості європейських країн, функціонування Європейського Союзу, формування єдиної Євросони і спрощення процедур в'їзду - виїзду туристів дозволяє безперешкодно відвідувати ряд країн.

Західна Європа - традиційний туристичний район світового рівня, індустрія туризму якою пропонує високоякісний і різнохарактерний туристичний продукт – від оздоровчо-рекреаційного відпочинку та гірськолижного туризму до паломництва й екологічних турів.

Висока матеріальна і духовна культура, яка проявляється у вмінні раціонально організувати життєвий простір, розмаїття природи, узвичаєна століттями система гостинності, високі гарантії особистої безпеки, політична стабільність, міжособистісна, міжетнічна і міжконфесійна толерантність, можливість вільного перетину державних кордонів перетворили Західну Європу на взірцевий туристичний простір. Безперечно лідерство за багатством туристичних ресурсів, їх різноманітністю і залученням до використання у туристичній галузі належить Франції, Іспанії та Німеччині [0]. Розглянемо їх більш детально.



Рис. 1 Туристичні центри Франції

Франція - одна із провідних туристичних країн світу. Географічне і геотуристичне положення країни надзвичайно вигідне. Країна займає західну частину континентальної Європи і острів Корсика та володіє надзвичайною природною різноманітністю, багатою культурною спадщиною, а також давніми традиціями гостинності. «Різноманітна» - ключове слово для характеристики туристичної Франції і підтвердженням цьому є розмаїття природних, культурних ландшафтів і традицій, багатство культурної спадщини якої налічує близько 40 тис. культурних пам'яток (із них більше 30 об'єктів занесені до Світової спадщини ЮНЕСКО), у тому числі - 10 тис. замків, абатств і садів, 6 тис. музеїв, де зберігаються найкращі твори мистецтва, а також історичні пам'ятники видатним діячам Франції.

Природна і культурна різноманітність та привабливість Франції підтверджується незмінним інтересом туристів - країна не один рік утримує європейське і світове лідерство за обсягом міжнародних прибуттів. Територія

всієї країни, кожен округ і кантон розрекламовані й освоєні туристами (рис.1). Та найбільш популярними туристичними центрами стали Париж, «візитні картки» якого: Нотр-Дам-де-Парі, Ейфелева вежа, Лувр, Монмартр, Єлисейські поля, центр мистецтв Жоржа Помпиду, «Блошиний ринок» в Сент-Уені, очолюють «топ-20» найбільш відвідуваних туристичних об'єктів Франції [0].



Рис. 2. Туристичні центри Німеччини

Геотуристичне положення країни Німеччини вважають досить вигідним за рахунок її центрального розміщення у межах Європи і близького розташування до головних районів зимового гірськолижного відпочинку й узбережжя теплого Середземного моря. Німеччина здавна має розвинуте санаторно-курортне господарство. Перші відомості про користь підземних водних джерел, розташованих на території сучасної Німеччини, належать до античних часів. Сьогодні ж курортна мережа країни налічує близько 300 курортів. Баден-Баден, Вісбаден, Бад Кіссінген, Бад-Хомбург, Бад Ельстер - одні з перших і найбільш відомих нині курортних центрів країни, де туристи отримують послуги високої якості та різної функціональної спрямованості (рис.2). Країна володіє широкою мережею гірськолижних курортів, які задовольняють широкий спектр потреб як масового пересічного споживача, так і професійних гірськолижників.

Німеччина - країна музеїв із багатими колекціями різноманітних творів мистецтва і свідчень розвитку матеріальної та духовної культури всього світу. В Берліні особливо виділяється «Музейний острів» - унікальний, у своєму масштабі та наповненні, історичний архітектурно-культурний простір, занесений до переліку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, а на острові Шпрееінзель, що утворився на річці Шпрее, розмістилася низка музеїв, галерей і архітектурних пам'яток. Саме німецькі музеї одні з перших у світі почали освоювати Інтернет-простір, який дозволяє сьогодні здійснювати віртуальні подорожі їх залами і знайомитися з шедеврами світового мистецтва, розміщеними в них, не вирушаючи в дорогу.

Третя, із найбільш популярних туристичних країн, Іспанія розташована на південному заході Європи, яка займає 85 % території Піренейського півострова, має вихід до Атлантичного океану та омивається водами Біскайської затоки і Середземного моря. Загальна площа країни становить 504,8 тис. км2, населення - 40,5 млн

осіб, з яких 77 % - мешканці міст.

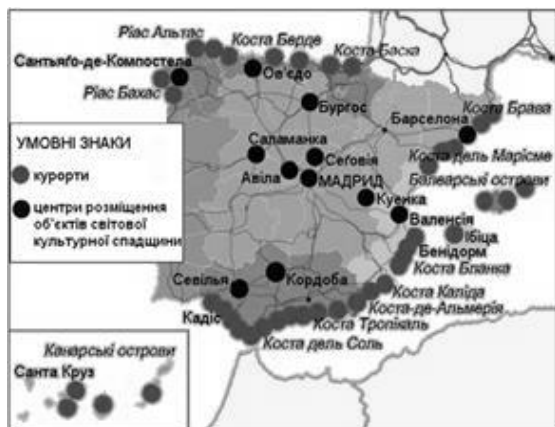


Рис. 3. Туристичні центри Іспанії

До специфічних рис геотуристичного положення Іспанії належить наявність двох міст на території Африки і острівних територій, природні умови яких дозволяють цілолітньо розвивати пляжно-купальний відпочинок. Королівство володіє унікальною культурною спадщиною, яка стала наслідком тривалої взаємодії християнського й ісламського світів [0].

Головний осередок природних туристичних ресурсів Іспанії - середземноморське узбережжя та острови (рис.3).

Середземноморське узбережжя включає відомі курортні зони: Коста Брава, Коста дель Маресме, Коста дель Гарраф, Коста Даурада, Коста Азаар, Коста Бланка, Коста дель Соль, а також острівну частину, до якої належать

Майорка, Ібіса, Гран Канарья, Тенеріфе, що користується великою популярністю серед туристів.

Розташовані у водах Середземного моря Балеарські острови мають низку рис, властивих тільки їм. Тут цікаве і різноманітне узбережжя, багатий світ птахів і вражаючі своєю красою пейзажі. Ібіса, третій за величиною острів Балеарського архіпелагу, визнаний у всьому світі як один із кращих курортів для молоді. Сюди в пошуках розваг з'їжджається молодь з усієї Європи. Майорка - найбільший острів Балеарського архіпелагу, який, завдяки сприятливому середземноморському клімату, туристи можуть відвідувати цілий рік.

На Балеарських островах зосереджено майже 25 % готельних місць Іспанії і щорічно тут відпочиває більше 10 млн туристів [0].

Висновки. Отже, міжнародний туризм має дуже важливе значення для формування світогляду народу, задоволення їх всебічних потреб, а також є одним із чинників розвитку економіки країн. Саме Європа має багатий туристично-рекреаційний потенціал для розвитку міжнародного туризму. А висока матеріальна і духовна культура, яка проявляється у вмінні оптимально організувати життєвий простір, розмаїття природи і узвичаєна століттями система гостинності, високі гарантії особистої безпеки, можливість вільного перетину державних кордонів перетворили західну її частину на взірцевий туристичний простір. Безперечно лідерство за багатством туристичних ресурсів, їх різноманітністю і залученням до використання належить Франції, Німеччині й Іспанії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм. М: Аспект Прес, 2002. 470 с.
2. Белоусов Д.С. Туризм и глобальный экономический кризис / материалы I междунар. науч. конф. «Глобализация и туризм: проблемы взаимодействия». 2009. №2. С.83-94.
3. Божидарнік Т. В. Міжнародний туризм. К. : «Центр учбової літератури», 2012. 312 с.
4. Великочий В.С., Дутчак О.І., Шикеринець В.В. Міжнародний туризм. Івано-Франківськ: «Кушнір», 2015. 254 с.
5. Куканов Д.С. «Сучасний міжнародний готельний ринок і перспективи його розвитку» / Збірник наукових статей «Економіка. Управління. Культура». Вип. 14. Частина 1. М. : ГУУ, 2006., С. 117-120.
6. Кусков А.С., Голубева В.Л. Туроперейтинг. М.: ФОРУМ, 2009. 400 с.
7. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг. К.: «Знання», 2008. 661 с.
8. Эджейчик И. Современный туристический бизнес. М: Финансы и статистика, 2005. 299 с.
9. Интернет-издание для самостоятельных путешественников от Confrancesarl. URL: <http://www.yougoto.ru/article/afisha/vse-gastronomicheskie-festivalievropyi-2014> (дата звернення 19.11.2018 року).
10. Пальчук М.І. Особливості туристичного маркетингу. «Сучасні аспекти економіки». 2007. №9. С.37-43.

REFERENCES

1. Aleksandrova A.YU. Mizhnarodnyy turizm. M: Aspekt Pres, 2002. 470 s.
2. Belousov D.S. Turizm y hlobal'nyy ekonomichesky krizys / materyaly I mezhdunar. nauch. konf. «Hlobalyzatsyya y turizm: problemy vzaymodeystviya». 2009. №2. S.83-94.
3. Bozhydarnik T. V. Mizhnarodnyy turizm. K. : «Tsentr uchbovoyi literatury», 2012. 312 s.
4. Velykochy V.S., Dutchak O.I., Shykerynets' V.V. Mizhnarodnyy turizm. Ivano-Frankiv'sk: «Kushnir», 2015. 254 s.
5. Kukanov D.S. «Suchasnyy mizhnarodnoyi hotel'nyy rynek i perspektivy yoho rozvytku» / Zbirnyk naukovykh statey «Ekonomika. Upravlinnya. Kul'tura». Vyp. 14. Chastyna 1. M. : GUU, 2006., S. 117-120.
6. Kuskov A.S., Holubeva V.L. Turopereytnh. M.: FORUM, 2009. 400 s.
7. Mal's'ka M.P. Mizhnarodnyy turizm i sfera posluh. K.: «Znannya», 2008. 661 s.
8. Édzheychyk Y. Sovremenny turystichesky byznes. M: Fynansy y statystyka, 2005. 299 s.
9. Ynternet-yzdanye dlya samostoyatel'nykh puteshestvennykov ot Confrancesarl. URL: <http://www.yougoto.ru/article/afisha/vse-gastronomicheskie-festivalievropyi-2014> (data zvernennya 19.11.2018 roku).
10. Pal'chuk M.I. Osoblyvosti turystichnoho marketynhu. «Suchasni aspekty ekonomiky». 2007. №9. S.37-43.

Features of the development of international tourism in the countries of Western Europe

A. V. Sydoruk, F. F. Tovstopyatko

Abstract. The article describes the concept of "international tourism", its functions, factors, components and trends of development. There are countries where international tourism is at the highest level. The emphasis is placed on the fact that the attraction of foreign tourists is facilitated by the development of a special tourist product focused on a specific consumer, taking into account the presented resources and services of countries that are not in their home country. The countries of Western Europe, which have rich natural, historical and cultural resources and other features, which are not used by any popularity among tourists, have their own influence on the development of international tourism in the region, isolated and analyzed.

Keywords: international tourism, tourist potential, natural resources, historical and cultural resources, tourist flows, tourists.

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